

Janusz Nowak

Uniwersytet Opolski, Polska ■ University of Opole, Poland

Kształtowanie postaw przedsiębiorczych wśród młodzieży szkół ponadpodstawowych

Shaping Entrepreneurial Attitudes Among Secondary School Students

Streszczenie: Kształtowanie postaw przedsiębiorczych ma kluczowe znaczenie w rozwoju i edukacji młodzieży, która w niedługim czasie będzie rozpoczynała własną drogę zawodową. Dlatego tak ważną sprawą jest, aby młodzi ludzie byli świadomymi i aktywnymi uczestnikami życia społeczno-gospodarczego. Właściwe ukształtowanie postaw przedsiębiorczych pozwoli im na odnalezienie się na wymagającym rynku pracy, zwiększy ich pewność siebie i wielokrotnie prawdopodobieństwo odniesienia sukcesu w roli przedsiębiorcy prowadzącego własną działalność gospodarczą. Celem artykułu jest poznanie i ocena potencjału przedsiębiorczego młodzieży oraz zidentyfikowanie barier i zagrożeń, które mogą umożliwić lub utrudnić uczniom wejście w rolę przedsiębiorcy. Artykuł jest efektem analizy literatury przedmiotu oraz badań ankietowych przeprowadzonych wśród uczniów ostatnich klas opolskich szkół ponadpodstawowych. Uzyskane wyniki badań uwiaryściły różnicę w obszarze gotowości do podjęcia własnej działalności gospodarczej zależnie od typu szkoły, do której uczęszczali uczniowie (liceum, technikum, szkoła branżowa) oraz w zależności od płci. Uczniowie doceniali różnego rodzaju praktyczne zajęcia, które przyczyniały się do rozwijania u nich postaw przedsiębiorczych. Jednocześnie twierdzili, że ich nauczyciele w niewielkim stopniu przyczyniali się do kształtowania u nich postaw przedsiębiorczych, co oznacza, że potrzebne są pilne systemowe zmiany i elastyczniejsze podejście prowadzących zajęcia pedagogów. Wiedzę teoretyczną należy ograniczyć do niezbędnego minimum, a znacznie wzmocnić komponent praktyczny zajęć.

Abstract: Shaping entrepreneurial attitudes is of key importance in the development and education of young people who will soon start their own professional path. That is why it is so important for them to be conscious and active participants in social and economic life. Proper formation of entrepreneurial attitudes will allow them to find themselves in the demanding labour market, increase their self-confidence and multiply their probability of success as an entrepreneur running their own business. The aim of the article is to learn about and assess the entrepreneurial potential of young people and to identify potential barriers and threats that prevent and hinder students from entering the role of entrepreneur. The article is the result of an analysis of the literature on the subject and a survey conducted among students of the

last years of Opole secondary schools. The results of the study showed differences in the area of readiness to start their own business depending on the type of school attended (high school, technical secondary school, trade school) and the gender of the respondents. Students appreciate the various types of practical activity that contribute to the development of entrepreneurial attitudes and say that their teachers contribute little to shaping those attitudes. This requires urgent systemic changes and a more flexible approach by educators. Theoretical knowledge should be limited to the necessary minimum, and the practical component of the classes should be significantly strengthened.

Słowa kluczowe: młodzież; postawy przedsiębiorcze; przedsiębiorca; szkoła

Keywords: entrepreneur youth; entrepreneurial attitudes; school

Otrzymano: 8 listopada 2024

Received: 8 November 2024

Zaakceptowano: 29 listopada 2024

Accepted: 29 November 2024

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Nowak, J. (2024). Kształtowanie postaw przedsiębiorczych wśród młodzieży szkół ponadpodstawowych. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 20(2), 131-143. <https://doi.org/10.24917/20833296.202.8>

Wstęp

Obecnie, w dobie powszechnego pędu technologicznego, który wymusza stałe nabywanie nowych kwalifikacji i modyfikowanie kwalifikacji już posiadanych, proces edukacji należy rozpatrywać zgodnie z ideą uczenia się przez całe życie (ang. lifelong learning). Zakłada ona potrzebę, a nawet konieczność uczenia się w instytucjach szkolnych na różnych poziomach (edukacja formalna), na różnego rodzaju kursach, szkoleniach lub warsztatach (edukacja pozaformalna) oraz podczas pracy zawodowej i relacji z innymi ludźmi (edukacja nieformalna). Nawet najlepsze wykształcenie zdobyte w ramach edukacji formalnej już po kilku latach wymaga uzupełnienia bądź rozszerzenia o inne obszary, które nie zawsze są pokrewne z pierwotnym wykształceniem. Koniecznością staje się rozwijanie posiadanych kompetencji i zdobywanie nowych, które są odpowiedzią na aktualne wyzwania i potrzeby gospodarki opartej na wiedzy. Stopień złożoności zagadnień społecznych oraz zawodowych jest bowiem obecnie na takim poziomie, że wymaga łączenia wykształcenia z wielu dziedzin (Kwiatkowski, 2018: 16).

W tak heterogenicznej i ciągle zmieniającej się rzeczywistości odnajdzie się tylko przedsiębiorczy człowiek, który zmierzy się z otaczającymi go problemami, a wszelkie zmiany otoczenia społeczno-gospodarczego będzie postrzegał jako szansę na rozwój (Kanik, 2022: 108). W warunkach charakteryzujących społeczeństwo wiedzy to właśnie przedsiębiorczość, na którą składają się m.in. innowacyjność, kreatywność oraz zdolność wykorzystywania pojawiających się szans, należy traktować jako kluczową kompetencję przyszłości, która zapewni efektywne życie w nowej cywilizacji (Borowiec-Gabryś, Kilar, Rachwał, 2018: 78).

