

Kreowanie postaw przedsiębiorczych studentów w ramach zajęć z forum integracji społeczno-gospodarczej na Katolickim Uniwersytecie Lubelskim Jana Pawła II

Grzegorz Kida

W artykule zostanie przedstawiona analiza psychologiczna przedsiębiorczości i kreowania postaw przedsiębiorczych, zwłaszcza wśród ludzi młodych. Szczególna uwaga zostanie zwrócona na społeczno-ekonomiczne znaczenie przedsiębiorczości w naszym kraju w kontekście ogólnoswiatowego kryzysu z uwzględnieniem szans jej rozwoju oraz napotykaných barier. Scharakteryzowana zostanie również specyfika nauczania przedsiębiorczości, zwłaszcza w kontekście przedsiębiorczości akademickiej. Na podstawie badań ankietowych przeprowadzonych wśród wskazanej grupy studentów zostanie przedstawiony, jako przykładowy, model dydaktyczny nauczania przedsiębiorczości zaocznych studentów zarządzania na Katolickim Uniwersytecie Lubelskim Jana Pawła II. Na podstawie analiz badań ankietowych i literatury przedmiotu oraz znajomości tematu zostaną przeprowadzone rozważania na temat poszukiwania właściwych modeli nauczania przedsiębiorczości.

1. Wprowadzenie

Codziennie docierają do nas informacje o kolejnych objawach i etapach światowego kryzysu gospodarczego. Niektórzy odtrąbili już nawet jego koniec. Jedno jest pewne – to, że przyszłość jest niepewna. Jedynie to stwierdzenie wyłania się z mętnego obrazu kryzysowej rzeczywistości. Również Polska, którą ominęły na razie finansowe perturbacje, nie może czuć się „wyspą szczęśliwości”. Widzimy próby zmniejszania wydatków publicznych, co ma oddalić wizję negatywnego scenariusza, który realizuje się w tzw. krajach określanych mianem PIIGS czyli (Portugalii, Włoszech, Irlandii, Grecji i Hiszpanii). Śledząc doniesienia medialne, obserwujemy, że w krajach tych dochodzi do gwałtownych manifestacji przeciwko nadmiernemu cięciu wydatków budżetowych, nędzy i bezrobociu. Dodatkowo nie mamy pewności, czy nie pojawią się jakieś nowe okoliczności, które ten ogólnoswiatowy marazm globalnego kryzysu mogą pogłębić.

Zauważa się zwłaszcza głębokie rozczarowania ludzi młodych. W niektórych wymienianych wcześniej krajach, np. Hiszpanii, bezrobocie ludzi młodych, do 25. roku życia sięga prawie 50%. Dlatego to właśnie bezrobocie młodzieży może stanowić jeden z poważniejszych problemów społecznych, który pozostawiony sam sobie może generować w najbliższej przyszłości trudne do przewidzenia negatywne skutki społeczne, gospodarcze i demograficzne. Pozostawianie przez młodych, często zdolnych, ambitnych, dobrze wykształconych ludzi poza rynkiem pracy może skutkować nie tylko niewykorzystaniem potencjału zasobów pracy w procesach gospodarczych w Polsce, ale również przyczynić się do wielu innych negatywnych zjawisk społecznych (Prochowicz 2005). Bezrobocie młodzieży może na przykład przyczyniać się do odkładania w czasie decyzji o usamodzielnieniu się, założeniu rodziny, samodzielnym prowadzeniu gospodarstwa domowego; może też prowadzić do ubóstwa, marginalizacji, a w skrajnych przypadkach nawet do zjawiska wykluczenia społecznego. Bezrobocie może również skutkować licznymi patologiami społecznymi, takimi jak przestępczość, alkoholizm, narkomania, prostytutka. Może także powodować masowe migracje zagraniczne, co w perspektywie czasu spowoduje negatywne skutki demograficzne. W końcu może wpływać na dezintegrację więzi społecznych i alienację społeczną. Skutkiem tego wszystkiego może być konflikt międzypokoleniowy, jak również wewnątrzpokoleniowy, skierowany zarówno do dorosłych, jak i tych młodych ludzi, którym udało się wejść na ścieżki zawodowej kariery i sukcesu. Objawy takiego stanu rzeczy dało się jednak zauważyć wcześniej. Już w 1997 r. została uchwalona Europejska Strategia Zatrudnienia (Dzieścięć lat... 2007) na specjalnym posiedzeniu Rady Europejskiej poświęconym zwalczaniu bezrobocia. Już wtedy było to ściśle związane z ówczesną sytuacją na unijnym rynku pracy.

ESZ została oparta na czterech filarach, którymi są:

1. *Zdolność do uzyskania zatrudnienia* – głównym celem tego filaru jest zapobieganie bezrobociu długoterminowemu, strukturalnemu oraz bezrobociu wśród osób młodych. Założenia te realizowane są poprzez rozmaite programy szkoleniowe, kształcenie ustawiczne oraz doradztwo zawodowe.
2. *Przedsiębiorczość* – w tym przypadku celem jest maksymalne ułatwienie zakładania i prowadzenia firm oraz zatrudniania innych osób przez obywateli UE. Wprowadzono zmiany dotyczące zakładania działalności gospodarczej. Prowadzane są również specjalne programy, które zmierzają do pobudzenia przedsiębiorczości oraz zachęcają do samozatrudnienia.
3. *Zdolność adaptacyjna* – jej celem jest wypracowanie specjalnych mechanizmów ułatwiających zarówno pracownikom, jak i pracodawcom dostosowanie się do zmieniającej się sytuacji na rynku pracy. Promowane są elastyczne formy zatrudnienia, modernizacja organizacji pracy oraz nowoczesne formy zarządzania firmą.

4. *Równość szans* – w ramach tego filaru UE zmierza do zapewnienia równego traktowania kobiet i mężczyzn na rynku pracy. W tym przypadku ważna jest również aktywizacja zawodowa osób niepełnosprawnych.

Zastanawiając się nad wpływem przedsiębiorczości na gospodarkę, a co za tym idzie poziomem zatrudnienia należy powołać się na dane empiryczne, np. ze Szwecji. Analizy tam przeprowadzone wskazywały, że wzrost samozatrudnienia o 1% oznacza w perspektywie krótkoterminowej powiększenie ogólnego poziomu zatrudnienia o 0,5%. W perspektywie długoterminowej ten sam wzrost odsetka osób samozatrudnionych przynosi wzrost ogólnego poziomu zatrudnienia nawet o 1,3%, ponieważ nowe firmy, rozwijając się, dają dalsze miejsca pracy w charakterze pracowników najemnych (Wesołowska 2008. Cyt. za Folster 2000).

Szacuje się, że tylko w Europie istnieją 23 miliony małych i średnich przedsiębiorstw, które generują 67% zatrudnienia w sektorze prywatnym, co odpowiada 75 milionom miejsc pracy. Działalność przedsiębiorcza ma więc duży wpływ na kondycję całej gospodarki. Jednak Europa nie wykorzystuje w pełni swojego potencjału przedsiębiorczego. Chociaż według danych Eurobarometru 47% respondentów twierdzi, że chciałoby założyć własną firmę, to tylko 17% faktycznie realizuje ten zamiar (European Commission 2004).

W porównaniu ze Stanami Zjednoczonymi mniej Europejczyków angażuje się w tworzenie własnej firmy. Za oceanem małe (w tym wypadku zatrudniające do 500 osób) firmy stanowią 99,7% wszystkich firm tam działających (*Small Business Economic Indicators...* 2004) i tworzą ponad 2/3 nowych miejsc pracy. Dlatego stymulowanie działalności przedsiębiorczej poprzez wspieranie postaw przedsiębiorczych oraz tworzenie warunków korzystnych dla rozwijania małych i średnich firm stanowi jeden z ważnych celów polityki europejskiej (European Commission 2004).

2. Uwarunkowania nauczania przedsiębiorczości

Pojęcie przedsiębiorczości należałoby definiować jako skłonność do podejmowania działań, a także jako zespół cech warunkujących bycie dobrym przedsiębiorcą. W kontekście przedsiębiorczości bardzo ważna jest współpraca z biznesem, edukacja w zakresie funkcjonowania rynku, prowadzenia działalności gospodarczej, jak również wsparcie finansowe projektów innowacyjnych. Istotne jest, aby szeroko rozumiana przedsiębiorczość akademicka, która stała się w ostatnich latach modnym hasłem, była utożsamiana nie tylko z biznesowym wykorzystaniem wyników projektów badawczych, ale także ze wspieraniem indywidualnych przedsięwzięć studentów (Plawgo 2011).

Nauka przedsiębiorczości powinna zaczynać się zatem jak najwcześniej, aby jej efekty były widoczne w późniejszych działaniach w realnym świecie. Uczniowie kończący średni stopień nauczania powinni być na tyle wyeduko-

wani „przedsiębiorczo”, aby podczas studiów umieć wykorzystać i rozwijać swoje umiejętności w tym zakresie. W tym też powinny pomagać programy studiów, zwłaszcza szeroko rozumianych kierunków ekonomicznych, w tym zarządzania. Jest to tym ważniejsze, że przecież studenci stanowią grupę edukacyjną, która po zakończeniu ostatniego etapu edukacji powinna już raczej ostatecznie szukać swojego miejsca na rynku pracy. W kanonowym programie studiów, niezależnie od kierunku nauczania, powinny znaleźć się godziny przeznaczone na wspieranie przedsiębiorczości. Przedsiębiorczość powinna przy tym być stymulowana poprzez konieczność nauki zagadnień niespotykanych w programach szkół ponadgimnazjalnych – ekonomii w ujęciu mikro i makro, finansów, zarządzania, przedsiębiorczości. Młode osoby studiujące takie tematy zapoznają się z podstawowymi zagadnieniami związanymi z funkcjonowaniem gospodarki i podmiotów w niej uczestniczących (między innymi gospodarstw domowych), uczą się podstawowych zasad efektywności ekonomicznej, niezbędnych przecież w dorosłym życiu. Co więcej, zapoznając się z przykładami ilustrującymi działanie przedsiębiorstw, mogą przekonać się, że „wilk nie jest taki straszny”, i także ich własne pomysły mogą się kiedyś urzeczywistnić. To wszystko wpływać będzie nie tylko na same młode osoby, ale także na całą gospodarkę i społeczeństwo.

