

**Maria Kocot**

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach  
ORCID 0000-0001-5150-3765

**Artur Kwasek**

Uczelnia Techniczno-Handlowa w Warszawie  
ORCID 0000-0003-4386-1444

[doi.org/10.34765/sp.0222.a03](https://doi.org/10.34765/sp.0222.a03)

# PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ OSÓB MŁODYCH JAKO DETERMINANTA ROZWOJU GOSPODARCZEGO W ŚWIETLE BADAŃ WŁASNYCH

## Streszczenie

Przedsiębiorczość to zjawisko determinowane gwałtownym rozwojem cyfryzacji i digitalizacji, przejawiającej się rozwojem nowych technologii teleinformatycznych ICT. Niezwykle istotną rolę w rozwoju gospodarczym odgrywa przedsiębiorczość osób młodych. Celem artykułu jest analiza postaw przedsiębiorczych studentów i perspektywa prowadzenia przez nich z sukcesem własnego biznesu. Postawiono hipotezę, że osoby młode wykazują potencjał przedsiębiorczy. Aby zweryfikować tę hipotezę, w styczniu 2022 roku przeprowadzono badania ankietowe zgodnie z zachowaniem standardów techniki CAWI. W przeprowadzonym badaniu wzięło udział 720 ankietowanych. Przeprowadzane badania pokazały, że młode osoby mają w sobie potencjał przedsiębiorczy: młode osoby są zaradne, kreatywne i pomysłowe. Planują w perspektywie prowadzenie własnego biznesu, analizując czynniki, które mogłyby przyczynić się do sukcesu i precyzując strategię działania.

**Słowa kluczowe:** przedsiębiorczość, przedsiębiorstwo, kapitał ludzki, kapitał intelektualny, organizacja.

**Kody JEL:** O10

Artykuł badawczy.

# ENTREPRENEURSHIP OF YOUNG PEOPLE AS A DETERMINANT OF ECONOMIC DEVELOPMENT IN THE LIGHT OF OWN RESEARCH

## Summary

Entrepreneurship is a phenomenon determined by the rapid development of digitization and digitalization, manifested by the development of new ICT technologies. The entrepreneurship of young people plays an extremely important role in economic development. The aim of the article is to analyze the entrepreneurial attitudes of students and the prospect of successfully running their own business. It was hypothesized that young people show entrepreneurial potential. In order to verify this hypothesis, a survey was conducted in January 2022 in accordance with the standards of the CAWI technique. 720 respondents took part in the study. The conducted research has shown that young people have entrepreneurial potential: young people are resourceful, creative and inventive. They plan to run their own business in perspective, analyzing the factors that could contribute to success and specifying the strategy of operation.

**Keywords:** entrepreneurship, enterprise, human capital, intellectual capital, organization

**JEL Codes:** O10

Research article.

## Wprowadzenie

Przedsiębiorczość stanowi zjawisko, które jest determinowane nieustannym rozwojem cyfryzacji i digitalizacji. Trendy te oznaczają rozwój nowych technologii teleinformatycznych. Są one niezwykle istotnym czynnikiem rozwoju w gospodarce opartej na wiedzy oraz modelach biznesowych. Postawy przedsiębiorcze przekładają się na lepszą efektywność funkcjonowania całego przedsiębiorstwa, ugruntowania jego pozycji rynkowej i jego lepszą konkurencyjność. Wiąże się to z wysoką efektywnością procesów produkcji, logistyki, zarządzania, marketingu oraz kontroli ryzyka w przedsiębiorstwach, które działają w różnych gałęziach gospodarki.

Proces aktywizacji działalności gospodarczej oraz jego wpływ na krajową gospodarkę staje się możliwy dzięki różnym rozwiązaniom systemowym. Takimi rozwiązaniami jest rosnący udział znaczenia podmiotów gospodarczych

w sektorze MSP, jak również rozwój zależności kooperacyjnych, klastrowych i kapitałowych. Niezwykle istotną rolę odgrywa przedsiębiorczość osób młodych. To zjawisko przyczynia się do rozwoju innowacyjności w sektorze przedsiębiorstw, a także poprawę relacji, współpracy między przedsiębiorstwami.

Celem artykułu jest analiza postaw przedsiębiorczych studentów i perspektywa prowadzenia przez nich z sukcesem własnego biznesu. Postawiono hipotezę, że osoby młode wykazują potencjał przedsiębiorczy.

## **Rola kapitału ludzkiego w organizacji**

Organizacje należy uznać za złożony system społeczny, dlatego też system ten powinien być analizowany jako całość. W ten sposób można pojąć zachowanie się jednostek w obrębie organizacji. Analogicznie, determinanty zachowań pracowników nie należy rozpatrywać bez odniesienia się do całego systemu organizacji. Kapitał ludzki zawiera z organizacją kontrakt odnoszący się do wzajemnych wymagań regulujących łączące ich relacje. Jest to swoisty zestaw oczekiwań jednostki do jej wkładu w działanie organizacji, a także tego, co uzyska od niego w zamian (Armstrong 2011, s. 253).

Pracownicy wnoszą do organizacji swój wkład. Jest z nim wysiłek, zdolności, kompetencje, lojalność. Organizacja ma za zadanie odpowiadać na te oczekiwania, proponując różnego rodzaju zachęty. Należą do nich płace, pewność zatrudnienia, czy też ścieżka kariery. Z kolei organizacja wymaga od pracowników efektywności, wydajności, poświęcenia, lojalności, a także podtrzymywania dobrego wizerunku organizacji. Jednakże pracownicy pragną, aby traktować ich z szacunkiem. Pragną zatem mieć możliwość uczenia się własnego rozwoju oraz być informowanymi o postępach w pracy (Kozusznik 2007, s. 40–41).

Brak zagwarantowania tych pragnień przez którąkolwiek ze stron kontraktu może skutkować bardziej zdecydowanymi reakcjami i zachowaniami, takimi jak frustracja czy złość. Zawiedzione oczekiwania mogą stać się źródłem rozczarowania. Takie kontrakty między stronami nie są zwykle formułowane ani przekazywane w sposób bezpośredni. Przekazuje się je za pomocą sugestii, aluzji lub komentarzy pracodawcy na temat konkretnych sytuacji występujących w organizacji. Biorąc pod uwagę obserwację czy analizę wspomnianych działań, personel organizacji może domyślić się, jakie są wymagania organizacji wobec pracowników, jak również tego, czego oni mogą oczekiwać od organizacji (Wellin 2010, s. 39).

Spółeczny system organizacji jest tworzony przez ludzi i funkcjonuje w oparciu o interakcje pomiędzy poszczególnymi istotami. Zatem tworzą się między nimi różnorakie relacje. W organizacji stosunki interpersonalne mogą przyjmować wydźwięk pozytywny lub negatywny. W pierwszym przypadku pracownicy darzą się sympatią szacunkiem, a utrzymywanie kontaktu jest dla nich przyjemne. Jednakże w sytuacji, kiedy członkowie organizacji wzajemnie nie darzą się sympatią, a wzajemne interakcje są uciążliwą koniecznością, wówczas dynamika interpersonalna staje się negatywna (Wellin 2010, s. 39).

