

IZABELA CYTLAK

ORCID 0000-0002-6528-9680

JOANNA JARMUŻEK

ORCID 0000-0003-4679-3723

*Uniwersytet im. Adama Mickiewicza  
w Poznaniu*

**MIEĆ CIASTKO I ZJEŚĆ CIASTKO,  
CZYLI O POSTAWACH PRZEDSIĘBIORCZYCH  
WŚRÓD HUMANISTÓW  
NA PRZYKŁADZIE STUDENTÓW I STUDENTEK  
KIERUNKÓW HUMANISTYCZNYCH UCZELNI WYŻSZYCH  
Z POLSKI, HISZPANII I NORWEGII.  
WSTĘPNY RAPORT Z BADAŃ**

*ABSTRACT.* Cytlak Izabela, Jarmużek Joanna, *Mieć ciastko i zjeść ciastko, czyli o postawach przedsiębiorczych wśród humanistów na przykładzie studentów i studentek kierunków humanistycznych uczelni wyższych z Polski, Hiszpanii i Norwegii. Wstępny raport z badań* [To Have a Cake and Eat a Cake, Paper about Entrepreneurial Attitudes Among Humanists on the Example of Humanistic Students at Universities from Poland, Spain, and Norway. A Preliminary Report]. *Studia Edukacyjne* nr 56, 2020, Poznań 2020, pp. 323-338. Adam Mickiewicz University Press. ISSN 1233-6688. DOI: 10.14746/se.2020.56.18

The aim of the publication is to show the importance of academic entrepreneurship classes in the process of effective education of humanistic studies students and the role of entrepreneurship university centers in the process of maximizing and accelerating career opportunities. When designing the study, we decided to examine the entrepreneurship attitudes, knowledge and past experiences of students in Spain, Norway and Poland at the bachelor level of humanistic studies. Entrepreneurship classes are compulsory at this level of studies under the Bologna Strategy. 249 BA level students from the three countries filled out the questionnaire. We initially examined the dependence of chosen variables in order to point out the features which might help students to initiate their own business.

**Key words:** entrepreneurship, students of humanistic studies, business, business plan, acquisition of resources (raising funds), lifestyle, interests

## Istota przedsiębiorczości

Czym jest przedsiębiorczość? Pojęcie to pojawia się zarówno w raportach z badań, publikacjach naukowych, jak i potocznym języku. Zazwyczaj kojarzy się ono z zakładaniem oraz prowadzeniem własnej firmy i osiągnięciem sukcesu lub ze sposobem prowadzenia przedsiębiorstwa.

Obecnie znaczenie przedsiębiorczości wzrasta w naukach o zarządzaniu – przedsiębiorczość traktowana jest bowiem jako element szeroko rozumianej aktywności i innowacyjności i uważana jest za ważny czynnik pozwalający skutecznie radzić sobie zarówno z napięciami rodzącymi się w globalnej gospodarce, jak i z szybko zmieniającymi się warunkami biznesu<sup>1</sup>.

Warto jednak podkreślić, iż przedsiębiorczość to również styl działania oraz postrzegania świata i siebie. P. Drucker postrzega osobę cechującą się przedsiębiorczością jako „poszukującą świadomie i aktywnie zmian, reżyserującą oraz kontrolującą ich przebieg, aby na koniec wykorzystać je jako swoją szansę”<sup>2</sup>.

Przedsiębiorczość w takim rozumieniu jest definiowana jako szereg kompetencji i umiejętności powiązanych z osobowością i charakterem, ułatwiających lub utrudniających człowiekowi pewne zachowania. Przedsiębiorczość to sposób działania, polegający na skłonności do podejmowania nowych, ryzykownych i niekonwencjonalnych przedsięwzięć oraz na wykazywaniu inicjatywy w ich poszukiwaniu i wdrażaniu w życie. Jest to więc działanie skierowane na rozwój, ma ono charakter innowatorski. Przedsiębiorczość można scharakteryzować jako działalność dwutorową: na uzyskiwaniu maksimum korzyści z wykorzystywania tego, co istnieje oraz na ciągłym stwarzaniu czegoś nowego, na innowacyjności. Przedsiębiorcze działanie i myślenie to cecha pożądana w działalności zawodowej, będąca przedmiotem szkoleń zarówno na poziomie przedsiębiorstwa zatrudniającego daną osobę, jak i na poziomie kształcenia przyszłego pracownika<sup>3</sup>.

## Przedsiębiorczość akademicka

Uczelnie wyższe kładą coraz większy nacisk na rozwój przedsiębiorczości akademickiej, jako jednego z procesów ustawicznego kształcenia się do

<sup>1</sup> M. Kaczmarek, P. Kaczmarek-Kurczak, *Przegląd metaanaliz dotyczących związku cech osobowości i przedsiębiorczości. W stronę modelu badań*, Management and Business Administration. Central Europe, 2012, 1, 108, s. 50.

<sup>2</sup> K. Mrozowicz, *Cechy zachowań przedsiębiorczych w świetle psychologicznych badań osobowości*, Studia i Materiały. Miscellanea Oeconomicae. Przedsiębiorczość a Rozwój Regionalny, 2010, 1, 14, s. 13-23.

<sup>3</sup> Z. Dowgiałło, *Nowy słownik ekonomiczny przedsiębiorcy*, Szczecin 2004, s. 175-176.

dynamicznie zmieniających się potrzeb rynku pracy. Otwarcie na biznes oraz budowa zdolności do wyzwania potencjału przedsiębiorczości wśród studentów, jak i własnych pracowników stanowi nową drogę rozwoju szkół wyższych. Dotychczasowy model uniwersytetu oparty na edukacji i badaniach naukowych został poszerzony o wdrażanie do przedsiębiorczości, rozumianej jako kształtowanie aktywnych zachowań umożliwiających samodzielne działanie na rynku. Aktywność w sferze edukacji biznesu oraz praktyczne wsparcie dla nowych firm powstałych na bazie *know-how* osób związanych z badaniami naukowymi określa się mianem „przedsiębiorczości akademickiej”<sup>4</sup>. Z ogólnopolskich badań diagnozujących przedsiębiorczość uniwersytecką, przeprowadzonych przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości, wynika, że:

stopień rozwoju przedsiębiorczości akademickiej rozumianej jako prowadzenie własnych firm typu spin-off, spin-out jest znikomy. Tylko 6% badanych prowadzi własną firmę (9% kadry naukowej i 2% studentów). Zdecydowanie częściej swoją firmę chcieliby mieć studenci (51%) niż pracownicy naukowcy (31%)<sup>5</sup>.

