

MONIKA BORGASZ-STEPANIUK

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska ■ Pedagogical University of Cracow, Poland

Postawy przedsiębiorcze wśród młodzieży

Entrepreneurial Attitudes among Young People

Streszczenie: Przedsiębiorczość to zagadnienie interdyscyplinarne, różnorodnie definiowane, w zależności od dziedziny nauki. Od kiedy pojęcie to stało się przedmiotem rozważań naukowych, pojawia się pytanie: Czym w praktyce jest przedsiębiorczość? Przemiany społeczno-gospodarcze w naszym kraju wpłynęły m.in. na transformację rynku pracy. Skutki tych zmian najbardziej odczuwają ludzie młodzi. To właśnie oni stają przed wyborem swojej drogi zawodowej i wchodzą na rynek pracy. W tej grupie społecznej postawy przedsiębiorcze powinny być rozwijane w takim kierunku, aby młody człowiek był aktywny i kreatywny. Niestety, coraz częściej obserwuje się zanikanie cech przedsiębiorczych, a działania jednostek są mechaniczne i bierno. Przedsiębiorczość osób młodych, czyli m.in. chęć i gotowość do podjęcia w przyszłości pracy, jest we współczesnym świecie uznawana za ważny element rozwojowy. Dlatego istotnym staje się podjęcie tego tematu z młodzieżą, która za chwilę znajdzie się na rynku pracy. Celem artykułu jest analiza wybranych koncepcji i aspektów analizowanej tematyki. Szczególną uwagę poświęcono analizie postaw przedsiębiorczych ludzi młodych, co weryfikowano wynikami badań empirycznych, dotyczących poglądów na przedsiębiorczość uczniów klas maturalnych krakowskich szkół.

Abstract: Entrepreneurship is an interdisciplinary and diversely defined issue, depending on the field of science. Since the concept became the subject of scientific reflection, the question arises: what is entrepreneurship in practice? Socio-economic changes in our country influenced, among other things, the transformation of the labour market. The effects of these changes are mostly felt by young people. It is they who face a career choice and enter the labour market. In this social group, entrepreneurial attitudes should be developed in such a direction that the young person is active and creative. Unfortunately, the disappearance of entrepreneurial features is being increasingly observed, and the actions of individuals are mechanical and passive. Entrepreneurship of young people, i.e. willingness and readiness to undertake work in the future, is considered an important development element in the modern world. Therefore, it is important to take up the subject of entrepreneurship among young people who will soon be on the labour market. The aim of the article is to analyse selected concepts and aspects of the topic studied. Particular attention is devoted to the analysis of entrepreneurial attitudes of young people, which verified the results of empirical research on the views of students on entrepreneurship classes matriculation schools in Krakow.

Słowa kluczowe: młodzież; postawy przedsiębiorcze; przedsiębiorczość

Key words: entrepreneurship; enterprising attitudes; youth

Otrzymano: 12 listopada 2018

Received: 12 November 2018

Zaakceptowano: 10 lutego 2019

Accepted: 10 February 2019

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Borgiasz-Stepaniuk, M. (2019). Postawy przedsiębiorcze wśród młodzieży *Przedsiębiorczość – Edukacja* [*Entrepreneurship – Education*], 15(1), 47–60. doi: 10.24917/20833296.151.4

Refleksje nad kategorią przedsiębiorczości

Współcześnie trudno jest ustalić status naukowy przedsiębiorczości, choć jak zaznacza A. Kurczewska, staje się ona samodzielną dyscypliną. Według niektórych badaczy jest ona raczej dziedziną uzupełniającą, ze względu na brak całkowitej kompozycji odrębnej nauki. Odrębność przedsiębiorczości jako nauki wynika również z jej interdyscyplinarności. Różnorodność definicji i ich mnogość, brak koncepcji teoretycznych i zasad badawczych powodują, że nie spełnia ona kryteriów, które kwalifikują ją do bycia odrębną nauką. Przedsiębiorczość jako dyscyplina posługuje się dorobkiem wielu nauk, m.in.: ekonomii, zarządzania, matematyki, biologii oraz socjologii. W literaturze przedmiotu spotyka się trzy kierunki definiowania przedsiębiorczości. Pierwszy koncentruje się na efektach, drugi wskazuje procesy i sytuacje przedsiębiorcze, a kolejny opisuje umiejętności przedsiębiorcze (Kurczewska, 2013). Każdy z nich obejmuje taką działalność, w której występują: postawy, kompetencje i umiejętności, pozwalające na innowacyjność oraz wprowadzanie nowych rozwiązań. Przedsiębiorczość to także oprócz efektywnego myślenia samodzielnie podejmowane decyzje, często związane z ryzykiem. Bycie innowatorem kojarzy się z organizowaniem i wprowadzaniem nowych form danej działalności. Różnorodne umiejętności prowadzą do uzyskania wymiernych korzyści i zysków. Przedsiębiorczość jest również zdolnością człowieka do bycia twórczym. Przygotowywanie, realizacja i kontrola określonych projektów to wykorzystywanie szans rozwojowych i tworzenie nowatorskich inicjatyw (Klimek, J., Klimek, S., 2010; Mellor i in., 2011; Nowak, Musiał, 2005; Sobiecki, 2003).

W XX w. R. Hisrich określił przedsiębiorczość jako proces, któremu poświęca się czas i wysiłek, wytwarzając coś nowego oraz wartościowego i uzyskując w ten sposób satysfakcję. Jest to proces długotrwały i obciążony ryzykiem materialnym, umysłowym i publicznym (Hisrich, Peters, 1992; Szara, Pierścieniak, 2011).

Pod koniec XX w. pojawiła się kolejna definicja przedsiębiorczości, której twórcą był Griffin. Według niego przedsiębiorczość jest procesem, który obejmuje organizację oraz prowadzenie danej działalności. Było to sformułowanie bliskie współczesnym teoriom przedsiębiorczości (Griffin, 1997).

Przedsiębiorczość to także postawy człowieka. Postępowanie ludzi służyć może uzyskaniu określonego celu przez realizację danych inicjatyw. Dotychczasowa działalność zmienia się lub pojawiają się nowe koncepcje i działania. Taka postawa wpływa na uzyskiwanie efektów ekonomicznych i pozaekonomicznych (Brzozowska, Glinka, Pasieczny, 2012; Kotarbiński, 2000; Pszczółkowski, 1982). Według autorki, następstwa ekonomiczne to przede wszystkim uzyskanie zysku przez gromadzenie i grupowanie czynników gospodarczych, które dadzą poczucie stabilności w warunkach niepewności rynkowej.