Pozytywne relacje w miejscu pracy są zjawiskiem bardzo pożądanym, chociażby w kontekście zaspokajania potrzeb społecznych personelu, a także ich wpływu na zachowania ludzi w organizacji. Funkcjonowanie organizacji oraz jej powodzenie rynkowe pozostają w dużej mierze zależne od zachowań zatrudnionych ludzi. Zatrudnieni pracownicy wraz ze swoimi umiejętnościami kompetencjami stanowią trudno mierzalne czynniki miękkie. Decydują one o klimacie organizacji i budują jej kulturę, oddziałując na motywację i na wydajność personelu (Kozusznik 2007, s. 11).

Zrozumienie problematyki związanej z zachowaniami organizacyjnymi pozwala na skuteczne zarządzanie zasobami ludzkimi oraz organizacją jako całością. Wyzwolenie zachowań organizacyjnych w celu zmotywowania pracowników do działania zgodnego z celami organizacji wymaga wyszczególnienia różnorodnych pobudek, skłaniających ich do zachowań przedsiębiorczych, a także wywołania bodźców, które wpływają na podnoszenie wydajności (Edvinsson 2001, s. 17).

Aktywność ludzka w organizacji pozostaje zagadnieniem złożonym i jest uzależniona od wielu czynników, o zróżnicowanej sile oraz kierunku oddziaływania. Wpływają na niego bodźce o wewnętrznym charakterze, nierozdzielnie związane z jednostką, jak również te, które płyną ze świata zewnętrznego (Marek, Białasiewicz 2008, s. 15).

## Pojęcie i istota kapitału ludzkiego

Turbulentne warunki rynkowe wymuszają na współczesnych przedsiębiorstwach przystosowanie się do nowych warunków funkcjonowania, a także stawienie czoła coraz to nowym wyzwaniom i trudnościom. Konieczność poszukiwania nowych dróg, które zapewnią organizacji silną pozycję na rynku spowodowała zwiększenie zainteresowania znaczeniem kapitału intelektualnego

w ugruntowywaniu swojej pozycji na rynku. Niezwykle ważną rolę w kreowaniu kapitału intelektualnego spełnia kapitał ludzki.

Można stwierdzić, że potencjał ludzki odgrywa bardzo ważne znaczenie w budowaniu przewagi konkurencyjnej organizacji i powinien być uwzględniany w realizacji strategii przedsiębiorstwa. Należy mieć na uwadze, że najnowocześniejsze technologie ulegają amortyzacji, a inny kapitał może zostać przejęty przez organizację, zatem powinna ona skoncentrować się na swoich pracownikach, ich unikalnych umiejętnościach i kompetencjach. Kapitał ludzki stanowi najważniejsze bogactwo organizacji. W literaturze naukowej można spotkać różne ujęcia tego terminu.

Kapitał ludzki stanowi ucieleśnioną w ludziach wiedzę i umiejętności. Wzrost poziomu wykształcenia, kwalifikacji i doświadczenia zawodowego są czynnikami zwiększającymi produkcję przy określonym zasobie kapitału rzeczowego. Pracownicy zdobywają wiedzę i umiejętności dzięki nauce, szkoleniach i gromadzeniu doświadczeń (Begg 1992, s. 82).

Kapitał ludzki stanowi połączoną wiedzę, umiejętności, kompetencje, innowacyjność i zdolność osób zatrudnionych w przedsiębiorstwie do sprawnego wykonywania zadań, bez możliwości traktowania tych czynników jako własność przedsiębiorstwa (Edvinsson 2001, s. 17).

Kapitał ludzki stanowi wszelkie zasoby (ludzie jako ich nośnik), a także wiedzę (jawną i cichą, deklaratywną i proceduralną), wartości, poglądy, zdolności, normy, inteligencję emocjonalną, postawy itp. Konfiguracja tych zasobów jest skierowana na pozostałe zasoby organizacji i aktywizuje działanie organizacji dla tworzenia wartości. Jej wielkość jest determinowana wzajemną strukturą połączeń między wszystkimi zasobami (Breu i in. 2002, s. 84).

Kapitał ludzki stanowią zasoby kwalifikacyjne, umiejętności adaptacyjne oraz powszechność postaw innowacyjnych pracowników (Gilejko 2002, s. 150). Jest to wartość posiadanych informacji i wiedzy, które umożliwiają ludziom wytwarzanie dóbr i usług (Kisielnicki 2008, s. 33).

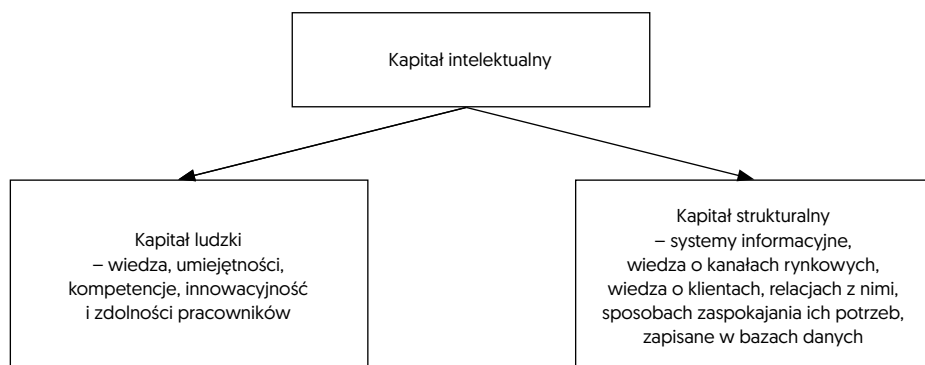
Kapitał ludzki stanowi źródło innowacji i rozwoju. Jest on zintegrowany z określonym pracownikiem, jego umiejętnościami, kompetencjami, wiedzą, doświadczeniem i możliwościami działań w organizacji (Dziuba 2000, s. 62). Zasoby ludzkie pozostają ściśle związane z przedsiębiorstwem i z jego misją. Pracownicy posiadają kreatywne kwalifikacje i postawy. Zasoby ludzkie powinny być traktowane jako motor i serce organizacji (Żemigała 2008, s. 155). Kapitał ludzki określany jest także jako zdolności adaptacyjne, poziom wykształcenia i powszechność postaw innowacyjnych wśród zatrudnionych (Gilejko 2002, s. 150).

Przedstawione powyżej definicje kapitału ludzkiego podkreślają, że odgrywa on najistotniejszą rolę w procesie przekazywania, powstawania i wykorzystywania wiedzy w praktyce biznesowej. Pracownicy stanowią nieprzecenione bogactwo każdej organizacji i kluczowy nośnik tworzenia i dystrybucji wiedzy. To właśnie w ludzkim umyśle zostaje ucieleśniony kapitał wiedzy, który zawsze jest nierozzerwalnie powiązany z człowiekiem.