Rozwój gospodarek na świecie uwarunkowany jest ponadto wieloma innymi determinantami. Każdy z nich może w określony sposób wpłynąć na wzrost lub zahamowanie gospodarki. Ostatnie lata XX wieku i początek nowego tysiąclecia to dynamiczny rozwój gospodarek opartych na wiedzy. Jak mówi sama nazwa, ich głównym motorem rozwoju jest szeroko pojęta wiedza we wszelkiego rodzaju aspektach. Gospodarki oparte na wiedzy to coś więcej niż tylko system powiązanych ze sobą ogniw gospodarczych, działających w określonym celu i na podstawie określonych zasad. Ich zasadniczym spoiwem jest nauka i wiedza, jaka z niej płynie, niezbędna do trwania i rozwoju. Występuje przy tym ogromna liczba mierników tak pojętej gospodarki; mierników, które pokazują, w jakim stopniu wiedza zaangażowana jest do wpływania na jej rozwój. Zaliczyć do nich można choćby liczbę osób w kraju z wyższym wykształceniem, poziom nakładów budżetowych na naukę, wydatki przedsiębiorstw na badania i rozwój, liczbę wdrażanych rocznie patentów i wynalazków i wiele innych. Do tych miar dopisać można jeszcze jedną: wzrost przedsiębiorczości mierzony liczbą zakładanych nowych przedsiębiorstw. Taka aktywność społeczna może świadczyć o dążeniu społeczeństwa, a w tym młodego i bardzo młodego pokolenia, do wpisania się w szeroko pojęty rozwój gospodarki poprzez aktywne wykorzystanie zdobytej (i zdobywanej) wiedzy.

Wzrost przedsiębiorczości wśród studentów jest bardzo dobrym przykładem, wpisania się w rozwój gospodarki opartej wiedzy (Prochowicz 2009: 65–74). Wyróżnić tu można działania związane z nauką, praktyką i gospodarką: 1. Następuje przesunięcie wiedzy, która jest w posiadaniu nauki do osób nią zainteresowanych. Studenci mając dostęp do wyselekcjonowanych,

najważniejszych elementów tej wiedzy, uczestnicząc aktywnie w zajęciach związanych z przedsiębiorczością, nabywają ją i praktykują, by w przyszłości wykorzystać ją w życiu prywatnym i zawodowym.

2. Uwidacznia się aktywny charakter wykorzystywania zdobytej wiedzy. Wykorzystanie wiedzy może mieć charakter aktywny lub pasywny. Pasywnie wykorzystywana jest wówczas, gdy podmiot będący w jej posiadaniu używa jej wyłącznie z przymusu, dla wypełnienia swoich potrzeb związanych z wykonywanym zawodem, czynnościami. Służy ona jedynie do przetrwania i nie jest związana z dalszym rozwojem. Aktywne wykorzystanie wiedzy – praktyka – charakteryzuje się natomiast tym, iż jest ona w sposób kreatywny wykorzystywana do osiągnięcia własnych celów (na przykład założenia własnego przedsiębiorstwa). Jedynie aktywne działanie, przy wykorzystaniu zdobytej wiedzy i umiejętności pozwala na osiągnięcie założonych celów. Jest to w pełni zgodne z założeniami gospodarki opartej na wiedzy.
3. Następuje pośredni wpływ na rozwój gospodarczy Polski i Europy. Zasadniczym celem funkcjonowania każdej gospodarki jest jej rozwój. Istnieje wiele naukowo i praktycznie potwierdzonych stymulatorów wzrostu gospodarczego. Ważną metodą, działającą jednak dopiero w dłuższym horyzoncie czasowym, jest sprzyjanie przedsiębiorczości. Jak wiadomo, ta z kolei związana jest z kilkoma czynnikami, takimi jak: możliwość swobodnego wyboru (wolność gospodarcza i polityczna), posiadanie określonego zasobu wiedzy, posiadanie praktycznych umiejętności wdrażania swoich pomysłów, chęć działania pomimo występującego ryzyka itp. Wszystkie te czynniki wśród młodych ludzi rozwijają uczestnictwo w zajęciach proprzedsiębiorczych.

Idea przedsiębiorczości (Zbaraszewski 2009: 97–102) jest bardzo ważną kwestią związaną z rozwojem każdego państwa i gospodarki, w tym Polski. Studia nie tylko uczą i wychowują młode pokolenie, jak żyć w otaczającym i burzliwie zmieniającym się otoczeniu. Oddziałują one także w znacznym stopniu na postawy ekonomiczne i przedsiębiorcze. Dlatego też doświadczenie studentów wynikłe z tych zachowań i działań, bezpośrednio może przełożyć się na ich aktywność gospodarczą po ukończeniu nauki, co w efekcie powinno przyczynić się do wzrostu gospodarczego, podniesienia dobrobytu itp.

Oczywiste jest, że każdy z przedsiębiorców w wyborze celu i strategii działania kieruje się nie tylko pasją i chęcią rozwoju, ale także osadza swój biznes z myślą o rozwoju finansowym. Działalność związana z komercyjnym użyczeniem wiedzy stwarza szansę na redukcję wybranych kosztów stałych (np. redukcję kosztów związanych z zakupem nowoczesnego sprzętu laboratoryjnego dzięki wydzierżawianiu tego sprzętu od uniwersytetu). Stwarza także możliwość – w większym stopniu niż w innego typu przedsiębiorstwach – elastycznego zarządzania kapitałem ludzkim lub procesami (np. poprzez preferowanie elastycznych form zatrudniania pracowników, takich jak choćby umowa o dzieło lub samozatrudnienie, zamiast o wiele bardziej kosztownego

zatrudnienia na podstawie umowy o pracę, jakie jest typowe dla tradycyjnych struktur akademickich).

Profesjonalne, biznesowe ukierunkowanie na komercjalizację wiedzy stwarza więc przedsiębiorcy wywodzącemu się z naukowego świata akademickiego subiektywne poczucie nieograniczoności, wolności i bezkresu możliwości. Produkt, jaki oferuje na rynku, łączy bowiem w sobie atrybuty mierzalnych parametrów (np. opisywane przez wskaźniki pomiaru wytrzymałości użytego materiału, składu chemicznego zastosowanego stopu, parametrów technicznych opracowanego narzędzia diagnostycznego) z nieograniczonymi wymiarami światem kreacji, innowacji i talentu badacza. Ważne staje się poczucie wolności, powiązane ze zwiększeniem elastyczności pracy oraz zwiększeniem mobilności przedsiębiorców, którzy sami nakreślają rozmiar przestrzeni, w jakiej chcą się poruszać i współpracować z partnerami biznesowymi. Często jest to nieograniczona przestrzeń Internetu i innych narzędzi multimedialnych, pozwalających szybciej, dokładniej i taniej realizować zadania ukierunkowane na realizację celu poznawczego i biznesowego (Bernat i in 2004).

Taka sytuacja byłaby bliska ideału. W praktyce często wygląda to inaczej. Przyjrzyjmy się przykładowemu modelowi dydaktycznemu nauczania przedsiębiorczości na studiach. Przygotowanie do prowadzenia działalności gospodarczej zaocznych studentów zarządzania KUL odbywa się w ramach forum integracji społeczno-gospodarczej. Zajęcia te prowadzone są w ramach konserwatorium od kilkunastu lat, od chwili rozpoczęcia prowadzenia nauki w ramach kierunku zarządzania na Katolickim Uniwersytecie Lubelskim. Zajęcia te są prowadzone przez cały 3-letni okres trwania zaocznych studiów licencjackich na tym kierunku. W ich trakcie studenci zdobywają wiedzę, jak przygotować się do założenia firmy począwszy od analizy społeczno-gospodarczej regionu, w którym mieszkają, wyboru odpowiedniego pomysłu na działalność, następnie poprzez szczegółową jego analizę opartą na wskaźnikach finansowych i działalności marketingowej konstruują biznes plan z uwzględnieniem rozwiązań alternatywnych – negatywnych i pozytywnych. Studenci opracowują także wnioski o zdobycie środków na prowadzoną działalność gospodarczą z innych źródeł niż tylko kredyty i pożyczki bankowe, tj. z funduszu pracy i programów operacyjnych. Od niedawna studenci mają za zadanie przygotowanie wybranej działalności również w formie przedsiębiorstwa społecznego, tj. spółdzielni socjalnej.

Na podstawie informacji uzyskanych z różnych źródeł warto zaznaczyć, że wielu studentów po skończeniu studiów z powodzeniem prowadzi wybraną działalność do chwili obecnej.

3. Psychologiczna analiza przedsiębiorczości

Mówiąc o przedsiębiorczości, warto najpierw zdefiniować samo zjawisko, gdyż bywa ono bardzo różnie rozumiane. We wprowadzeniu zarysowane

zostało szerokie ujęcie, które tutaj zostanie doprecyzowane i zawężone. Ponieważ przedsiębiorczość stanowi częściej przedmiot zainteresowania ekonomii niż psychologii, a jednocześnie jest to stosunkowo nowy obszar badawczy, potrzebne jest nieco szersze wprowadzenie w tę problematykę. Dlatego przedstawione zostaną nie tylko różne sposoby rozumienia przedsiębiorczości, ale także jej rola w życiu społeczno-ekonomicznym. Wykracza to poza obszar analiz psychologicznych, jest jednak istotne dla zrozumienia zjawiska. W czasie prowadzenia badań na styku dwu dyscyplin: psychologii i ekonomii, konieczne stają się odwołania do obu, mimo że prezentowane tu analizy mają charakter psychologiczny.

Połączenie zainteresowań ekonomicznych z psychologicznymi widoczne jest od początku rozwoju badań nad przedsiębiorczością. Analiza ekonomiczna przyczyn wzrostu gospodarczego przeprowadzona przez Josepha Schumpetera (1960), wskazująca, że to działania przedsiębiorców stanowią jedną z przyczyn rozwoju, dała początek zainteresowaniu tym obszarem. Przedsiębiorcy wprowadzający innowacje stanowią, zdaniem Schumpetera, podstawę procesu zmian zachodzących w życiu gospodarczym. Badacz ten podkreślał silnie rolę, jaką ma do spełnienia w tym procesie przedsiębiorca, opisując go z pewnym podziwem.

Docenienie czynników psychologicznych i sfery wyznawanych wartości dla rozwoju kapitalizmu znaleźć można także w pracach Maksa Webera (1994). Wskazuje on na rolę etyki protestanckiej, właściwego dla niej szacunku dla wytężonej pracy, inwestowania zarobionych pieniędzy zamiast ich wydawania, przestrzegania norm moralnych, uczciwości w interesach, pożytecznego wykorzystania czasu. Wartości te, charakterystyczne dla tradycji religii protestanckiej, określane jako „duch kapitalizmu”, mają, jak się okazuje, jednak charakter niezależny od konkretnej religii. Mogą one sprzyjać aktywności przedsiębiorczej niezależnie od kraju oraz dominującego w nim wyznania.

