

PAULINA SIEMIENIAK

Politechnika Poznańska, Polska ■ Poznan University of Technology, Poland

MAŁGORZATA REMBIASZ

Politechnika Poznańska, Polska ■ Poznan University of Technology, Poland

## Wiedza biznesowa jako czynnik kształtujący postawy przedsiębiorcze studentów uczelni technicznej

### Business Knowledge as a Factor Shaping Entrepreneurial Attitudes of Technical University Students

**Streszczenie:** Wnioski płynące z dotychczasowych badań na temat przedsiębiorczości studentów wskazują, że czynnikiem warunkującym kształtowanie postaw przedsiębiorczych w tej grupie osób jest wiedza biznesowa. Stanowiły one również przesłankę do realizacji projektu ukierunkowanego na pomiar wiedzy biznesowej studentów kierunków technicznych. Autorki artykułu wyodrębniają obszary i przedstawiają plany szczegółowych badań, których wyniki stanowią mogą punkt odniesienia dla twórców polityki edukacyjnej i społecznej. Artykuł można traktować jako głos w debacie na temat potrzeb i sposobów kształcenia w dziedzinie przedsiębiorczości oraz możliwości kształtowania postaw przedsiębiorczych na uczelniach wyższych (przede wszystkim tych o profilu technicznym). W opinii autorek szeroko pojęta edukacja przedsiębiorcza (biznesowa, ekonomiczna, finansowa i prawna) może przyczynić się do szybszego tempa rozwoju gospodarczego dzięki zakładaniu i prowadzeniu przez młodych wykształconych ludzi przedsiębiorstw związanych z innowacyjnymi dziedzinami gospodarki.

**Abstract:** The article reviews the authors' research on student entrepreneurship. The purpose of the presented analysis is to indicate business knowledge as a factor conditioning the shaping of entrepreneurial attitudes. Conclusions from the conducted research were the premise for the implementation of the project aimed at measuring the business knowledge of students of technical faculties. The authors distinguish areas and present detailed research plans, the results of which can be a reference point for the creators of educational and social policy. The article can be treated as a voice in the debate on the need for and ways of education in the field of entrepreneurship and the possibility of shaping entrepreneurial attitudes at universities (especially those with a technical profile). In the opinion of authors, broadly understood entrepreneurial education (business, economic, financial and legal) can contribute to a faster pace of economic development thanks to establishing and running by young educated people enterprises related to innovative areas of the economy.

**Słowa kluczowe:** kształcenie; postawy przedsiębiorcze; przedsiębiorczość studentów; wiedza biznesowa

**Key words:** business knowledge; education; entrepreneurial attitudes; student's entrepreneurship

**Otrzymano:** 25 października 2018

**Received:** 25 October 2018

**Zaakceptowano:** 28 lutego 2019

**Accepted:** 28 February 2019

**Sugerowana cytacja/Suggested citation:**

Siemieniak, P., Remiasz, M. (2019). Wiedza biznesowa jako czynnik kształtujący postawy przedsiębiorcze studentów uczelni technicznej. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 15(1), 100–112. doi: 10.24917/20833296.151.8

## Wstęp

Wiedza to każdy rodzaj treści zgromadzonych w umyśle ludzkim. W odniesieniu do biznesu przez wiedzę należy rozumieć niematerialne zasoby organizacji związane z ludzkim działaniem, których zastosowanie może być podstawą przewagi konkurencyjnej organizacji (Kisielnicki, 2003). Zasoby organizacji związane z wiedzą to: dane, informacje, procedury, doświadczenie i wykształcenie pracowników. Z punktu widzenia zarządzania przedsiębiorstwem niezbędna jest umiejętność wykorzystywania zgromadzonej wiedzy do celów praktycznych. Gromadzenie zasobów wiedzy teoretycznej jest zatem tak samo ważne jak umiejętność jej praktycznego i efektywnego zastosowania. Zasoby wiedzy w organizacji przyczyniają się do przewagi konkurencyjnej, jeśli tylko przedsiębiorstwo potrafi wykorzystać i zastosować posiadaną wiedzę w praktyce.