Celem niniejszego artykułu jest znalezienie odpowiedzi na kluczowe pytanie: Jakie czynniki wpływają na kształtowanie postaw przedsiębiorczych u młodzieży szkół ponadpodstawowych? Dodatkowe pytania szczegółowe umożliwiły zidentyfikowanie potencjalnych różnic w kształtowaniu postaw i potencjału przedsiębiorczego młodzieży w zależności od płci, miejsca zamieszkania oraz typu szkoły, do której uczęszczali badani uczniowie.

Dały również odpowiedź na pytanie: Jakie potencjalne bariery i zagrożenia mogą utrudniać uczniom wejście na rolę przedsiębiorcy? Artykuł powstał na podstawie literatury przedmiotu oraz badań empirycznych.

Przedsiębiorczość a postawy przedsiębiorcze

Przedsiębiorczość to zagadnienie interdyscyplinarne, różnorodnie definiowane, w zależności od dziedziny nauki i aspektu, który jest poddawany rozważaniom. Nie jest ona tylko nauką, ma duże zastosowanie praktyczne. Przedsiębiorczość nie może być tylko kojarzona z ekonomią. Dlatego też w literaturze przedmiotu wyszczególnia się płaszczyznę ekonomiczną, psychologiczną i społeczną przedsiębiorczości. Obok efektów ekonomicznych, takich jak zakładanie działalności gospodarczej, istotne są również cechy osobowościowe, zachowanie, jak również zakres oddziaływań społecznych przedsiębiorcy (Gano, Łuczka, 2018: 144).

Postawa jest jednym z podstawowych pojęć psychologii społecznej i socjologii, które odgrywają centralną rolę w zrozumieniu ludzkich zachowań. Pod pojęciem postawy rozumie się zazwyczaj względnie trwałą dyspozycję przejawiającą się w zachowaniach jednostki, których cechą jest pozytywny lub negatywny stosunek emocjonalny w odniesieniu do danej osoby, przedmiotu lub sytuacji (Okoń, 2007: 323). Postawy przedsiębiorcze człowieka kształtują się pod wpływem własnej działalności jednostki, na którą oddziałują w sposób mniej lub bardziej świadomy osoby (m.in. rodzice, nauczyciele, przedsiębiorcy) i instytucje (m.in. szkoły, zakłady pracy, organizacje zrzeszające przedsiębiorców, fundacje), z którymi człowiek ma do czynienia w trakcie swojego rozwoju.

Człowiek nie rodzi się przedsiębiorczy. Podczas rozwoju i edukacji jednostka kształtuje swoją postawę przedsiębiorczą m.in. przez wnikliwą obserwację otaczającej ją rzeczywistości oraz w wyniku kontaktów z innymi ludźmi. To właśnie inne osoby mogą zachęcać do zachowywania się w sposób przedsiębiorczy oraz pomagać w pozyskaniu niezbędnej wiedzy i nabywaniu pożądaných umiejętności. Kształtowanie postaw przedsiębiorczych jest zadaniem trudnym i złożonym oraz wymaga sporo czasu. Mimo wszystko poświęcony czas i włożony wysiłek to „dobra inwestycja”, której efektem końcowym jest w pełni ukształtowana jednostka zdolna do podejmowania wyzwań i realizacji innowacyjnych projektów.

Postawa przedsiębiorcza to zespół cech osobowych człowieka, takich jak: aktywność, zapał do pracy, kreatywność, podzielność uwagi, pewność siebie, samodyscyplina, umiejętność oceny ryzyka, intuicja oraz umiejętności w zakresie komunikacji interpersonalnej (Rachwał, 2006: 431). Obejmuje ona także pragnienie motywowania współpracowników i doceniania ich pomysłów, odczuwanie empatii i troskę o innych ludzi oraz świat, a także przyjmowanie odpowiedzialności i postaw etycznych w całym procesie (*Zalecenie...*, 2018). Jednostka wyposażona w takie przymioty nie tylko z sukcesem prowadzi własną działalność gospodarczą, ale także aktywnie uczestniczy w życiu społeczno-gospodarczym, które daje satysfakcję i zadowolenie i to niezależnie od charakteru wykonywanej pracy oraz zajmowanego stanowiska (Rachwał, 2006: 431).

Nauka przedsiębiorczości polega przede wszystkim na właściwym (pozytywnym) kształtowaniu postaw, zachowań i umiejętności, które przyczyniają się do odnoszenia przez jednostkę sukcesów. Podstawą w kształtowaniu postaw przedsiębiorczych jest akceptacja własnej osoby. Dlatego człowiek powinien przywiązywać dużą wagę do swoich mocnych stron, które stanowią jego atuty. Skupienie się na nich daje poczucie sprawczości i wyzwala

motywację wewnętrzną do dalszego działania (Wachowiak, 2007: 146). Bardzo istotną kwestią w kształtowaniu postaw przedsiębiorczych jest pozytywne myślenie, które daje znacznie większe możliwości wykonania zaplanowanych celów.

Przykłady dobrych praktyk w nabywaniu postaw przedsiębiorczych

Najlepszą metodą nauczania przedsiębiorczości jest ukazanie jej praktycznego zastosowania. Optymalnym rozwiązaniem jest włączenie w proces kształcenia środowiska przedsiębiorców. Ta forma kształcenia pozwala uczniom lepiej zrozumieć zasady ekonomii i funkcjonowania biznesu, a także doskonalić praktyczne umiejętności. Przykładami tego typu zajęć i inicjatyw są: Światowy Tydzień Przedsiębiorczości, Szkolna Internetowa Gra Giełdowa, programy realizowane przez Fundację Młodzieżowej Przedsiębiorczości, takie jak: „Od grosika do złotówki”, „Ekonomia na co dzień”, „Otwarta firma”, „Dzień przedsiębiorczości”, „Młodzieżowe miniprzedsiębiorstwo”, „Moje finanse”, „Girls Go Circular” oraz liczne konkursy i olimpiady (Olimpiada Wiedzy Ekonomicznej, Olimpiada Wiedzy o Finansach, Olimpiada Przedsiębiorczości).