## Relacje pomiędzy kapitałem ludzkim a kapitałem intelektualnym

W literaturze naukowej często pojęcie kapitału ludzkiego jest stosowane wymiennie pojęciem kapitału intelektualnego. Niemniej jednak kapitał ludzki stanowi jeden z elementów kapitału intelektualnego organizacji. Często synonimiczne operowanie tymi pojęciami wynika z tego, że kapitał ludzki stanowi integralną część kapitału intelektualnego. Kapitał intelektualny można różnić według dwóch kategorii: kapitału ludzkiego oraz kapitału strukturalnego, który z kolei obejmuje tę część kapitału intelektualnego przedsiębiorstwa, która powstała w efekcie określonego oddziaływania kapitału ludzkiego i zarazem pozostaje jego formą zmaterializowaną pod postacią trwałych wartości dla przedsiębiorstwa. Wzajemne interakcje pomiędzy tymi pojęciami przedstawiono na rysunku 1.

**Rysunek 1.** Kapitał intelektualny i jego składowe



Źródło: opracowanie własne.

Analizując elementy składowe kapitału intelektualnego można stwierdzić jednoznacznie, że pochodną kapitału intelektualnego jest nie tylko kapitał strukturalny, lecz także i kapitał relacji społecznych. Ten ostatni można rozumieć jako tę część kapitału intelektualnego organizacji, która powstała w rezultacie interakcji z podmiotami zewnętrznymi, odgrywający mi ważną rolę dla efektywnego funkcjonowania organizacji.

W obrębie powyższych kapitałów można zaobserwować ścisły związek przyczynowo-skutkowy z racji tego, że na bazie kapitału ludzkiego wypracowuje się w organizacji kapitał strukturalny, a także kapitał relacji zewnętrznych.

Istotę kapitału intelektualnego podkreśla fakt, że jest on często określany mianem bogactwa organizacji lub skarbu organizacji. Jest on postrzegany jako siła napędzająca współczesną gospodarkę opartą na wiedzy. Nad współczesną rzeczywistością gospodarczą zapanował wiek wiedzy, zwany także wiekiem informacji. Zmodyfikował on postrzeganie potencjału organizacji w aspekcie jego wykorzystania (Kisielnicki 2008, s. 33).

W literaturze przedmiotu można spotkać różne definicje kapitału intelektualnego. Jest on postrzegany jest on jako siła ludzkiego umysłu, marki i znaki handlowe, ale także aktywa zaksięgowane w wartościach historycznych, przekształcone z czasem w kapitał o znacznie większej wartości (Żemigala 2008, s. 155).

Jest to wiedza, z możliwością przekształcania w wartość, zobrazowanie dynamicznego procesu zarządzania wiedzą. Stanowi sumę wszelkiej wiedzy posiadanej przez każdą jednostkę w organizacji, gwarantującej organizacji przewagę konkurencyjną na rynku. W ramach kapitału intelektualnego można wyróżnić cztery składowe: dziedzictwo genetyczne, edukację, doświadczenie i postawę wobec życia i biznesu. Kapitał intelektualny stanowi zdolności i kompetencje do wykorzystania wiedzy przez wspólnotę społeczną (Dyer, Shafer 2003, s. 22–123).

Stanowi także sumę wiedzy posiadanej przez zasoby ludzkie, tworzące społeczność organizacji oraz praktyczne przekształcanie tej wiedzy w składniki wartości przedsiębiorstwa. Wszelkie niewymierne elementy organizacji, które kształtują różnicę pomiędzy całkowitą wartością organizacji, a jego wartością finansową stanowią składowe kapitału intelektualnego (Breu, Hafner, Weber, Novak 2002, s. 84).

Nazywany jest także całkowitym kapitałem organizacji, który odnosi się do wiedzy w nim zawartej. Składowymi kapitału intelektualnego są wiedza i doświadczenie pracowników, marka, zaufanie klientów, umowy, patenty,

systemy informacyjne, procedury administracyjne, efektywność procesów i znaki handlowe (Wrycza 2010, s. 66).

Kapitał intelektualny stanowi cały majątek organizacji wynikający z wiedzy i efekt procesu transformacji wiedzy (Ujwary-Gil 2009, s. 27). Stanowi wiedzę samą w sobie, zamienioną wartość intelektualną albo aktywa intelektualne organizacji. Pojęcie to zastępowane jest często takimi terminami jak aktywa intelektualne, aktywa wiedzy czy własność intelektualna (Jarugowa, Fijałkowska 2002, s. 58–59).

Kapitał intelektualny stanowi wiedzę połączoną z doświadczeniem, umiejętnościami i kompetencjami ludzkimi (Mroziewski 2008, s. 36–37). Jest to posiadana wiedza, doświadczenie, dobre stosunki z klientami, technologia organizacyjna, a także wszelkie umiejętności, które pozwalają na osiągnięcie przewagi konkurencyjnej na rynku (Kozusznik 2007, s. 11).

Kapitał intelektualny pozostaje zatem niezwykle ważny w przedsiębiorstwie i wraz z kapitałem materialnym stanowi całkowitą wartość każdej organizacji. Kiedy zostanie on niedostrzeżony, jego znaczenie w kształtowaniu wartości organizacji także jest niedostrzegalne. Zatem pomijanie kapitału intelektualnego w zarządzaniu organizacją stanowi ogromny błąd i może stać się przyczyną rychłego upadku organizacji. Dlatego tak ważne staje się właściwe i efektywne zarządzanie tym kapitałem.

Zarządzanie kapitałem intelektualnym sprowadza się do efektywnej identyfikacji, pomiaru oraz wykorzystania i rozwoju i ukrytego potencjału organizacji. Skuteczność zarządzania tym kapitałem zależy przede wszystkim od stopnia realizacji wyszczególnionych wcześniej działań. Zarządzanie kapitałem intelektualnym powinno stanowić integralną część strategii każdego przedsiębiorstwa. Taka strategia powinna definiować jej model biznesowy, co z kolei jest pochodną najważniejszych elementów kapitału intelektualnego i określenia ich relacji z aktywami materialnymi organizacji. Podczas zarządzania kapitałem intelektualnym powinno się zidentyfikować określone elementy aktywów niematerialnych, dokonać ich pomiaru oraz właściwie wykorzystywać, co prowadzi do osiągnięcia celów strategicznych (Ujwary-Gil 2009, s. 27).

Skuteczne zarządzanie kapitałem intelektualnym zmusza organizację do inteligentnego działania poprzez wprowadzanie innowacji, tworzenie coraz bardziej wartościowych i udoskonalonych jakościowo produktów i usług, podejmowanie trafnych decyzji twórczych, systematyczną pracę personelu organizacji, opierającą się na wiedzy, wzrost efektywności i skuteczności działania organizacji oraz wykształcenie przedsiębiorczych cech wśród zasobów ludzkich.