Z kolei psycholog David C. McClelland podjął się wyjaśnienia zjawiska wzrostu ekonomicznego, przypisując je w dużym stopniu potrzebie osiągnięć, która tkwi w człowieku. Przyjmując, że przedsiębiorczość stanowi jedną z kluczowych siln rozwoju ekonomicznego, starał się on wyjaśnić, dlaczego niektórzy ludzie koncentrują się na aktywności ekonomicznej i odnoszą w niej sukcesy. Stawiając retoryczne pytanie: „Cóż może być bardziej oczywistego niż to, że wielkie osiągnięcia są motywowane przez silne potrzeby osiągnięć przynajmniej u części osób w danej kulturze?” (McClelland 1985: 36), wskazywał na powiązania potrzeby osiągnięć z rozwojem ekonomicznym społeczeństw. Zapoczątkował on w ten sposób psychologiczną analizę zjawisk gospodarczych. Badania McClellanda nad motywacją osiągnięć wskazały także, jak można wspierać potencjalnych przedsiębiorców, co stało się podstawą tworzenia akademickich programów nauczania przedsiębiorczości. Aż do lat 80. ubiegłego wieku badania nad przedsiębiorczością stanowiły jednak domenę ekonomistów.

Określeniami „przedsiębiorca”, „być przedsiębiorczym” posługujemy się często w mowie potocznej. Intuicyjnie rozumiemy ich znaczenie, potrafimy wskazać przykłady osób i zachowań, które dobrze oddają ich sens. O ile więc przedsiębiorczość traktowana jest jako jedna z charakterystyk osoby, o tyle działanie przedsiębiorcze zawężone jest do pewnej grupy ludzi. Jak wyrazili to uczestnicy jednej z dyskusji w ramach konferencji poświęconej rozwojowi przedsiębiorczości, nie każdy musi być przedsiębiorcą, ale każdy może być przedsiębiorczy. Co jednak stanowi o odrębności przedsiębiorczości od innych form działania?

Jedną z pierwszych analiz tego, czym jest przedsiębiorczość, zaproponowana została przez Schumpetera (1960). Wskazuje on, że z przedsiębiorczością mamy do czynienia, gdy spełniony jest co najmniej jeden z pięciu warunków nowości, czyli gdy powstają: 1) nowe dobra, towary, 2) nowe metody produkcji, 3) nowe rynki, 4) nowe źródła surowców lub 5) nowe organizacje. Innowacyjność wskazywana jest tu jako podstawowy wyznacznik przedsiębiorczości.

Analizując te wszystkie definicje trudno nie zadać sobie pytania, czy każdy może zostać przedsiębiorcą, czy też „takim” trzeba się urodzić?

Wśród ekonomistów, socjologów czy psychologów jest wielu sceptyków, którzy nie wierzą w możliwość wyodrębnienia wzorcowej osobowości typowego przedsiębiorcy. Trudno więc jednoznacznie określić cechy decydujące o aktywności zawodowej przedsiębiorców, jednak można wyodrębnić te, które dominują i są charakterystyczne dla większości ludzi podejmujących przedsiębiorcze działania. Są to cechy związane z osobowością dynamiczną, nieschematyczną i nonkonformistyczną. Można założyć, że przedsiębiorcy charakteryzują się pewnymi cechami, które sprzyjają „byciu przedsiębiorcą”.

Kirk i Belovics (2006) przywołują badania poświęcone typowaniu czynników, warunkujących decyzje o podjęciu działalności gospodarczej przez młodych przedsiębiorców, często wywodzących się ze środowiska akademickiego. Jednym z najczęściej występujących motywów jest zamiłowanie do swobodnego zarządzania samym sobą. Towarzyszą mu: silna potrzeba osiągnięć oraz wysoka tolerancja na nieznaną, na nieoznaczoność przyszłości, a także przekonanie o osobistej odpowiedzialności za działania, czyli tzw. wewnętrzne umiejscowienie poczucia kontroli. Oczywiście ważnym czynnikiem jest także motyw oczekiwanych korzyści finansowych. Młodzi przedsiębiorcy mają także, nieco wyższe niż dojrzały biznesmeni, zapotrzebowanie na stymulację poprzez uczestniczenie w działaniach ryzykownych.

Badania prowadzone wśród polskich przedsiębiorców potwierdzają powyższe spostrzeżenia, wskazując jednocześnie na istnienie wielu innych czynników warunkujących sukces w podejmowaniu działalności gospodarczej (Łaguna 2005; Mazurek-Kucharska 2009; Łaguna 2010). Psychologiczne uwarunkowania przedsiębiorczości są na ogół kojarzone z wieloma wymiarami kompetencji, preferencji w zakresie własnej aktywności oraz istnieniem silnej wewnętrznej motywacji i konsekwencji w dążeniu do celu. Warto

wspomnieć, iż psychologowie przychylają się na ogół do akceptacji tych definicji przedsiębiorczości, które podkreślają, że przedsiębiorczość jest procesem (od powstania pomysłu aż do momentu rozkwitu lub upadłości przedsięwzięcia), a nie zdarzeniem związanym z podjęciem decyzji o założeniu działalności gospodarczej.

Jakie więc czynniki należy brać pod uwagę, kiedy chcemy scharakteryzować przedsiębiorczość jako rodzaj aktywności lub meta kompetencję młodego przedsiębiorcy? Można przyjąć, iż składają się na nią wielowymiarowe interakcje między różnymi czynnikami, powiązаныmi z systemem poznania (wiedzą, inteligencją, myśleniem, spostrzeganiem, emocjami), systemem motywacji (zarówno automotywacji, jak i motywacji stymulowanej przez otoczenie) i systemem wartości oraz osobistych preferencji danego człowieka (postawy, przekonania, preferencje).

Jednym z ważniejszych czynników przedsiębiorczości jest motywacja do działania, do bycia przedsiębiorczym, do wyboru wariantu rozwoju zawodowego poprzez utworzenie i prowadzenie przedsiębiorstwa, dbanie o jego harmonijny rozwój i stały wzrost konkurencyjności. To właśnie motywacja kierunkuje i podtrzymuje te zachowania wybrane spośród alternatywnych form aktywności, które prowadzą do osiągnięcia pożądanego celu.

Motywy działania leżą u podłoża podejmowanych decyzji, stanowią ważny element kształtowania się postaw wobec przedsiębiorczości i konkurencji w biznesie. Warunkują kształtujące się style komunikowania i warianty efektywnego zarządzania relacjami między poszczególnymi uczestnikami rynku, np. między właścicielami przedsiębiorstw i ich pracownikami, między liderami projektów a członkami zespołów projektowych, między usługodawcą a klientem, między interesariuszami i akcjonariuszami. W przedsiębiorstwach – zwłaszcza mikro i małych – to właśnie często motywacja, zaangażowanie, entuzjazm, pasja i determinacja właściciela i (zarazem) głównego menedżera decyduje o pozycji firmy na rynku. Od poziomu osobistego zaangażowania i postawy determinacji, przesyconej pasją i wizją celu zależy nie tyle przetrwanie firmy, ile jej rozwój, ekspansja i podbój rynku. Wśród motywów, które są zapewne charakterystyczne dla młodych przedsiębiorców, warto zwrócić uwagę na kilka najsilniej zaznaczających swą obecność, o których wspominają badacze, eksperci, a także często sami przedsiębiorcy.

Motywacja osiągnięć jest rozumiana jako tendencja do osiągania i przekraczania wyznaczonych przez środowisko i konkretną jednostkę standardów w dążeniu do doskonałości. W psychologii została przedstawiona w ramach teorii pokonywania barier w osiąganiu celu, którym może być np. wprowadzanie nowego produktu czy usługi, związane z odczuwaniem pozytywnych, stymulujących do działania emocji, które same w sobie są silnym stymulatorem w pokonywaniu przeszkód w dążeniu do celu. Motywacja osiągnięć jest bowiem traktowana jako tendencja do ujmowania rzeczywistości w kategoriach: sukces – niepowodzenie, polega na stawianiu sobie coraz wyższych wymagań po to, aby osiągnąć zamierzony cel. Ważne przy tym jest przeję-

cie inicjatywy, otwarte dążenie do realizacji zamierzonego celu, pokonywanie barier, niwelowanie przeszkód i branie odpowiedzialności za siebie, własne działania i ich skutki (Mazurek-Kucharska 2009).

Bardzo ważną rolę w tym procesie odgrywają mechanizmy samopobudzania się i automotywowania, wyzwajające zachowania ukierunkowane na zdrowe rywalizowanie nie tylko z konkurentami, ale także z samym sobą.

Warto podkreślić, że motywacja osiągnięć jest jednym z kluczowych wymiarów powstawania i rozwoju działań innowacyjnych, tworzenia nowatorskich rozwiązań, poszukiwania alternatywnych, efektywnych strategii rozwiązywania problemów. Ukierunkowanie na realizację zadań związanych z postawionymi sobie ambitnymi i niekonwencjonalnymi celami jest jednym z charakterystycznych motywów przedsiębiorców, szczególnie kreatywnych i innowacyjnych, takich, których przedsiębiorstwa znajdują się na wysokich pozycjach w rankingu najbardziej innowacyjnych przedsięwzięć w Polsce. Motywacja osiągnięć prowokuje bowiem zachowania proaktywne, których celem jest inicjowanie zmian i poszukiwanie nowych możliwości rozwiązania problemów.