Z uwagi na ograniczenia dotyczące objętości niniejszej publikacji szerzej omówione zostaną tylko najistotniejsze działania (z punktu widzenia autora tej publikacji), które w sposób szczególnie przyczyniają się do nabywania i rozwijania przez młodzież postaw przedsiębiorczych.

Światowy Tydzień Przedsiębiorczości to ogólnoswiatowa inicjatywa, mająca na celu promowanie idei „bycia przedsiębiorczym” wśród młodych ludzi. Rokrocznie, przez jeden tydzień listopada, tysiące uczniów na całym świecie, w tym w Polsce, spotykają się z przedsiębiorcami, przedstawicielami instytucji wspierających biznes oraz pracownikami szkół wyższych, którzy gotowi są do dzielenia się wiedzą i zdobytym doświadczeniem.

„Młodzieżowe miniprzedsiębiorstwo” to program edukacyjny, w którym uczniowie szkół ponadpodstawowych zakładają i prowadzą własną firmę na terenie szkoły. Uczniowie realizują wszystkie działania związane z prowadzeniem przedsiębiorstwa w realnych warunkach, tzn. wybierają kierownictwo, gromadzą kapitał, szukają pomysłu na produkt, prowadzą badania marketingowe, organizują proces produkcji, promują swoje produkty bądź usługi, organizują proces sprzedaży oraz prowadzą dokumentację finansową swojej firmy. Uczestnictwo w programie doskonali umiejętności planowania, podejmowania decyzji i rozwiązywania konfliktów oraz uczy sprawnej i skutecznej komunikacji oraz pracy w grupie. Celem programu jest przygotowanie uczniów do prowadzenia własnej działalności gospodarczej, pokazanie szans i zagrożeń wynikających z samozatrudnienia oraz kształtowanie niezbędnych postaw i umiejętności w zakresie przedsiębiorczości (*Młodzieżowe...*, 2024, 25 października).

Przedsiębiorczość jako kompetencja kluczowa

Przedsiębiorczość jest jedną z kompetencji, w które „wyposażony” powinien być każdy człowiek. Stanowi ona zbiór wiadomości, umiejętności i postaw koniecznych do funkcjonowania w dzisiejszym świecie. Dlatego też powinna być ona właściwie kształtowana na wszystkich poziomach kształcenia, począwszy od przedszkola, a skończywszy na edukacji w szkole wyższej. Szczególne miejsce przedsiębiorczość zajmuje w szkole ponadpodstawowej, gdzie jest obecna od 2002 roku w ramach wydzielonego przedmiotu podstawy

przedsiębiorczości¹. Formowanie kompetencji i postaw przedsiębiorczych uczniów należy uznać za ważny cel edukacji. Koncepcja ta jest zgodna z zaleceniami Rady Unii Europejskiej, która to w 2006 roku inicjatywność i przedsiębiorczość zaliczyła do jednej z ośmiu kompetencji kluczowych w procesie uczenia się przez całe życie (*Zalecenie...*, 2006). Kompetencje kluczowe stanowią połączenie wiedzy, umiejętności i postaw potrzebnych każdemu dla samorealizacji i rozwoju osobistego (Rachwał, 2019: 24), dzięki czemu przyczyniają się do budowania konkurencyjnej gospodarki.

W wyniku przeobrażeń i dynamicznych zmian zachodzących w gospodarkach i funkcjonowaniu społeczeństw na początku XXI wieku Rada Unii Europejskiej postanowiła redefiniować katalog kompetencji kluczowych. Swoją decyzję uzasadniła faktem, iż „obecnie wymagania dotyczące kompetencji uległy zmianie w związku z rosnącą liczbą miejsc pracy poddanych automatyzacji, coraz istotniejszą rolą technologii we wszystkich dziedzinach pracy i życia oraz zwiększającym się znaczeniem kompetencji społecznych, obywatelskich i w zakresie przedsiębiorczości, które pozwalają zapewnić odporność i zdolność dostosowania się do zmian” (*Zalecenie...*, 2018). W efekcie prac Rady przedsiębiorczość stała się „samodzielną” kompetencją kluczową. Co więcej, wraz z postępującą globalizacją i automatyzacją, której jesteśmy świadkami, rola kompetencji przedsiębiorczych wzrasta. Zgodnie z zaleceniami Rady, kompetencje w zakresie przedsiębiorczości zostały określone jako „zdolność do wykorzystywania szans i pomysłów oraz przekształcania ich w wartość dla innych osób. Przedsiębiorczość opiera się na kreatywności, krytycznym myśleniu i rozwiązywaniu problemów, podejmowaniu inicjatywy, wytrwałości oraz na zdolności do wspólnego działania służącego planowaniu projektów mających wartość kulturalną, społeczną lub finansową i zarządzaniu nimi” (*Zalecenie...*, 2018).

Organizacja badań i charakterystyka badanych

Kształtowanie postawy przedsiębiorczej ma istotne znaczenie podczas rozwoju i edukacji dzieci i młodzieży. Działania te należy, w miarę możliwości, rozpocząć najwcześniej, jak się da. Dzięki pozyskaniu kompetencji bezpośrednio z nią związanych uczniowie mogą nie tylko osobiście się rozwijać, ale też być aktywnymi obywatelami i uczestnikami życia społeczno-gospodarczego. Będzie miało to pozytywny wpływ na ich przyszłe funkcjonowanie na rynku pracy – czy to w roli osób zatrudnionych, czy też przedsiębiorców. Wszystkie te założenia są zgodne z zaleceniami Rady UE w sprawie kompetencji kluczowych w procesie uczenia się przez całe życie (*Zalecenie...*, 2018), konkluzją Rady UE w sprawie promowania przedsiębiorczości młodzieży z myślą o włączeniu społecznym młodych ludzi (*Konkluzje...* 2014) oraz rezolucją Parlamentu Europejskiego w sprawie promowania przedsiębiorczości młodzieży w kształceniu i szkoleniu (*Rezolucja...*, 2015).