Z przytoczonych badań wynika, że aż 88% pracowników naukowych i 80% studentów ocenia, iż uczelnia oferuje w swoim programie studiów przedmioty sprzyjające działaniom przedsiębiorczym i potwierdza ich przydatności.

Z badań przeprowadzonych przez H. Oosterbeek, M. von Praag oraz A. Ijsselstein wynika, iż nie ma prostej zależności między Centrami Przedsiębiorczości a rozwojem umiejętności przedsiębiorczych, gdyż silnie korelują one z cechami osobowości, temperamentem. Badania potwierdzają też, że przedsiębiorczość konkretnych osób powinna być postrzegana jako postawa życiowa, będąca przedłużeniem naturalnych tendencji osobowych, która będzie przekładać się na konkretne zachowania, myśli i emocje w różnorodnych wydarzeniach życiowych. Dlatego, działalność biur do spraw przedsiębiorczości okaże się skuteczna tam, gdzie będzie wspierać wewnętrzne tendencje osób w nich uczestniczących, ale nie jest w stanie diametralnie zmienić wewnętrznych uwarunkowań temperamentalnych oraz przekonań wynikających z obranych postaw życiowych, co potwierdzają liczne badania przytoczone w dalszej części rozważań<sup>6</sup>.

Podobną tezę rozwijają E.A. Rasmussen oraz R. Sorheim, którzy w swoich badaniach dowiedli roli praktycznych działań rozwoju umiejętności i kompe-

<sup>4</sup> G. Banerski i in., *Przedsiębiorczość akademicka (rozwój firm spin-off, spin-out) – zapotrzebowanie na szkolenia służące jej rozwojowi*, Raport z badania, Warszawa 2009, s. 6-8.

<sup>5</sup> Tamże, s. 10-11.

<sup>6</sup> H. Oosterbeek, M. Praag, A. Ijsselstein, *The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation*, *European Economic Review*, 2010, 54, s. 452.

tencji związanych z przedsiębiorczością na rozwój postaw przedsiębiorczych bazujących na predyspozycjach osobowościowych i temperamentalnych<sup>7</sup>. Zmiana postawy życiowej zawsze będzie opierać się na zwiększaniu, poprzez doświadczenia życiowe, dostępności konkretnych zachowań, przyrostu wiedzy oraz doświadczeń emocjonalnych związanych z obiektem postawy, dlatego praktyczna nauka przedsiębiorczości jest skuteczniejsza<sup>8</sup>. Jeszcze ciekawsze badanie przeprowadzili G. von Graevenitz, D. Harhoff i R. Weber, którzy badali umiejętności oraz wiedzę studentów dotyczące przedsiębiorczości przed i po obowiązkowych zajęciach z tego zakresu<sup>9</sup>. Dowiedli, iż jeżeli zajęcia z przedsiębiorczości są prowadzone z naciskiem na praktykę i rozwój studentów, to odnotowuje się znaczący przyrost wiedzy, umiejętności i zachowań przedsiębiorczych w aktywności życiowej badanych osób oraz zmienia się ustosunkowanie do przedsiębiorczości. Tym samym, dowiedli oni, iż praca na wszystkich elementach postawy życiowej może prowadzić do skutecznych zmian na poziomie behawioralnym, poznawczym i emocjonalnym związanych z obiektem postawy. Wspomniani autorzy podkreślają, iż porównywalne wyniki uzyskali w trakcie badań na kilku uniwersytetach. Również badania V. Sonitaris, S. Zerbini i A. Al-Laham potwierdzają zmianę przekonań, ustosunkowania oraz rodzaju zachowań związanych z przedsiębiorczością pod wpływem edukacji praktycznej w tym zakresie. Jednocześnie udowodnili istotny wpływ zajęć na kariery zawodowe studentów oraz rozwój inteligencji emocjonalnej w badanej grupie<sup>10</sup>. Wpływ inteligencji emocjonalnej na przedsiębiorczość jest przedmiotem analizy w dalszej części publikacji.

## Przedsiębiorczość a rynek pracy

Absolwenci szkół stanowią istotny odsetek osób bezrobotnych. Stopa bezrobocia wśród młodych osób z wyższym wykształceniem sięga 10%, czyli jest niższa od 12-procentowej stopy bezrobocia osób młodych, bez podziału na wykształcenie<sup>11</sup>. Sytuacja osób z wyższym wykształceniem jest trudna nie tylko ze względu na bezrobocie, lecz również na ogromny rozdźwięk pomię-

---

<sup>7</sup> E.A. Rasmussen, R. Sorheim, *Action based entrepreneurship education*, Technovation, 2006, 26, s. 185-194.

<sup>8</sup> E. Aronson, T.D. Wilson, R.M. Akert, *Psychologia społeczna*, Poznań 2012, s. 180-197.

<sup>9</sup> G. Graevenitz, D. Harhoff, R. Weber, *The effects of entrepreneurship education*, Journal of Economic Behavior & Organisation, 2010, 76, s. 96-99 i 103-104.

<sup>10</sup> V. Sonitaris, S. Zerbini, A. Al-Laham, *Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources*, Journal of Business Venturing, 2007, 22, s. 566-591.

<sup>11</sup> D. Piróg, *Absolwenci szkół wyższych na rynku pracy w warunkach kryzysu*, Przedsiębiorczość – Edukacja, 2013, 9, s. 308-309.

dzy wiedzą wyuczoną a umiejętnościami wymaganymi w miejscu pracy. Pracodawcy skarżą się na brak podstawowych kwalifikacji oraz odpowiedzialności i rzetelności w podejściu do pracy wśród osób kończących edukację. U. Sztanderska w ramach Projektu „Kwalifikacje dla potrzeb pracodawców”, realizowanego w latach 2009-2013 przedstawiła wyniki badań dotyczących (nie)dopasowania kompetencji pracowników do potrzeb rynku pracy, które świadczą o powszechnym braku podstawowych umiejętności nie tylko zawodowych, lecz również społecznych, pozwalających na zaadaptowanie się w środowisku pracy. Inwestycja w edukację, jak i wczesne rozpoczęcie życia zawodowego, równoległe do toku kształcenia, może ułatwić transfer na rynek pracy młodych osób<sup>12</sup>.