Motywacja osiągnięć wiąże się bezpośrednio z wymiarem, który w psychologii jest określany mianem motywu potrzeby kontroli nad światem, sobą samym i własnym rozwojem. Jest on silnie powiązany z mechanizmem znanym jako wewnętrzne umiejscowienie poczucia kontroli. Osoby, które charakteryzuje zewnętrzne umiejscowienie poczucia kontroli, uważają, że mają niewielki wpływ na wybór różnych wariantów działania, własny proces decyzyjny i skutki podejmowanych działań. Twierdzą, że zmiany zachodzące w otaczającej ich rzeczywistości nie zależą od nich, a ich życie i obecna sytuacja życiowa w niewielkim stopniu zależą od nich samych, są w dużej mierze efektem oddziaływania losu, przypadku, innych ludzi oraz sytuacji, na które nie mają wpływu. Osoby o wewnętrznym umiejscowieniu poczucia kontroli mają poczucie sprawczości działania, zdają sobie sprawę, że to od ich decyzji zależą skutki działań, dopuszczają świadomość własnej omyłności, ale wiedzą, że to one ponoszą skutki podjętych przez siebie decyzji, w związku z czym aktywnie uczestniczą w zmianach i świadomie podejmują ryzyko związane z różnymi wyborami decyzyjnymi. Są więc o wiele bardziej dojrzałe od osób zewnątrzsterownych, a sama cecha wewnątrzsterowności jest wskazywana jako niezbędna dyspozycja m.in. menedżerów i przedsiębiorców. Menedżerowie i przedsiębiorcy przejawiają bowiem silną potrzebę osobistego sprawowania kontroli nad swoim życiem, rozwojem zawodowym i własną przyszłością. Na ogół nie interesuje ich umowa o pracę, często rezygnują z takiej formy zarobkowania, pracując nawet w dużych, rozwojowych korporacjach. Pragną sami kreować rzeczywistość i realizować własne pomysły na rozwój, sukces i sposób zarabiania pieniędzy, choćby ta droga rozwoju była obciążona większymi niebezpieczeństwami, wieloma niewiadomymi i piętrzącymi się problemami, przed jakimi w rzeczywistości stoją wszyscy przedsiębiorcy, zwłaszcza ci, którzy dopiero rozpoczynają wła-

sną działalność. Można więc zaryzykować twierdzenie, że młodzi przedsiębiorcy wywodzący się ze środowiska akademickiego to osoby, które mają najsilniejszą potrzebę odczuwania własnej sprawczości działania, niezależności i autonomii, dla których proces podejmowania decyzji biznesowych jest stymulującym wyzwaniem, aktywnością, w której chcą sprawdzić własne możliwości, przetestować pomysły i nowe rozwiązania (Łaguna 2011).

Motywacja synergiczna związana jest z założeniem, że złożone systemy (np. społeczeństwo, organizacje, zrzeszenia, przedsiębiorstwa) składają się z różnorodnych elementów, pozostających we wzajemnych interakcjach. Siła oddziaływania tych wzajemnych, wielowymiarowych interakcji jest o wiele silniejsza niż suma działań poszczególnych elementów tego synergistycznego układu. Motyw synergistycznego współdziałania jest silnie powiązany z motywem potrzeby kontroli nad swoim rozwojem, który dopuszcza porzucanie niesatysfakcjonujących zadań i podejmowanie nowych wyzwań.

Warto pamiętać, że jedną z ważniejszych potrzeb indywidualnych przedsiębiorcy jest urzeczywistnianie pasji, otwartość na nowe doświadczenia, bardzo rozbudzona potrzeba intelektualna (por. Ahmed i in. 2010). Motywatorami są nie tyle potrzeby braku (ang. *D-needs*), jak określa je D. McGregor (1960) (np. brak pieniędzy, brak możliwości zaciągnięcia kredytu, brak lokalu itd.), ile raczej tzw. metapotreby (ang. *B-needs*), związane z samorealizacją i rozwojem. Cecha ta stanowi o sile i determinacji przedsiębiorców, którzy podejmując się prowadzenia działalności w sferze komercjalizacji wiedzy, widzą w tych działaniach nie tylko biznes, ale realizację własnych marzeń i urealnianie pomysłów, które zrodziły się najpierw w ich wyobraźni, a potem przybrały realny kształt działań biznesowych. Być może właśnie ten motyw tłumaczy zjawisko podejmowania tego typu działalności także przez osoby, które nie mają doświadczenia biznesowego, a niekiedy nie mają nawet niezbędnej podstawowej wiedzy biznesowej.

Zapotrzebowanie na ryzyko jest potrzebą psychiczną, która powiązana jest z odwagą, niekiedy nawet brawurą. Umożliwia jednak szybkie podejmowanie decyzji w warunkach nieoznaczoności sytuacji i przy takich jej parametrach, które nie pozwalają na długotrwałe analizowanie wszystkich wariantów decyzyjnych. W sytuacji, kiedy zmiany w otoczeniu biznesowym następują gwałtownie i skokowo, zdolność do działań ryzykownych jest preferowana, nie powinna ona jednak przekroczyć bezpiecznej granicy racjonalnego szacowania prawdopodobieństwa osiągnięcia celu i jego użyteczności.

Podejmowanie ryzyka jest immanentnie związane z przedsiębiorczością, gdzie presja czasu, kaskadowe zmiany i natłok informacji wymagają natychmiastowych reakcji i trafnych, ale szybkich decyzji podejmowanych przez właścicieli i menedżerów przedsiębiorstw.

Na kreowanie zachowań przedsiębiorczych należałoby popatrzeć nie tylko pod kątem stanowiska przyjmującego perspektywę cech osobowości i różnic indywidualnych, ponieważ przedsiębiorczość wymaga zbyt różnych zachowań,

by można je było ująć tylko w kategoriach cech. Zarzuca się, że cechy osobowości nie są dostatecznie mocno powiązane z przedsiębiorczością, by warto je było dalej badać, a w związku z tym lepiej skoncentrować się raczej na czynnikach środowiskowych (Rauch i Frese 2007). Rolę czynników sytuacyjnych podkreślają następujące modele zakładania firmy.

W ujęciu zaproponowanym przez Christophera L. Shooka, Richarda L. Priema i Jeffrey'a E. McGee (2003) powstanie nowej firmy jest bezpośrednim efektem intencji i konsekwentnych działań osoby przedsiębiorcy. Jest procesem, który prowadzi poprzez uświadomienie sobie intencji założenia firmy, poszukiwanie i odkrywanie szans aż do decyzji, by je wykorzystywać oraz podjęcie działań zmierzające do dokonania pierwszej transakcji. Autorzy przyjmują definicję przedsiębiorczości zaproponowaną przez Shane'a i Venkatramana (2000), a nową firmę uznają za utworzoną, gdy dokonana zostanie pierwsza sprzedaż. Swój model odnoszą do samego procesu tworzenia firmy, nie zajmując się dalszym jej rozwojem. Pomijają jednocześnie kontekst środowiskowy, otoczenie, w którym powstaje nowa firma, koncentrując się na roli przedsiębiorcy. Omawiają kolejne kroki procesu zakładania firmy, wskazując na znaczenie jego osoby na każdym z etapów. Zaznaczają przy tym, że zachowania przedsiębiorcy zmieniają się, także on sam może zmieniać się pod wpływem doświadczeń związanych z podejmowaniem tej działalności.

Z kolei Scott Shane, Edwin A. Locke i Christopher J. Collins (2003) proponują model analizujący motywację osób podejmujących decyzję o założeniu własnej firmy. Punktem wyjścia jest tu stwierdzenie, że decyzja ta zależy od osoby, a różnice indywidualne w zakresie motywacji mają wpływ na to, kto odkryje możliwości podjęcia nowej działalności, kto zgromadzi potrzebne zasoby oraz w jaki sposób dana osoba będzie angażowała się w ten proces. Zdaniem wspomnianych autorów, gdyby czynniki zewnętrzne zachowywały stały poziom, to właśnie motywacja odgrywałaby zasadniczą rolę w działaniach przedsiębiorczych.

Autorzy tego modelu także przyjmują omówioną wcześniej definicję zaproponowaną przez Shane'a i Venkataramana (2000). Używając wyników dotychczasowych badań bardziej jako ilustracji niż ostatecznych rozstrzygnięć, wskazują na sposoby oddziaływania motywacji na różne etapy procesu przedsiębiorczego. Proces ten rozpoczyna się rozpoznaniem szans i oceną możliwości ich wykorzystania, po czym następuje rozwój produktu czy usługi oraz dostarczenie go klientom, co wymaga zgromadzenia odpowiednich zasobów, stworzenia organizacji, zdobycia klientów i dalszego rozwoju produktu. Shane, Locke i Collins proponują, aby nie patrzeć na przedsiębiorcę jako na swego rodzaju zawód, który wybierają specyficzni ludzie, ale jako na osobę inicjującą pewien proces rozciągnięty w czasie – można wtedy rozważać wpływ motywacji na poszczególne etapy tego procesu.

Opierając się na wcześniejszych analizach procesu przedsiębiorczego i próbując je podsumować, Robert A. Baron (2007) zaproponował własny

model tworzenia nowej firmy. Podkreśla on przy tym, że proces przedsiębiorczy nie ma wyraźnego początku. Pomysł, by założyć własną firmę, może rozwijać się stopniowo w umyśle przyszłego przedsiębiorcy, zanim przekształci się w wyraźną intencję.

Także model zaproponowany przez Andreasa Raucha i Michaela Fresego (2007) skoncentrowany jest na osobie przedsiębiorcy. Autorzy starają się wyjaśnić, w jaki sposób cechy indywidualne mogą przyczyniać się do założenia nowej firmy i osiągnięcia sukcesu przedsiębiorczego. Analizują nie tyle sam proces, ile zmienne związane z osobą zakładającą firmę. Rauch i Frese uważają, że krytyka badań nad cechami osobowości nie do końca jest słuszna. Brak dobrego modelu teoretycznego, który uwzględniałby także zmienne pośredniczące pomiędzy osobowością a efektami działania, stanowił ich zdaniem przeszkodę w poszukiwaniu faktycznych zależności. Dlatego zaproponowali własny model starający się wyjaśnić rolę cech osobowości i ich pośredni wpływ na działania przedsiębiorcze. Rauch i Frese rozróżniają tak zwane zmienne bliższe i odległe w stosunku do konkretnego zachowania. Zmienne odległe to cechy osobowości i inne uogólnione charakterystyki, które nie są bezpośrednio powiązane z danym zachowaniem. Zmienne bliższe to te, które bardziej bezpośrednio odnoszą się do zachowań w danej dziedzinie, są bardziej specyficzne dla przedsiębiorczości. Cechy osobowości ujmowane są tu według klasyfikacji zaproponowanej w pięcioczynnikowej koncepcji osobowości (McCrae i Costa 2005) i traktowane jako uogólnione właściwości, niespecyficzne dla żadnego konkretnego obszaru działania. Zgodnie z modelem Raucha i Fresego, nie mają one bezpośredniego wpływu na powstanie nowej firmy i jej powodzenie. Wpływają jednak na właściwości, które są bardziej specyficzne dla przedsiębiorczości, bliżej związane z działaniem w tej dziedzinie. Wspomniani autorzy wymieniają tu takie charakterystyki przedsiębiorcy, jak potrzeba osiągnięć, podejmowanie ryzyka, innowacyjność, autonomia, wewnętrzne umiejscowienie kontroli oraz przekonanie o własnej skuteczności. Odwołując się do wyników wcześniejszych badań, uzasadniają oni wybranie tych, a nie innych właściwości, uznanych za istotne dla procesu przedsiębiorczego.