Badaniami zostali objęci uczniowie szkół ponadpodstawowych, którzy uczęszczali do szkół w Opolu. Z uwagi na fakt, iż nabywanie i kształtowanie kompetencji przedsiębiorczych to proces długotrwały, który jest rozłożony w czasie, postanowiono grupą docelową uczynić uczniów ostatnich klas szkół ponadpodstawowych. W grupie tych osób można już mówić o możliwie pełnym ukształtowaniu kompetencji przedsiębiorczych na tym

¹ Absolwenci szkół podstawowych od roku szkolnego 2023/2024 kształtują swoje kompetencje i postawy przedsiębiorcze w ramach przedmiotu biznes i zarządzanie, który zastąpił prowadzony od wielu lat przedmiot podstawy przedsiębiorczości.

etapie kształcenia. Badaniami objęto uczniów z liceum, technikum oraz szkoły branżowej I stopnia. Metodę badawczą stanowił sondaż diagnostyczny. W metodzie tej wykorzystana została technika ankiety, zaś narzędziem badań był kwestionariusz ankiety, który uczniowie wypełniali w wersji papierowej w obecności ankietera. Łącznie badaniami objęto 244 uczniów. Udział respondentów w badaniach był dobrowolny.

Opracowany kwestionariusz ankiety składał się z metryczki, w której respondenci podawali: typ szkoły, do której uczęszczają, płeć oraz miejsce zamieszkania. W głównej części kwestionariusza ankiety uczniowie odpowiadali na pytania, które dotyczyły nabywania przez nich postaw przedsiębiorczych, postrzegania przedsiębiorców oraz potencjalnych barier i zagrożeń, które uniemożliwiają oraz utrudniają uczniom wejście w rolę przedsiębiorcy.

Niemalże połowę (49,6%) grupy badawczej stanowili uczniowie uczęszczający do liceum ogólnokształcącego. Ponad 1/3 badanych uczęszczało do technikum (34,4%). Z kolei najmniej liczną grupę respondentów (16%) stanowili uczniowie branżowej szkoły I stopnia. W badanej zbiorowości przeważali mężczyźni, gdyż stanowili oni 60,2% ogółu badanych (147 osób), zaś kobiety, głównie uczennice opolskich liceów, wypełniły 97 kwestionariuszy ankiet, co stanowiło 39,8% badanej zbiorowości statystycznej. Jeżeli weźmiemy pod uwagę kryterium miejsca zamieszkania badanej młodzieży, to okazuje się, że 111 osób (45,5% badanych) to mieszkańcy wsi, zaś 54,5% (133 osoby) – mieszkańcy miast.

Wyniki badań i dyskusja

Główna część kwestionariusza ankiety składała się z 10 pytań obejmujących 3 obszary. Pierwszy z nich dotyczył cech, którymi charakteryzuje się osoba przedsiębiorcza, drugi obejmował kwestie związane z prowadzeniem własnej działalności gospodarczej. Natomiast ostatni obszar odnosił się do kształtowania i rozwijania postaw przedsiębiorczych wśród badanych.

Respondenci zapytani o to, co wyróżnia osobę przedsiębiorczą, najczęściej wskazywali na kreatywność, pracowitość oraz dobrą organizację czasu pracy. Uzyskane wyniki są zbieżne z wynikami badań uzyskanymi przez P. Mierzejewskiego i K. Palimąkę (Mierzejewski, Palimąka, 2018: 339) Pełne wyniki prezentujące odpowiedzi na tak postawione pytanie zaprezentowano w tabeli 1.

Tabela 1. Liczba i odsetek wskazań dla poszczególnych cech osoby przedsiębiorczej

Cecha charakteryzująca osobę przedsiębiorczą	Liczba wskazań [N]	Odsetek wskazań [%]
Kreatywność	180	73,8
Pracowitość	175	71,7
Dobra organizacja pracy	161	66,0
Umiejętność podejmowania decyzji	157	64,3
Umiejętność analitycznego myślenia	149	61,1
Zaradność	138	56,6
Asertywność	123	50,4
Skłonność do ryzyka	122	50,0

Odporność na stres	112	45,9
Konsekwencja w działaniu	111	45,5
Łatwość nawiązywania kontaktów	111	45,5
Otwartość na nowe wyzwania	92	37,7
Elastyczność	73	29,9
Przebojowość	44	18,0
Bezwzględność	38	15,6
Bezkompromisowość	25	10,2

Źródło: opracowanie własne

Uwzględniając typ szkoły, miejsce zamieszkania oraz płeć respondentów, należy zauważyć, że wyniki nieznacznie się różnią. Trzy najistotniejsze cechy, którymi zdaniem poszczególnych grup badanych uczniów, wyróżniają się osoby przedsiębiorcze, zestawiono w tabeli 2.

Uzyskane wyniki badań pokazują, że niezależnie od grupy badanych wśród 3 kluczowych cech, którymi charakteryzują się osoby przedsiębiorcze znajdują się kreatywność i pracowitość. Dokładniejsza analiza uzyskanych wyników pozwoliła na sformułowanie wniosku, że kobiety zdecydowanie częściej niż mężczyźni wskazywały otwartość na nowe wyzwania jako istotną cechę osoby przedsiębiorczej, mężczyźni zaś wskazywali tu znacznie większą skłonnością do ryzyka.