Od 2008 roku zespół ekspertów Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, we współpracy z Uniwersytetem Jagiellońskim, realizuje projekt systemowy Bilans Kapitału Ludzkiego. W najnowszym raporcie „Kompetencje Polaków a potrzeby polskiej gospodarki” eksperci zwracają uwagę na fakt, że w dyskursie publicznym jako przyczynę niedopasowania kompetencyjnego absolwentów do potrzeb pracodawców postrzega się brak umiejętności praktycznych, a jako remedium wskazuje na konieczność rozszerzenia programu praktyk i staży<sup>13</sup>. Wyniki BKL wskazują, iż na polskim rynku pracy poszukiwane są osoby o kompetencjach transferowalnych (czyli przydatne na większej liczbie stanowisk pracy), o charakterze ogólnym lub profesjonalnym, które mogą być dostarczone przez szkoły i uczelnie, a są rozwijane w niewystarczającym stopniu i w stosunku do niewystarczającej liczby osób. Z drugiej zaś strony, w badaniach przeprowadzonych w 2013 roku zdecydowana większość Polaków w wieku produkcyjnym (65%) w żaden sposób nie podnosiła swoich kompetencji, nawet poprzez różnorodne formy samokształcenia, w tym aż 39% deklaruje, iż nigdy nie uczestniczyło w kursach, szkoleniach, warsztatach, praktykach lub innych formach doksztalcania. Tylko 35% Polaków w wieku 18-64 lata (8,7 mln osób) podnosiło swoje kompetencje w różnorodnych formach<sup>14</sup>.

## Przedsiębiorczość a osobowość człowieka

Przedsiębiorczość to immanentna i kreacyjistyczna część osobowości. To zbiór cech personalnych, które przejawiają się w rozmaitych rolach społecznych oraz zawodo-

<sup>12</sup> Por. Ł. Sienkiewicz, M. Gruza, *Badanie kwalifikacji i kompetencji oczekiwanych przez pracodawców od absolwentów kształcenia zawodowego*, Warszawa 2009.

<sup>13</sup> A. Szczucka, K. Turek, B. Worek, *Rozwijanie kompetencji przez dorosłych Polaków*, Warszawa 2014, s. 23-28.

<sup>14</sup> Tamże, s. 5-15.

wych, charakteryzujące się względnie stabilną wiązką swoistych zachowań uwarunkowanych osobowościowo, społecznie i sytuacyjnie<sup>15</sup>.

Przedsiębiorczość jest więc postawą życiową, będącą czynnikiem sprawnym niezbędnym do podejmowania działań przedsiębiorczych<sup>16</sup>. Na wspomnianą postawę składają się: cechy osobowości (jak np.: zaradność, inicjatywa, niezależność, zaangażowanie, kreatywność, odporność na stres, silna wola, autodyscyplina), zachowania (aktywność życiowa, kierowanie, kontrolowanie, nadzorowanie, podejmowanie decyzji i ryzyka oraz zachowania asertywne) oraz kompetencje osobiste i kompetencje społeczne odpowiadające inteligencji emocjonalnej<sup>17</sup>.

Inteligencja emocjonalna jest zdolnością rozpoznawania emocji swoich i innych ludzi oraz kierowania nimi przez odpowiednie zachowania społeczne. Nie zawsze osoby o wysokim poziomie ilorazu inteligencji mają wysoki poziom inteligencji emocjonalnej. Na poziom inteligencji emocjonalnej wpływają takie cechy, jak: empatia, zdolność patrzenia na siebie i innych z dystansem, umiejętność nawiązywania kontaktów i osiągnięcia porozumienia oraz zdolność współdziałania<sup>18</sup>. Według D. Golemana, na inteligencję emocjonalną składają się kompetencje emocjonalne, do których zaliczamy kompetencje osobiste i kompetencje społeczne. Kompetencje osobiste determinują stopień, w jakim radzimy sobie ze sobą i składają się na nie: samoświadomość, samoregulacja i motywacja. Kompetencje społeczne zaś decydują o tym, jak radzimy sobie w kontaktach z innymi. Do kompetencji tych należą: empatia (rozumienie innych, polegające na uświadamianiu sobie uczuć i punktów widzenia innych osób i interesowaniu się ich problemami, tolerancję dla różnorodności, czyli wspieranie indywidualizmu poszczególnych jednostek) i umiejętności społeczne, zwane inaczej interpersonalnymi.

Przeprowadzono szereg badań weryfikujących zależności między postawą przedsiębiorczości a określonymi cechami osobowości, charakteru oraz stylami działania. Wielu badaczy szukało zależności między cechami funkcjonowania osób przedsiębiorczych a teoriami osobowości Hansa Eysencka oraz pięcioczynnikowym modelem osobowości P. Costy i R. McCrae, zwaną też Wielką Piątką<sup>19</sup>. W badaniach przeprowadzonych przez K. Mrozowicza

<sup>15</sup> K. Mrozowicz, *Cechy zachowań przedsiębiorczych*, s. 558.

<sup>16</sup> S. Sudoł, *Przedsiębiorczość – jej pojmowanie, typy i czynniki ją kształtujące*, *Problemy Zarządzania*, 2008, 2, 20, s. 9-10.

<sup>17</sup> K. Szelałowska-Rudzka, *Cechy przedsiębiorcze – czy domeną tylko przedsiębiorców?* [w:] *Uwarunkowania przedsiębiorczości – różnorodność i zmienność*, red. K. Jaremczuk, Tarnobrzeg 2008, s. 142-143.

<sup>18</sup> D. Goleman, *Inteligencja emocjonalna w praktyce*, przekł. A. Janowski, Poznań 2012, s. 13-19.

<sup>19</sup> J. Strelau, *Psychologia temperamentu*, Warszawa 2012, s. 75-79 i s. 63-65.

badano nasilenie określonych cech osobowości w grupie badawczej (przedsiębiorcy) i kontrolnej (sektor budżetowy):

przedsiębiorcy charakteryzowali się większym natężeniem desygnatów ekstrawersji. Statystycznie częściej występowały u nich postawy: optymizmu, otwartości na doświadczenia, postawy prospołeczne, asertywność, wysoka samoocena, deficyt stymulacyjny, poszukiwanie doznań, tolerancja stresu, zdolności podejmowania decyzji w sytuacjach trudnych, poczucie wewnętrznego umiejscowienia kontroli, kreatywności, aktywności i niezależności<sup>20</sup>.