W literaturze przedmiotu pojawiają się dwa rodzaje przedsiębiorczości. Pierwszy z nich to przedsiębiorczość ukryta, a drugi – przedsiębiorczość właściwa. Przedsiębiorczość ukryta dotyczy chęci zaangażowania się zawodowo. Natomiast przedsiębiorczość właściwa to wszelkie czynności, które związane są z przedsiębiorczością. Należą do nich m.in.: aktywność, mobilność, zaangażowanie i kreatywność (Klucznik-Törő, 2012).

Przedsiębiorczość znalazła się także w działaniach Unii Europejskiej. Według Komisji Europejskiej, przedsiębiorczość to możliwości jednostki do zamiany pomysłów w czyn. Innowacyjność, odkrywczność, oryginalność to atrybuty osiągnięcia celów i bycia aktywnym. Budowanie konkurencyjności oraz wprowadzanie odkrywczych i oryginalnych rzeczy powoduje przekształcanie rynku i koncentrowanie się nowatorstwa (Kaczmarzyk, 2008; Kurczewska, 2013).

Zdaniem autorki, występuje korelacja między pojęciami: przedsiębiorczość, oryginalność i nowatorstwo. Są to pewnego rodzaju zachowania człowieka, które połączone z wiedzą i kompetencjami przyczyniają się do osiągnięcia sukcesu. Mają one wpływ na odważne podejmowanie decyzji i realne patrzenie w przyszłość. Koncentracja i realizacja przedsięwzięć, które przekształcają określoną rzeczywistość, wpływa na atrakcyjność i pobudzenie społeczno-ekonomiczne regionu.

Celem niniejszego artykułu jest, przy zastosowaniu metody studiów literatury oraz analizy badań ankietowych:

- próba przeglądu teorii i koncepcji z zakresu przedsiębiorczości,
- zaprezentowanie postaw przedsiębiorczych rozwijanych wśród uczniów klas maturalnych.

Pojęcie i wybrane teorie przedsiębiorczości

Przedsiębiorczość jest bezspornie identyfikatorem gospodarczym i wymaganym elementem rozwoju ekonomicznego. Wielokierunkowość i różnorodność problematyki ujmowanej w przedsiębiorczości sprawiły, że nie powstała jednorodna jej teoria. Brak zwartości koncepcyjnej z jednej strony zakłóca rozwój idei przedsiębiorczości, a z drugiej strony – tworzy różnokierunkowość rozwojową. Deficyt teorii przedsiębiorczości jest związany z tym, że jest ona bardziej normą i zasadą niż nauką (Brzozowska, 2016; Drucker, 1994). Mnogość definicji i ciągły rozwój pojęcia przedsiębiorczości wymusza ciągłą jego systematyzację i uporządkowanie. Bez tego nie jest możliwa ani szczegółowa analiza, ani prezentacja pojęcia.

Pierwsze spostrzeżenia na temat przedsiębiorczości pojawiły się u XVIII-wiecznego ekonomisty R. Cantillona. Według niego jest to pojęcie typowo ekonomiczne, gdzie występują grupy społeczne, biorące udział w wymianie towarów i usług (Cantillon, 1931).

W XIX w. teorię przedsiębiorczości sformułował A. Marshall. Jego zdaniem zyski pojawiają się wtedy, gdy przedsiębiorca analizuje warunki panujące na rynku, przy użyciu wiedzy i umiejętności. Obserwacje systemu gospodarczego powinny też objąć atrakcyjność, dysproporcje i przeszkody, które mogą się pojawić na rynku. Rynek jest wtedy tzw. „czarną skrzynką”, która umożliwia zwiększanie zysków (Marshall, 1890). Teoria ta nie wyjaśniła jednak szczegółowo zachowań przedsiębiorczych.

XX w. przyniósł nowe spojrzenie na przedsiębiorczość i nowe teorie. Teoria angielskiego ekonomisty F. Knighta oparta była na ryzyku rynkowym. Według niej, przedsiębiorca, dokonując wyboru, musi brać pod uwagę zagrożenia i niebezpieczeństwa, które

mogą pojawić się na jego drodze aktywności ekonomicznej. Biorąc pod uwagę swoje zdolności, wiedzę i umiejętności, osoba przedsiębiorcza ocenia możliwości i podejmuje odpowiedni rodzaj pracy. Teoria ta zakłada, że w gospodarce nie istnieją zdarzenia niepowtarzalne, tzw. zdarzenia niepewne. Knight wahania zestawiał z brakiem możliwości podjęcia odpowiedniej decyzji, związanej z niedoborem określonych informacji. Mianem „mierzalnej niepewności” nazwał te zdarzenia, które można zmierzyć za pomocą szacunku, statystyki lub matematyki (Knight, 2001).

J.B. Say w swojej teorii przedsiębiorczości dzieli działalność przemysłową na trzy poziomy. Do rozwoju aktywności gospodarczej pierwszy z nich wymaga wiedzy naukowej, drugi – umiejętności praktycznych, a trzeci – wykorzystywania doświadczenia. Przedsiębiorca jest osobą społeczną – inwestorem, który za swoją działalność otrzymuje wynagrodzenie. Jego umiejętności i wiedza są zasobami, dzięki którym zwiększa się wydajność rynkowa. Odgrywa on w układzie ekonomicznym rolę koordynatora działań producentów i konsumentów (Say, 1960).

I.M. Kirzner wprowadził do pojęcia przedsiębiorczości jednostkowe działania przedsiębiorcy, w których wykonuje on zamierzone cele. Gospodarując zasobami rynku, zaspokaja popyt i tworzy nowy kapitał. Potencjałem przedsiębiorcy jest czujność na informacje, które umożliwiają identyfikowanie rynku i dostrzeganie szans przedsiębiorczych. Perspektywa rynkowa często tworzona jest przez indywidualnych przedsiębiorców, wykorzystując odkrywcze i konstruktywne zasoby. Podobne spostrzeżenia na temat przedsiębiorczości posiada Casson. Uważa on, że przedsiębiorca powinien doskonalić się w podejmowaniu decyzji ekonomicznych, biorąc pod uwagę rezerwy rynkowe (Casson, 1982; Kirzner, 1979).