Prowadzenie własnej działalności gospodarczej to podstawowy atrybut każdej dobrze funkcjonującej gospodarki. Zgodnie z uzyskanymi wynikami zdecydowana większość badanych pozytywnie postrzegala osoby prowadzące własną działalność gospodarczą (84,3% badanych). Zdania w tym temacie nie miał co szósty badany (15,3%), a zaledwie 1 osoba deklarowała niechęć do przedsiębiorców. Na pytanie: Czego potrzebuje osoba, która chce założyć własną firmę? uczniowie w zdecydowanej większości wskazali pomysł na biznes (85,6% wskazań). Kolejne wskazania to: umiejętność zarządzania (63,6%), kapitał (57,6%) oraz dużo czasu i samozaparcia (55,1%). Trudno nie zgodzić się z takimi odpowiedziami. Przecież niejednokrotnie osoby zamożne, które posiadają wymagany kapitał początkowy, nie decydują się na rozpoczęcie pracy na własny rachunek, gdyż bardzo często brak im pomysłu i przywoływanych umiejętności. Warto jeszcze podkreślić, że dwóch na trzech respondentów przyznało, że w ich najbliższym otoczeniu jest osoba, która prowadzi własną działalność gospodarczą.

Kolejne pytanie dotyczyło potencjalnego założenia własnej działalności gospodarczej przez uczniów. Blisko połowa badanych (45,5%) rozważała założenie własnej firmy, co szósty badany (41 osób) miał przeciwne zdanie, zaś co trzeci respondent nie miał jednoznacznego zdania w tym temacie. Uzyskane wyniki są zbliżone do wyników badań przeprowadzonych przez T. Łuczka i E. Gano (Łuczka, Gano, 2018: 151). W porównywalnych badaniach przywoływanych autorek 38,7% uczniów zadeklarowało gotowość rozpoczęcia własnej działalności gospodarczej, 25,2% badanych było przeciwnego zdania, a 35,9% respondentów wybierało odpowiedź „trudno powiedzieć”. Szczegółowe wyniki uzyskane z odpowiedzi na to pytanie, z uwzględnieniem podziału badanych ze względu na typ szkoły, płeć oraz miejsce zamieszkania, zostały zestawione w tabeli 3.

Tabela 2. Najważniejsze cechy charakteryzujące osoby przedsiębiorczej w zależności od przyjętego kryterium podziału badanych

Kryterium podziału badanych									
typ szkoły			płeć			miejsce zamieszkania			
liceum	technikum	szkoła branżowa	kobieta	mężczyzna	wieś	miasto			
kreatywność	kreatywność	kreatywność	dobra organizacja pracy	kreatywność	kreatywność	pracowitość			
pracowitość	pracowitość	pracowitość	pracowitość	pracowitość	pracowitość	kreatywność			
dobra organizacja pracy	umiejętność podejmowania decyzji	skłonność do ryzyka	kreatywność	umiejętność podejmowania decyzji	dobra organizacja pracy	dobra organizacja pracy			

Źródło: opracowanie własne

Tabela 3. Liczba badanych rozważających założenie własnej działalności gospodarczej

Kryterium podziału badanych											
Odpowiedzi badanych	ogółem			typ szkoły			płeć			miejsce zamieszkania	
	liceum	technikum	szkoła branżowa	kobieta	mężczyzna	wieś	miasto				
								liczba	procent		
Zdecydowanie tak	53	16	14	12	41	26	27				
Raczej tak	58	21	12	18	40	24	34				
Trudno powiedzieć	82	25	9	42	40	35	47				
Raczej nie	35	15	3	19	16	19	16				
Zdecydowanie nie	6	1	0	5	1	2	4				
Brak odpowiedzi	10	3	1	1	9	5	5				
Razem	244	84	39	97	147	111	133				

Źródło: opracowanie własne

Nawet dość pobieżna analiza uzyskanych wyników z uwzględnieniem poszczególnych kryteriów dowodzi dość dużego zróżnicowania. I tak ze względu na typ szkoły zdecydowana większość uczniów szkoły branżowej (66,7%) jest zdecydowana na założenie własnej działalności gospodarczej, z kolei niespełna 40% uczniów liceum jest gotowych na podjęcie takiej decyzji. Zapewne jest to spowodowane tym, iż uczniowie szkoły branżowej za kilka miesięcy będą mieli konkretne uprawnienia i jest im o wiele łatwiej się zdecydować. Warto jeszcze odnotować, że wyniki uzyskane przez Łuczkę i Gano nie uwiaryściły aż tak dużych różnic w przypadku uczniów szkół branżowych, aczkolwiek najczęściej gotowość do rozpoczęcia działalności gospodarczej zgłaszali w ich badaniach uczniowie szkół zasadniczych². Uwzględniając podział badanych ze względu na płeć, nie da się nie zauważyć ogromnej dysproporcji w odpowiedzi na pytanie o założenie własnej działalności gospodarczej. Pracę na własny rachunek gotowa była rozpocząć większość chłopców (55%) i niespełna 1/3 dziewcząt (31%). To dowodzi, że większość dziewcząt jest ostrożniejsza podczas podejmowania decyzji, zaś chłopcy wykazują się większą skłonnością do podejmowania ryzyka, które wiąże się z rozpoczynaniem własnej działalności. Miejsce zamieszkania nie różnicowało badanych.