Obecnie jedną z istotniejszych funkcji zarządzania organizacją staje się zarządzanie wiedzą, rozumiane jako zintegrowany systemem działań ukierunkowany na identyfikowanie, zdobywanie i wykorzystywanie wiedzy, mający na celu zapewnienie przedsiębiorstwu przewagi konkurencyjnej. Gromadzenie zasobów wiedzy przez pracowników zwiększa wartość danej organizacji. Dlatego coraz powszechniejszy jest pogląd, że zarządzanie wiedzą stanowi niezbędny warunek rozwoju przedsiębiorstw każdej wielkości. Nie tylko menadżerowie i pracownicy dużych organizacji, ale również czy – przede wszystkim – przedsiębiorcy zakładający i prowadzący przedsiębiorstwa potrzebują określonej wiedzy i umiejętności z wielu odmiennych obszarów. Zgodnie z ideą kształcenia ustawicznego mogą je zdobywać i rozwijać na różnych etapach swojego życia. I tak absolwenci kierunków nieekonomicznych poza wiedzą dotyczącą studiowanego kierunku powinni posiadać podstawy wiedzy biznesowej umożliwiającej im satysfakcjonujące funkcjonowanie na rynku pracy (w tym prowadzenie własnej firmy).

## Kształcenie w zakresie przedsiębiorczości – wybrane problemy

Współczesna polska gospodarka ewoluuje w kierunku gospodarki opartej na wiedzy (Siemieniak, Łuczka, 2016). Tradycyjne sektory zastępowane zostają przez sektor usług i nowych technologii, co wymaga ciągłego uaktualniania kwalifikacji zawodowych. W związku z powyższym dla potencjalnych przedsiębiorców coraz większego znaczenia nabiera edukacja, a także wsparcie o charakterze doradztwa i szkoleń. Ponadto „kształtowanie postaw przedsiębiorczych od najmłodszych lat należy traktować jako niezbędny element wychowania warunkujący rozwój społeczeństwa, potrafiącego funkcjonować w gospodarce opartej na wiedzy” (Łuczka, Rembiasz, 2016: 46).

Dokonując przeglądu ofert różnych instytucji, można odnieść wrażenie, że wiedza biznesowa nie jest powszechna, co ograniczać może kształtowanie postaw przedsiębiorczych. Zgodnie z wynikami badań poziom wykształcenia ma bowiem pozytywny wpływ na efekt prowadzonej działalności gospodarczej (Węclawska, Zadura-Lichota, 2010).

Z opublikowanych badań GEM wynika, że w Polsce edukacja w zakresie przedsiębiorczości nie jest niestety wystarczająca, co przekładać się może na niskie umiejętności prowadzenia firmy (Zbierowski i in., 2012). Dotyczy to zwłaszcza poziomu szkoły podstawowej i średniej, jednak należy podkreślić, że nie musi wynikać to bezpośrednio z wiedzy i przygotowania nauczycieli oraz ich zaangażowania w pracę. Ponadto od tamtych badań minęło już 6 lat i wydaje się, że sytuacja uległa poprawie. Istnieje bowiem w polskim szkolnictwie wiele interesujących inicjatyw związanych z nauczaniem przedsiębiorczości, takich jak różnego rodzaju konkursy i programy komputerowe, np. symulacje tworzenia biznesplanu małego przedsiębiorstwa.

Warto również stwierdzić, że sam fakt posiadania wyższego wykształcenia nie skłania do zakładania firm. Ze względu na dobre wykształcenie absolwenci mogą bowiem łatwiej znaleźć pracę najemną (Siemieniak, Łuczka, 2016), szczególnie w dużych miastach i przy niskim poziomie bezrobocia. Rozpoczynanie działalności gospodarczej wiąże się raczej z profilem wykształcenia oraz zapotrzebowaniem rynku pracy (Zbierowski i in., 2012).

Na etapie życia jednostki, kiedy kształtuje się postawy przedsiębiorcze, kompetencje nabywane są przez edukację szkolną dotyczącą dwóch obszarów – prowadzenia firmy oraz własnej branży. Ponadto inicjowanie oraz rozwijanie działalności zależy od umiejętności korzystania z porad prawnych i różnego typu szkoleń. Z badań czynników sprzyjających przedsiębiorczości kobiet wynika, że właścicielki firm najwyżej oceniają wiedzę i umiejętności zdobyte podczas edukacji szkolnej z zakresu własnej branży. Natomiast studentki kierunku zarządzanie, które są potencjalnymi przedsiębiorcami, szczególnie doceniają rolę szkoleń branżowych z zakresu zakładania i prowadzenia firmy (Siemieniak, 2014; Siemieniak, Łuczka, 2016).

Wiedza i wykształcenie są ważnymi czynnikami wpływającymi na przedsiębiorczość. Wyniki badań przeprowadzonych na Uniwersytecie Szczecińskim wśród studentów polskich i zamieszkujących wybrane kraje Europy Środkowo-Wschodniej pokazują, że zniechęcać do przedsiębiorczości może głównie brak informacji na temat formalnej strony zakładania i prowadzenia własnej działalności. Do swojej wiedzy są jednak przekonani częściej studenci uczelni ekonomicznych (42,9%) niż innych uczelni (18,5%) oraz mieszkańcy dużych miast (37%) niż zamieszkujący mniejsze miejscowości (20,8%) (Bernat, Korpysa, Kunasz, 2008). Wśród przedsiębiorców niewielka część uczestniczy w kursach lub szkoleniach, które umożliwiają im poszerzenie wiedzy i zdobycie nowych umiejętności. Zdecydowana większość z nich nie widzi takiej potrzeby (Wasilczuk, Daszkiewicz, 2005).