W.J. Baumol połączył przedsiębiorczość z działaniami, które są efektywne i wydajne. Dodatkowo wskazał wsparcie tej działalności przez organizacje publiczne, co oddziałuje na wzrost PKB i efektywność gospodarczą (Baumol, 1990). W ten sposób osiąga się zyski z przedsiębiorczości i rozwija proces produkcji.

Kolejna teoria obejmowała analizę rynku przez społeczne działania i ich efekty. Przedstawicielem tej koncepcji był m.in. J.A. Schumpeter, który uważał, iż rolą przedsiębiorcy jest izolowanie się od istniejących modeli produkcji przez wprowadzanie nowych metod tworzenia z respektowaniem zmian na rynku. Wprowadzając nowe pomysły i drogi rozwoju, przedsiębiorca wyodrębnia tzw. twórczą destrukcję, mającą zdecydowany wpływ na rozwój ekonomiczny. Wdrażając określoną działalność przez lokowanie nowych czynników produkcyjnych, wprowadza innowacyjność i postęp gospodarczy (Schumpeter, 1995).

H. Bieniok wskazuje, że przedsiębiorczość to również aktywne poszukiwanie kapitału oraz przenoszenie go na te obszary, gdzie będzie odpowiednio wykorzystany. Głównym celem takiej przedsiębiorczości jest uzyskanie niezależności finansowej przez zwiększanie posiadanego kapitału i racjonalne inwestowanie w wartościowe i znaczące przedsięwzięcia (Bieniok, 2012).

Teorie obejmujące zagadnienie przedsiębiorczości pojawiają się również w aspekcie psychologicznym. Biorą one pod uwagę cechy osobowościowe człowieka, szczególnie te, które związane są z sukcesem w biznesie. Wśród wartości wewnętrznych ważne jest przekonanie, że kierujemy się własnymi działaniami i mamy wpływ na swoje życie. Świadomość wpływu na swój los jest jednym z czynników określających przedsiębiorczość. Podobną wartością, ocenianą w teoriach naukowych, jest wewnątrzsterowność, która

oznacza samodzielne ocenianie sytuacji i podejmowanie na tej podstawie decyzji. Czasem można oprzeć się na innych osobach lub instytucjach. Wiadomym jest, że sukces przedsiębiorczy powoduje pewność siebie i pobudza do działania (Cromie, 2000; Rauch, Frese, 2007; Robinson i in., 1991).

Motywacja do działania, umiejętność podejmowania szybkich decyzji i innowacyjne pomysły określają człowieka aktywnego i przedsiębiorczego. Prowadzenie działalności oraz wszelkie działania przedsiębiorcze to nie tylko funkcjonowanie na rynku, ale również gromadzenie i zarządzanie zasobami. Ważne jest opracowanie planu działania na podstawie poznania szans, zagrożeń oraz możliwości rozwojowych (Moczydłowska, Pacewicz, 2007; Targalski, Francik, 2009).

Popularną teorią, która zawierała elementy przedsiębiorcze, była teoria ekologii populacji. Została ona opracowana przez M.T. Hannana oraz J.H. Freemana i koncentrowała się na wzorcach zachowań organizacji. Według niej sukces lub porażka były zależne od otoczenia i zasobów naturalnych. Procesy zachodzące na rynku były odbiciem procesów społecznych i zmian w określonym regionie. Rozwój i trwanie kojarzyły się z zasobami, czyli fragmentami środowiska, w których działała przedsiębiorczość. Należy zaznaczyć w tym miejscu, że rezerwy zasobów były ograniczone, a na rynku dodatkowo działała konkurencja.

Kolejnym nurtem naukowym, który interesował się przedsiębiorczością, był nurt nawiązujący do pojęcia brikolażu. Określenie to wprowadził do literatury C. Lévi-Strauss, który opisywał działania, mające na celu tworzenie czegoś nowego, przy wykorzystaniu tego, co mamy wokół siebie. Zgodnie z tą tendencją zachowania przedsiębiorcze umożliwiały rozwiązywanie problemów, szczególnie tam, gdzie był ograniczony dostęp do zasobów otoczenia. Osoba przedsiębiorcza potrafiła poradzić sobie z wyzwaniem, korzystając z dostępnego kapitału i tworząc nowe obszary działania. Pojawiały się nowe szanse i możliwości rozwojowe dla jednostki, a także dla większej grupy społecznej (Hannan, Freeman, 1984).

Według autorki, kolejne określenia ukazują przedsiębiorczość jako proces wytwarzania czegoś nowego przez jednostkę. Pojęcie to wykorzystuje możliwości przestrzenne, osiągając wartości gospodarcze i społeczne. Dzięki takim innowacyjnym procesom pojawia się równowaga pomiędzy zapotrzebowaniem a sprzedażą. W ten sposób dostrzega się możliwości, które można uzyskać z aktywności gospodarczej.

Pojęciem przedsiębiorczości zajęli się również S. Shane i S. Venkataraman. Pokazali oni przedsiębiorczość jako proces pełen energii, w którym zmienia się nową wiedzę na wytwory i usługi. Umiejętne sterowanie niespotykanymi zasobami może doprowadzić do dynamicznego rozwoju lokalnego i regionalnego (Shane, Venkataraman, 2000).