Na skali neurotyczność – stabilność emocjonalna przedsiębiorcy okazali się statystycznie mniej neurotyczni, a to oznacza, że prawdopodobieństwo zaobserwowania wśród nich zachowań: irracjonalności, lęklivosti, apatyczności, emocjonalności, postaw unikania, poczucia winy, niskiej samooceny jest istotnie niższe niż wśród pracowników sfery budżetowej. Również M. Kaczmarek i P. Kaczmarek-Kurczak badali zależności między teorią Wielkiej Piątki a cechami osób przedsiębiorczych. Najsilniejszy związek stwierdzono w stosunku do skłonności do podejmowania ryzyka, następnie – otwartości na doświadczenia, stabilności emocjonalnej, sumienności, ekstrawersji, poczucia skuteczności oraz motywacji wewnętrznej<sup>21</sup>. Podobnie badanie przeprowadzone przez L. von Misesa, J. Schumpetera, D. McClellanda i J. Timmonsa, a także R.H. Brochusa wskazały na istotną zależność między przedsiębiorczością a takimi cechami, jak podejmowanie decyzji, innowacyjność, potrzeba osiągnięć, gotowość podjęcia ryzyka oraz odczucie wewnętrznej kontroli<sup>22</sup>.

## Badania własne

Projekt jest realizowany od roku 2014 w ramach badań statutowych. Przebadaliśmy studentów na kierunkach humanistycznych w Polsce (Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Wydział Studiów Edukacyjnych, pedagogika), Hiszpanii (Uniwersytet w Kordobie, Wydział Edukacji, kierunki nauczycielskie) oraz Norwegii (Uniwersytet w Agder, Kristiansand, Wydział Studiów Humanistycznych i Edukacji, kierunki nauczycielskie). Naszym celem jest również przebadanie studentów kierunków humanistycznych we Włoszech. Celem prowadzonych badań było poznanie postaw przedsiębiorczych studentów w krajach Europy na przykładzie wybranych czterech

<sup>20</sup> K. Mrozowicz, *Cechy zachowań przedsiębiorczych*, s. 16-18.

<sup>21</sup> M. Kaczmarek, P. Kaczmarek-Kurczak, *Przegląd metaanaliz*, s. 55-63.

<sup>22</sup> F. Bławat, *Przedsiębiorca w teorii przedsiębiorczości i prowadzenia małych firm*, Gdańsk 2003, s. 40-46; H.A. Mushtaq, *Personality Traits among Entrepreneurial and Professional CEOs in SMEs*, *International Journal of Business and Management*, 2010, 5, 9, s. 204.

państw (Polska, Hiszpania, Norwegia i Włochy), poznanie zależności między cechami psychicznymi, posiadaną wiedzą a działaniami przedsiębiorczymi za pomocą skonstruowanego narzędzia badawczego oraz analiza możliwości wsparcia studentów w biznesie oraz propagowanie idei przedsiębiorczości akademickiej. W ramach współpracy międzynarodowej nawiązałyśmy kontakt z Wydziałami Edukacji oraz Centrami Przedsiębiorczości w wymienionych państwach.

Do badania postaw studentów wykorzystano metodę sondażu diagnostycznego. Zaprojektowano narzędzie badawcze – kwestionariusz ankiety, które składało się z trzech części: testu autorstwa profesora Waltera Gooda, pytań dotyczących wiedzy z zakresu przedsiębiorczości i posiadanych doświadczeń biznesowych oraz metryczki. Kwestionariusz ankiety został poddany analizie przez kompetentnych sędziów, dzięki którym przeprowadzono weryfikację oraz udoskonalenie narzędzia badawczego<sup>23</sup>. Następnie przeanalizowana została zgodność sędziów kompetentnych, to znaczy, czy oceny osób oceniających różnią się znaczenie od siebie, czy są one podobne. Uzyskany wynik to 0,93 w teście W Kendalla, a zatem zbieżność odpowiedzi wynosiła 93%. Mała rozbieżność ocen sędziów wskazuje, że zastosowane narzędzie badawcze jest w niewielkim stopniu wrażliwe na subiektywną ocenę osoby ankietowanej.

Pierwszą część kwestionariusza ankiety stanowił test Waltera Gooda<sup>24</sup>, który bada poziom predyspozycji do bycia skutecznym przedsiębiorcą. Badania twórcy tego narzędzia wskazują, iż poza wiedzą, jak prowadzić przedsiębiorstwo, jak kierować, zatrudniać i zarządzać ludźmi, niezbędne są pewne predyspozycje, które zwiększą prawdopodobieństwo odniesienia sukcesu<sup>25</sup>. Walter Good przebadał osoby, które odniosły sukces w dziedzinie przedsiębiorczości i wyodrębnił następujące cechy osoby przedsiębiorczej: pozytywne reagowanie na wyzwania, chęć uczenia się na własnych błędach, przejawianie inicjatywy, wytrwałość w dążeniu do celu, panowanie nad własnymi impul-

---

<sup>23</sup> Oceny sędziów kompetentnych wykorzystywane są podczas badań osób za pomocą pytań otwartych, gdzie nie istnieje jednoznaczny klucz odpowiedzi, według którego można wyliczyć interesującą badacza cechę. Dlatego, aby uniknąć błędu subiektywizmu osoby oceniającej, wybrano kilkoro sędziów kompetentnych (psychologa, pedagoga, pedagoga specjalnego oraz socjologa) do oceny tego samego materiału badawczego i każdej z tych osób podano te same wskazówki odnośnie oceniania wypowiedzi osób badanych. Wybrani sędziowie dokonywali ocen niezależnie od siebie.

<sup>24</sup> Walter Good jest profesorem (obecnie już emerytowanym) na Uniwersytecie Stanu Manitoba, Winnipeg, Kanada, gdzie kierował Zakładem Marketingu oraz piastował funkcję Dziekana Wydziału Biznesowego. Od kilkudziesięciu lat zajmuje się przedsiębiorczością, stat-up'ami, wielopoziomym marketingiem, kierował Centrami Przedsiębiorczości, koordynował wiele projektów międzynarodowych dotyczących rozwoju małych biznesów.