Efekty kształcenia studentów uczelni wyższych z przedmiotów ekonomicznych opierają się na przekonaniu o wiedzy niezbędnej przedsiębiorcy. Na przykład celem przedmiotu prowadzenie działalności gospodarczej jest rozwój następujących obszarów kompetencji (*Karta ECTS...*, 2018):

- poznawanie zasad funkcjonowania podmiotu gospodarczego oraz jego rozliczania,
- interpretowanie podstawowych zasad prawnych i organizacyjnych funkcjonowania podmiotu gospodarczego,
- uzyskiwanie wiedzy niezbędnej do zainicjowania własnej działalności gospodarczej.

Na podstawie wyżej wymienionych założeń wnioskować można, że początkującemu przedsiębiorcy niezbędna jest wiedza na temat:

- procedury zakładania działalności gospodarczej,
- przesłanek wyboru formy prawnej i formy opodatkowania przedsiębiorstwa,
- obowiązków związanych z zatrudnianiem pracowników,
- umów cywilno-prawnych,
- zasad ubezpieczeń społecznych,
- zasad ewidencji działalności gospodarczej,
- zasad prowadzenia podatkowej księgi przychodów i rozchodów,
- zawieszania i likwidacji działalności gospodarczej.

Typologię obszarów wiedzy biznesowej można ująć nieco szerzej. Wiedza nowoczesnego menedżera-przedsiębiorcy w kontekście jego kompetencji powinna dotyczyć (Spychała, Więcek-Janka, 2016):

- branży,
- kreatywności i innowacyjności,
- racjonalnego podejmowania ryzyka,
- zarządzania zespołem,
- rozwiązywania konfliktów,
- organizacji,
- negocjacji,
- komunikowania się wewnątrz przedsiębiorstwa,
- komunikowania się na zewnątrz przedsiębiorstwa,
- strategicznego myślenia,
- zarządzania informacją.

Wiedza niezbędna przedsiębiorcy odniesiona może być również do sposobów jej pozyskiwania. Wówczas najbardziej istotna staje się (Siemieniak, Łuczka, 2016):

- wiedza uzyskiwana przez porady prawne w zakresie:
  - Unii Europejskiej,
  - inwestycji infrastrukturalnych,
  - pomocy publicznej,
  - poznania i rozwoju nowych technologii,
  - dotowania stanowisk pracy,
  - prawa podatkowego.
- wiedza uzyskiwana przez szkolenia branżowe z zakresu:
  - zakładania i prowadzenia firmy,
  - strategii eksportowej,
  - wdrażania nowych technologii, obsługi aparatury, nowych trendów,
  - kompetencji społecznych i umiejętności biznesowych.
- wiedza i umiejętności zdobyte podczas edukacji szkolnej:
- wiedza i umiejętności z zakresu prowadzenia własnej firmy (np. kierunek studiów, specjalność związana z zakładaniem i prowadzeniem firmy),
- wiedza i umiejętności z zakresu własnej branży (np. ukończenie technikum krawieckiego i praca jako krawcowa),
- wiedza i umiejętności zdobywane podczas udziału w targach i/lub wystawach.

Edukacja w zakresie przedsiębiorczości obejmuje głównie edukację biznesową – dostarczającą wiedzę i kształtującą umiejętności potrzebne do podejmowania przedsięwzięć

o charakterze biznesowym, komercyjnym i społecznym – oraz edukację ekonomiczną i edukację finansową, która koncentruje się na wiedzy na temat otoczenia, w jakim funkcjonuje przedsiębiorstwo, przedsiębiorca czy dane przedsięwzięcie (Wach, 2013). Ponadto do skutecznego prowadzenia własnej firmy konieczna jest również edukacja prawna.

Warto wspomnieć, że przeprowadzone badania na temat przedsiębiorczości studenckiej dowodzą, że mogłaby ona przyczynić się do rozwoju kariery zawodowej bez konieczności „bezużytecznego terminowania” u pracodawcy po skończonych studiach (Kowalewski, 2018). Edukacja ma istotny wpływ na zachowania przedsiębiorcze właścicieli-menedżerów zarządzających firmami rodzinnymi. Programy szkolnictwa powinny zawierać elementy edukacji na rzecz przedsiębiorczości, ponieważ uzyskana wiedza wpływa na podejmowanie inicjatyw przez kształcące się osoby, rozszerza ich świadomość na temat otoczenia ekonomicznego, społecznego i prawnego oraz zwiększa skłonność do ponoszenia ryzyka (Steinerowska-Streb, 2018).