Studiując literaturę, autorka publikacji natknęła się na inny interesujący wątek dotyczący przedsiębiorczości. Mowa o przedsiębiorczości społecznej, czyli działaniu innowacyjnym, które miało pomóc w rozstrzygnięciu problemów społecznych, m.in. tworzeniu nowych miejsc pracy. Dzięki wykorzystywaniu możliwości rynku i podejmowaniu działań społecznych wspiera się grupy ignorowane społecznie. Przez wprowadzanie nowości i udogodnień przedsiębiorczych dąży się do zrównoważonego rozwoju społeczno-ekonomicznego. Analizując sieci i kapitał społeczny, zwiększa się skuteczność podejmowanych działalności i uzyskuje się lepsze wyniki ekonomiczne. Śledzi się także aktywność przedsiębiorców oraz ich postępowanie w ramach odpowiedzialności społecznej. Najbardziej sprzyjającymi modelami przedsiębiorczości społecznej są tzw. hybrydowe modele

biznesowe. Zapewniają one wzrost zysku w stosunku do sprzedaży. W przedsiębiorczości społecznej hybrydowy model biznesu jest połączeniem tradycyjnych metod zarządzania i dyscypliny rynkowej z odpowiedzialnością w kwestii społecznej. Uwzględni on nie tylko udziałowców, ale też klientów i inne osoby zainteresowane. Ważnym ujęciem tego modelu jest możliwość łączenia się dwóch lub więcej partnerów biznesowych w jedną jednostkę ekonomiczną (Austin, Stevenson, Wei-Skillem, 2006; Drayton, 2002; Hart, Christensen, 2002; Seelos, Mair, 2004; Santos, Pache, Birkholz, 2015; Smith, Stevens, 2010).

Spojrzenie na postawy przedsiębiorcze

Przedsiębiorczość jest pojęciem powszechnie pojmowanym jako umiejętności i predyspozycje do podejmowania różnych projektów i inicjatyw. Jest pojęciem należącym do kategorii społeczno-ekonomicznych, kluczowym na każdym etapie rozwoju społecznego. Osoba przedsiębiorcza w sposób naturalny może osiągnąć sukces w tworzeniu i prowadzeniu przedsięwzięcia. Musi zatem posiadać cechy indywidualne, do których zaliczane są m.in. zdolności, inwencja, aktywność, kompetencje, odwaga w podejmowaniu decyzji oraz umiejętności gospodarowania otoczeniem. Mówiąc o przedsiębiorczości, należy również pamiętać o tzw. wartości dodanej. Jest to aktywność osób połączona z poszukiwaniem i wdrażaniem innowacyjnych pomysłów, które przyniosą określone rezultaty i efekty na rynku społeczno-ekonomicznym.

W literaturze naukowej pojawiają się często przykłady takiej działalności jednostki lub grupy społecznej, w której tworzy się nową lub rozwija się już istniejącą aktywność. Przykłady te pokazują, iż wspólne starania przynoszą lepsze efekty ekonomiczne. Dodatkowo cechy osobowościowe, poparte wiedzą teoretyczną, dają potencjał intelektualny, który procentuje znaczącymi zmianami rynkowymi.

Zaprezentowane poniżej przykłady postaw przedsiębiorczych pozwolą na uzyskanie pełniejszego obrazu badań przeprowadzonych przez autorkę publikacji. Otoczenie człowieka otwiera przed nim różne płaszczyzny. Człowiek przedsiębiorczy w odpowiednich warunkach potrafi zauważyć i przeprowadzić działania, które spełnią jego potrzeby oraz wymogi innych. Świadomość swoich wymagań oraz określone cechy charakteru są siłą napędową przedsiębiorczości. Umiejętność ta pokonuje przeciwności i rozwiązuje problemy, z którymi mierzy się człowiek. Osoba przedsiębiorcza, bez zewnętrznej presji, przystępuje do działania, biorąc pod uwagę przeszkody i ryzyko. Stawia sobie określone cele i konsekwentnie je realizuje, co prowadzi do korzystnego zakończenia.

Jedną z postaw przedsiębiorczych jest kreatywność. To umiejętność łączenia wiadomości z różnych dyscyplin życia. Są to przemyślane działania, zmierzające do rozwiązywania problemów w odmienny sposób. Człowiek kreatywny odznacza się dużą inteligencją i potrafi myśleć w inny sposób. Jest niezależny w swoich poglądach i samodzielnie dokonuje oceny ludzi oraz otoczenia. Rozwija swój potencjał, przez co wpływa na efektywność i produktywność regionu. Poszukuje nowoczesnych szans oraz wyborów i potrafi znaleźć takie rozwiązania, które będą ważne dla otaczającej rzeczywistości.

Z kreatywnością związane są innowacje, które pomagają w rozwoju postaw przedsiębiorczych. Współczesna wiedza oraz wykorzystywanie jej w praktyce dają możliwości osiągnięcia sukcesu, ale także szansę zamiany niepowodzenia w sukces. Młody człowiek, wchodzący na rynek pracy, powinien posiadać umiejętność kierowania wiedzą, dzielenia się nią oraz stosowania jej w działaniu. Analizując określony cykl społeczno-ekonomiczny,

osoba przedsiębiorcza winna odnosić się do takich elementów, które są niestabilne i niepewne. W działaniach innowacyjnych powinna usunąć taki fragment lub zastąpić go innym składnikiem, by w ten sposób zachować ciągłość czasową. Człowiek innowacyjny myśli w taki sposób, by cały czas doskonalić własne działania. Takie efektywne zachowania stymulują funkcjonowanie człowieka i elementów w jego otoczeniu.

W działaniach przedsiębiorczych bardzo często pojawia się stres, który zaburza pracę oraz przebieg procesów społecznych i ekonomicznych. Zatem postawą przedsiębiorczą będzie umiejętność radzenia sobie w sytuacjach stresowych oraz rozsądne zachowania w niepowodzeniach. Ważnym szczegółem w tym obszarze powinna być moralność. Uczciwe działania wobec innych ludzi dają możliwość wspólnego dążenia do określonego celu.

We współpracy między ludźmi pojawia się kolejna postawa przedsiębiorcza, czyli asertywność. Jest to rodzaj zdecydowania, nienaruszającego praw innych osób. Posiadanie i wyrażanie własnego zdania, bezpośrednie prezentowanie własnych myśli wyznacza szacunek dla siebie i własnych potrzeb. Bierzymy odpowiedzialność za swoje postępowanie i reakcje. Akceptacja samego siebie, szacunek do innych oraz umiejętność przedstawiania swoich opinii i poglądów wspiera bycie przedsiębiorczym.