<sup>25</sup> Por. W.S. Good, *Budowanie marzenia. Wszechstronny poradnik zakładania własnej firmy*, Warszawa 1993; tenże, *Building a Dream*, 2008.



sami i kreatywność. Człowiek przedsiębiorczy charakteryzuje się określonymi cechami (część A testu)<sup>26</sup>, wzorcami zachowań (część B testu)<sup>27</sup> oraz stylem życia (część C testu)<sup>28</sup>. W części A można było otrzymać od 0 do 14 punktów. W części B – od 0 do 46 punktów, a w części C – od 0 do 14 punktów, a zatem – łącznie 74 punkty. Druga część narzędzia składała się z pytań dotyczących doświadczeń biznesowych własnych studentów studiów humanistycznych oraz ich rodziców, wiedzy na temat zakładania biznesu, pozyskiwania funduszy, tworzenia biznesplanów. Osoby badane proszono także o wskazanie rodzaju aktywności i zainteresowań realizowanych w czasie wolnym, wskazanie cech osób przedsiębiorczych, określenie własnego poziomu przedsiębiorczości, dalszych planów edukacyjnych i zawodowych oraz o przydatność zdobytej w trakcie studiów wiedzy i umiejętności w przyszłym zawodzie/pracy zarobkowej. W metryczce studenci byli proszeni o podanie płci, wieku, rodzaju i stopnia realizowanych studiów, miejsce zamieszkania, kraj, w którym chcą mieszkać i pracować po skończeniu studiów oraz stopień niezależności finansowej.

Badania zostały przeprowadzone w 2015 i 2016 roku. Łącznie przebadano 323 studentów studiów humanistycznych w Hiszpanii, Norwegii i Polsce. Do dalszej analizy ilościowej i jakościowej dopuszczono 309 ankiet wypełnionych przez osoby studiujące na poziomie licencjackim oraz magisterskim. Wcześniej odrzucono pojedyncze ankiety, które były niekompletne lub odpowiedź wskazywała na niezrozumienie pytania. Do analizy porównawczej postaw przedsiębiorczych studentów studiów humanistycznych na poziomie licencjackim użyto 249 ankiet: 51 z Hiszpanii, 118 z Norwegii oraz 80 ankiet z Polski. Grupa badawcza składa się więc w 21% ze studentów hiszpańskich, 47% norweskich oraz w 32% polskich. Mamy świadomość, iż nie są to grupy równoliczne, ale zarówno w Hiszpanii, jak i w Norwegii napotkaliśmy pewne trudności z uzyskaniem ankiet. Na przykład, hiszpańscy studenci i studentki (nawet na prośbę profesorów) nie chcieli zostawać po zajęciach i wypełniać ankiety, ponieważ to był ich wolny czas, który woleli spędzić

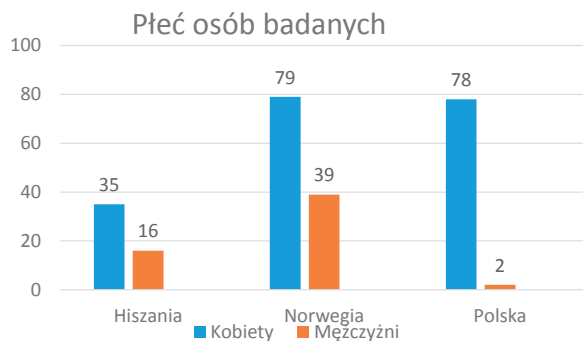
<sup>26</sup> Przykładowe pytania Części A: Czy uczestniczyłeś w inicjowaniu klubów pomocy społecznej, organizacjach społecznych, przedsięwzięciach charytatywnych etc.? Czy uczestniczyłeś w życiu szkoły lub uprawiałeś jakiś sport? Czy oczekiwano od Ciebie wykonywania drobnych prac w domu, zanim osiągnąłeś 10 rok życia?

<sup>27</sup> Przykładowe pytania Części B: Czy jesteś człowiekiem, który jeżeli zdecyduje się coś zrobić, robi to i nic go nie powstrzyma? Kiedy masz do czynienia z sytuacją patową w grupie, czy jesteś zwykle tą osobą, która przelamuje zastój i uruchamia dalszy proces? Czy zwykle pytasz o radę ludzi od ciebie starszych i bardziej doświadczonych? Nawet jeżeli ludzie mówią ci: „Tego nie da się zrobić”, czy i tak musisz sam to sprawdzić?

<sup>28</sup> Przykładowe pytania Części C: Czy jesteś gotów poświęcić swoje życie rodzinne i przyjąć obniżkę zarobków, aby osiągnąć sukces w interesach? Czy przystępując do wykonywania zadania stawiasz sobie jasne cele? Czy lubisz pracę nad przedsięwzięciami, których doprowadzenie do końca potrwa 5-10 lat? Czy uważasz za możliwą pracę w nadgodzinach, aby osiągnąć cel?

z bliskimi. W Norwegii spotkałyśmy się natomiast z bardzo specyficzną sytuacją: osoby badane niektóre pytania odbierały jako zbyt osobiste i pomimo zapewnienia o ich anonimowości oraz wykorzystaniu wyników wyłącznie do celów naukowych, spora liczba osób ankiet nam nie oddała, odbierając niektóre pytania jako wrażliwe: Czy pracujesz lub pracowałaś? (pytanie z drugiej części narzędzia) Czy często chorujesz? Czy miewasz problemy ze snem? Czy posiadasz konto oszczędnościowe? (pytania z testu Waltera Gooda z części A, B i C).

Studenci studiujący na kierunkach pedagogicznych to głównie kobiety. Dysproporcja ta jest widoczna zwłaszcza w Polsce (por. ryc. 1). Grupa badawcza składa się ze 192 kobiet i 57 mężczyzn (ryc. 1). Zarówno w Hiszpanii, jak i w Norwegii mężczyźni stanowią 1/3 populacji badanej grupy narodowościowej. Hiszpańskie kierunki pedagogiczne (Wydział Nauk o Edukacji) można podzielić na nauczanie początkowe i edukację podstawową, które można również realizować w formie studiów dwujęzycznych, uprawniających na dodatek do nauczania języka angielskiego na nauczonym poziomie. Norweskie studia pedagogiczne przygotowują do uczenia na trzech poziomach edukacji: przedszkolnej 1-5 lat (edukacja nieobowiązkowa), 6-12 lat (edukacja podstawowa) oraz 13-15 lat (edukacja gimnazjalna). Etap edukacji podstawowej oraz gimnazjalnej jest darmowy i obowiązkowy. Uczniowie mogą kontynuować edukację w liceum, które również jest darmowe i dobrowolne.