## Przedsiębiorczość jako proces

W literaturze przedmiotu przedsiębiorczość pojmowana jest jako proces planowania, organizowania, prowadzenia działalności gospodarczej i podejmowania związanego z nią ryzyka (Klich 2013, s. 20–33; Pluta, Serafin 2016, s. 177–197). Pojmowana jest jako całokształt działań związanych z uruchomieniem nowego przedsięwzięcia. Przedsiębiorczość dąży do przekształcania pomysłu, projektów konkretny wyrób lub usługę, które zaspokajając pewne potrzeby zdolne są generować zysk. Postawy przedsiębiorcze oznaczają inicjatywę jednostki, podejmującej nowe działania pod wpływem impulsu lub pomysłu i zdolnej ponieść przy tym nieuniknione ryzyko (Krull, Mackinnon 2016, s. 249–277).

Przedsiębiorczość stanowi niezwykle pożądane zjawisko we współczesnych przedsiębiorstwach. Pozwala bowiem na wprowadzenie innowacji, poprzez nowe kombinacje czynników produkcji, tworzy nowe wyroby, procesy wytwórcze, techniki i technologie wytwarzania, sposoby organizacji produkcji i dystrybucji dóbr i usług (Ciekankowski 2010, s. 12; Nath, Agrawal 2020, s. 1589–1611).

Warto w tym miejscu zaznaczyć, iż wykształcenie się umiejętności skutecznej odpowiedzi na nadchodzące zmiany w otoczeniu biznesowym wymaga działań przedsiębiorczych, prowadzących do uzyskania najwyższej efektywności, skuteczności funkcjonowania przedsiębiorstwa (Luthar 2012, s. 429–449). Błyskawiczna reakcja na bodźce płynące z otoczenia, elastyczność w działaniu i kompetencyjność można osiągnąć poprzez wykorzystanie innowacyjnych praktyk oraz narzędzi, będących wyposażeniem przedsiębiorstw, nacechowanych przedsiębiorczą postawą zatrudnionych w nich pracowników (Osuch 2012, s. 112; Rzepka 2019, s. 642–649). Z pewnością więc umiejętność organizacji do tworzenia „nowości” – w obszarze produktów, usług czy procesów biznesowych staje się nieodłączną cechą przedsiębiorczości, wykorzystującej szanse płynące z działalności społecznej (Sallnäs, Björklund 2020, s. 1177–1193; García-Granero, Piedra-Muñoz, Galdeano-Gómez 2020, s. 8–31).

Podążanie wyzwaniom współczesności stawia znaczne wymagania poszczególnym przedsiębiorstwom. Jednym ze sposobów sprostania tym wyzwaniom jest wykształcenie postaw przedsiębiorczych, co z kolei wymaga zaawansowania procesów innowacyjnych (Olesiński 2016, s. 31–33; Munodawafa, Johl 2019, s. 60–67). Procesy te są kształtowane przez informacje płynące z rynku, często będąc konsekwencją działalności społecznej. Wykształcenie się postaw przedsiębiorczych pozwala na wykorzystanie tych informacji,

traktując je jako impuls do działania i jednocześnie wyzwanie do realizacji nowych celów (Krull, Mackinnon 2016, s. 249–277). Umiejętność diagnozy i kategoryzacji potrzebnych zasobów, przydatnych w wykorzystaniu szans rynkowych, dokonanie oceny adekwatności zasobów własnych i pozyskanie niezbędnych zasobów z otoczenia staje się podstawą do wyznaczenia potrzeb innowacyjnych (Sajdak 2013, s. 73).

Wykształcenie się pożądaney odpowiedzi na nadchodzące zmiany w otoczeniu rynkowym wymaga działań przedsiębiorczych i innowacyjnych (Oleśński 2016, s. 31–33). Posunięcia te prowadzą do uzyskania najwyższej efektywności, skuteczności i satysfakcji klientów (Kathuria, Partovi 2009, s. 21–39). Szybka reakcja na bodźce płynące z otoczenia, kompetencyjność i elastyczność w działaniu można osiągnąć poprzez wykorzystanie przedsiębiorczych praktyk oraz narzędzi, będących wyposażeniem przedsiębiorstw, aktywnych pod względem działalności społecznej (Nath, Agrawal 2020, s. 1589–1611). Takie przedsiębiorstwo potrafi elastycznie dostosować się do zmieniających się warunków otoczenia (Sumukadas, Sawhney 2012, s. 101–102).

Umiejętność diagnozy i kategoryzacji potrzebnych zasobów, przydatnych w wykorzystaniu szans rynkowych, dokonanie oceny adekwatności zasobów własnych i pozyskanie niezbędnych zasobów z otoczenia staje się podstawą do wyznaczenia potrzeb przedsiębiorczych (Sajdak 2013, s. 73).

## **Przedsiębiorczość osób młodych w świetle badań własnych**

Problemem badawczym w niniejszym artykule jest określenie postaw przedsiębiorczych studentów i ich szans na prowadzenie własnego biznesu. Aby uszczegółowić przyjęty problem badawczy, postawione zostały następujące pytania badawcze:

1. Czy młode osoby uważają się za przedsiębiorcze?
2. Jakie wyniki uzyskiwali respondenci podczas swojej edukacji szkolnej?
3. Jak młode osoby oceniają swoje szanse na sukces we własnym biznesie?
4. Jakie są cechy osoby przedsiębiorczej i czynniki sukcesu we własnym biznesie?
5. Czy młode osoby mają w planach założenie własnej firmy?
6. Jakie działania powinny być podejmowane, przy ustalaniu decyzji zarządczych?

7. Co motywuje młodych ludzi do założenia własnej firmy?
8. Jakie aspekty są uwzględniane podczas projektowania własnego biznesu?

Badania zostały przeprowadzone w styczniu 2022 roku. W tym okresie do respondentów rozsyłany był kwestionariusz ankiety, zgodnie z zachowaniem standardów techniki CAWI. Wyniki ankiet zostały opracowane przy pomocy programu SPSS Statistic, od wielu lat najczęściej stosowanego programu do ilościowej analizy danych w naukach społecznych (Ritzer, Dean, Jurgenson 2012, s. 379–398). Dzięki niemu została przeprowadzona pogłębiona analiza danych, która pozwoliła zweryfikować postawione wcześniej hipotezy. W przeprowadzonym badaniu wzięło udział 720 ankietowanych. Respondenci pochodzili z różnych regionów Polski. W artykule podjęto próbę określenia ilościowego związku między zmiennymi z wykorzystaniem współczynnika korelacji Pearsona.

Dane socjodemograficzne respondentów przedstawiono w tabeli 1.