Przy omawianiu postawy asertywnej należy wspomnieć o kolejnej zdolności przedsiębiorczej, czyli empatii. Według autorki, predyspozycja ta ściśle łączy się z przedsiębiorczością. Zrozumienie drugiego człowieka daje możliwość łatwiejszego oddziaływania na niego. Znając i rozumiejąc zachowania ludzi, lepiej funkcjonujemy w otoczeniu. Dzięki nawiązywaniu różnych kontaktów i tworzeniu relacji interpersonalnych możemy kształtować określoną zbiorowość i mieć wpływ na jej twórczy rozwój. W czasie współpracy z innymi osoby przedsiębiorcze muszą umieć motywować siebie, a także innych ludzi. Przy wspólnym działaniu ważne są oczekiwania wobec siebie. Zachęcając się, wywieramy wpływ na drugiego człowieka i motywujemy go do osiągnięcia zamierzonego efektu. Tworząc odpowiednie warunki działania dla siebie i dla innych osób, realizujemy własne koncepcje, ale także kierujemy się sugestiami ludzi, z którymi współpracujemy.

Osoba przedsiębiorcza często musi podejmować szybkie decyzje, wymuszane czynnikami zewnętrznymi i wewnętrznymi. Bardzo ważna jest umiejętność określenia ryzyka i racjonalna ocena zysków i strat, jakie mogą się pojawić. Oczywiście nie wszystko da się przewidzieć i zaplanować, dlatego w postawie przedsiębiorczej dużą rolę odgrywa odwaga, ale z zachowaniem granic rozsądku. Zbyt ryzykowne decyzje mogą pociągnąć za sobą zbyt duże deficyty.

We współczesnym świecie osoba przedsiębiorcza powinna mocno wierzyć w siebie i dbać o swoją indywidualność. Postawy przedsiębiorcze według autorki winny być stymulowane przez ciągłe poszukiwanie informacji o samym sobie oraz o innych osobach, z którymi łączą nas określone relacje. Pozyskanie obiektywnych i rzetelnych wiadomości daje pełny obraz osoby i jej zachowań społeczno-ekonomicznych. Koncentracja na swoich mocnych stronach daje poczucie siły, pewność i satysfakcję. Akceptacja samego siebie powoduje własny rozwój, a tym samym – rozwija przedsiębiorczość. Obserwacja samego siebie, ale także swojego otoczenia daje możliwość poszukiwania nowych doświadczeń. Podpatrując innych ludzi, możemy znaleźć takie rozwiązania, które wykorzystamy w swoim działaniu. Warto jednak weryfikować zachowania innych, aby nie powiełać czyis błędów. Korzystamy z doświadczenia innych racjonalnie i skutecznie.

Zaprezentowane różne postawy przedsiębiorcze pokazują, że przedsiębiorczość jest stymulatorem do życia oraz ułatwia człowiekowi tworzenie środowiska społecznego, zgodnego z określonymi celami. Postawy przedsiębiorcze to m.in. podejmowanie różnorodnych działalności i kreatywne podejście do realnej rzeczywistości oraz umiejętność wykorzystywania własnego potencjału. Bez nich nierealny jest coraz częściej rozwój własnej ścieżki zawodowej. Postawy przedsiębiorcze potrzebne są przy prowadzeniu własnej działalności gospodarczej, są także coraz częściej wymagane przez pracodawców. Ludzie przedsiębiorczy efektywnie wcielają w życie swoje cele oraz modelują wizerunek całej rzeczywistości.

Postawy przedsiębiorcze młodzieży licealnej – wyniki badań

Mówiąc o przedsiębiorczości, można sobie zadać pytanie, czy jest ona cechą wrodzoną, czy nabytą. Literatura specjalistyczna potwierdza, że człowiek nie od razu jest przedsiębiorczy. Staje się taki w toku przyswajania wiedzy i zdobywania określonych umiejętności. Postawa przedsiębiorcza rodzi się dzięki indywidualnemu rozwojowi, a także dzięki kontaktom z innymi ludźmi. Badania postaw przedsiębiorczych potwierdzają, że czynnikami mającymi wpływ na ich rozwijanie są: dom, rodzina, szkoła i rozwój społeczny. W niniejszej publikacji wzięto pod uwagę jeden z tych elementów, czyli edukację, która daje największą możliwość wpływu na młodego człowieka. Przedsiębiorczość to nie tylko cechy, które pozwalają prowadzić przedsiębiorstwo, ale także zespół cech osobowych, takich jak: aktywność, kreatywność, zaangażowanie, uczciwość, pewność siebie, odpowiedzialność za siebie i innych. Te atrybuty pozwalają na aktywne działania społeczno-gospodarcze.

Przedsiębiorczość jest jedną z ośmiu kompetencji kluczowych w systemie edukacji. Zgodnie z definicją przyjętą przez Komisję Europejską, kompetencja „inicjatywność i przedsiębiorczość” jest zdolnością do wcielania pomysłów w czyn. Bycie przedsiębiorczym pomaga w życiu prywatnym oraz życiu społecznym. Edukacja w Polsce wypracowała i udoskonaliła edukację przedsiębiorczą. W związku z nową reformą oświaty przedsiębiorczość po raz kolejny podlega ewolucji i wypracowaniu nowych założeń do jej realizacji w szkole. W świetle nowej podstawy programowej przedmiot podstawy przedsiębiorczości ma przygotowywać uczniów do planowania swojej przyszłości zawodowej. Młodzież powinna umieć świadomie podejmować decyzje, mające wpływ na jej karierę zawodową. Zdobywając określone umiejętności, uczniowie przygotowani są do życia społeczno-ekonomicznego. Przedsiębiorczość, jako kompetencja kluczowa, wyposaża ich w wiedzę finansowo-ekonomiczną, wpływa na kształtowanie się zachowań na rynku pracy oraz rozwija cechy przywódcze. Lekcje przedsiębiorczości uczą szacunku do rozwoju gospodarczego oraz wspomagają własny rozwój i inwestowanie w siebie. W ostatnich latach obserwuje się wzrost zainteresowania przedsiębiorczością wśród młodzieży. Dotyczy to przede wszystkim licealistów i studentów. Według autorki, sytuację tę powinno się wykorzystać w kierunku tworzenia społeczeństwa przedsiębiorczego, w którym ważne są wiedza oraz umiejętne wykorzystanie jej w praktyce.

