

*Jacek Białek**, *Agnieszka Kurczewska***

OCENA ZALEŻNOŚCI MIĘDZY POSTRZEGANIEM EDUKACJI W ZAKRESIE PRZEDSIĘBIORCZOŚCI A INTENCJAMI PRZEDSIĘBIORCZYMI STUDENTÓW¹

Streszczenie. W pracy zaprezentowano wyniki badania na temat intencji przedsiębiorczych studentów. Celem badania było określenie wpływów różnego rodzaju czynników na kształtowanie intencji przedsiębiorczych studentów, rozumianych jako chęci założenia własnego biznesu. W niniejszej pracy autorzy koncentrują się na korelacji pomiędzy edukacją z zakresu przedsiębiorczości studentów i ich intencjach posiadania w przyszłości własnej firmy.

Słowa kluczowe: intencje przedsiębiorcze, analiza korelacji.

I. WPROWADZENIE

Rozumienie zależności między oferowaną edukacją a specyfiką jej odbiorców, czyli w kontekście edukacji uniwersyteckiej – studentów, stanowi niezbędny element dbania o standardy jakości nauczania. Pomiar jakości nauczania w szkolnictwie wyższym jest problemem niełatwym i nadal otwartym, mimo funkcjonowanie pewnych procedur służących takiej ocenie (patrz Clewes (2003), Harvey (1993)). Pod pojęciem jakości nauczania z reguły rozumiemy ciągły proces wartościowania (oceny, kontroli, zagwarantowania, prowadzenia i ulepszania) systemu kształcenia. Mimo wypracowanych technik ilościowej oceny jakości kształcenia (patrz Domański i in. (2008) do dyspozycji jest również szereg metod jakościowych (patrz Stachowiak-Kudła (2012)). W niniejszej pracy koncentrujemy się jedynie na edukacji przedsiębiorczości wśród studentów i ich subiektywnych odczuciach, co do jej roli i celu. Wydaje się, że o jakości kształcenia w tym zakresie może stanowić odsetek studentów, którzy będąc wyedukowani w problematyce przedsiębiorczości decydują się faktycznie na prowadzenie własnej firmy. Takie rezultaty nauczania można jednak zmierzyć dopiero po

* Adiunkt w Katedrze Metod Statystycznych, Uniwersytet Łódzki.

** Adiunkt w Katedrze Finansów i Rachunkowości MSP, Uniwersytet Łódzki.

¹ Artykuł powstał w ramach realizacji projektu badawczego sfinansowanego ze środków Narodowego Centrum Nauki, przyznanych na podstawie decyzji numer DEC 2011/01/D/HS4/01956.

zakończeniu edukacji. Problem można postawić inaczej – czy edukacja przedsiębiorczości na naszych uczelniach daje na tyle silne podstawy teoretyczno-praktyczne oraz motywację, by po ukończeniu uczelni student decydował się otworzyć własny biznes. Przy takim ujęciu problemu interesują nas intencje przedsiębiorcze studentów i ich wyobrażenia o edukacji w zakresie przedsiębiorczości.

Celem artykułu jest określenie zależności między postrzeganą rolą edukacji z zakresu przedsiębiorczości a deklarowanym poziomem intencji przedsiębiorczej wśród studentów kierunków o profilu społecznym. Niniejsza praca prezentuje jedynie fragment obszernego projektu badawczego pt. „Koncepcja przedsiębiorczości jako wzajemnego oddziaływania sposobności i intencji”.