Oprócz tych ogólnych i specyficznych cech osobowości za ważny element modelu uznane zostały ustanawiane przez osobę cele, w tym głównie cele nastawione na rozwój firmy oraz wizje tego rozwoju. Do tej samej kategorii zmiennych zaliczone zostały także strategie działania służące urzeczywistnianiu tych celów. Cechy przedsiębiorcy określane jako bliższe, bardziej specyficzne mają wpływ na ustanawianie przez niego cele oraz na wybór strategii działania. Pośrednio w ten sposób oddziałują na faktyczne podjęcie działań przedsiębiorczych i sukces w tej dziedzinie. Na wybór celów i strategii oraz później na podejmowanie działania mają wpływ także czynniki środowiskowe, otoczenie, w którym to działanie przebiega.

W końcu, propozycja Roberta P. Vecchio (2003) opiera się na zakwestionowaniu dotychczasowego rozdzielania problematyki przedsiębiorczości

i przywództwa. Autor ten stawia pytanie, czy proces wpływu społecznego jest na tyle różny w obu tych zjawiskach, że uzasadnia to oddzielanie zagadnień przywództwa i zakładania nowej firmy. Stwierdza on także, że można traktować przedsiębiorczość jako specyficzny typ przywództwa, do którego odnoszą się prawidłowości tego procesu. Określenie „przedsiębiorca” jest w tym modelu zarezerwowane dla osób, które założyły własną firmę.

Jednym z elementów modelu zaproponowanego przez Vecchio jest – nazwana analogicznie do przyjmowanego dość powszechnie modelu Wielkiej Piątki w badaniach nad osobowością (por. McCrea i Costa 2005) – Wielka Piątka Przedsiębiorcy. Na podstawie dotychczasowych badań oraz obserwacji zostało wskazanych pięć atrybutów charakterystycznych dla osób podejmujących własną działalność gospodarczą. Są to, zdaniem Vecchio: skłonność do podejmowania ryzyka, potrzeba osiągnięć, potrzeba autonomii, przekonanie o własnej skuteczności oraz wewnętrzne umiejscowienie kontroli.

Oprócz tych najważniejszych w opinii Vecchio pięciu wymiarów dodane zostały także czynniki demograficzne, wzajemne dopasowanie osoby i systemu oraz zmienne poznawcze. Do istotnych czynników demograficznych autor zalicza: poziom wykształcenia, wiek, płeć, uprzednie doświadczenie w prowadzeniu firmy lub w danej branży, a w przypadku imigrantów – czas pozostawania w danym kraju i uzyskany status prawny. Nieco zaskakujące jest jednak, że w grupie zmiennych demograficznych umieszcza także na przykład zdyscyplinowanie, poziom inteligencji, zdolności przywódcze czy wsparcie ze strony współmałżonka.

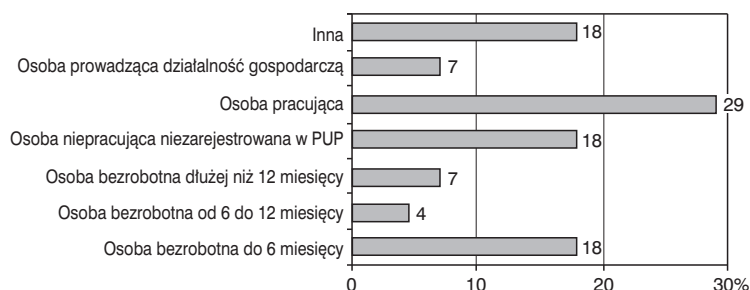
4. Charakterystyka przeprowadzonych badań

Do przeprowadzenia szczegółowych badań wybrano w sposób celowy studentów zaocznego kierunku zarządzanie KUL w Lublinie. Badania miały na celu zidentyfikowanie czynników przyczyniających się do rozwoju przedsiębiorczości wśród wybranej grupy w świetle przedstawionych wyżej uwarunkowań. Celowość przeprowadzania badań wśród tej grupy wynika z faktu, że właśnie studenci tego kierunku w szczególny sposób powinni być przygotowani do prowadzenia samodzielnej działalności gospodarczej. Zastosowano anonimową metodę ankietową nazwaną „Ocena postaw przedsiębiorczych wśród studentów zarządzania”. Studentom przekazano kwestionariusz z pytaniami, które były głównie pytaniami zamkniętymi. Pytania dotyczyły m.in. czynników wpływających na motywację do podejmowania działalności gospodarczej, barier uniemożliwiających i utrudniających prowadzenie działalności gospodarczej. Pytano również o przygotowanie samej/samego siebie i innych instytucji do prowadzenia działalności gospodarczej, także o chęć uzupełniania kwalifikacji z określonych zakresów oraz poszukiwania wiedzy i znajomości pojęć związanych z przedsiębiorczością, w tym przedsiębiorczością akademicką.

Do opracowania materiałów zastosowano metodę opisową. Wyniki przedstawiono w postaci tabel i wykresów.

Na pytania odpowiadało 45 studentów, w tym 27 kobiet i 18 mężczyzn – studentów zaocznych II i III roku zarządzania, z którymi autor artykułu prowadził zajęcia.

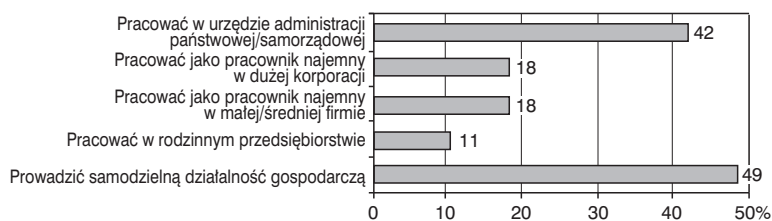
Jeśli chodzi o pozostałą charakterystykę demograficzną, to 36 osób to osoby do 25. roku życia, co stanowi 80% ogółu badanych, 7 osób to osoby pomiędzy 26. a 30. rokiem życia, co wynosi 15%, pozostałe 5%, tj. 2 osoby mają powyżej 40 lat. Na wsi mieszka 31 osób, tj. 68%, w mieście zaś 14 osób, czyli 32% badanej grupy.



Rys. 1. Status na rynku pracy. Źródło: opracowanie własne.

Na rysunku 1 przedstawiono charakterystykę badanej grupy ze względu na status na rynku pracy. Jak widać, najliczniejszą grupą stanowią osoby pracujące – jest ich 29%, tyle samo jest osób bezrobotnych, 7% z nich prowadzi już działalność gospodarczą.

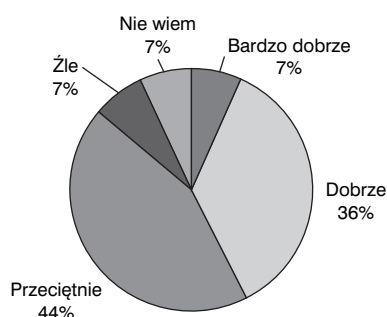
Opisując pozostałe dane, tj. doświadczenie zawodowe, należy zwrócić uwagę, że aż 51% badanych nie ma w ogóle doświadczenia zawodowego, 49% ma doświadczenie zawodowe, w tym 1 rok – 30%, 2 lata – 13%, więcej – 57%.



Rys. 2. Miejsca pracy wskazywane przez studentów po studiach. Źródło: opracowanie własne.

W kolejnym pytaniu próbowano uzyskać odpowiedź na pytanie, gdzie studenci chcieliby pracować po ukończeniu studiów. Szczegółowe wyniki zostały przedstawione na rysunku 2. Analizując szczegółowo przedstawione dane, za pocieszający fakt należy uznać, że aż 49% ma w planach samodzielnie prowadzenie działalności gospodarczej, 11% zamierza pracować w rodzinnym przedsiębiorstwie. Po 17% wskazań dostały odpowiedzi „pracować jako pracownik najemny w dużej korporacji” oraz „w małej lub średniej firmie”. Niestety, aż 42% chciałoby pracować w urzędzie administracji państwowej lub samorządowej. Należy jednak zwrócić uwagę, że odpowiadający mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź.

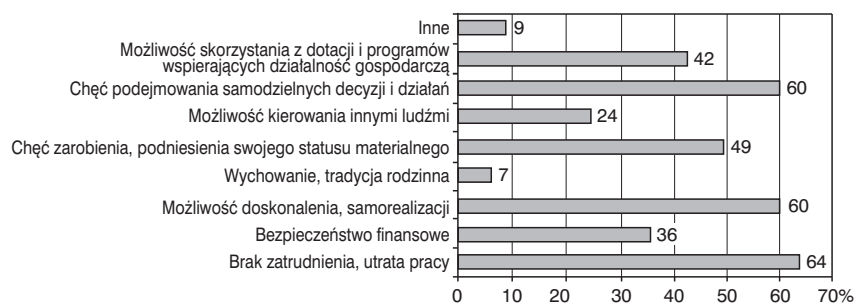
W kolejnym pytaniu chciano sprawdzić, w jakim stopniu studenci są przygotowani do prowadzenia działalności gospodarczej. Szczegółowa analiza przedstawiona jest na rysunku 3. I tak, 44% ankietowanych uważa, że jest przeciętnie przygotowana do prowadzenia działalności gospodarczej, 36%, że dobrze, po 7% wskazań otrzymały odpowiedzi, że są przygotowani bardzo dobrze oraz źle i że nie potrafią ocenić, jakim stopniu.



Rys. 3. Stopień przygotowania do prowadzenia działalności gospodarczej. Źródło: opracowanie własne.