Autorka niniejszego opracowania przeprowadziła badania dotyczące przedsiębiorczości wśród młodzieży licealnej wybranych szkół Krakowa. Głównym celem badań było poznanie opinii uczniów na temat cech przedsiębiorczych, które winny być rozwijane w edukacji, w kontekście aktywizowania przedsiębiorczości i kształtowania postaw stymulujących kreatywność i dynamiczność społeczno-ekonomiczną. Celem szczegółowym

Rycina 1. Ocena ankietowanych w zakresie postrzegania siebie jako osoby przedsiębiorczej



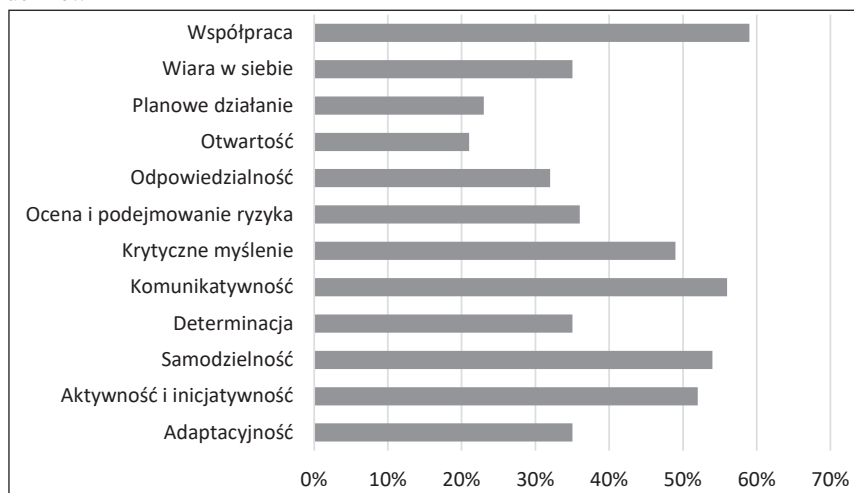
Źródło: opracowanie własne

było zebranie opinii maturzystów na temat rozwoju tych postaw przedsiębiorczych w szkole, które są niezbędne do dalszego rozwoju prywatnego i zawodowego. Dokonując wyboru szkół do badania, autorka zastosowała metodę doboru losowego. W badaniu wzięło udział 102 respondentów z 4 krakowskich liceów. Kobiety stanowiły 42%, a mężczyźni 58% ogółu badanych. W badaniu zastosowano metodę pośredniego pomiaru sondażowego, wykorzystując anonimowy kwestionariusz ankiety jako narzędzie badawcze. Ankieta składała się z 3 pytań. W pierwszym pytaniu respondenci wyrazili opinię, czy uważają się za osoby przedsiębiorcze. Kolejne pytanie zawierało samoocenę postaw przedsiębiorczych i składało się z 12 podpunktów dotyczących tychże postaw. W trzecim pytaniu uczniowie przedstawili swoje plany zawodowe.

Zdecydowana większość uczniów (68%) odpowiedziała twierdząco na pytanie dotyczące bycia przedsiębiorczym. Można się domyślić, iż każdy z respondentów trochę inaczej rozumie bycie przedsiębiorczym i inne cechy uważa za przedsiębiorcze. Nie ma bowiem uniwersalnej klasyfikacji osoby przedsiębiorczej, wszystkie cechy mają wymiar subiektywny.

Analiza wartości procentowych w pytaniu drugim wykazała, że w wyborach maturzystów dominowały następujące postawy: współpraca (59%), komunikatywność (56%), samodzielność (54%) oraz aktywność i inicjatywność (52%). Pierwsza z tych postaw jest zdolnością pozwalającą w sposób optymalny działać wspólnie przy określonym przedsięwzięciu. Komunikatywność to postawa aktywnej wymiany informacji, potrzebna nie tylko w obszarze przedsiębiorczości, ale także we wszystkich relacjach z ludźmi. Zdolność do podejmowania samodzielnych decyzji i działań, swobodnych od uznania innych osób, to samodzielność potrzebna w działalności przedsiębiorczej, ale również w codziennym funkcjonowaniu. Czynne działania, wykazywanie inicjatywy oraz podejmowanie nowatorskich działań to aktywność i inicjatywność, czyli kolejna zdolność przedsiębiorcza. Na podstawie literatury specjalistycznej wyżej wymienione postawy są jednymi z kluczowych postaw w działalności przedsiębiorczej. Najmniej rozwijanymi postawami

Rycina. 2. Rozwijane postawy przedsiębiorczej w edukacji szkolnej, w ocenie ankietowanych uczniów



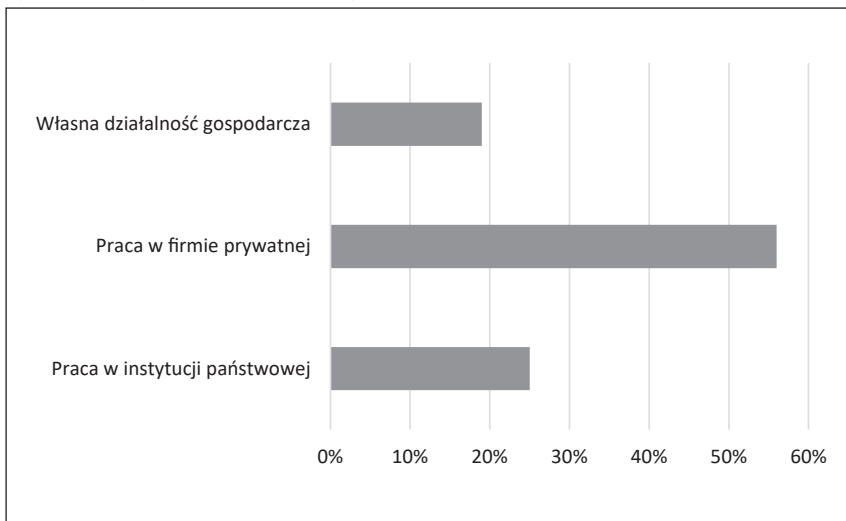
Źródło: opracowanie własne

przedsiębiorczymi we współczesnej edukacji według uczniów są: otwartość (21%), planowe działanie (23%) i determinacja (21%). Zdaniem autorki artykułu, te postawy są związane z charakterem człowieka i trudno jest je czasem wypracować. Determinacja jest zdolnością polegającą na wytrwałym i systematycznym dążeniu do osiągnięcia wybranego celu. Blisko niej funkcjonuje planowe działanie, czyli umiejętność planowania działań i wytrwale trzymanie się tych planów. Otwartość człowieka to wkraczanie w nowe działania i niewymuszona wymiana informacji między ludźmi. Bycie otwartym polega na dzieleniu się z innymi tym, co czujemy. Wskazane powyżej postawy przedsiębiorcze związane są mocniej z cechami psychofizycznymi, na podłożu których kształtuje się osobowość człowieka. W grupie postaw najmniej rozwijanych w edukacji znalazła się również adaptacja (35%). Jest to przystosowanie się do nowych warunków, zróżnicowanych sytuacji, dopasowywanie się do zasad funkcjonujących w środowisku.