Analiza łącznej odpowiedzi badanych na dwa wcześniejsze pytania pozwala dojść do bardzo interesujących wniosków. Otóż uczniowie, którzy deklarowali, że znają osobę prowadzącą własny biznes, znacznie częściej rozważali założenie własnej działalności. Odsetek takich osób wzrósł z 45,5% do 58,2%, jednocześnie spadł procent osób, które miały przeciwne zdanie na tak postawione pytanie (z 16,8% do 11,1%). Świadczy to o tym, że bezpośredni kontakt z przedsiębiorcą powoduje spadek nieufności związany z rozpoczęciem własnej działalności gospodarczej.

Kolejne pytanie dotyczyło wyłącznie uczniów szkół zawodowych i odnosiło się do kwestii wzmocnienia chęci założenia własnej firmy po odbyciu praktyk zawodowych. Największa grupa respondentów (42% badanych) potwierdziła wzrost zainteresowania pracą na własny rachunek, jednak co trzeci badany był przeciwnego zdania, zaś co czwarty nie miał jasno wyrobionego zdania w tym temacie. Uzyskane wyniki nie dały jednoznacznej odpowiedzi dotyczącej pozytywnego wpływu praktyk zawodowych na wzrost zainteresowania pracą na własny rachunek.

Ostatnie pytanie drugiego obszaru dotyczyło barier, które utrudniają podjęcie decyzji o założeniu własnej firmy. Zdaniem ankietowanych uczniów największą przeszkodą są wysokie koszty związane z rozpoczęciem własnej działalności (62% wskazań). Równie istotne utrudnienia, na które wskazali badani, to: wysokie koszty związane z prowadzeniem firmy (57% wskazań), brak pomysłu na rodzaj prowadzonej działalności (49%) oraz duże ryzyko poniesienia porażki (47%). Porównywalne wyniki uzyskano także po uwzględnieniu analizowanych w pracy kryteriów podziału badanych respondentów. Zbliżone rezultaty uzyskała S. Gołąb badając bariery utrudniające założenie własnej działalności gospodarczej wśród studentów (Gołąb, 2017: 84).

Nabywanie i rozwijanie postaw przedsiębiorczych to złożony i długotrwały proces, który rozpoczyna się już w środowisku rodzinnym dziecka. Następnie placówki oświatowe wspomagają i ugruntowują cechy, zachowania i postawy, które można określić jako przedsiębiorcze. Oczywiście nie należy utożsamiać osoby przedsiębiorczej tylko i wyłącznie z przedsiębiorcą, który pracuje na własny rachunek. W przeprowadzonych badaniach

² W 2017 roku zmieniono nazwę „zasadnicze szkoły zawodowe” na „szkoły branżowe”.

uczniowie wskazywali, jak ten proces przebiegał w ich przypadku. Jak się okazuje, zdecydowanie największy wpływ na kształtowanie postaw przedsiębiorczych badanych uczniów mieli ich rodzice. Blisko 70% badanych wskazało właśnie na nich. Dokładny rozkład odpowiedzi na to pytanie został przedstawiony w tabeli 4.

Tabela 4. Osoby mające największy wpływ na kształtowanie cech i postaw przedsiębiorczych wg badanych uczniów

Wskazana osoba	Odsetek wskazań [%]
Rodzice	69,6
Nauczyciel przedsiębiorczości	5,8
Znajomy przedsiębiorca	10,7
Rodzeństwo	9,8
Doradca zawodowy	1,8
Znajomi	28,1
Inne osoby	16,1

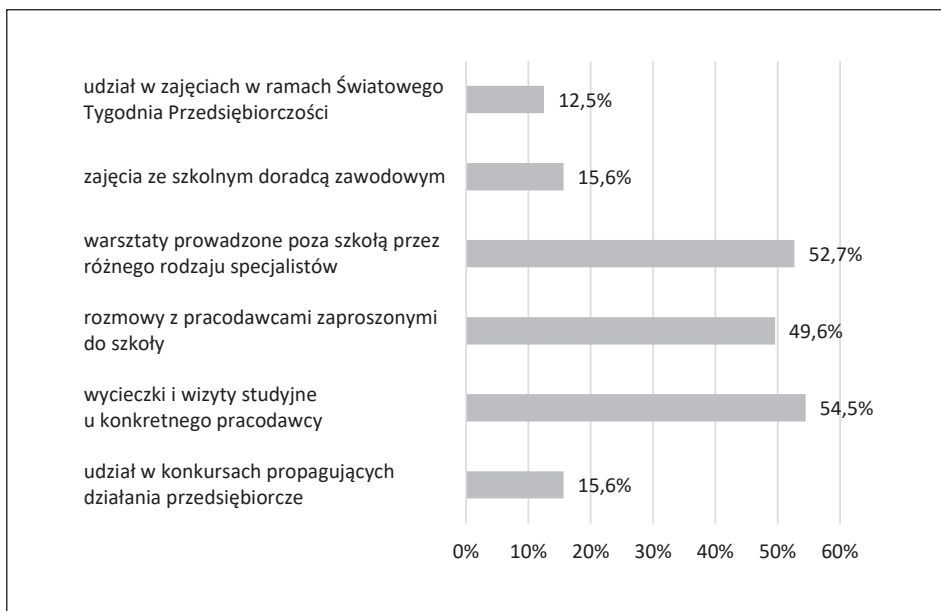
Źródło: badania własne

Uzyskane wyniki są dość zaskakujące, gdyż tylko nieliczni badani wiążą nabywanie i kształtowanie cech oraz postaw przedsiębiorczych z osobami zatrudnionymi w szkole, tj. nauczycielem przedsiębiorczości oraz doradcą zawodowym. Zapewne wynika to z faktu, iż nauczyciele ci przekazują głównie konkretne wiadomości, a zbyt mało czasu poświęcają na praktyczną analizę konkretnych przypadków, których celem jest uwypuklenie cech i przymiotów osób przedsiębiorczych. Zupełnie inaczej ma się sytuacja z dostępnością czasową rodziców, znajomych, w tym przedsiębiorców oraz rodzeństwa. Z reguły te osoby są bardziej dostępne i spotkania z nimi nie są ograniczone „rozbrzmiewającym” szkolnym dzwonkiem, który informuje o końcu zajęć.