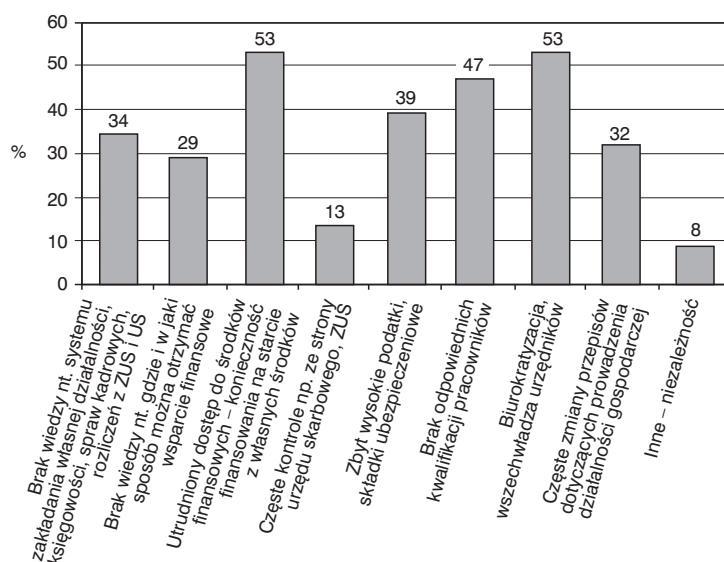
Następnie zapytano ankietowanych, co motywowałoby ich do podjęcia działalności gospodarczej. Poszczególne czynniki motywacyjne przedstawia rysunek 4 (trzeba podkreślić, że można było zaznaczyć kilka odpowiedzi). Ponad 64% jako główny motyw do podjęcia działalności gospodarczej podało brak zatrudnienia lub utratę pracy, niewiele mniej, bo 60%, jako powód podało możliwość doskonalenia i samorealizacji oraz chęć podejmowania samodzielnych decyzji i działań. Około 49% zadeklarowało, że motywem podjęcia działalności gospodarczej byłaby chęć zarobienia lub podniesienia swojego statusu. Około 36% stwierdziło, że do tego zmotywowałoby ich bezpieczeństwo finansowe, możliwość skorzystania z dotacji i programów oraz 24% – możliwość kierowania innymi ludźmi. Tylko 7% odpowiedziało,

że do podjęcia działalności gospodarczej skłoniłoby ich wychowanie i tradycja rodzinna.



Rys. 4. Motywacja do podjęcia działalności gospodarczej. Źródło: opracowanie własne.

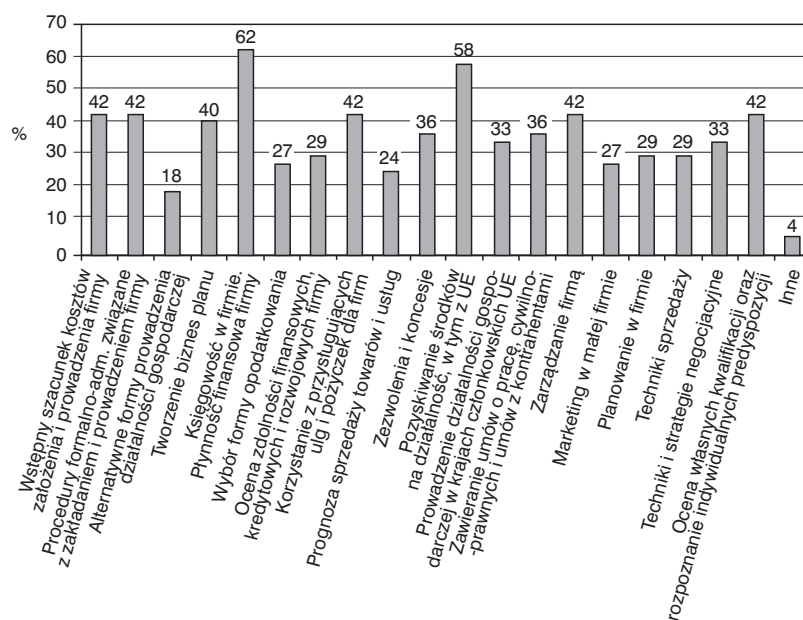
Zadano też pytanie, czy w opinii badanych występują problemy i bariery w zakresie zakładania i prowadzenia własnej działalności gospodarczej. Tylko 16% odpowiedziało, że nie widzi żadnych barier w prowadzeniu działalności gospodarczej, a aż 84%, że te bariery występują. Poszczególne bariery pokazuje szczegółowo rysunek 5.



Rys. 5. Bariery w prowadzeniu działalności gospodarczej. Źródło: opracowanie własne.

Najwięcej badanych, bo aż 53%, za najpoważniejszą barierę w prowadzeniu działalności gospodarczej uznało biurokratyzację i wszechwładzę urzędników oraz utrudniony dostęp do środków finansowych i konieczność finansowania działalności z własnych środków. Z drugiej strony tylko 13% uznało za barierę częste kontrole ze strony urzędów.

W kwestionariuszu padło też pytanie o podnoszenie poziomu wiedzy w zakresie prowadzenia działalności gospodarczej. Pytano ankietowanych, z jakich szkoleń skorzystaliby. Szczegółowo przedstawia to rysunek 6. Należy tutaj zaznaczyć, że badani mogli wybierać więcej niż jedno ze wskazanych szkoleń, mając też możliwość dopisania innych.

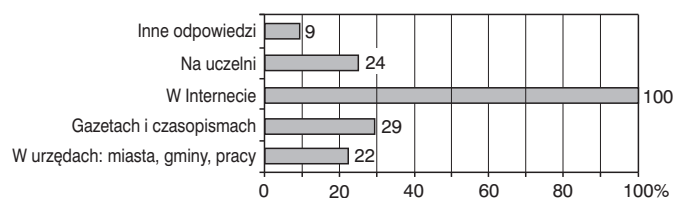


Rys. 6. Szkolenia podnoszące kwalifikacje w zakresie prowadzenia działalności gospodarczej. Źródło: opracowanie własne.

I tak, 62% badanych przejawia chęć podniesienia kwalifikacji w zakresie prowadzenia księgowości w firmie i płynności finansowej firmy, 58% na temat pozyskiwania środków na działalność, w tym z funduszy UE, po 42% badanych chciałoby uczestniczyć w szkoleniach na temat wstępnego szacunku kosztów założenia i prowadzenia firmy oraz procedur formalno-administracyjnych związanych z zakładaniem i prowadzeniem firmy oraz zarządzaniem firmą oraz wiedzy na temat przysługujących ulg i pożyczek. Tyle samo osób oczekiwałoby szkoleń pomagających ocenić własne kwalifikacje oraz rozpo-

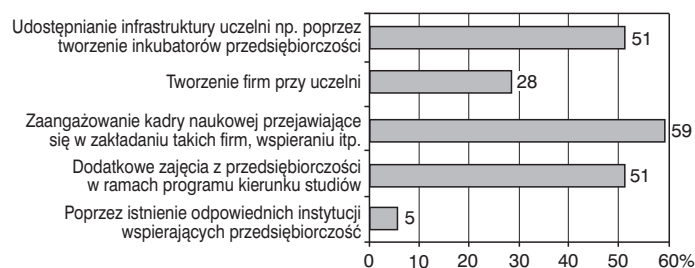
znać indywidualne predyspozycje pod kątem cech przedsiębiorczych. Z drugiej strony tylko 18% chciałoby wziąć udział w szkoleniach poświęconych alternatywnym formom prowadzenia działalności gospodarczej i tylko 24% osób chciałoby uczestniczyć w szkoleniach, na których zajmowałiby się tylko prognozą sprzedaży towarów i usług.

Zadano też studentom pytanie, gdzie szukają informacji o prowadzeniu działalności gospodarczej. I tak, wszyscy ankietowani szukają informacji w Internecie, po około ¼ wskazań przypada na źródła informacji, tj.: gazety i czasopisma, urzędy, w tym: miasta, gminy, pracy i na uczelniach. Przedstawia to dokładnie rysunek 7.



Rys. 7. Źródła informacji odnośnie prowadzenia działalności gospodarczej. Źródło: opracowanie własne.

W jednym z ostatnich spytano ankietowanych, czy uważają, że uczelnie powinny być bardziej powiązane z gospodarką, a jeśli tak, to w jaki sposób. Dokładne odpowiedzi przedstawia rysunek 8.



Rys. 8. Sposób powiązania uczelni z gospodarką. Źródło: opracowanie własne.

Najwięcej osób, bo 59%, wskazało na zaangażowanie kadry naukowej przejawiające się w zakładaniu takich firm, wspieraniu przedsiębiorczości studentów, po 51% wskazań uzyskały takie działania, jak udostępnianie infrastruktury uczelni dla chcących założyć działalność gospodarczą, np. poprzez

tworzenie inkubatorów przedsiębiorczości, oraz dodatkowe zajęcia z przedsiębiorczości w ramach programu kierunku studiów. 28% odpowiedzi udzielonych przez ankietowanych studentów dotyczyło tworzenia firm przy uczelni i tylko 5% istnienia odpowiednich instytucji wspierających przedsiębiorczość.

W ostatnim sformalizowanym pytaniu proszono badanych studentów, aby wybrali spośród podanych pojęcia związane z przedsiębiorczością akademicką i rozwinęli je. Z przedsiębiorczością akademicką, według badanych, związane są Akademickie Inkubatory Przedsiębiorczości. Te instytucje wskazało 20%, Centra Transferu Technologii 4% badanych, anioły biznesu 4%, firmy typu venture capital 7%. Po 16% określiło, że z przedsiębiorczością akademicką są związane firmy typu spin out i spin off, parki technologiczne – 9%, a 20% utożsamiało z przedsiębiorczością akademicką jednostki badawczo-rozwojowe.

Jak widać, stosunkowo niewiele osób poprawnie zidentyfikowało z przedsiębiorczością akademicką powyższe pojęcia, jeszcze mniej poprawnie je opisało.

Poniżej podane są przykładowe definicje powyższych pojęć spotykane w literaturze (Guliński i Zasiadły 2005; Banerski i in 2009; Głodek i Gołębowski 2006).

Anioł biznesu to prywatny inwestor, często z doświadczeniem w działalności gospodarczej, który inwestuje swoje własne pieniądze i doświadczenie w małe przedsiębiorcze firmy. Aniołowie biznesu są najstarszym, największym i najczęściej używanym źródłem zewnętrznego finansowania przedsiębiorczych firm. Gwałtowny rozwój działalności aniołów biznesu i upowszechnienie ich angielskiej nazwy na świecie nastąpiło na przełomie XX i XXI wieku.

Centrum transferu technologii to jednostki doradcze i informacyjne zorientowane na wspieranie i asystowanie przy realizacji transferu technologii i wszystkich towarzyszących temu procesowi zadań.

Inkubatory przedsiębiorczości to instytucje (o różnej formie prawnej), których celem jest wspieranie przedsiębiorczości. W zależności od grupy docelowej można wyróżnić kilka szczególnych rodzajów inkubatorów przedsiębiorczości, których oferta jest skierowana do:

- początkujących przedsiębiorców z sektora małych i średnich przedsiębiorstw, rozpoczynających lub dopiero zamierzających rozpocząć działalność gospodarczą;
- młodzieży i studentów (akademickie inkubatory przedsiębiorczości);
- podmiotów ekonomii społecznej (inkubatory przedsiębiorczości społecznej).