Współczesna edukacja powinna głównie kształtować samodzielność w działaniu oraz taką organizację, aby młody człowiek potrafił odnaleźć się w szybko zmieniających się warunkach społeczno-ekonomicznych. Kształcenie w zakresie przedsiębiorczości i postaw z nią związanych powinno być jednym z głównych priorytetów nowej reformy edukacji. Według autorki, zachowania przedsiębiorcze powinny się kształtować od najmłodszych lat i traktować je jako niezbędny element wychowania młodego człowieka. Postęp społeczno-ekonomiczny oparty jest na społeczeństwie wykształconym i przedsiębiorczym.

Młodzież poproszona została w badaniu o prezentację swoich planów zawodowych. Dla maturzystów są to jeszcze dość odległe plany, jednak zdecydowana większość (56%) respondentów zamierza podjąć pracę w sektorze prywatnym (rycina 3). Jest to związane zapewne z szansą na większe wynagrodzenie i lepszą perspektywą rozwoju zawodowego. Wśród badanych 25% chciałoby znaleźć pracę w instytucjach państwowych. Być może uważają oni, że praca w takim sektorze daje stabilizację i pewność zatrudnienia. Tylko 19% młodzieży chciałaby w przyszłości prowadzić własną działalność gospodarczą. Taka aktywność wiąże się z lepszymi możliwościami finansowymi, ale także z większym

Rycina 3. Plany zawodowe młodzieży



Źródło: opracowanie własne

ryzykiem. Należy mieć świadomość, że przy prowadzeniu własnej działalności pojawiają się określone trudności, powodujące często destabilizację finansową.

Wyniki badań wskazują, że młodzież nie do końca przejawia postawy typowo przedsiębiorcze. Co prawda znaczna część badanych uważa się za osoby przedsiębiorcze, ale pogląd ten nie ma odbicia w kształtowanych postawach i planach na przyszłość. Młodzi ludzie nisko ocenili skłonność do podejmowania ryzyka oraz adaptacyjność, czyli zdolność dopasowania się do określonych warunków. Wiąże się to również bardzo mocno z podejmowaniem konkretnych decyzji. Kolejnym potwierdzeniem powyższego wniosku jest to, iż młodzież w przyszłości nie myśli o pracy w swojej działalności. Prawdopodobnie nie chce pokonywać barier i trudności związanych z takim rodzajem pracy.

Podsumowanie

Na podstawie aktualnego przeglądu literatury specjalistycznej można stwierdzić, że do tej pory nie powstała jedna i uniwersalna teoria przedsiębiorczości. Różnorodność jej definiowanie w różnych dyscyplinach naukowych oraz nieustanna jej przemiana wpływają na tworzenie wielu jej wariantów i kategorii. Poza tym przedsiębiorczość jest takim zjawiskiem, w rozwoju którego bierze udział wiele elementów wzajemnie na siebie oddziałujących. Są to m.in.: elementy kultury, edukacja oraz rozwój gospodarczy i polityczny (Jeremczuk, 2010; Matusiak, 2006). Złożoność tego zagadnienia może być przeszkodą w tworzeniu kluczowej teorii przedsiębiorczości.

Przeprowadzone badania empiryczne są również potwierdzeniem tego, że przedsiębiorczość i jej postawy są trudne do zdefiniowania. Na podstawie analizy zebranych odpowiedzi można wyciągnąć wniosek, iż badana młodzież nie do końca przejawia postawy przedsiębiorcze. Opinie badanych wskazały na różnorodność w poglądach na temat tego zagadnienia, co może potwierdzać fakt, że stworzenie uniwersalnej definicji przedsiębiorczości nie jest możliwe. Z przeprowadzonych badań wynika, że w edukacji rozwijane są

tylko niektóre z głównych postaw przedsiębiorczych. Należą do nich m.in.: współpraca, komunikatywność, samodzielność i podejmowanie inicjatywy. Natomiast w stopniu niskim pobudza się takie postawy jak adaptacja i determinacja, które należą do podstawowych zachowań przedsiębiorczych.

W dobie nowej reformy edukacji powinno się zwrócić uwagę na kształtowanie postaw przedsiębiorczych na każdym etapie kształcenia, zaczynając od szkoły podstawowej. Motywacja oraz pobudzanie do działania dzieci i młodzieży będą rozwijały cechy i zachowania przedsiębiorcze. Zdobyta wiedza i wiadomości oraz umiejętności wykorzystywane w praktyce pozwolą na tworzenie się aktywności szkolnych, rozwijających zainteresowania młodzieży oraz twórcze myślenie i współpracę w grupie.

Należy podkreślić, że zaprezentowane badania stanowią tylko wycinek badań dotyczących postaw przedsiębiorczych wśród młodzieży.