II. PROBLEM BADAWCZY W SZERSZYM SENSIE

Rozważania teoretyczne należy rozpocząć od przedstawienia koncepcji intencji przedsiębiorczych. Jest to pojęcie szeroko omawiane w literaturze z zakresu przedsiębiorczości, zwłaszcza w jej nurcie kognitywnym. Dyskusja o intencjach jest dyskusją obejmującą etap poprzedzający decyzję o rozpoczęciu działalności czy podjęciu działania przedsiębiorczego. Najczęściej przez intencje określa się stan umysłu jednostki, który zachodzi podczas procesu przedsiębiorczego, poprzedzający konkretne zachowanie i przynoszące określone skutki w przyszłości. Takie rozumienie intencji towarzyszy między innymi pracom Shooka i in. (2003), Shultza (1980), czy Kruegera (2009). Intencje kierują ludzką uwagę ku specyficznemu celowi czy drodze do jego osiągnięcia (Bird 1988). Są wyrazem świadomego i planowanego postanowienia, prowadzącego do działań związanych z otwieraniem firmy (Thompson 2009). Odnoszą się do dyspozycji umysłowej jednostki i jej świadomości (Bjerke 2007). W nauce o przedsiębiorczości intencje traktowane są jako czynnik zwiastujący zachowanie przedsiębiorcze, czyli zakładanie firmy uznane jest za działanie celowe, planowane przez jednostkę. Pytania badawcze oscylują wokół tematu antecedenencji intencji przedsiębiorczych i ich podłoża.

Istnieje wiele teorii, najczęściej o charakterze psychologicznym, opisujących czynniki kształtujące intencje przedsiębiorcze. Do najistotniejszych zalicza się Model Zdarzenia Przedsiębiorczego (ang. Model of the Entrepreneurial Event) Shapero i Sokola (1982) oraz Teoria Planowanego Zachowania (ang. Theory of Planned Behavior) Ajzena (1991), czy model kontekstów intencyjności Bird (1988). Modele te doczekały się wielu odmian będących rezultatem prób ich integracji lub modyfikacji (np. Krueger i Brazeal 1994, Iakovleva i Kolvereid 2009). Szerzej opisuje je w literaturze polskiej Kurczewska (2010a, 2010b).

Przeprowadzone badania najczęściej sugerują istnienie dwóch naczelných grup czynników opisujących intencje: postrzeganą wykonalności (czyli postrze-

ganej zdolności jednostki do realizacji określonego zachowania) i postrzeganych chęci (do realizacji przedsięwzięcia, na które składają się nastawienie wobec działania i normy społeczne). Obie grupy czynników związane są z percepcją jednostki. Skoro intencje przedsiębiorcze tak mocno powiązane są z postrzeganiem i percepcją, możliwe staje się ich kształtowanie. Jednym ze sposobów wpływania na poziom intencji przedsiębiorczych może być zatem edukacja z zakresu przedsiębiorczości.

Temat intencji szeroko badany jest w kontekście edukacji przedsiębiorczości. Edukacja przedsiębiorcza może wpływać na intencje bezpośrednio, lub pośrednio – wpływając na postrzeganą wykonalność i postrzegane chęci (Liñán 2004). Naczelnym pytaniem staje się, czy edukacja z zakresu przedsiębiorczości pobudza intencje i w jaki sposób można je kształtować. Wyniki badania w większości przypadków potwierdzają taką zależność (patrz na przykład Kolvereid i Moen (1997), Rasheed (2000), Lena i Wong (2003)).

Wobec powyższych rozważań teoretycznych, ciekawym wydaje się zestawienie percepcji studentów w obszarze edukacji z zakresu przedsiębiorczości z ich percepcją zostania przedsiębiorcą, czyli ich intencjami przedsiębiorczymi. Zbadanie takiej zależności umożliwi wykładowcom prowadzącym zajęcia z przedsiębiorczości lepsze poznanie studentów oraz pozwoli zastanowić się nad jakością oferowanej edukacji oraz jej dopasowaniem do potrzeb studentów i wymogów współczesnego świata.

III. OPIS KWESTIONARIUSZA ORAZ BADANEJ PRÓBY

Badanie ankietowe dotyczące omówionego we wstępie projektu przeprowadzono w czerwcu 2012 roku wśród 232 studentów Wydziału Ekonomiczno-Socjologicznego Uniwersytetu Łódzkiego. Kwestionariusz w swojej zasadniczej części składał się z zespołów pytań, które odpowiednio miały na celu określenie takich zmiennych, jak: intencje przedsiębiorcze, doświadczenia przedsiębiorcze, postrzegana wykonalność, postrzegane chęci, skłonność do działania oraz edukacja przedsiębiorczości.