Należy jeszcze odnieść się do samodzielnych wskazań badanych, które w zestawieniu zgrupowane zostały jako „inne osoby”. Wśród tych odpowiedzi dominuje określenie „ja sam”. Na siebie, jako osobę, która ma największy wpływ na kształtowanie cech i postaw przedsiębiorczych, wskazał co 11 badany. Nie zabrakło również odniesień do Internetu (choć to nie jest osoba), sławnych osób (m.in. Elona Muska) oraz rodziny (dziadkowie, kuzyni). Płeć badanych, typ szkoły oraz miejsce zamieszkania nie różnicowały uzyskanych wyników.

Fakt, że pracownicy szkół nie odgrywają większej roli w kształtowaniu postaw przedsiębiorczych, nie oznacza, że w trakcie nauki placówki oświatowe nie działają aktywnie w tym obszarze na rzecz swoich podopiecznych. Świadczą o tym uzyskane wyniki (rycina 1). Uczniowie doceniają zwłaszcza wycieczki i wizyty studyjne u konkretnego pracodawcy, warsztaty prowadzone poza szkołą prowadzone przez różnego rodzaju specjalistów oraz rozmowy z pracodawcami zaproszonymi do szkoły. Wszystkie te działania mają praktyczny wymiar, co bardzo podoba się młodzieży. Jest to swego rodzaju bezpośredni kontakt z konkretnym przedsiębiorcą, z którym młodzi ludzie mogą porozmawiać i wymienić się swoimi spostrzeżeniami i uwagami oraz otrzymać informację zwrotną. Dlatego też w szkołach należy kłaść znacznie większy nacisk na zajęcia praktyczne, które przyczyniają się do wzrostu atrakcyjności przekazywanych treści z zakresu przedsiębiorczości. Zdecydowanie mniejszym uznaniem ze strony uczniów cieszą się zajęcia ze szkolnym doradcą

Rycina 1. Działania szkoły przyczyniające się do rozwijania postaw przedsiębiorczych



Zródło: opracowanie własne

zawodowym, udział w konkursach propagujących działania przedsiębiorcze oraz zajęcia w ramach Światowego Tygodnia Przedsiębiorczości.

W ostatnim pytaniu uczniowie wskazywali na to, czym się kierują, dokonując wyboru zawodu lub kierunku kształcenia. Pytanie to jest jak najbardziej zasadne, gdyż już za kilka miesięcy badani stawali przed tym istotnym dla nich wyborem. Zdecydowana większość badanych (84,8%) kierowała się swoimi zainteresowaniami, co trzeci uczeń (36,1%) wspomagał się opinią rodziców, a co siódmy (15,2%) szukał porady u znajomych. Co ciekawe, niemalże 10% badanych twierdziło, że dokonuje przypadkowego wyboru. Pojedyncze osoby szukały pomocy u rodzinstwa (7,4%) lub doradcy zawodowego (5,7%). Część badanych (11,5%) wybrała wariant „inne” i podała swoje własne uzasadnienie. Po wnikliwej analizie samodzielnie dokonanych przez uczniów wpisów okazało się, że kierowali się oni przede wszystkim wysokością zarobków oraz możliwością znalezienia pracy, która będzie spełniała ich oczekiwania. Rozkład odpowiedzi na to pytanie świadczy o ich dojrzałości i zaradności życiowej, która jest przecież efektem poprawnie ukształtowanych postaw przedsiębiorczych.

Podsumowanie

Zagadnienie związane z kształtowaniem i nabywaniem postaw przedsiębiorczych przez młodych ludzi, którzy będą wchodzić na rynek pracy, jest bardzo istotną kwestią z punktu widzenia rozwoju i funkcjonowania gospodarki w każdym państwie. Jego rolę dostrzeżono, wydając stosowne zalecenia i rekomendacje dla poszczególnych państw członkowskich Unii Europejskiej.

Uzyskane wyniki badań świadczą o tym, że postawy przedsiębiorcze kształtują się u młodzieży już od najmłodszych lat, gdyż większość badanych wskazała rodziców jako osoby, które pomagają im w ich nabywaniu. Zastanawiająco małą rolę w procesie kształtowania postaw przedsiębiorczych badani uczniowie przypisywali nauczycielom. Może to świadczyć o tym, „że dotychczasowe ujęcie celów i treści kształcenia w Podstawie programowej w niewystarczający sposób odnosi się do kształtowania postaw przedsiębiorczych” (Rachwał 2006: 432). Widać, że młodzi ludzie oczekują bardziej praktycznego podejścia od szkoły w zakresie kształcenia i nabywania postaw przedsiębiorczych. Nauczyciele powinni wykazywać się większą elastycznością i społeczną odpowiedzialnością w realizacji przedmiotu, w ramach którego młodzież uczy się przedsiębiorczości. Przekazywaną wiedzę powinni podawać w bardziej przystępny dla młodego człowieka sposób, ograniczając wiadomości teoretyczne do niezbędnego minimum. Zapewne wówczas uczniowie będą z większą atencją patrzyli na nauczycieli przedsiębiorczości i chętniej będą wskazywali na nich jako na osoby, które mają wpływ na kształtowanie u nich postaw przedsiębiorczych. To właśnie inicjatywy z bezpośrednim udziałem przedsiębiorców i praktyków cieszą się dużym uznaniem ze strony uczniów. Należałoby zatem uwzględnić potrzeby młodego pokolenia i dokonać zmian systemowych, aby usprawnić proces kształcenia w tym obszarze i położyć znacznie większy nacisk na kształcenie praktyczne. Być może modyfikacja treści kształcenia, która przyczyniła się do zastąpienia przedmiotu podstawy przedsiębiorczości realizowanym od 2023 roku przedmiotem biznes i zarządzanie, nieco poprawi sytuację, ale na efekty należy jeszcze poczekać.