**Tabela 1.** Dane socjodemograficzne ankietowanych

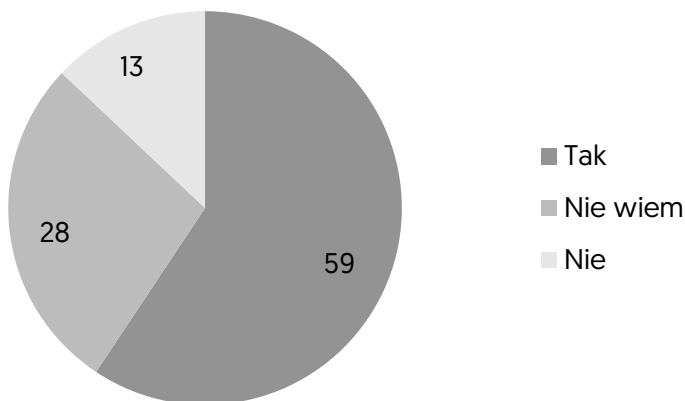
Liczba	Wyszczególnienie	Procent
<b>1. Płeć:</b>		
Kobieta	380	60,1%
Mężczyzna	252	39,9%
<b>Razem</b>	<b>632</b>	<b>100,0%</b>
<b>2. Miejsce zamieszkania:</b>		
Wieś	161	25,5%
Miasto do 20 tys. mieszkańców	56	8,9%
Miasto 21–50 tys. mieszkańców	69	10,9%
Miasto 51–200 tys. mieszkańców	57	9,0%
Miasto powyżej 200 tys. mieszkańców	289	45,7%
<b>Razem</b>	<b>632</b>	<b>100,0%</b>
<b>3. Szkoła:</b>		
VISTULA	252	39,9%
UTH	181	28,6%
WSB	199	31,5%
<b>Razem</b>	<b>632</b>	<b>100,0%</b>
<b>4. Aktywność zawodowa:</b>		
Nie pracuję	66	10,4%
Pracuję na stałe	434	68,7%

Pracuję dorywczo	96	15,2%
Prowadzę własną firmę	25	4,0%
Prowadzę gospodarstwo rolne	1	0,2%
Pracuję na stałe i prowadzę działalność gospodarczą	10	1,6%
<b>Razem</b>	<b>632</b>	<b>100,0%</b>
<b>5. Rok studiów:</b>		
1.	286	45,3%
2.	218	34,5%
3.	51	8,1%
4.	19	3,0%
5.	58	9,2%
<b>Razem</b>	<b>632</b>	<b>100,0%</b>

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonych badań.

Podczas badania ustalono, że większość badanych uważa się za osobę przedsiębiorczą (59%). 28% jest przeciwnego zdania. Dokładne dane przedstawiono na wykresie 1.

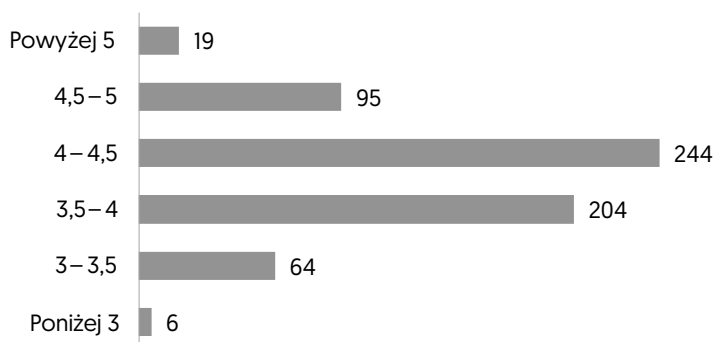
**Wykres 1.** Poczucie przedsiębiorczości (w proc.)



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonych badań.

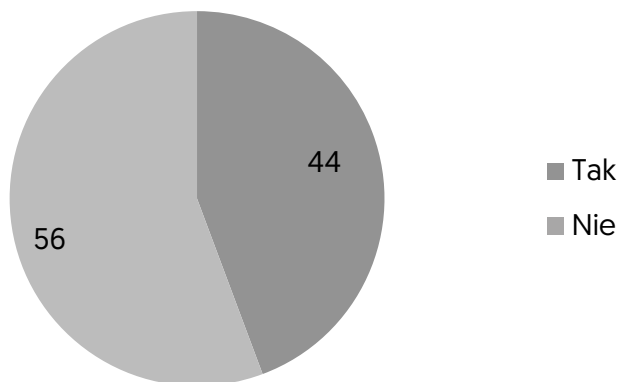
Starano się także określić, jakie były osiągnięcia respondentów podczas trwania ich edukacji. I tak okazało się, że największa część osób w szkole średniej osiągnęła średnią pomiędzy 4–4,5, a 44% ankietowanych mogło pochwalić się świadectwem z „czerwonym paskiem”. Podobnie, podczas trwania studiów najczęściej ankietowanych miało średnią oscylującą w granicach 4–4,5. Dokładne dane na ten temat zaprezentowano na rys. 3,4 i 5.

**Wykres 2.** Średnia ocen ze szkoły średniej



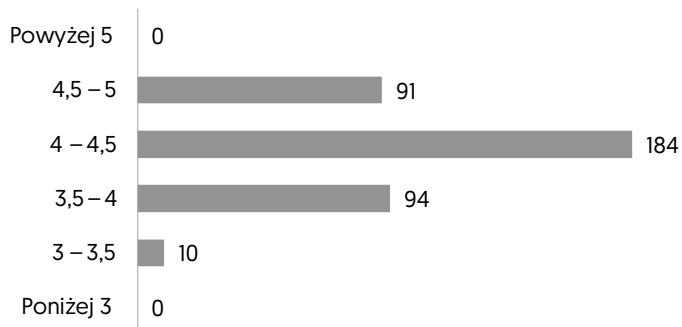
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonych badań.

**Wykres 3.** Świadectwo z wyróżnieniem (w proc.)



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonych badań.

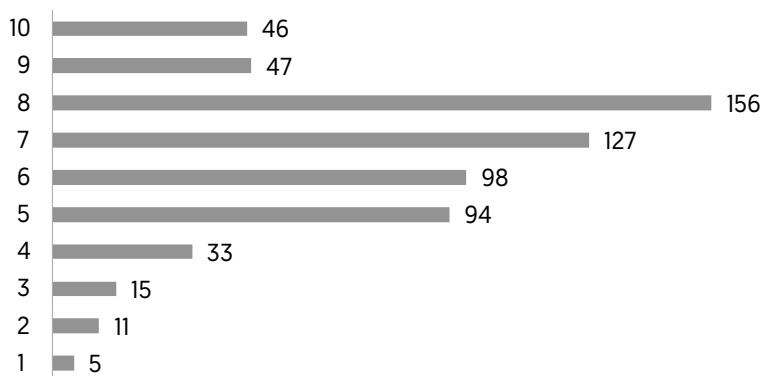
#### Wykres 4. Średnia ocen na studiach



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonych badań.

Ankietowani ocenili także swoje szanse na sukces w prowadzeniu własnego biznesu. Miarą ich odpowiedzi była skala 1–10. Szczegółowe dane na ten temat przedstawiono na wykresie 5.