Studenci wyrażali swoją postawę wobec stwierdzeń definiujących wymienione zmienne na pięciostopniowej skali Likerta (od skrajnej opinii „zdecydowanie się nie zgadzam” po „zdecydowanie się zgadzam” z możliwością neutralnej deklaracji „nie mam zdania”). Każdemu stwierdzeniu przypisano liczbę ze zbioru $\{1,2,\dots,5\}$ określającą stopień przekonania respondenta, a następnie obliczono średnie arytmetyczne z wartości wszystkich stwierdzeń w obrębie danej zmiennej (por. Nasurđin i inni (2009)). Z uwagi na cel artykułu nadmienimy, iż stwierdzenia dotyczące **intencji przedsiębiorczych** były następujące:

- *Zdarzyło mi się rozważać, czy zostać przedsiębiorcą.*
- *Jestem zdeterminowany by zostać przedsiębiorcą.*

– *Zamierzam otworzyć własną firmę w przeciągu najbliższych trzech lat po ukończeniu studiów.*

– *Mam koncepcję biznesową, którą oceniam na wystarczająco dobrą by została wdrożona w życie.*

– *Jestem w stanie poświęcić dużo czasu i wysiłku by zostać przedsiębiorcą i mieć własną firmę.*

– *Mając do wyboru zostać pracownikiem lub pracodawcą, wolę zostać pracodawcą.*

W przypadku **edukacji z zakresu przedsiębiorczości**² zastosowano następujące stwierdzenia:

– *Chcę nauczyć się więcej o przedsiębiorczości.*

– *Edukacja z zakresu przedsiębiorczości powinna:*

A. dostarczać wiedzę teoretyczną z zakresu przedsiębiorczości;

B. przedstawiać wyniki badań nad przedsiębiorczością i przedsiębiorcami;

C. przedstawiać i omawiać przykłady przedsiębiorców, którzy odnieśli sukces;

D. inspirować do prowadzenia działalności gospodarczej i uczyć identyfikacji możliwości rynkowych.

– *Edukacja przedsiębiorczości pomaga w byciu przedsiębiorczym i zakładaniu własnej firmy.*

Wśród losowo dobranej próby znalazło się 94 mężczyzn i 138 kobiet. Badanie objęło następujące kierunki: Ekonomia (15,95% próby), Europeistyka (15,09%), Finanse i Rachunkowość (32,76%), Informatyka i Ekonometria (12,93%), Logistyka (4,74%) oraz Międzynarodowe Stosunki Gospodarcze (18,53%). Ankietowano studentów studiów dziennych I stopnia (66,8%) oraz II stopnia (33,2%).

IV. WYNIKI BADAŃ

Wprowadźmy następujące oznaczenia dla badanych zmiennych: *I* – intencje przedsiębiorcze, *Ex* – doświadczenie przedsiębiorcze, *F* – postrzegana wykonalność, *D* – postrzegane chęci, *A* – skłonność do działania, *Ed* – edukacja przedsiębiorczości. Wprowadźmy również oznaczenia dla badanych grup studentów: G0 (cała próba), G1 (kobiety), G2 (mężczyźni), G3 (studenci posiadający rodziców z wykształceniem wyższym), G4 (dopełnienie grupy G3), G5 (studenci, których rodzice prowadzą własny biznes), G6 (dopełnienie grupy G5), G7 (studenci o dochodach na głowę w rodzinie powyżej mediany z próby), G8 (dopełnienie grupy G8). Podstawowe statystyki opisowe dla zmiennych *I* oraz *Ed* prezentują Tab. 1 oraz Tab. 2. Histogramy rozkładu tych zmiennych w całej próbie prezentuje Rys. 1 oraz Rys. 2.

² Ograniczyliśmy się tutaj do omówienia jedynie tych stwierdzeń, które dotyczyły intencji przedsiębiorczych oraz edukacji przedsiębiorczości. Czytelnik zainteresowany pełnym kwestionariuszem proszony jest o kontakt pod adresem: agnieszka.kurczewska@uni.lodz.pl

Tablica 1. Podstawowe statystyki opisowe zmiennej *I* w grupach G0–G8.