Ryc. 1. Płeć studentów studiów humanistycznych z podziałem na kraje objęte badaniem

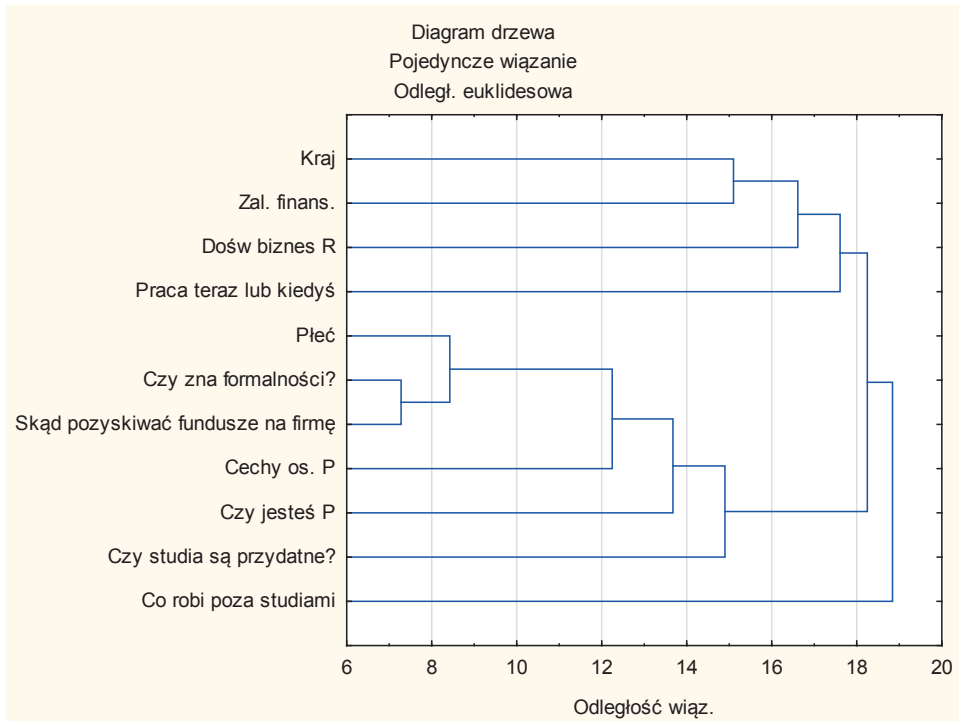
(źródło: badania własne)

Po zebraniu ankiet dokonano przeliczeń wyników surowych z testu Waltera Gooda w poszczególnych podskalach i uzyskano wynik ogólny oraz trzy częściowe; odpowiedzi z pytań otwartych zostały zakodowane oraz przeprowadzono analizę statystyczną wszystkich zebranych danych.

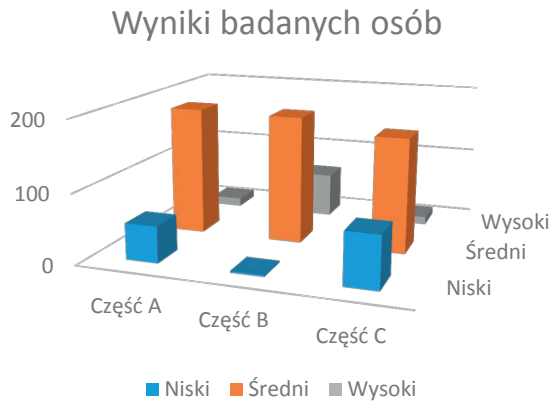
Do obliczeń wykorzystano pakiet programu Statistica. Badając zależności statystyczne, zastosowano Test t Studenta lub  $\chi^2$ , w zależności od rodzaju analizowanych zmiennych. Siła korelacji między wynikami uzyskanymi przez badanie osoby w poszczególnych częściach kwestionariusza była analizowana przy poziomie istotności równym lub mniejszym niż  $p \leq 0,05$ . Analiza skupień metodą aglomeracji wybranych zmiennych pozwoliła na wskazanie pewnych grup zmiennych w sposób istotny ze sobą powiązanych (por. ryc. 2). Jak widać, odległości euklidesowe są bardzo niewielkie i wskazują na istotne zależności między krajem, w którym przeprowadzono badania a zależnością finansową i aktywnością zawodową osób badanych, jak też doświadczeniem biznesowym rodziców osób badanych. Druga grupa powiązanych zmiennych to wzajemne zależności między aktywnością życiową osób badanych, posiadaną wiedzą z zakresu przedsiębiorczości, posiadanymi cechami osoby przedsiębiorczej. Powyższe zależności zostaną omówione w dalszej części publikacji.

W analizowanych wynikach testu Waltera Gooda nie stwierdzono zależności między narodowością a pozostałymi zmiennymi – studenci z Hiszpanii, Norwegii i Polski uzyskali wyniki podobne. Co więcej, rozkłady odpowiedzi badanych w częściach A, B i C są zbliżone do rozkładu normalnego. Warto jednak podkreślić, iż w badanej populacji studentów studiów humanistycznych najmniej odpowiedzi uzyskano w przypadku wyników wysokich części A, czyli diagnozującej cechy przedsiębiorcze, wyników niskich części B, czyli określonych wzorców zachowań, oraz wyników wysokich części C, diagnozującej styl życia (por. ryc. 3). Istotne zależności między testem Wooda a pozostałymi zmiennymi odnotowano w przypadku analizy doświadczeń biznesowych rodziców. Ta zmienna miała istotny wpływ na poziom wyników z części A Waltera Gooda, czyli posiadane cechy przedsiębiorcze (siła korelacji 0,34) oraz słaby, aczkolwiek istotny na posiadane wzorce zachowań (część B) – w tym wypadku siła korelacji wynosiła 0,21.