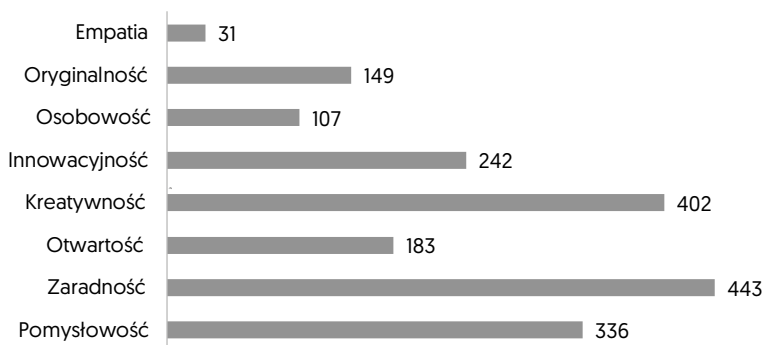
#### Wykres 5. Szansa na sukces w prowadzeniu własnego biznesu



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonych badań.

Respondenci wskazali atrybuty, jakie według nich powinna posiadać osoba przedsiębiorcza. Najistotniejszą według nich jest zaradność, dalej kreatywność i pomysłowość. Dokładne wyszczególnienie tych cech pokazano na wykresie 6.

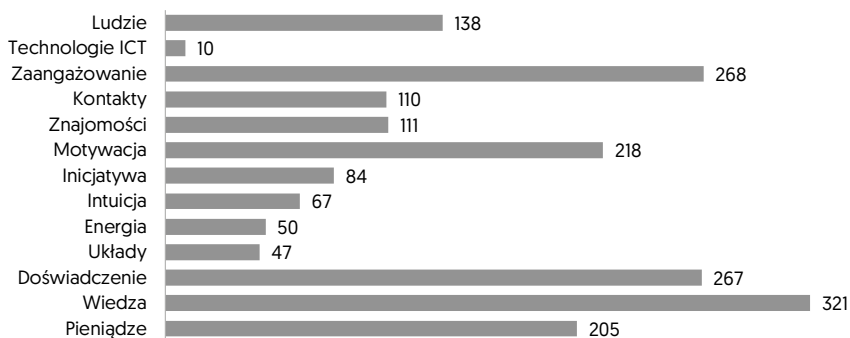
**Wykres 6.** Cechy osoby przedsiębiorczej



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonych badań.

Oprócz tych cech, osoby poddane badaniu, wskazały trzy czynniki, które ich zadaniem przyczyniają się do osiągnięcia sukcesu we własnym biznesie. Najważniejsze z nich to wiedza, zaangażowanie i doświadczenie. Wachlarz atrybutów, które przyczyniają się do sukcesu we własnym biznesie pokazano na wykresie 7.

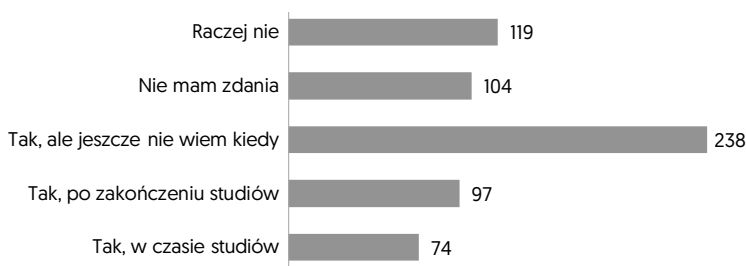
**Wykres 7.** Czynniki sukcesu we własnym biznesie



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonych badań.

Wielu ankietowanych ma w planach założenie własnej firmy, jednak nie wiedzą oni jeszcze, kiedy miałyby to nastąpić. Plany te obrazuje wykres 8.

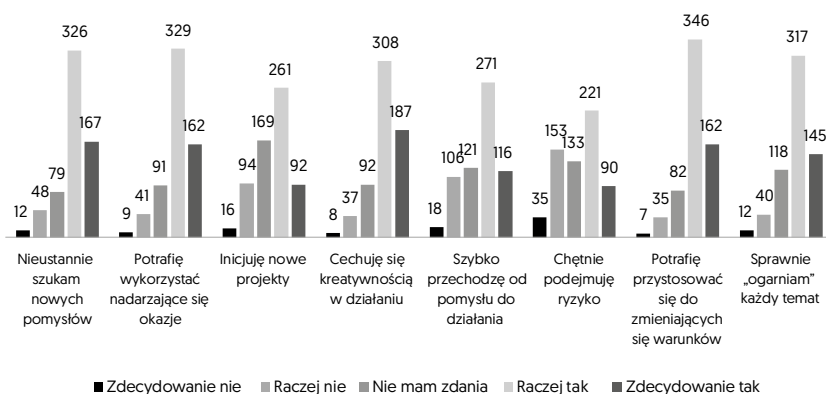
**Wykres 8.** Plany założenia własnej firmy



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonych badań.

Ciekawą kwestią okazało się wyodrębnienie działań, jakie podejmują respondenci, podejmując decyzje zarządcze. Okazało się, że potrafią przystosować się do zmieniających się warunków, wykorzystywać nadarzające się okazje, nieustannie szukać nowych pomysłów, sprawnie zająć się każdym tematem, cechować się kreatywnością w działaniu, inicjować nowe projekty i podejmować ryzyko. Dokładne wyszczególnienie tych aktywności przedstawiono na wykresie 9.

**Wykres 9.** Działania podejmowane podczas planowania biznesu i podejmowania decyzji zarządczych

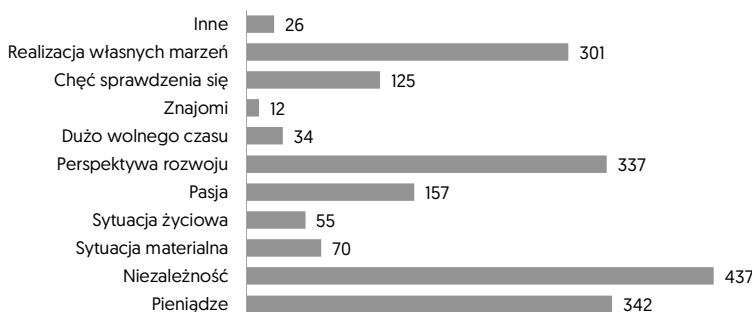


Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonych badań.



Respondenci są silnie zmotywowani do założenia własnej firmy. Popycha ich do tego chęć niezależności, motyw zarobkowy i ciekawa perspektywa rozwoju (wykres 10).

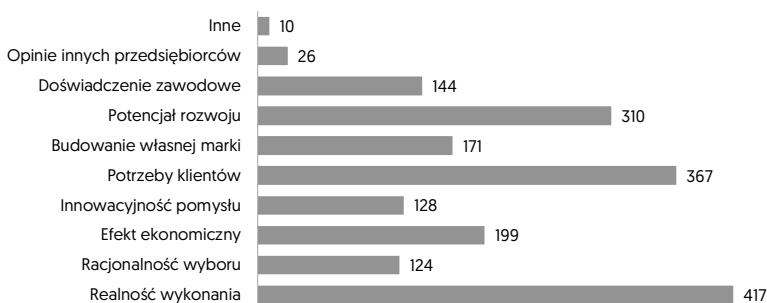
**Wykres 10.** Motywatory do założenia własnej działalności



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonych badań.