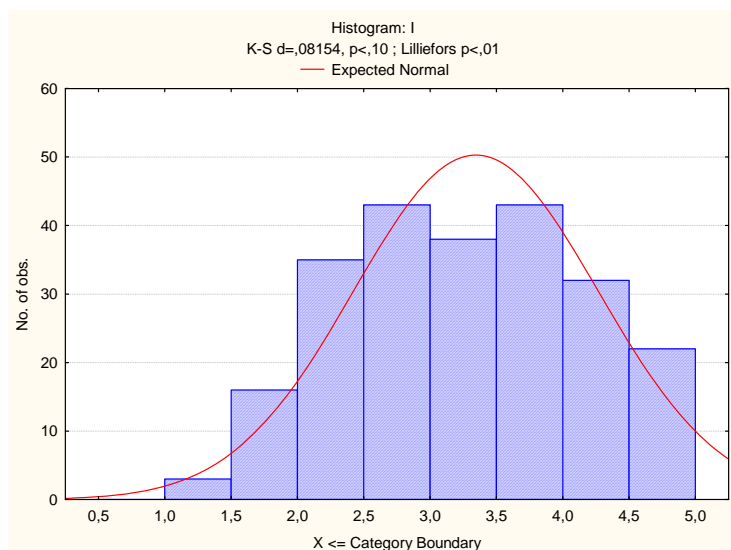
Parametr rozkładu	G0	G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7	G8
Średnia	3,345	3,178	3,590	3,284	3,430	3,149	3,665	3,200	3,438
Mediana	3,333	3,167	3,833	3,167	3,500	3,167	3,833	3,167	3,667
Odchylenie standardowe	0,918	0,812	1,006	0,928	0,898	0,833	0,961	0,856	0,973
Moda	2,667	2,333	4,000	2,667	3,500	2,667	3,833	2,667	5,000
Kwartył 3	2,667	2,500	2,833	2,667	2,667	2,500	3,000	2,667	2,500
Kwartył 3	4,000	3,833	4,333	4,000	4,167	3,833	4,500	3,958	4,167
Kurtoza	-0,84	-0,66	-0,73	-0,76	-0,92	-0,68	-0,45	-0,64	-1,15

Źródło: obliczenia własne w programie Excel.

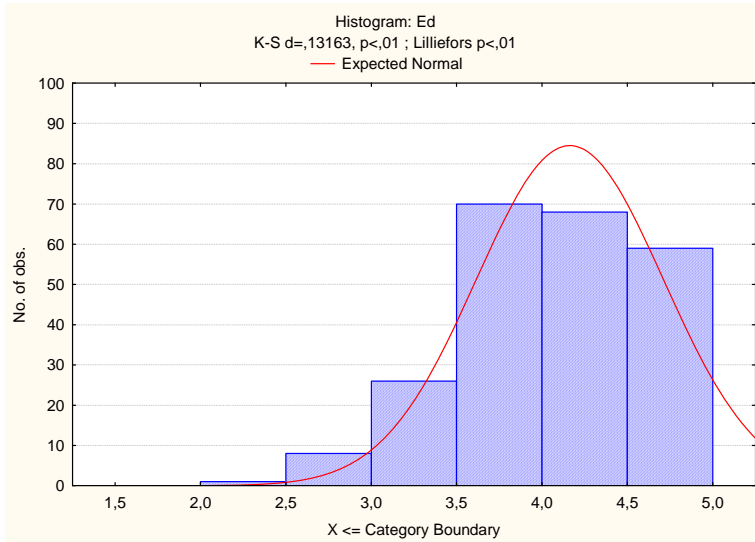
Tablica 2. Podstawowe statystyki opisowe zmiennej *ED* w grupach G0–G8

Parametr rozkładu	G0	G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7	G8
Średnia	4,163	4,209	4,096	4,207	4,101	4,172	4,148	4,261	4,176
Mediana	4,167	4,167	4,000	4,333	4,167	4,167	4,250	4,333	4,167
Odchylenie standardowe	0,547	0,517	0,581	0,537	0,553	0,517	0,592	0,502	0,544
Moda	4,500	4,500	4,000	4,500	4,000	4,000	4,500	4,500	4,500
Kwartył 3	3,833	3,833	3,667	3,833	3,833	3,833	3,667	4,000	3,833
Kwartył 3	4,667	4,667	4,500	4,667	4,500	4,542	4,667	4,667	4,583
Kurtoza	0,011	-0,47	0,296	-0,53	0,593	0,457	-0,49	-0,78	1,093

Źródło: obliczenia własne w programie Excel.