Literatura

References

- Austin, J., Stevenson, H., Wei-Skille, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: Same, different or both?. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 30(1), 1–22.
- Baumol, W. (1990). Entrepreneurship: Productive, unproductive and destructive. *Journal of Political Economy*, 98(5), 893–921.
- Bieniok, H. (2012). *Sekrety bogacenia się. Bądź przedsiębiorczy i zbuduj swoją niezależność finansową*. Warszawa: Wydawnictwo Poltext.
- Brzozowska, A., Glinka, B., Pasieczny, J. (red.) (2012). *Młodzi przedsiębiorcy – inspiracje, koncepcje i uwarunkowania*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania UW.
- Brzozowska, A. (2016). Teorie przedsiębiorczości. W: K. Klincewicz (red.), *Zarządzanie, organizacje i organizowanie – przegląd perspektyw teoretycznych*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego.
- Cantillon, R. (1931). *Essai Sur la Nature du Commerce en General*. London: Macmillan.
- Casson, M. (1982). *The entrepreneur*. Totowa, NJ: Barnes and Noble Books.
- Cromie, S. (2000). Assessing entrepreneurial inclination: Some approaches empirical evidence. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 9(1), 7–30.
- Drayton, B. (2002). The citizen sector: Becoming as entrepreneurial and competitive as business. *California Management Review*, 44(3), 120–132.
- Drucker, P.F. (1994). The age of social transformation. *Atlantic Monthly*, 274, 53–80.
- Griffin, R.W. (1997). *Podstawy zarządzania organizacjami*. Warszawa: PWN.
- Hannan, M., Freeman, J.H. (1984). Structural inertia and organizational change. *American Sociological Review*, 49, 149–64.
- Hart, S.L., Christensen, C.M. (2002). The great leap. *Sloan Management Review*, 44(1), 51–5.
- Hisrich, R.D., Peters, M.P. (1992). *Entrepreneurship*. Boston: Irvin.
- Jeremczuk, K. (red.) (2010). *Uwarunkowania przedsiębiorczości – różnorodność i jedność*. Tarnobrzeg: Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. prof. Stanisława Tarnowskiego.
- Kaczmarzyk, K. (2008). *Przedsiębiorczość jako sposób myślenia i działania*. Warszawa: Promotor.
- Kirzner, I. (1997). Entrepreneurial Discovery and the Competitive Market Process: An Austrian Approach. *The Journal of Economic Literature*, 35, 60–85.
- Klimek, J., Klimek, S. (2010). *Przedsiębiorczość bez tajemnic*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Klucznik-Törő, A. (2012). Nauczanie przedsiębiorczości w świetle światowej literatury przedmiotu. *E-mentor*, 5(47), 25–28. Pozyskano z: http://www.e-mentor.edu.pl/_pdf/ementor47.pdf
- Knight, P.T. (2001). Employability and quality. *Quality in Higher Education*, 7(2), 93–95.

- Kotarbiński, T. (2000). Traktat o dobrej robocie. W: T. Kotarbiński, *Dzieła wszystkie*. Warszawa: Wydawnictwo PAN.
- Kurczewska, A. (2013). *Przedsiębiorczość*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne S.A.
- Marshall, A. (1890/1930). *Principles of economics*. London: Macmillan and Company.
- Matusiak, K.B. (2006). *Rozwój systemów wsparcia przedsiębiorczości – przesłanki, praktyka i instytucje*. Łódź: Wydawnictwo Instytutu Technologii Eksploatacji PIB.
- Mellor, R.B., Coulton, G., Chick, A., Bifulco, A., Mellor, N., Fisher, A. (2011). *Przedsiębiorczość*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Moczyłowska, J., Pacewicz, I. (2007). *Przedsiębiorczość*. Rzeszów: Wydawnictwo Oświatowe Fosze.
- Nowak, M., Musiał, H. (2005). Rola i znaczenie przedsiębiorczości w rozwoju przedsięwzięć gospodarczych. W: D. Kopycińska (red.), *Teoretyczne aspekty gospodarowania*. Szczecin: Katedra Mikroekonomii US.
- Pszczółkowski, T. (1982). *Dylematy sprawnego działania*. Warszawa: Wiedza Powszechna.
- Rauch, A., Frese, M. (2007). Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 16(4), 353–385.
- Robinson, P.B., Stimpson, D.V., Huefner, J.C., Hunt, H.K. (1991). An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15(4), 13–32.
- Santos, F.M., Pache, A.C., Birkholz, C. (2015). Making hybrids work: Aligning business and organizational design for social enterprises. *California Management Review*, 57(3), 36–58.
- Say, J.B. (1960). *Traktat o ekonomii politycznej*. Warszawa: Wydawnictwo PWN.
- Schumpeter, J.A. (1995). *Kapitalizm, socjalizm, demokracja*. Warszawa: Wydawnictwo PWN.
- Seelos, C., Mair, J. (2005). Social entrepreneurship: Creating new business models to serve the poor. *Business Horizons*, 48(3), 241–246.
- Shane, S., Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217–226.
- Smith, B.R., Stevens, C.E. (2010). Different types of social entrepreneurship: The role of geography and embeddedness on the measurement and scaling of social value. *Entrepreneurship and Regional Development*, 22(6), 575–598.
- Sobiecki, R. (red.) (2003). *Podstawy przedsiębiorczości w pytaniach i odpowiedziach*. Warszawa: Difin.
- Szara, K., Pierscieniak, A. (2011). *Przedsiębiorczość akademicka*. Rzeszów: Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego.
- Targalski, J., Francik, A. (2009). *Przedsiębiorczość zarządzanie firmą. Teoria i praktyka*. Warszawa: Wydawnictwo C.H. Beck.

Monika Borgiasz-Stepaniuk, mgr geografii, doktorantka w Instytucie Geografii na Uniwersytecie Pedagogicznym im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie. Stopień magistra geografii uzyskała w 1996 r. w Wyższej Szkole Pedagogicznej w Krakowie. Ukończyła studia podyplomowe: ochrona i kształtowanie środowiska geograficznego na Uniwersytecie Jagiellońskim w Krakowie (1997) oraz przyroda na Akademii Pedagogicznej w Krakowie (2007). Jako geograf swoje zainteresowania skierowała w stronę badań naukowych dotyczących regionu i jego tożsamości w geografii. Ponieważ nowe trendy w rozwoju geografii mogą powodować zmiany w postrzeganiu regionu i jego wpływu na rozwój lokalny i regionalny, w swoich badaniach chce pokazać powiązania i konkretne przykłady wpływu regionu na rozwój kapitału społecznego.

Monika Borgiasz-Stepaniuk, MA in Geography obtained in 1996 at the Pedagogical University of Cracow, completed postgraduate studies: Protection and management of the geographical environment (1997), Jagiellonian University in Krakow; Nature (2007), Pedagogical University of Cracow. As a geographer, I directed my interest towards conducting research on the issues of region and its identity in geography. New trends in geography development can cause changes in the perception of the region and its impact on local and regional development. Therefore, in my research

I want to show the links and concrete examples of the region's influence on the development of social capital.

ORCID: 0000-0002-4361-8391

Adres/Address:

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej
Instytut Geografii
ul. Podchorążych 2
30-084 Kraków, Polska
e-mail: m.borgiasz@gmail.com