Okazuje się, że osoby poddane badaniu wybierając pomysł na biznes, najczęściej w pierwszej kolejności uwzględnią realność wykonania, potrzeby klientów i potencjał rozwoju. Dokładne informacje na ten temat przedstawiono na wykresie 11.

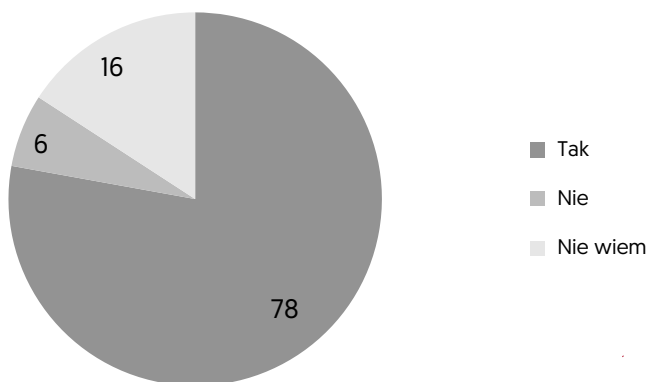
**Wykres 11.** Aspekty uwzględniane podczas wyboru pomysłu na biznes



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonych badań.

Interesującym jest, iż zdecydowana większość ankietowanych uważa, że można być osobą przedsiębiorczą w dużej korporacji (por. rys.13).

**Wykres 12.** Przedsiębiorczość w dużej korporacji (w proc.)



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonych badań.

W artykule podjęto próbę określenia ilościowego związku między zmiennymi z wykorzystaniem współczynnika korelacji Pearsona. Uzyskane wyniki wskazują na miarę liniowej zależności między zmiennymi, które miały charakteryzować cechy osoby przedsiębiorczej w kontekście sposobu myślenia o biznesie i sposobie podejmowania decyzji.

W badaniu postawiono szereg pytań, których celem było zbadanie postaw przedsiębiorczych wśród studentów.

Na szczególną uwagę zasługuje pytanie w ankiecie (nr 15), które miało na celu wskazanie i sparametryzowanie obszarów przedsiębiorczego działania i zostało sformułowane w następujący sposób: „Myśląc o biznesie i podejmując decyzję zarządcze:

- nieustannie szukam nowych pomysłów,
- potrafię wykorzystać nadarzające się okazje,
- Inicjuje nowe projekty,
- cechuję się kreatywnością w działaniu,
- szybko przechodzę od pomysłu do działania,
- chętnie podejmuje ryzyko,
- potrafię przystosować się do zmieniających się warunków,
- sprawnie „ogarniam” każdy temat.”

Odpowiedzi na powyższe pytania zawierały się w stwierdzeniach: stwierdzeniach: zdecydowanie nie, raczej nie, nie mam zdania, raczej tak, zdecydowanie tak.

Dla tego pytania opracowano tabelę korelacji za pomocą funkcji arkusza kalkulacyjnego Excel, która posiada następującą składnię =licz.jeżeli(zakres;kryteria). W ten sposób uzyskano tabelę współczynników korelacji pomiędzy wyodrębnionymi zmiennymi, co przedstawiono w tabeli 2.

**Tabela 2.** Współczynniki korelacji dla zidentyfikowanych zmiennych

Nieustannie szukam nowych pomysłów	1							
Potrafię wykorzystać nadarżające się okazje		1						
Inicjuję nowe projekty			1					
Cechuję się kreatywnością w działaniu				1				
Szybko przechodzę od pomysłu do działania					1			
Chętnie podejmuję ryzyko						1		
Potrafię przystosować się do zmieniających się warunków							1	
Sprawnie „ogarniam” każdy temat								1

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonych badań.

Wartość współczynnika korelacji zawiera się w przedziale 0–1. Ponadto wskazuje siłę korelacji między wyodrębnionymi zmiennymi. Teoretycznie rzecz ujmując wyniki poniżej zera wskazują na ujemną korelację, a wyniki większe

od zera – dodatnią korelację liniową. Na podstawie uzyskanych wyników można stwierdzić, że istnieje bardzo silny związek między wyodrębnionymi zmiennymi.

## Konkluzje

Zatrudnieni pracownicy z pewnością wzbogacają potencjał rozwojowy przedsiębiorstwa. Jednak warunkiem takiego stanu rzeczy jest umiejętność właściwego zarządzania zasobami ludzkimi. Sukces rynkowy każdego przedsiębiorstwa w głównej mierze determinowany jest postawą zatrudnionych w nich pracowników. Zależy on niewątpliwie od ich umiejętności i zaangażowania, jak również od stałego rozwoju i motywacji do pracy. Stąd tak ważna rola kierownictwa firmy. Niezwykle istotne staje się zatem wykształcenie i umocnienie w pracownikach atrybutów przedsiębiorczości. Przekładają się one na umiejętność doboru i zaangażowania w działalność gospodarczą, która prowadzona jest w warunkach ryzyka. Tylko przedsiębiorczy pracownicy z pewnością będą przyczyniać się do sukcesu, jakie przedsiębiorstwo może odnieść na rynku.

Przeprowadzane badania pokazały, że młode osoby mają w sobie potencjał przedsiębiorczości. Uwidocznili się on już podczas trwania ich edukacji, gdzie wielu z nich osiągnęło bardzo dobre wyniki nauczania. Pozwoliło to na wykształcenie się atrybutów, jakie powinna posiadać osoba przedsiębiorcza. Młode osoby są zaradne, kreatywne i pomysłowe. Cechuje ich także innowacyjność, oryginalność, otwartość, osobowość oraz empatyczność.

Młode osoby mając w perspektywie prowadzenie własnego biznesu, analizowały czynniki, które mogłyby przyczynić się do sukcesu. Osoby te stawiają na wiedzę i doświadczenie. Ponadto bardzo ważne jest zaangażowanie i odpowiednia motywacja oraz zatrudnienie ludzi o wysokich kompetencjach. Nie bez znaczenia są także znajomości i wypracowanie odpowiednich kontaktów. Ważna jest także inicjatywa, intuicja, dobra energia i wypracowane układy. Sukces zapewnia także wdrożenie najnowocześniejszych technologii ICT.

Analiza tych czynników powoduje, że wiele młodych osób ma w planach założenie własnej firmy. Snując takie plany i podejmując decyzje zarządcze, młode osoby bez problemu potrafią przystosować się do zmieniających się warunków. Ponadto potrafią wykorzystać nadarzające się okazje i szukać nowych pomysłów. Młode osoby szybko przechodzą od pomysłu do działania, inicjując nowe projekty nie wahają się także podjąć ryzyka. To powoduje,

że istnieje szereg motywatorów, które popychają młodych ludzi do założenia własnej firmy. Osoby te pragną stać się niezależne i posiadać perspektywę własnego rozwoju oraz realizacji własnych marzeń. Nie bez znaczenia jest także chęć zarobienia pieniędzy, oraz chęć sprawdzenia się na rynku. Często założenie własnej działalności jest wynikiem ich pasji. Czasami jednak są to bardziej prozaiczne powody, takie jak niepewna sytuacja materialna czy życiowa, a także nadmiar wolnego czasu.