Rysunek 1. Histogram rozkładu zmiennej *I*.

Źródło: obliczenia własne w programie Statistica 8.0.

Rysunek 2. Histogram rozkładu zmiennej *Ed*.

Źródło: obliczenia własne w programie Statistica 8.0.

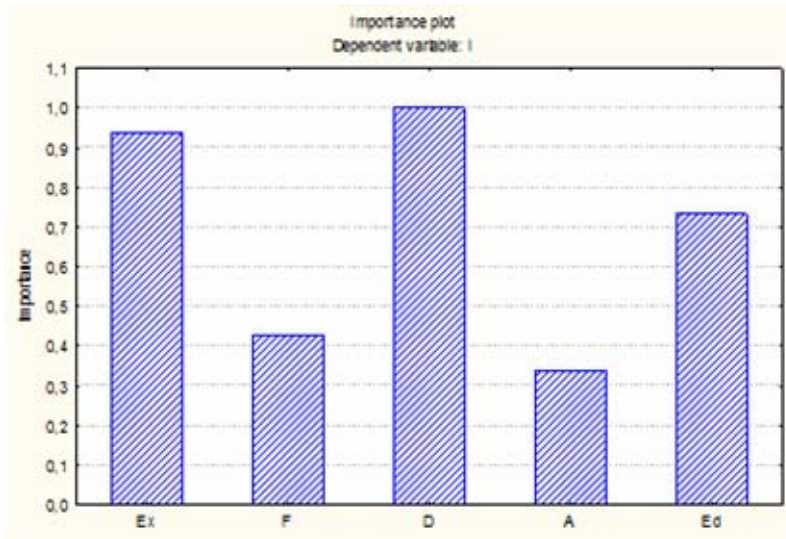
Dla każdej z analizowanych grup zbadano korelacje pomiędzy zmiennymi: edukacja z zakresu przedsiębiorczości oraz intencje przedsiębiorcze. Wyniki prezentuje Tab. 3 (kolorem szarym zaznaczono korelacje nieistotne statystycznie przy 5% poziomie istotności).

Tablica 3. Współczynniki korelacji liniowej Pearsona wyznaczone dla zmiennych *I* oraz *Ed* w podziale na grupy studentów G0–G8.

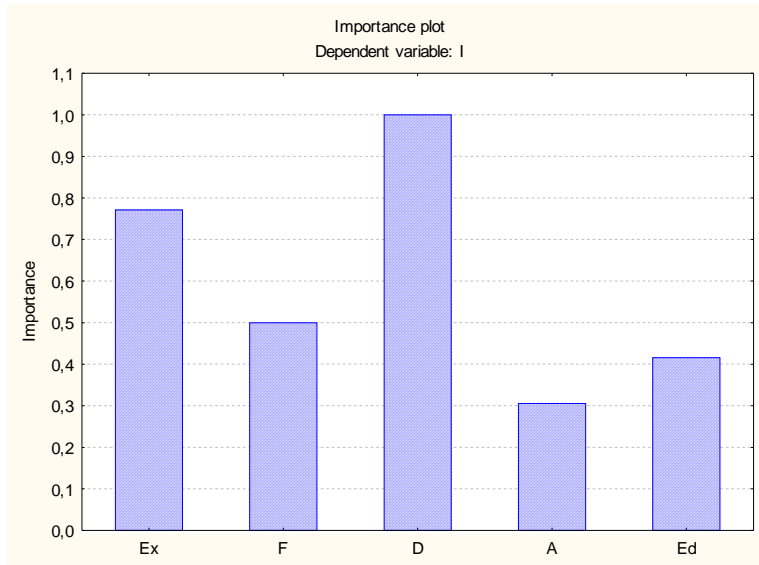
Badana grupa	G0	G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7	G8
Współczynnik korelacji Pearsona	0,191	0,321	0,115	0,184	0,222	0,080	0,287	0,112	0,288

Źródło: obliczenia własne w programie Gretl.