Charakteryzując nowe trendy edukacji przedsiębiorczej, coraz częściej akcentuje się wykorzystanie podejścia społecznego do wzmocnienia jej oddziaływania przez zapewnienie studentom możliwości uzyskania nowych umiejętności oraz szerszej perspektywy postrzegania szans rynkowych. W tym podejściu zwraca się uwagę na szansę wzbogacenia ich o wiedzę i umiejętności z pogranicza ekonomii społecznej, traktowanej jako nośnik treści i kompetencji społecznych (Popowska, 2018).

Przedsiębiorcza edukacja to jedno z najistotniejszych wyzwań współczesnych systemów edukacyjnych oraz rozwoju społeczno-gospodarczego (Wach, 2016). Należy stwierdzić, że „nauczanie przedsiębiorczości nie jest chwilową czy sezonową modą, jest rzeczywistością i wymogiem współczesnego świata” (Kurczewska, 2011: 37). Wciąż jednak wydają się być aktualne pytania następujące pytania: Czy ludzie rodzą się, czy stają przedsiębiorcami? Czy możliwe jest nauczanie przedsiębiorczości, czy tylko wybranych jej aspektów? (Henry, Hill, Leitch, 2005). Czy zatem przez proces edukacyjny (przekazywanie wiedzy) można skutecznie kształtować postawy przedsiębiorcze?

## Postawy przedsiębiorcze studentów – przegląd wyników dotychczasowych wybranych badań własnych

Wyniki prowadzonych na przestrzeni kilku lat badań empirycznych w obszarze uwarunkowań postaw przedsiębiorczych oraz analiza polskiej i zagranicznej literatury przedmiotu stanowiły podstawę sformułowania problemu badawczego: Czy posiadanie wiedzy biznesowej jest czynnikiem wzmacniającym postawy przedsiębiorcze studentów? Prezentowane zestawienie stanowi punkt wyjścia do kolejnego etapu eksploracji przedmiotowego zagadnienia.

Badania przeprowadzone na przełomie 2013 i 2014 r. dotyczyły przydatności różnych czynników w zakładaniu i prowadzeniu własnych przedsiębiorstw przez studentki Wydziału Inżynierii Zarządzania na Politechnice Poznańskiej. Wyobrażenia potencjalnych przedsiębiorców zostały porównane z opiniami aktualnych właścielek przedsiębiorstw mieszkających na terenie województwa wielkopolskiego (tabela 1).

Respondentki poproszono o ustosunkowanie się w pięciostopniowej skali, gdzie 1 oznaczało „zupełnie nieprzydatne”, a 5 – „bardzo przydatne” w zakładaniu i prowadzeniu własnej działalności gospodarczej. Analiza wyników dowiodła, że studentki ceniły znacznie bardziej wiedzę biznesową, tj. związaną z zakładaniem i prowadzeniem własnej

Tabela 1. Wsparcie doradczo-szkoleniowe w opinii kobiet przedsiębiorczych i studentek – grupy potencjalnej

	Szkolenia branżowe z zakresu zakładania i prowadzenia firmy	Szkolenia z zakresu kompetencji społecznych i umiejętności biznesowych	Wiedza i umiejętności zdobyte podczas edukacji w zakresie prowadzenia własnej firmy	Wiedza i umiejętności zdobyte podczas edukacji szkolnej z zakresu własnej branży	
Ankieta dla kobiet przedsiębiorczych	średnia	3,91	3,81	3,93	4,05
	liczba odpowiedzi	320	310	322	315
	odchylenie standardowe	1,08	1,050	1,099	1,048
Ankieta dla studentek	mediana	4,00	4,00	4,00	4,00
	średnia	4,63	4,31	4,17	4,22
	liczba odpowiedzi	172	170	173	172
Ogółem	odchylenie standardowe	0,611	0,777	0,905	0,948
	mediana	5,00	4,00	4,00	4,00
	średnia	4,16	3,98	4,01	4,11
Ogółem	liczba odpowiedzi	492	480	495	487
	odchylenie standardowe	1,009	0,990	1,041	1,016
	mediana	4,00	4,00	4,00	4,00

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Siemieniak, Łuczka (2016)

firmy niż aktualne właścicielki firm, które większe znaczenie przypisywały wiedzy z zakresu własnej branży (wyuczone umiejętności zawodowe). Ponadto studentki – grupa potencjalna – wyżej oceniły szkolenia branżowe niż edukację szkolną jako źródło wiedzy na temat przedsiębiorczości.