Jednocześnie, młodzi ludzie decydując się na założenie własnego biznesu, mają już ściśle sprecyzowaną strategię działania. Planując własny biznes biorą pod uwagę realność jego wykonania, potrzeby klientów, potencjał rozwoju, efekt ekonomiczny i doświadczenie zawodowe.

Wyodrębnione korelacje wskazały, iż osoby, które nieustannie poszukują nowych pomysłów, doskonale potrafią wykorzystać nadarżające się okazje i przystosować się do zmieniających się warunków. Ze kolei pracownicy, którzy potrafią wykorzystać nadarżające się okazje, równocześnie cechują się kreatywnością w działaniu. Ta cecha jest bardzo przydatna w szybkim przechodzeniu od pomysłu do działania.

Badania odbywały się podczas trwania pandemii koronawirusa, dlatego też Autorzy badań nie mieli możliwości osobistego spotkania się z respondentami i przeprowadzenia bardziej szczegółowego wywiadu, co można z pewnością uznać za istotne ograniczenie niniejszego badania.

W przyszłości ciekawym byłoby wykonanie podobnych badań naukowych przeprowadzonych wśród studentów uczelni zagranicznych. W ten sposób można by dokonać porównań postaw przedsiębiorczych studentów rodzimych uczelni i zagranicznych. Tematy te mogłyby stanowić ciekawy materiał do przyszłych badań.

## Bibliografia

- Armstrong M. (2011), *Zarządzanie zasobami ludzkimi*, Wyd. V rozszerz., Oficyna Wolters Kluwer Business, Warszawa.
- Begg D. (1992), *Makroekonomia*, PWE, Warszawa.
- Breu R., Hafner M., Weber B., Novak A. (2002), *Model Driven Security for Inter – Organizational Workflows in E-Government*, In Proc. TCGOV, ISCA.
- Ciekanowski Z. (2020), *Metody wdrażania i proces adaptacyjny pracowników*, Powiatowy Urząd Pracy w Płońsku, Płońsk.
- Dyer L., Shafer R.A. (2003), *Dynamic organizations: Achieving marketplace and organizational agility with people*, Ithaca, Cornell University, School of Industrial and Labor Relations, Center for Advanced Human Resource Studies, New York.
- Dziuba D. (2000), *Gospodarki nasycone informacją i wiedzą. Podstawy ekonomiki sektora informacyjnego*, Uniwersytet Warszawski, Warszawa.
- Edvinsson L. (2001), *Kapitał intelektualny*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- García-Granero E.M., Piedra-Muñoz L., Galdeano-Gómez E. (2020), *Measuring eco-innovation dimensions: The role of environmental corporate culture and commercial orientation*, Research Policy, No. 49(8).
- Gilejko L. (2002), *Partnerzy społeczni. Konflikty, kompromisy, kooperacja*, POLTEXT, Warszawa.
- Jarugowa A., Fijałkowska J. (2002), *Rachunkowość i zarządzanie kapitałem intelektualnym, Koncepcje i praktyka*, Ośrodek Doradztwa i Doskonalenia Kadr, Gdańsk.
- Kathuria R., Partovi F.Y. (2009), *Work force management practices for manufacturing flexibility*, „Journal of Operations Management”, No. 18.
- Kisielnicki J. (2008), *MIS - systemy informatyczne zarządzania*, Placet, Warszawa.
- Klich J. (2013), *Przedsiębiorczość i społeczna przedsiębiorczość jako przedmiot badań*, „Ekonomia Społeczna”, nr 1.
- Kożusznik B. (2007), *Zachowania człowieka w organizacji*, PWE, Warszawa.
- Krull J.L., Mackinnon D.P. (2016), *Multilevel modeling of individual and group level mediated effects*, „Multivariate Behavioral Research”, No. 3.
- Luthar S. (2012), *Are affluent youth truly “at risk”? Vulnerability and resilience across three diverse samples*, „Development and Psychopathology”, No. 24.
- Marek S., Białasiewicz M. (red.) (2008.), *Podstawy nauki o organizacji*, PWE, Warszawa.
- Mroziewski M. (2008), *Kapitał intelektualny współczesnego przedsiębiorstwa. Koncepcje, metody wartościowania i warunki jego rozwoju*, DIFIN, Warszawa.

- Munodawafa R.T., Johl S.K. (2019), *A Systematic Review of Eco-Innovation and Performance from the Resource-Based and Stakeholder Perspectives*, „Sustainability”, No. 11.
- Nath V., Agrawal R. (2020), *Agility and lean practices as antecedents of supply chain social sustainability*, „International Journal of Operations & Production Management”, No. 10.
- Olesiński Z. (2016), *Międzyorganizacyjne sieci współpracy gospodarczej na przykładzie Polski, Kanady i Gruzji*, Texter, Warszawa.
- Osuch J. (2012), *Motywacja jako czynnik zarządzania*, „Acta Scientifica Academiae Ostroviensis”. Zeszyty Naukowe Sectio A”, Ostrowiec Świętokrzyski.
- Pluta J., Serafin K. (2016), *Ścieżki kariery a przedsiębiorczość ludzi młodych*, „Horyzonty Wychowania”, nr 5.
- Ritzer G., Dean P., Jurgenson N. (2012), *The Coming of the Age of the Prosumer*, „American Behavioural Scientist”, No. 4.
- Rzepka A. (2019), *Innovation, inter-organizational relation, and co-operation between enterprises in Podkarpacie region in Poland*, „Procedia Manufacturing”, No. 30.
- Sajdak M. (2013), *Innowacyjność jako niezbędna cecha zwinnego przedsiębiorstwa*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław.
- Sallnäs, U., Björklund, M. (2020), *Consumers' influence on the greening of distribution—exploring the communication between logistics service providers, e-tailers and consumers*, „International Journal of Retail and Distribution Management”, No. 11.
- Sumukadas N., Sawhney R. (2012), *Workforce agility through employee involvement*, „IIE Transactions”, nr 36(10).
- Ujwary-Gil A. (2009), *Kapitał intelektualny a wartość rynkowa przedsiębiorstwa*, C.H. Beck, Warszawa.
- Wellin M. (2010), *Zarządzanie kontraktem psychologicznym. Zaangażowanie pracowników w zwiększenie wydajności firmy*, Oficyna Wolters Kluwer Business, Warszawa.
- Wrycza S. (2010), *Informatyka ekonomiczna. Podręcznik akademicki*, PWE, Warszawa.
- Żemigała M. (2008), *Jakość w systemie zarządzania przedsiębiorstwem*, Placet, Warszawa.

**Afiliacja: dr Maria Kocot**

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

ul. 1 Maja 50

40-287 Katowice

e-mail: maria.kocot@ue.katowice.pl

**dr Artur Kwasek**

Uczelnia Techniczno-Handlowa w Warszawie

ul. Jutrzenki 135

02-231 Warszawa

e-mail: artur.kwasek@uth.edu.pl