Na podstawie powyższych analiz cecha płeć zdaje się być istotna z punktu widzenia wpływu edukacji przedsiębiorczości na intencje przedsiębiorcze studentów, dlatego zbudowano dwa drzewa klasyfikacyjne (zastosowano algorytm CART, patrz Breiman i in. (1984)), gdzie zmienną zależną były intencje przedsiębiorcze w grupie mężczyzn i kobiet, natomiast zmiennymi niezależnymi (objaśniającymi) wszystkie pozostałe. Otrzymane wyniki dotyczące rankingu predyktorów prezentuje Rys. 3 i Rys. 4.



Rysunek 3. Ranking predyktorów dla zmiennej *I* zależnej w grupie kobiet
 Źródło: obliczenia własne w programie Statistica 8.0.



Rysunek 4. Ranking predyktorów dla zmiennej *I* zależnej w grupie mężczyzn.
 Źródło: obliczenia własne w programie Statistica 8.0.

V. ANALIZA WYNIKÓW BADAŃ

Analizując rozkład zmiennej intencje przedsiębiorcze (I) widzimy, iż jej średnia wartość oraz mediana jest wyraźnie większa w grupach G2 (mężczyźni) i G6 (studenci, których żaden z rodziców nie prowadzi własnej firmy) w stosunku do pozostałych (por. Tab.1). Oznacza to, iż studenci należący do tych dwóch grup mają wyższy poziom intencji przedsiębiorczych niż pozostali. Niemniej jednak, średnia wartość zmiennej edukacja przedsiębiorczości (Ed) jest w tych grupach relatywnie niska na tle pozostałych grup (por. Tab. 2), co może oznaczać, iż studenci należący do tych grup czerpią motywacje dla rozpoczęcia prowadzenia własnego biznesu z innych źródeł, niż uczelnia. Rozkłady wartości tych dwóch analizowanych cech w badanej próbie są zdecydowanie różne (zmienna I charakteryzuje się większym rozproszeniem (patrz Rys. 1 i Tab.1), w przypadku zmiennej Ed dominują wartości wysokie, z przedziału 3,5–5 (por. Rys. 2). Taka sytuacja sugerować może, iż korelacje pomiędzy tymi cechami nie są zbyt wysokie. Przekonują o tym wyniki zawarte w Tab. 3. W przypadku grup G2, G3, G5 i G7 wyliczone korelacje nie są istotne statystyczne. Co ciekawe, w przypadku kobiet (grupa G1) korelacja, choć w ogólności słaba, jest najsilniejsza ze zmierzonych. Nieco tylko mniejszy współczynnik korelacji dotyczy studentów z rodzin uboższych, gdzie dochód na głowę w rodzinie jest mniejszy niż mediana tego dochodu w próbie (grupa G8). Istotną statystycznie (przy poziomie istotności 5%), choć słabą korelację obserwujemy także w przypadku grup G0, G4 i G6. Okazało się jednak, że uwzględniając wszystkie brane pod uwagę w badaniu czynniki potencjalnie wpływające na intencje przedsiębiorczości, że jedynie w grupie kobiet edukacja przedsiębiorczości odgrywa znaczącą rolę (por. Rys 3). W grupie mężczyzn pełni już jednak rolę marginalną (por. Rys 4). Generalny wniosek jest więc następujący – uczelnia, kształcąc studentów z zakresu przedsiębiorczości nie generuje w ten sposób zbyt wielu przyszłych przedsiębiorców. Jak pokazuje analiza, to inne czynniki w znacznie większym stopniu decydują o zakładaniu przez studentów własnego biznesu. Wobec istotnej korelacji tych cech w grupie G0 nie można co prawda definitywnie zanegować wpływu zmiennej Ed na zmienną I , niemniej jednak odnosi się wrażenie, iż wyobrażenia studentów o celach i formie edukacji przedsiębiorczości raczej nie są związane z ich przyszłą decyzją o własnym biznesie. Co ciekawe, wbrew powszechnym opiniom, przyczyn nie należy upatrywać w zbyt teoretycznym nauczaniu studentów problematyki przedsiębiorczości – średni poziom wszystkich odpowiedzi na pytanie „Czy edukacja przedsiębiorczości powinna dostarczać wiedzę teoretyczną” był dość wysoki (przekroczył wartość 3,8). W ocenie studentów edukacja przedsiębiorczości ma pomagać w zakładaniu własnej firmy (tak zadeklarowało ponad 80% badanych). Skoro jednak tak się wyraźnie nie dzieje, może więc jest to sygnałem, że nie same treści nauczania są zbyt mało motywujące dla własnej przedsiębiorczości, ale niestety ich jakość.