Kolejne badania przeprowadzono na początku 2017 r. Objęto nimi studentów trzech uczelni: Politechniki Poznańskiej (kierunku: edukacja techniczno-informatyczna), Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu (kierunków: prawo w biznesie, logistyka oraz turystyka i rekreacja), a także Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Lesznie (kierunku: ekonomia). Grupa składała się zatem zarówno ze studentów kierunków ekonomicznych, jak i technicznych, które kończą się uzyskaniem stopnia inżyniera (Rembiasz, Siemieniak, Pawlak, 2017). W badaniu wykorzystano metodę ilościową, a narzędziem badawczym była autorska ankieta audytoryjna. Cel badania stanowiło m.in. określenie różnic w postawach przedsiębiorczych ze względu na płeć, preferowane sposoby finansowania i możliwości wykorzystania Internetu w planowanej lub prowadzonej działalności gospodarczej. Uzyskane wyniki zostały zaprezentowane w artykułach naukowych.

Tabela 2. Udział procentowy respondentów wg studiowanych kierunków

<b>Ekonomia</b>	<b>Edukacja techniczno-informatyczna</b>	<b>Logistyka</b>	<b>Turystyka i rekreacja</b>	<b>Prawo w biznesie</b>	<b>Zarządzanie</b>
39%	10%	18%	10%	20%	2%

Źródło: Rembiasz, Siemieniak, Pawlak (2017)

W opisywanym badaniu uzyskano 166 wypełnionych kwestionariuszy. Wśród badanych dominowały kobiety (68%), a zdecydowana większość, tj. 89% respondentów, należała do grupy wiekowej 18–25 lat. Jeśli chodzi o charakterystykę respondentów ze względu na miejsce zamieszkania, to 42% stanowili mieszkańcy wsi, 19% mieszkańcy dużych miast, reszta badanych jako miejsce zamieszkania podała miasta mniejsze (poniżej 200 tys. mieszkańców). Większość respondentów (57%) studiowała na drugim roku studiów, kolejne 31% – na pierwszym, a pozostała grupa na trzecim, czwartym i piątym roku. Tylko 10% z badanych miało wykształcenie wyższe, co oznacza, że był to ich kolejny kierunek studiów.

W związku z tym, że postawy przedsiębiorcze są w istotny sposób związane z planami dotyczącymi prowadzenia własnej działalności gospodarczej, respondentów zapytano o ich aktualną sytuację zawodową i plany na przyszłość. Wyniki przedstawiono w tabeli 3.

Tabela 3. Aktualna sytuacja zawodowa i plany na przyszłość w grupie badanych studentów

<b>Sytuacja zawodowa</b>	<b>Odpowiedzi w %</b>	
	<b>kobiety</b>	<b>mężczyźni</b>
Nie pracuję zawodowo i nie chcę zakładać własnej firmy	4,5	13,0
Nie pracuję zawodowo, ale chcę założyć własną firmę	23,2	20,4
Nie pracuję zawodowo i jeszcze nie wiem, czy chcę założyć firmę	32,2	24,1
Pracuję zawodowo, ale chcę założyć własną firmę	9,8	13,0
Pracuję zawodowo i jeszcze nie wiem, czy chcę założyć firmę	25,0	18,5
Prowadzę własną firmę i jestem właścicielem lub współwłaścicielem	5,3	11,0

Źródło: Rembiasz, Siemieniak, Pawlak (2017)

Powyższe zestawienie odpowiedzi ujawnia, że 38,3% badanych studentek oraz 44,4% studentów wykazywało postawę przedsiębiorczą. Wśród mężczyzn uczestniczących w ankiecie było dwa razy więcej osób, które już w czasie studiów prowadziło własną firmę. Jednocześnie zdecydowany brak zamiarów przedsiębiorczych deklarowało więcej studentów niż studentek. Dla porównania: z innych badań prowadzonych cyklicznie w wielkopolskich uczelniach wynikało, że 50,1% studentek i 38,5% studentów pierwszego roku planuje założyć własną firmę, a 37,9% studentek i 47% studentów ma zamiar ją założyć w bliższej lub dalszej przyszłości. Młodsze studentki wykazywały zatem większą skłonność do aktywnej postawy przedsiębiorczej niż ich koledzy. Potem według innych badań proporcja ta ulega odwróceniu (Łuczka, Rembiasz, 2016).

W przeprowadzonym badaniu poproszono również respondentów o wybór trzech najważniejszych w ich opinii czynników, które ograniczają zamiar założenia własnej firmy lub jej prowadzenia. Odpowiedzi badanych przedstawiono w tabeli 4.