Osoby, które uzyskały wysokie wyniki w części A, B i C testu Waltera Gooda znacznie częściej określały siebie jako osoby przedsiębiorcze, potrafiły wskazać istotne cechy osoby przedsiębiorczej (0,30), miały wiedzę o niezbędnych formalnościach związanych z zakładaniem firmy (0,28), skąd pozyskać potrzebne fundusze (0,30), oraz potrafiły oszacować, ile potrzebują pieniędzy na otwarcie biznesu (0,26). Najsilniejsze zależności ujawniały się między częścią C (styl życia) a wymienionymi zmiennymi. Co ważne, osoby przedsiębiorcze były świadome własnych cech i zachowań ułatwiających bycie przedsiębiorczym, potrafiły również wskazać co mogą jeszcze zrobić (jakie umiejętności i wiedzę zdobyć), żeby zwiększyć własną atrakcyjność na rynku pracy (zależność 0,32), potrafiły również wskazać, skąd mogą czerpać pomysły biznesowe (0,23).



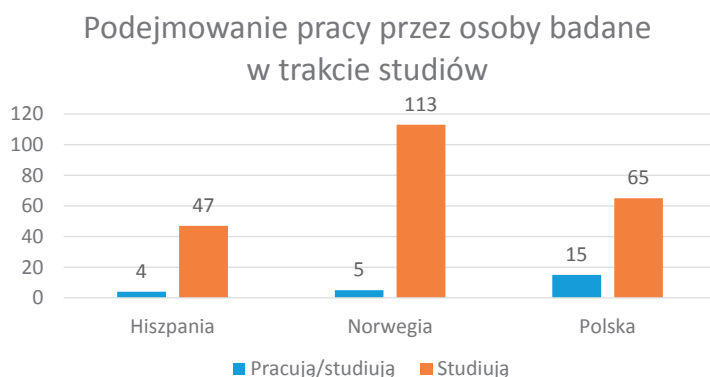
Ryc. 2. Analiza skupień metodą aglomeracji wybranych zmiennych  
(źródło: badania własne)



Ryc. 3. Wyniki studentów studiów humanistycznych z podziałem na podskale testu Waltera Gooda  
(źródło: badania własne)

W trakcie analiz statystycznych okazało się, iż narodowość jest zmienną różnicującą osoby badane w kilku istotnych obszarach: wiedzy studentów studiów humanistycznych z zakresu przedsiębiorczości, doświadczeń biznesowych osób badanych oraz ich rodziców. We wszystkich tych obszarach odnotowano istotne zależności między polską narodowością a wspomnianymi zmiennymi.

Analizując aktywność zarobkową badanych studentów studiów humanistycznych, to pracuje jedynie 8% hiszpańskich studentek i studentów oraz 4,4% Norwegów. Wśród polskich badanych aż 23% populacji wskazuje na łączenie studiów i pracy zarobkowej. Zależność ta jest silna (siła korelacji to 0,43) i pozwala stwierdzić, iż to polscy studenci i studentki najczęściej godzili pracę ze studiami. Zarówno w Hiszpanii (92,%), jak i Norwegii (95,6%) studenci najczęściej wskazywali na brak aktywności zarobkowej (por. ryc. 4).



Ryc. 4. Aktywność zawodowa studentów studiów humanistycznych z podziałem na kraje objęte badaniem

(źródło: badania własne)

Co ważne, aktywność zarobkowa studentów w sposób istotny dodatnio korelowała z aktywnością pozazarobkową i pozaszkolną. To właśnie osoby pracujące i uczące się najczęściej dodatkowo rozwijały swoje zainteresowania poprzez różnorodną aktywność życiową. W Polsce to był zazwyczaj wolontariat i zainteresowania hobbystyczne lub sport, natomiast w Norwegii i Hiszpanii – aktywność kościelna i sportowa.

Warto jeszcze podkreślić, iż osoby uważające, iż studia przydadzą się im w zwiększaniu atrakcyjności na rynku pracy, znacznie lepiej orientowały się w zagadnieniach przedsiębiorczości akademickiej (0,29). Potrafiły one też wskazać na konkretne umiejętności i wiedzę, które zwiększyły ich atrakcyjność

na rynku pracy oraz czego chciałyby się jeszcze nauczyć. Zależności te uwidaczniały się zwłaszcza u osób łączących aktywność edukacyjną i zarobkową.

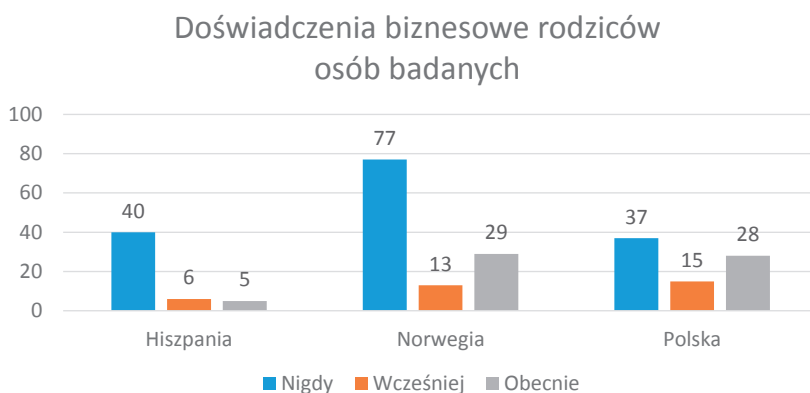
Co istotne, również Polacy stanowili grupę, która najczęściej wykazywała, iż ma wystarczającą wiedzę: skąd czerpać pomysły biznesowe (siła zależności to 0,45), jak założyć firmę (siła korelacji aż 0,61) oraz jak pozyskać fundusze na założenie firmy. Hiszpanie i Norwegowie częściej podawali jako jedyne swoje źródło Internet. Można na tej podstawie wnioskować, iż polscy studenci otrzymali w trakcie studiów bardzo przydatną wiedzę oraz umiejętności z zakresu przedsiębiorczości akademickiej i dlatego tak dobrze sobie poradzili w pytaniach dotyczących wiedzy teoretycznej i praktycznej związanej z prowadzeniem własnego biznesu oraz ze względu na posiadane doświadczenie zawodowe.

Tabela 1

Posiadane doświadczenia biznesowe rodziców studentów studiów humanistycznych w badanych krajach

	Brak	Posiadane	Łącznie
Hiszpania	40	11	51
Norwegia	76	42	118
Polska	37	42	80
Łącznie	154/61%	96/39%	249/100%

Źródło: badania własne.