VI. WNIOSKI I IMPLIKACJE

Celem artykułu było określenie zależności między postrzeganiem edukacji z zakresu przedsiębiorczości a poziomem intencji przedsiębiorczych studentów. Uzyskane wyniki badań zwracają uwagę na pewne niepokojące zjawiska i rozbieżności. Po pierwsze refleksji należy poddać wyniki wskazujące jak niewiele studentów planuje karierę przedsiębiorcy. Zadać należy zatem pytanie, co jest źródłem niechęci studentów oraz czy studia inspirują i właściwie przygotowują studentów do roli przedsiębiorcy. Zwrócić przy tym należy uwagę, że zdecydowana większość studentów deklaruje, że zetknęło się z edukacją z zakresu przedsiębiorczości. Co więcej, studenci ci nie oceniają otrzymywanej edukacji za niepotrzebną, a nawet deklarują nią zainteresowanie. Rozbieżność pojawia się zatem prawdopodobnie między postrzeganiem edukacji przedsiębiorczości przez wykładowców i studentów. Uzyskane wyniki ujawniają brak wiary studentów w aplikacyjny charakter pozyskiwanych wiedzy i kompetencji. Różnice w wynikach w grupie mężczyzn i kobiet sugerują, że edukacja w większym stopniu powinna wspierać intencje przedsiębiorcze kobiet.

Być może jedną z przyczyn małego zainteresowania przedsiębiorczością studentów jest wciąż panujące w kręgach akademickich błędne rozumienie znaczenia i zakresu przedsiębiorczości jako dyscypliny naukowej. Oferowana edukacja wydaje się w większym stopniu koncentrować na kompetencjach menedżerskich niż przedsiębiorczych (szerzej Kurczewska 2013). Kształcenie przyszłych przedsiębiorców powinno znacząco różnić się od kształcenia menedżerów. Podstawową charakterystyką stanowiącą o odrębności przedsiębiorców i menedżerów jest motywacja skłaniająca do założenia firmy, czyli właśnie intencje. Z kolei w istniejącej już firmie, menedżerowie skupiają się na doraźnych zyskach finansowych, a przedsiębiorcy zwracają uwagę na rozwój i przyrost zysków firmy (Carland i in. 1984). Edukacja menedżerów dotyczy przede wszystkim zarządzania dostępnymi zasobami, czyli zakłada istnienie przedsiębiorstwa. W przypadku edukacji przyszłych przedsiębiorców powinna ona wspierać proces identyfikacji i oceny pomysłów biznesowych, kształtować atrybuty przedsiębiorcze i postawy pro-przedsiębiorcze wśród młodych ludzi. Edukacja nie powinna koncentrować się wyłącznie na przekazywaniu umiejętności technicznych potrzebnych na przykład do napisania biznes planu, ale zająć się również etapami poprzedzającymi założenie firmy (w tym kształtowaniem intencji przedsiębiorczych), co wymaga poznania wartości, przekonań i emocji studentów.