Tworzone w otoczeniu szkół wyższych *akademickie inkubatory przedsiębiorczości* (AIP) są ofertą wsparcia w praktycznych działaniach rynkowych. Wyraża się to przede wszystkim przez umożliwienie beneficjentom prowadzenia własnej działalności (pionu w AIP), korzystając z osobowości prawnej inkubatora. Pierwszeństwo w korzystaniu z tej pomocy mają studenci.

Jednostka badawczo-rozwojowa (JBR) to podmiot gospodarczy prowadzący przedsiębiorstwo, który stanowi równocześnie szczególny typ placówki naukowej, specjalizujący się we wdrażaniu nowych technologii i ulepszaniu ich. Jednostkami badawczo-rozwojowymi, w rozumieniu ustawy są państwowe jednostki organizacyjne wyodrębnione pod względem prawnym, organizacyjnym i ekonomiczno-finansowym, tworzone w celu prowadzenia badań naukowych i prac rozwojowych.

Fundusze typu venture capital to fundusze inwestujące środki finansowe angażowane w młode, innowacyjne przedsiębiorstwa, kiedy ryzyko i potencjalne zyski są wysokie. Fundusze venture capital oferowane przez aniołów biznesu są zazwyczaj bardziej spekulacyjne i na wcześniejszym etapie niż dostarczane przez formalne firmy typu venture capital.

Park technologiczny (naukowy, badawczy) to organizacja zarządzana przez wykwalifikowanych specjalistów, której celem jest podniesienie dobrobytu społeczności, w której działa, poprzez promowanie kultury innowacji i konkurencji wśród przedsiębiorców i instytucji opartych na wiedzy.

Firma typu spin-out to początkująca firma, utworzona na bazie własności intelektualnej szkoły wyższej, w której zazwyczaj szkoła wyższa ma udziały. Spółka typu spin-out zwykle jest niezależna od organizacji macierzystej oraz ma niezależne źródło finansowania.

Firma typu spin-off w ujęciu korporacyjnym to firma powstała poprzez wydzielenie się zespołu, departamentu, oddziału z innej organizacji. Procesy wydzielania spin-off są często elementem strategii firmy polegającej na skupianiu się przedsiębiorstwa na swojej kluczowej działalności bądź są elementem restrukturyzacji – podziału dużego przedsiębiorstwa na mniejsze firmy w celu zwiększenia elastyczności działania. Spółka spin-off to przedsiębiorstwo założone przez co najmniej jednego pracownika instytucji naukowej albo studenta bądź absolwenta w celu komercjalizacji innowacyjnych pomysłów. Spółka tego typu jest zależna organizacyjnie, formalnoprawnie i finansowo od organizacji macierzystej.

Firmy typu spin-off/spin-out najczęściej pojawiają się w takich specjalnościach, jak: informatyka, biotechnologia, medycyna, elektronika, inżynieria.

Osoby badane mogły też dodać swoje ewentualne uwagi do wypełnianego kwestionariusza. I tak, padły m.in. następujące ciekawe opinie odnoszące się do samej przedsiębiorczości:

- „Przedsiębiorcy powinni szanować wykształconych ludzi”;
- „Rezultaty badań są drogie dla przedsiębiorstw, brak koordynatorów”;
- „Studia zabierają część czasu, 60% przedmiotów na zajęciach nie pomaga się w zdobywaniu wiedzy, jak założyć i profesjonalnie prowadzić firmę, na uczelni powinno się uczyć bardziej praktycznych rzeczy, umiejętność obliczania ciekawości nie pomoże w prowadzeniu małego przedsiębiorstwa”.

Ta krótka analiza przeprowadzonej ankiety zwraca nam uwagę na najpoważniejsze problemy, z którymi mogą borykać się studenci, którzy doce-

lowo chcieliby w najbliższym czasie stać się sami przedsiębiorcami. Trzeba mieć świadomość wycinkowości przeprowadzonej analiz, jednak daje nam to już pewno zobrazowanie problematyki związanej z kreowaniem działań przedsiębiorczych wśród studentów.

5. Podsumowanie

Przesłanki, które decydują o zostaniu przedsiębiorcą, są różne i wynikają ze splotu wielu czynników: osobowościowych, rodzinnych i społecznych oraz ekonomicznych. Należy jednak wyraźnie podkreślić, że nie zawsze głównym motywem działania przedsiębiorcy jest zysk. Przedsiębiorca decydujący się na podjęcie działalności gospodarczej tak naprawdę dokonuje wyboru pomiędzy pracą najemną (w czyjejś firmie), samozatrudnieniem (pracą we własnym przedsiębiorstwie) oraz byciem bezrobotnym. Decyzje przedsiębiorców o założeniu własnej firmy często wynikają z niechęci do pracy w dużej korporacji, w której praca ogranicza swobodę, a grupy społeczne, jakimi są kobiety czy mniejszości rasowe, w pracy na własny rachunek widzą szansę na rozwój, odniesienie sukcesu, a przede wszystkim niezależność. W Stanach Zjednoczonych można dostrzec zwrot kulturowy w stronę samozatrudnienia, a swoisty duch przedsiębiorczości coraz częściej decyduje o powoływaniu własnego przedsiębiorstwa.

W literaturze tematu wyraźnie podkreśla się, że korzystne cechy przedsiębiorców mogą zostać wykształcone i wzmocnione przez naukę. Bardzo istotną rolę odgrywa umiejętność obiektywnej oceny własnego potencjału i uznanie, że kwalifikacje i gruntowna wiedza wymagają stałego doskonalenia się i pracy nad sobą. Na barkach każdego przedsiębiorcy spoczywa odpowiedzialność wobec pracowników, otoczenia, jak i samego siebie. W związku z tym istotne wydaje się uświadamianie i kształtowanie tych cech przedsiębiorców oraz sposobów działania, które z punktu widzenia specyfiki małej firmy są najistotniejsze.

Właśnie uczelnie wydają się najlepszym, najbardziej bogatym i obfitym źródłem nowych idei, gdzie kształtują się myśli, gdzie przekazywana jest wiedza i prowadzone są badania. Tam też rodzą się nowe pomysły, które bardzo często mogą być wykorzystane do uruchomienia nowej działalności gospodarczej. Niewykorzystanie tych ogromnych możliwości świadczyłoby o utracie części potencjału rozwoju gospodarczego kraju.

Tego rodzaju działania można realizować dzięki szeroko rozumianej edukacji skierowanej zarówno do młodych ludzi (dopiero wybierających ścieżkę kariery zawodowej), jak i osób, które dysponując praktyką zawodową, podejmują decyzję o założeniu własnej firmy. Kierując się doświadczeniami krajów postrzeganych jako szczególnie sprzyjające rozwojowi przedsiębiorczości (np. Stany Zjednoczone) można uznać, że właśnie edukacja połączona ze społeczną akceptacją przedsiębiorczych postaw (a nawet uznaniem dla osób podejmujących przedsiębiorcze wyzwania) może stanowić istotny

bodziec propagujący i stymulujący przedsiębiorczość. Podstawę edukacji przedsiębiorczości stanowi założenie, że programy te powinny traktować naukę w tym obszarze jako długotrwały proces, który wspomaga przedsiębiorcę na każdym etapie kariery w biznesie.

Przedsiębiorczość akademicka jest jednym z elementów współpracy uczelni z gospodarką, komercyjnego wykorzystania wyników działalności naukowej, a przede wszystkim rozprzestrzeniania i transferu wiedzy, technologii i innowacji. Determinuje wzrost innowacyjności gospodarki, a zwłaszcza rozwój gospodarczy regionu, w której dana uczelnia funkcjonuje.

Przedsiębiorczość powinna stanowić element aktywizacji ludności w obszarze ekonomicznym oraz społecznym. Podejmowanie przez człowieka aktywności powodowane są przez czynniki pochodzące zarówno ze świata zewnętrznego, jak i własne cechy. Dokonując analizy przeprowadzonych badań ankietowych, uwagę zwraca fakt stosunkowo innego podejścia do przedsiębiorczości niż się to przyjęło w kulturze innych krajów. Niestety nadal dużo osób, także studentów kierunków takiego kierunku jak zarządzanie, uważa za szczyt kariery pracę w urzędzie. Sprzyja temu, niestety, nasza sytuacja społeczno-gospodarcza. Wysokie obciążenia fiskalne, ciągłe zmiany prawa powodują, że bycie przedsiębiorcą odbierane jest jako „ciężki kawałek chleba”. W ten sposób wymarzoną pracą staje się często praca tej osoby, która często kontroluje i czasami w sposób świadomy lub nie utrudnia życie właśnie przedsiębiorcom.

Aby osiągnąć sukces jako przedsiębiorca, nie wystarcza tylko osobista, wewnętrzna motywacja. Niestety na razie dominuje u nas selekcja negatywna do bycia przedsiębiorcą. Niektórzy stają się nim niejako z przymusu, dopiero wtedy, gdy utracą pracę i traktują własny biznes jako ostateczność. Nie rokuje to niestety dobrze na przyszłość i przyszłość takiego przedsiębiorcy nie zawsze należy widzieć w różowych barwach.

Przyczyn tego stanu należy szukać w uwarunkowaniach kulturowych, między innymi w tradycji rodzinnej. Najczęściej nie boją się ryzyka osoby, które pochodzą z rodzin, które od lat pracują na własny rachunek. Niektórzy rodzice są dumni z przedsiębiorczych dzieci, inni woleliby jednak, żeby ich dzieci nie pracowały na własny rachunek, żeby znalazły sobie „normalną pracę”. Według nich praca w urzędzie lub wielkiej korporacji to pewny etat, świadczenia i bezpieczeństwo do końca życia. Panuje powszechne przekonanie, że żeby zarobić miliony, pierwszy trzeba ukraść, w lżejszej wersji – dostać w prezencie. Rzadko kiedy mamy do czynienia z mitem powszechnym w krajach kultury anglosaskiej i mitem „made-self mana”, osoby, która zawdzięcza sukces wyłącznie sobie i ciężkiej pracy.