Ryc. 5. Doświadczenia biznesowe rodziców badanych studentów studiów humanistycznych

(źródło: badania własne)

Kolejną istotną zależnością skorelowaną z narodowością studentów studiów humanistycznych jest posiadane doświadczenie biznesowe rodziców osób badanych: 39% rodziców badanej populacji miało doświadczenie w prowadzeniu własnego przedsiębiorstwa. Jedynie w przypadku Polaków grupa aktywnych lub byłych przedsiębiorców była liczniejsza od populacji rodziców nieposiadających jakiegokolwiek doświadczenia biznesowego. Rodzice badanych Polek i Polaków najczęściej (w porównaniu z Hiszpanią i Norwegią) byli lub są przedsiębiorcami (por. tab. 1 oraz ryc. 5). Należy tutaj podkreślić, iż w Norwegii mamy do czynienia ze specyficzną prawidłowością: aż 34% osób zatrudnionych pracuje w sektorze państwowym, w Hiszpanii – tylko 17%, a w Polsce – 25%.

\* \* \*

Edukacja w dziedzinie przedsiębiorczości wymaga szczególnego zaangażowania studentów, jak i prowadzących zajęcia z tego zakresu, ze względu na złożoność tego zagadnienia. Wspieranie edukacji i działań w dziedzinie przedsiębiorczości wymaga koncentrowania się na obecnej, jak i przyszłej sytuacji. Równie ważne, jeśli nie ważniejsze, jest przewidywanie przyszłych trendów i dostosowanie do nich swoich działań. Dlatego, tak istotne są szerokie uwarunkowania przedsiębiorcze oraz predyspozycje psychologiczne do podążania za tymi trendami oraz zdolność do planowania obecnych, jak i przyszłych działań. Nasze badania unaocznily rolę zajęć propagujących przedsiębiorczość akademicką oraz wykazały wpływ wcześniejszych doświadczeń życiowych rodzinnych oraz własnych osób badanych na zakres wiedzy z dziedziny przedsiębiorczości oraz przejawiane cechy oraz zachowania ułatwiające bycie przedsiębiorcą. Przeprowadzone badania wśród studentów studiów humanistycznych wykazały również zależność między posiadaniem cech ułatwiających bycie osobą przedsiębiorczą a łączeniem aktywności edukacyjnej, zarobkowej oraz pozaszkolnej. Co istotne, osoby, które uzyskały wysokie wyniki w podskalach testu Waltera Gooda częściej miały gruntowną i adekwatną wiedzę z zakresu przedsiębiorczości. W toku analiz okazało się, iż w badanej populacji studentów studiów humanistycznych istnieje istotna zależność między narodowością a posiadaną wiedzą z zakresu przedsiębiorczości. Polscy studenci cechowali się najadekwatniejszą wiedzą o zakładaniu i prowadzeniu własnego biznesu, największą aktywnością zawodową oraz najczęściej mieli rodziców przedsiębiorców. W przeprowadzonym badaniu nie udało się uzyskać równoliczności badanej grupy pod względem płci. Jednakże, na studiach humanistycznych istnieje stała nadreprezentacja kobiet, dlatego dla tej grupy wnioski z badań są reprezentatywne.

## BIBLIOGRAFIA

- Aronson E., Wilson T.D., Akert R.M., *Psychologia społeczna*, Poznań 2012.
- Banerski G., Gryzik A., Matusiak K.B., Mażewska M., Stawasz E., *Przedsiębiorczość akademicka (rozwoj firm spin-off, spin-out) – zapotrzebowanie na szkolenia służące jej rozwojowi*, Raport z badania, Warszawa 2009.
- Bławat F., *Przedsiębiorca w teorii przedsiębiorczości i prowadzenia małych firm*, Gdańsk 2003.
- Dowigałło Z., *Nowy słownik ekonomiczny przedsiębiorcy*, Szczecin 2004.
- Goleman D., *Inteligencja emocjonalna w praktyce*, przekł. A. Janowski, Poznań 2012.
- Good W.S., *Budowanie marzenia. Wszelchstronny poradnik zakładania własnej firmy*, Warszawa 1993.
- Good W.S., *Building a Dream*, Toronto 2008.
- Graevenitz G., Harhoff D., Weber R., *The effects of entrepreneurship education*, Journal of Economic Behavior & Organisation, 2010, 76.
- Kaczmarek M., Kaczmarek-Kurczak P., *Przegląd metaanaliz dotyczących związku cech osobowości i przedsiębiorczości. W stronę modelu badań*, Management and Business Administration. Central Europe, 2012, 1, 108.
- Mrozowicz K., *Cechy zachowań przedsiębiorczych w świetle psychologicznych badań osobowości*, Studia i Materiały. Miscellanea Oeconomicae. Przedsiębiorczość a Rozwój Regionalny, 2010, 1, 14.
- Mushtaq H.A., *Personality Traits among Entrepreneurial and Professional CEOs in SMEs*, International Journal of Business and Management, 2010, 5, 9.
- Oosterbeek H., Praag M., Ijsselstein A., *The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation*, European Economic Review, 2010, 54.
- Piróg D., *Absolwenci szkół wyższych na rynku pracy w warunkach kryzysu*, Przedsiębiorczość – Edukacja, 2013, 9.
- Rasmussen E.A., Sorheim R., *Action based entrepreneurship education*, Technovation, 2006, 26.
- Sienkiewicz Ł., Gruza M., *Badanie kwalifikacji i kompetencji oczekiwanych przez pracodawców od absolwentów kształcenia zawodowego*, Warszawa 2009.
- Sonitaris V., Zerbinati S., Al-Laham A., *Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources*, Journal of Business Venturing, 2007, 22.
- Strelau J., *Psychologia temperamentu*, Warszawa 2012.
- Sudoł S., *Przedsiębiorczość – jej pojmowanie, typy i czynniki ją kształtujące*, Problemy Zarządzania, 2008, 2, 20.
- Szczucka A., Turek K., Worek B., *Rozwijanie kompetencji przez dorosłych Polaków*, Warszawa 2014.
- Szelągowska-Rudzka K., *Cechy przedsiębiorcze – czy domeną tylko przedsiębiorców? [w:] Uwarunkowania przedsiębiorczości – różnorodność i zmienność*, red. K. Jaremczuk, Tarnobrzeg 2008.
- Turker D., Sonmez Selcuk S., *Which factors affect entrepreneurial intention of university students?* Journal of European Industrial Training, 2009, 27 February.