LITERATURA

- Ajzen, I. (1991), *The theory of planned behavior*, Organizational Behavior and Human Decision Processes 50, 179–211.
- Bird, B. J. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management Review* 13, 442–453.
- Bjerke, B. (2007). *Understanding entrepreneurship*, Edward Elgar Publishing Limited, Cheltenham, Northampton.
- Breiman, L., Friedman, J.H., Stone, C.J., Olshen, R.A. (1984), *Classification and regression trees*, Wadsworth, Belmont (CA).
- Carland, J. W., Hoy, F., Boulton, W. R. Carland, J. A. C. (1984), *Differentiating Entrepreneurs from Small Business Owners: A Conceptualization*, *Academy of Management Review* 9/1984, 354–359.
- Clewes, D. (2003), *A Student – centred Conceptual Model of Service Quality in Higher Education*, „Quality in Higher Education”, vol. 9, no 1.
- Domański, Cz., Białek, J., Mikulec, A., Misztal, M. (2008), *Analiza jakości kształcenia na podstawie ogólnopolskich rankingów szkół wyższych*, „Acta Universitatis Lodziensis”, Folia Oeconomica 217, Łódź.
- Harvey, L., Green, D. (1993), *Delfinin quality, Assessment and Evaluation in Higher Education*, *An International Journal*, vol. 18, no 19.
- Iakovleva, T., Kolvereid, L. (2009), *An integrated model of entrepreneurial intentions*, „International Journal of Business and Globalisation” 3(1), 66–80.
- Kolvereid, L., Moen Ø. (1997), *Entrepreneurship among business graduates: does a major in entrepreneurship make a difference?*, „Journal of European Industrial Training” 21/4, 154–160.
- Krueger, N. F., Brazeal, D. V. (1994), *Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs*, „Entrepreneurship Theory and Practice” 18(3), 91–104.
- Krueger, N. (2009), *Entrepreneurial Intentions are Dead: Long Live Entrepreneurial Intentions*, [in:] Carsrud, A. L., Brännback, M. (eds.), *Understanding the Entrepreneurial Mind*, „International Studies in Entrepreneurship” 24, Springer 2009, 51–72
- Kurczewska, A. (2010a), *Intencje przedsiębiorcze, czyli co decyduje o przedsiębiorczości człowieka*, „Przegląd Organizacji” 10/2010, 20–23.
- Kurczewska, A. (2010b), *Problemy pomiaru intencji przedsiębiorczych*, „E-mentor” nr 36/2010, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie.
- Kurczewska A. (2013), *Przedsiębiorczość jako proces współdziaływania sposobności i intencji przedsiębiorczych*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne (PWE), Warszawa.
- Lena, L., Wong, P.-K. (2003), *Attitude towards entrepreneurship education and new venture creation*, „Journal of Enterprising Culture” 11(4), 339–357.
- Liñán, F. (2004). Intention-based models of entrepreneurship education, *Piccola Impresa / Small Business* 3, 11–35.
- Nasurdin, A., Ahmad N., Lin C.E. (2009), *Examining a Model of Entrepreneurial Intention Among Malaysian Using SEM Procedure*, „European Journal of Scientific Research” 33, 365–373.
- Rasheed, H.S. (2000), *Developing Entrepreneurial Potential in Youth: The Effects of Entrepreneurial Education and Venture Creation*, http://usasbe.org/knowledge/proceedings/proceedingsDocs/USASBE2001_proceedings-063.PDF
- Shapiro, A., Sokol, L. (1982), *The Social Dimensions of Entrepreneurship* [in:] *Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Shook, C.L., Priem, R.L., McGee, J.E. (2003), *Venture creation and the enterprising individual: a review and synthesis*, „Journal of Management” 29, 379–399.
- Shultz, T.R. (1980), *Development of the concept of intention*, [in:] Collins W.A. (ed.), *Development of cognition affect, and social relations*, The Minnesota Symposia on Child Psychology, vol. 13, Hillsdale, NJ: Erlbaum, 131–164.

- Stachowiak-Kudła, M. (2012), *Autonomia szkół wyższych a instytucjonalne mechanizmy zapewnienia jakości w Polsce i wybranych państwach europejskich*, Wydawnictwo Difin, Warszawa.
- Thompson, E. (2009). Individual Entrepreneurial Intent: Construct Clarification and Development of an Internationally Reliable Metric. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 669–694.

Jacek Bialek, Agnieszka Kurczewska

THE INTERPLAY BETWEEN ENTREPRENEURSHIP EDUCATION AND STUDENTS' ENTREPRENEURIAL INTENTIONS

Summary

The paper presents part of the results of the research project on students' entrepreneurial intentions. The aim of the study is to determine the influence of different groups of factors on entrepreneurial intentions that is students' perceptions of becoming an entrepreneur in future. In this paper the attention is mainly focused on a correlation between entrepreneurship education and students' entrepreneurial intentions.

Key words: entrepreneurial intentions, correlation analysis.