Wpływają też na to bariery i ograniczenia stawiane przedsiębiorczości, w tym akademickiej. Niejasne przepisy prawa, nieuczciwa konkurencja i niestabilna sytuacja polityczna to tylko niektóre bariery występujące w otoczeniu małych i średnich przedsiębiorstw. Niemal 70% przedsiębiorców przyznaje, że najistotniejszym problemem jest zła jakość stanowionego prawa,

przejawiająca się niejasnymi i nieprecyzyjnymi ustawami. Wymieniano także: niestabilny system prawny i podatkowy (57% badanych), niedostosowanie prawa pracy do potrzeb rynku (53,9%), nieuczciwą konkurencję i pozapłaćkowe koszty pracy (46,7%) (Guliński 2009). Niewiele osób kojarzy instytucje, które zostały powołane, aby zajmować się przedsiębiorczością akademicką, takie jak: Centra Transferu Technologii, firmy typu spin off, spin out.

W prowadzeniu własnej działalności gospodarczej brak stabilnych dochodów. Jeśli ktoś ma mentalność urzędnika, nie powinien prowadzić samodzielnej działalności gospodarczej. Młodzi uważają, że bycie pracodawcą i pracownikiem to plusy i minusy. Jest więcej pracy i obowiązków, ciągle trzeba myśleć o firmie, bo praca na własny rachunek wymaga ogromnej samodyscypliny. Trzeba mobilizować do pracy samego siebie. Właściwie nigdzie, w żadnej pracy nie ma pewności, że będzie się pracowało w tym samym miejscu do emerytury. Coraz więcej osób na całym świecie jest zatrudnianych na zlecenie, umowę o dzieło. Ludzie zmuszani są do coraz częstszych zmian pracy, a młodzi przedsiębiorcy zakładający dziś własną działalność gospodarczą przyzwyczajają się do takiego trybu życia na następne kilkadziesiąt lat. Zwłaszcza gdy praca stanie się ich pasją.

Jak widać z powyższego opracowania, mimo pewnych barier, najlepszym rozwiązaniem problemów związanych z kryzysem gospodarczym i wynikającym z niego bezrobociem jest mimo wszystko pobudzanie przedsiębiorczości, zwłaszcza wśród młodzieży. Nie można jednak zmuszać do takiej aktywności wszystkich. Brak inicjatywy gospodarczej i braki w wiedzy na ten temat powinny zrekompensować zajęcia z przedsiębiorczości prowadzone już w szkole podstawowej, a nawet w przedszkolu. Zajęcia na studiach powinny zaś jedynie ugruntować zdobytą wcześniej wiedzę. To właśnie głównie uczelnie powinny prowadzić zajęcia, które mają przygotować młodych ludzi do prowadzenia działalności gospodarczej. Warto jednak w tym kontekście byłoby poznać motywy rozpoczynania działalności gospodarczej wśród studentów i poznać mechanizmy jej kształtowania. W tym celu konieczna jest współpraca wszystkich jednostek i pracowników naukowych działających na rzecz kreowania mechanizmów przedsiębiorczych studentów. Konieczne jest przygotowanie zarówno infrastrukturalne, jak i merytoryczne pracowników uczelni. Idealny byłby model diagnozy predyspozycji zawodowych ze szczególnym uwzględnieniem skłonności przedsiębiorczych, właściwe ich kształtowanie, jak też przygotowanie odpowiednich warunków umożliwiających ich rozwijanie. Ważne, aby upowszechniać na większości polskich uczelni taki właśnie łańcuch współpracy pomiędzy Akademickimi biurami Karier, Inkubatorami Przedsiębiorczości, Centrami Transferu Technologii i innymi tym podobnymi instytucjami. Warto zachęcać pracowników naukowych do bardziej chętnego zakładania firm, zwłaszcza typu spin off i spin out. Wtedy może się też zmienić patrzenie na naukowców, którzy podejmują działalność gospodarczą – nie jako na osoby dorabiające za wszelką cenę

czy też nieszkodliwych fantastów, niezajmujących się nauką we właściwy sposób.

Same zmiany w programie zajęć nie zrobią ze studentów przedsiębiorców, jeżeli nie mają oni ku temu wyraźnych inklinacji. Pewne działania ze strony samych uczelni mogą jednak pomóc te postawy ukształtować i właściwie ukierunkować. Jednak tylko ściśle powiązanie nauki i edukacji z gospodarką i zmiana sposobu myślenia nie tylko studentów, ale też kadry naukowej pozwoli na właściwe kreowanie zachowań przedsiębiorczych, zapobiegając produkcji bezrobotnych absolwentów, którzy czasem latami czekają na uzyskanie pracy, nie podejmując żadnej aktywności, chociażby w celu stworzenia jej sobie samemu.

Informacje o autorze

Dr Grzegorz Kida – Katedra Psychologii Organizacji i Zarządzania, Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II. E-mail: grzegorz.kida@kul.pl.

Bibliografia

- Ahmed, I., Nawaz, M.M., Ahmad, Z., Shaukat, M.Z., Usman, A. i A.N. Wasim-ul-Rehman 2010. Determinants of Students' Entrepreneurial Career Intentions: Evidence from Business Graduates. *European Journal of Social Science*, nr 2 (15), s. 14–22.
- Banerski, G., Gryzik, A., Matusiak, K., Mażewska, M. i E. Stawasz 2009. *Przedsiębiorczość akademicka (rozwój firm spin-off, spin-out) – zapotrzebowanie na szkolenia służące jej rozwojowi. Raport z badania*, Warszawa: Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości.
- Baron, R.A. 2007. Entrepreneurship: A process perspective, w: J.R. Baum, M. Frese i R.A. Baron (red.) *The Psychology of Entrepreneurship*, s. 19–40. Mahwah, London: Lawrence Erlbaum Assoc.
- Bernat, T., Korpysa, J., Kunasz, M. i J. Poteralski 2004. *Postawy przedsiębiorcze studentów. Raport z badań ogólnopolskich*, Szczecin: Wydawnictwo Naukowe Katedry Mikroekonomii Uniwersytetu Szczecińskiego.
- Dziesięć lat europejskiej strategii zatrudnienia (ESZ) 2007. *Wspólnoty Europejskie*, <http://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=2753&langId=pl>, odczyt: 20.05.2011.
- European Commission 2004. *European Commission Green Paper on Entrepreneurship and Action Plan*, Bruksela: European Commission.
- Folster, S. 2000. Do entrepreneurs create jobs? *Small Business Economics*, nr 14, s. 137–148.
- Głodek, P. i M. Gołębiowski 2006. *Transfer technologii w małych i średnich przedsiębiorstwach. Vademecum innowacyjnego przedsiębiorcy*, t. I, Warszawa.
- Guliński, J. 2009. *Bariery i ograniczenia przedsiębiorczości akademickiej*, Poznań: Wydawnictwo Uniwersytetu A. Mickiewicza w Poznaniu.
- Guliński, J. i K. Zasiadły 2005. *Innowacyjna przedsiębiorczość akademicka – światowe doświadczenia*, Warszawa: Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości.
- Kirk, J. i R. Belovics 2006. Counseling would-be entrepreneur. *Journal of Employment Counseling*, nr 2 (43), s. 50–61.
- Łaguna, M. 2005. Od czego zależy sukces w prowadzeniu działalności gospodarczej? Przegląd propozycji teoretycznych. *Czasopismo Psychologiczne*, nr 2 (11), s. 142–155.
- Łaguna, M. 2010. *Przekonania na własny temat i aktywność celowa. Badania nad przedsiębiorczością. Psychologia w monografiach naukowych*, t. 12, Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.

- Mazurek-Kucharska, B. 2009. Motywy rozpoczęcia działalności w sferze e-usług – badania jakościowe, w: B. Mazurek-Kucharska, J. Kuciński i R. Flis (red.) *Motywy rozpoczęcia działalności w sferze e-usług. Badanie zapotrzebowania na działania wspierające rozwój usług świadczonych elektronicznie (e-usług) przez przedsiębiorstwa mikro i małe*, s. 5–17. Warszawa: Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości.
- McClelland, D. 1985. *Human Motivation*, Glanview: Scott, Foresman.
- McCrae, R.R. i P.T. Costa Jr 2005. *Osobowość dorosłego człowieka*, Kraków: Wydawnictwo WAM.
- McGregor, D. 1960. *The Human Side of Enterprise*, New York: Mc Graw Hill.
- Plawgo, B. 2011. *Przedsiębiorczość Akademicka – stan, bariery i przesłanki rozwoju*, Łomża: Państwowa Wyższa Szkoła Informatyki i Przedsiębiorczości w Łomży.
- Prochorowicz, M. 2005. Przedsiębiorczość wśród młodzieży szansą na zmniejszenie bezrobocia, w: L. Pałasz (red) *Przedsiębiorczość po wstąpieniu Polski do Unii Europejskiej*, Szczecin: AR.
- Prochorowicz, M. 2009. Czynniki kształtujące przedsiębiorczość akademicką. Wyniki badań. *Folia Pomeranae Universitatis Technologiae Stetinensis, Oeconomica*, nr 270 (55), s. 65–74.
- Rauch, A. i M. Frese 2007. Born to be entrepreneur? Revisiting the personality approach to entrepreneurship, w: J. Baum, M. Frese, R.A. Baron (red.) *The Psychology of Entrepreneurship*, s. 41–65. Mahwah, London: Lawrence Erlbaum Assoc.
- Schumpeter, J. 1960, *Teoria rozwoju gospodarczego*, Warszawa: PWN.
- Shane, S., Locke, E.A. i Ch.J. Collins 2003. Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review*, nr 13, s. 257–279.
- Shane, S. i S. Venkatraman 2000. The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, nr 13, s. 257–279.
- Shook, Ch., Priem, R.L. i J.E. McGee 2003. Venture creation and the enterprising individual: A review and synthesis. *Journal of Management*, nr 29, s. 379–399.
- Small Business Economic Indicators for 2003 2004*. Washington: US Small Business Administration, www.sba.gov/advo/stats/sbei03.pdf, odczyt: 20.05.2011.
- Vecchio, R.P. 2003. Entrepreneurship and leadership: Common trends and common threads. *Human Resource Management Review*, nr 13, s. 303–327.
- Weber, M. 1994. *Etyka protestancka a duch kapitalizmu*, Lublin: Test.
- Wesołowska, E. 2003. *Psychologiczny portret prywatnego przedsiębiorcy*, Olsztyn: Wydawnictwo Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego.
- Zbarszewski, Z. 2009. Bariery rozwoju przedsiębiorczości akademickiej w Polsce, *Folia Pomeranae Universitatis Technologiae Stetinensis, Oeconomica*, nr 270 (55), s. 97–102.