Bariery, które zdaniem respondentów utrudniają rozpoczęcie własnej działalności gospodarczej, to przede wszystkim kwestie dotyczące wysokich kosztów rozpoczęcia i prowadzenia własnej działalności. Równie istotne dla badanych były brak pomysłu oraz ryzyko potencjalnego bankructwa. Co warto podkreślić, brak odpowiednich kompetencji i kwalifikacji nie stanowił istotnej przeszkody do rozpoczęcia własnej działalności gospodarczej. Uzyskane wyniki dowodzą, że młodzi ludzie mają świadomość swoich umiejętności, ale o podjęciu decyzji o samozatrudnieniu decyduje przede wszystkim rachunek ekonomiczny. Warto także podkreślić, że tylko co szósty badany wykluczał taką możliwość. Świadczy to o dojrzałości i właściwym ukształtowaniu postaw przedsiębiorczych. Takie zachowania mogą w przyszłości przyczynić się do znacznego rozwoju społeczno-gospodarczego naszego kraju.

Literatura

References

- Borowiec-Gabryś, M., Kilar, W., Rachwał, T. (2018). *Przedsiębiorczość jako kompetencja przyszłości*. W: S.M. Kwiatkowski (red.), *Kompetencje przyszłości*, t. 3. Warszawa: Fundacja Rozwoju Systemu Edukacji, 68–89.
- Gołąb, S. (2017). Postawy przedsiębiorcze młodzieży z różnych środowisk. *Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu*, XVII(4), 81–85.
- Łuczka, T., Gano, E. (2018). Postawy przedsiębiorcze młodzieży szkół średnich w świetle badań ankietowych. *Horyzonty Wychowania*, 17(43), 143–155. DOI: <https://doi.org/10.17399/HW.2018.174312>.
- Kanik, A. (2022). Kształtowanie kompetencji przedsiębiorczych w procesie edukacji formalnej i nieformalnej dzieci w wieku przedszkolnym i wczesnoszkolnym. *Edukacja Elementarna w Teorii i Praktyce*, 17, 2(65), 107–119. DOI: <https://doi.org/10.35765/eetp.2022.1765.07>.

- Konkluzje Rady z dnia 20 maja 2014 r. w sprawie promowania przedsiębiorczości młodzieży z myślą o włączeniu społecznym młodych ludzi* (Dz. UE 2014/C 183/04).
- Kwiatkowski, S.M. (2018). *Kompetencje przyszłości*. W: S.M. Kwiatkowski (red.), *Kompetencje przyszłości*, t. 3. Warszawa: Fundacja Rozwoju Systemu Edukacji, 14-29.
- Mierzejewski, M., Palimąka K. (2018). O przedsiębiorczości – czy wszyscy możemy być przedsiębiorczy?. *Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej. Organizacja i Zarządzanie*, 131, 331-347.
- Młodzieżowe miniprzedsiębiorstwo*. (2024, 25 października). Pozyskano z: <https://miniprzedsiębiorstwo.junior.org.pl>
- Okoń, W. (2007). *Nowy słownik pedagogiczny*. Warszawa: Wydawnictwo Akademickie „Żak”.
- Rachwał, T. (2006). *Kształtowanie postaw przedsiębiorczości w edukacji szkolnej*. W: B. Muchacka (red.), *Szkoła w nauce i praktyce edukacyjnej*. Kraków: Impuls, 427-434.
- Rachwał, T. (2019). *Przedsiębiorczość jako kompetencja kluczowa w systemie edukacji*. W: , T. Rachwał (red.), *Kształtowanie kompetencji przedsiębiorczych*, t. 5. Warszawa: Fundacja Rozwoju Systemu Edukacji, 16-35.
- Rezolucja Parlamentu Europejskiego z dnia 8 września 2015 r. w sprawie promowania przedsiębiorczości młodzieży przez kształcenie i szkolenie* (Dz.UE 2017/C 316/07).
- Wachowiak, P. (2007). *Kształtowanie umiejętności przedsiębiorczych*. W: P. Wachowiak, M. Dąbrowski, B. Majewski (red.), *Kształtowanie postaw przedsiębiorczych a edukacja ekonomiczna*. Warszawa: Fundacja Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych, 146-152.
- Zalecenie Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 18 grudnia 2006 r. w sprawie kompetencji kluczowych w procesie uczenia się przez całe życie* (Dz.UE 2006/962/WE).
- Zalecenie Rady z dnia 22 maja 2018 r. w sprawie kompetencji kluczowych w procesie uczenia się przez całe życie (Tekst mający znaczenie dla EOG)* (Dz.UE 2018/C 189/01).

Janusz Nowak, dr nauk humanistycznych w zakresie pedagogiki, adiunkt w Instytucie Nauk Pedagogicznych Uniwersytetu Opolskiego. Jego zainteresowania naukowe koncentrują się wokół szeroko pojętych zagadnień związanych z pedeutologią oraz procesem kształcenia, polityką oświatową, doradztwem zawodowym i personalnym oraz szkolnictwem zawodowym.

Janusz Nowak, PhD in humanities in the field of pedagogy, assistant professor at the Institute of Pedagogical Sciences of the University of Opole. His academic interests focus on broad issues related to pedeutology and the education process, educational policy, career and personal counseling, and vocational education.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2633-7918>

Adres/Address:

Uniwersytet Opolski
Instytut Nauk Pedagogicznych
ul. Oleska 48
45-052 Opole, Poland
e-mail: jnowak@uni.opole.pl