Tabela 4. Bariery dotyczące założenia i prowadzenia działalności gospodarczej w opinii badanych

Czynniki ograniczające rozwój przedsiębiorczości	Odpowiedzi w %	
	kobiety	mężczyźni
System podatkowy	58	63
Trudności w dostępie do źródeł finansowania	63	52
Brak pomysłu na „dobry biznes”	59	44
Mało czasu na życie prywatne	32	28
Brak wiedzy na temat prowadzenia firmy	41	46
Brak wsparcia ze strony polityki gospodarczej	33	39
Brak wsparcia ze strony rodziny	4	6

Źródło: Siemieniak, Rembiasz (2017)

Kobiety i mężczyźni w niewielkim stopniu różnią się pod względem udzielanych odpowiedzi. Trzy najczęściej wymieniane odpowiedzi przez respondentki to kolejno: trudności w dostępie do źródeł finansowania, system podatkowy oraz brak pomysłu na „dobry biznes”. Mężczyźni wskazują kolejno: system podatkowy, trudności w dostępie do źródeł finansowania, brak wiedzy na temat prowadzenia firmy. Ankietowane kobiety nieco częściej niż mężczyźni wskazywały na brak pomysłu na biznes. Dostrzegały one również większe trudności w dostępie do źródeł finansowania. Jest to ciekawy wynik w kontekście małego doświadczenia badanych studentek i stosunkowo rzadko deklarowanych intencji podjęcia działań przedsiębiorczych. Wcześniejsze dane wskazują, że kobiety częściej opierają finansowanie swoich przedsiębiorstw na kapitale własnym i doświadczają większych problemów w pozyskiwaniu finansowania zewnętrznego. Kluczową kategorią na rynku jest popyt, a zachowanie proporcji między egzogenicznym a endogenicznym zagospodarowaniem popytu decyduje o sukcesach w urzeczywistnieniu przedsiębiorczości w wielu obszarach (Piontek, F., Piontek, B., 2016). Uzyskane wyniki mogą zatem stanowić podstawę hipotezy, że to subiektywne postrzeganie ograniczeń w dostępie do finansowania jest przyczyną wspomnianej tendencji (Siemieniak, Rembiasz, 2017).

Podsumowując, inicjatywę studentów w zakresie zakładania własnych przedsiębiorstw ograniczają: trudności w dostępie do finansowania, system podatkowy, brak pomysłu i brak wiedzy związanej z prowadzeniem przedsiębiorstwa. Działania twórców polityki



na rzecz wspierania przedsiębiorczości powinny zatem propagować podejmowanie praktyk w zakresie przedsiębiorczości, tak by młodzi ludzie zyskiwali wiedzę, pewność siebie, rozwijali kreatywność i uczyli się konkretnych działań na rzecz pozyskiwania wsparcia z instytucji otoczenia biznesu, także tych oferujących pomoc finansową.

Zgodnie z przytaczanymi wynikami badań jednym z trzech najważniejszych czynników ograniczających zamiar założenia własnej firmy lub jej prowadzenia są trudności w dostępie do finansowania. Aż 63% badanych studentek i 52% badanych studentów wskazuje na to ograniczenie. Pozostaje to w zgodzie z raportami publikowanymi przez PARP oraz wynikami innych badań naukowych. Przedstawiciele mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw bardzo często jako jedną z najistotniejszych czynników hamujących rozwój przedsiębiorczości wskazują również trudności w dostępie do kapitału obcego (Rembiasz, Siemieniak, Pawlak, 2017). U podstaw wspomnianego zjawiska leży ograniczona wiedza. Przeprowadzone badania dowiodły bowiem, że średnio co czwarty student poszukiwał w Internecie wiedzy na temat finansowania firmy. Robiło to ok. 30% spośród badanych kobiet oraz ok. 20% ankietowanych mężczyzn. Z perspektywy zakładania i prowadzenia w przyszłości własnej firmy ważne jest, aby młodzi ludzie w trakcie studiów uzyskiwali wiedzę na temat możliwości i konsekwencji wyboru wszystkich aktualnie dostępnych na rynku źródeł finansowania działalności mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw.

W kontekście badania postaw przedsiębiorczych i wiedzy biznesowej warto przytoczyć również wyniki badania dotyczącego rozumienia pojęcia przedsiębiorczości przez studentów. Respondentów poproszono o własne propozycje wyjaśnienia hasła „przedsiębiorczość”. Część ankietowanych kojarzyła to słowo z byciem aktywnym na rynku pracy oraz umiejętnościami zarządczymi, takimi jak: planowanie, organizowanie, kierowanie i właściwa kontrola. Inni zwracali uwagę na kwalifikacje koncepcyjne związane ze zdolnością budowania wizji i strategii firmy. Pojawiły się także słowa: sprawność działania, szybkość działania, kalkulacja, wyrafinowanie. Mnogość interpretacji słowa „przedsiębiorczość” potwierdza więc fakt złożoności tego zjawiska we współczesnej gospodarce (Ruta, Rembiasz, 2018).

## Wiedza biznesowa studentów w kontekście aktualnie prowadzonych badań empirycznych

Wnioski płynące z przeprowadzonych badań stanowiły przesłankę do realizacji projektu ukierunkowanego na pomiar wiedzy biznesowej studentów Politechniki Poznańskiej (wykonawcy projektu: J. Drobnik, M. Rembiasz, P. Siemieniak). Uczelnia ta składa się z 10 wydziałów i obecnie studiuje na niej 13 932 studentów w trybie stacjonarnym oraz 5 276 w trybie niestacjonarnym. Warto wspomnieć, że nawet studentom wydziałów typowo technicznych oferowane są przedmioty prawne i ekonomiczne. Tym samym uczelnia stwarza podstawy do działań przedsiębiorczych, czyli związanych z rozpoczynaniem własnej działalności gospodarczej.

W ramach aktualnie podjętych działań od maja 2018 r. prowadzone są wśród studentów Politechniki Poznańskiej badania na temat wiedzy niezbędnej do prowadzenia i rozwijania własnego przedsiębiorstwa. Pierwszym obszarem poddanym ocenie są podstawy wiedzy prawnej związanej z funkcjonowaniem w biznesie. Dokonuje się tu przede wszystkim sprawdzenia poziomu wiedzy studentów we wspomnianym zakresie. Kolejnym

obszarem jest wiedza biznesowa skoncentrowana na umiejętnościach zarządzania i zakładania działalności gospodarczej. Badana jest ona na poziomie deklarowanym, co oznacza, że studenci dokonują samooceny.

Wykorzystywanym narzędziem jest autorska ankieta audytoryjna, która bada następujące obszary (dokonuje sprawdzenia poziomu wiedzy oraz umiejętności deklarowanych przez respondentów):

- postawy przedsiębiorcze – nastawienie wobec prowadzenia własnej działalności gospodarczej,
  - wiedzę prawną związaną z zawieraniem umów,
  - orientację na temat form prawnych prowadzenia działalności gospodarczej,
  - wiedzę na temat spółek,
  - umiejętności związane z tworzeniem biznesplanu,
  - wiedzę i umiejętności związane z funkcjami zarządzania,
  - sposoby poszukiwania informacji związanych z rozwiązywaniem problemów prawnych w biznesie,
  - stopień zaufania do różnych źródeł informacji na temat problemów prawnych wynikających z prowadzenia własnego przedsiębiorstwa.
- Badacze zamierzają znaleźć odpowiedź na pytania:
- Jak kierunek studiów, rok, płeć, doświadczenie zawodowe różnicują wyżej wymienione czynniki?
  - Czy ukończenie kursu z prawa gospodarczego, ekonomii oraz podstaw przedsiębiorczości wpływa na wyżej wymienione czynniki?

Zmienną niezależną stanowią kierunek studiów, wiek, płeć, doświadczenie zawodowe. Zakłada się, że mają one wpływ na wymienione czynniki, i dokonuje pomiaru korelacji. Realizacja prowadzonych badań planowana jest do końca pierwszej połowy roku 2019. W tym okresie obserwacji poddane zostaną pozostałe, jeszcze nieeksplorowane obszary wiedzy biznesowej. Plan działań, wraz z etapami już zakończonymi, przedstawiono w tabeli 5.

Tabela 5. Plan badań pomiaru różnych obszarów wiedzy studentów

	<b>Dotychczas</b>	<b>Docelowo</b>
Próba badawcza	100 studentów	377 studentów
Obszary	wiedza prawna, wybrane obszary wiedzy biznesowej	kolejne obszary wiedzy biznesowej oraz powiązanej z nią ekonomicznej i finansowej oraz wiedza branżowa (związana ze studiowanym kierunkiem)
Zakres	studenci PP, wydziały techniczne	studenci PP, wydziały techniczne i wydziały zarządzania

Źródło: opracowanie własne

Zaprezentowany projekt badań empirycznych ma na celu określenie najistotniejszych luk w wiedzy studentów kierunków technicznych w zakresie różnych aspektów prowadzenia działalności gospodarczej i zaproponowanie modyfikacji w sposobie kształcenia, tak by wzmacniać postawy przedsiębiorcze.

## Podsumowanie

Należy podkreślić, że ważną rolą dla szkół wyższych staje się nie tylko przekazywanie wiedzy zgodnej z potrzebami funkcjonujących na rynku przedsiębiorstw, ale także propagowanie i kształtowanie wśród studentów postaw otwartych na samozatrudnienie i tworzenie miejsc pracy w kraju i za granicą (Kasperkowiak, Rembiasz, 2017).

W artykule dokonano przeglądu autorskich badań na temat przedsiębiorczości studentów. Celem zaprezentowanej analizy było wskazanie wiedzy biznesowej (na temat zakładania i prowadzenia własnych przedsiębiorstw) jako czynnika warunkującego powstawanie postaw przedsiębiorczych. Zestawienie wyników dotychczasowych badań ujawniło m.in. rozbieżność w opiniach studentów i aktualnych przedsiębiorców na temat znaczenia wiedzy biznesowej, poczucie braku dostatecznej wiedzy o przedsiębiorczości (co ciekawe – deklarowane również przez studentów kierunków ekonomicznych) czy niedostatek informacji na temat finansowania własnej działalności gospodarczej mimo uczęszczania na studia o profilu ekonomicznym.

Powyższe wnioski stanowią przesłankę pogłębionej analizy zagadnienia wiedzy biznesowej studentów, tak by jak najsprawniej kształtować postawy przedsiębiorcze młodych ludzi. Szczególnie uzasadnione wydaje się wykorzystanie potencjału studentów wydziałów zarządzania na uczelniach technicznych, ponieważ z założenia absolwenci dysponować będą zarówno wiedzą branżowo-techniczną, jak i biznesową. Autorki wyodrębniają obszary i przedstawiają plany szczegółowych badań, których wyniki stanowią mogą punkt odniesienia dla twórców polityki edukacyjnej i społecznej. W szczególności zaś przyczynią się do debaty na temat sposobu kształcenia w zakresie przedsiębiorczości na uczelniach wyższych.

## Literatura

## References

- Bernat, T., Korpysa, J., Kunasz, M. (2008). *Przedsiębiorczość studentów w Polsce i wybranych krajach Europy Środkowo-Wschodniej*. Szczecin: Wydawnictwo PRINT GROUP.
- Henry, C., Hill, F., Leitch, C. (2005). Entrepreneurship education and training: can entrepreneurship be taught? *Part I. Education + Training*, 47(2), 98–111.
- Karta ECTS przedmiotu prowadzenie działalności gospodarczej. (2017). Pozyskano z: [https://pg.edu.pl/documents/10754/0/14\\_WZIE\\_Prowadzenie\\_dzia\\_alno\\_ci\\_gospodarczej.pdf](https://pg.edu.pl/documents/10754/0/14_WZIE_Prowadzenie_dzia_alno_ci_gospodarczej.pdf)
- Kasperkowiak, W., Rembiasz, M. (2017). Internationalization of enterprises as assessed by university students: prospective and current entrepreneurs. *Research on Enterprise in Modern Economy – Theory and Practice*, 4, 159–172.
- Kisielnicki, J. (2003). *Zarządzanie wiedzą we współczesnych organizacjach*. Warszawa: Uczelnia Łazarskiego.
- Kowalewski, T. (2018). Przedsiębiorczość studencka wyzwaniem dla uczelni. *Humanizacja Pracy*, 2(292), 43–60.
- Kurczewska, A. (2011). Entrepreneurship as an Element of Academic Education – International Experiences and Lessons for Poland. *International Journal of Management and Economics*, 30, 217–233.
- Łuczka, T., Rembiasz, M. (2016). Badanie postaw przedsiębiorczych studentów – wybrane aspekty teoretyczne i empiryczne. *Horyzonty Wychowania*, 15(34), 27–47. DOI: 10.17399/HW.2016.153402.
- Piontek, F., Piontek, B. (2016). *Teoria rozwoju*. Warszawa: PWE.

- Popowska, M. (2018). Przedsiębiorczość społeczna jako klucz do skutecznej edukacji przedsiębiorczej na społecznie odpowiedzialnym uniwersytecie. *Horyzonty Wychowania*, 17(42), 205–218. DOI: 10.17399/HW.2018.174216.
- Rembiesz, M., Siemieniak, P., Pawlak, J. (2017). Wybrane źródła finansowania działalności gospodarczej. *Przedsiębiorczość i Zarządzanie*, 18(12.II), 333–344.
- Ruta, A., Rembiesz, M., (2016). Wybrane aspekty przedsiębiorczości studentów – badania empiryczne. *Przegląd Naukowo-Metodyczny. Edukacja dla Bezpieczeństwa*, 4, 347–357.
- Siemieniak, P. (2014). *Metody wspierania przedsiębiorczości kobiet w Wielkopolsce*. Praca doktorska. Poznań: Politechnika Poznańska.
- Siemieniak, P., Rembiesz, M. (2017). Determinanty przedsiębiorczości kobiet – wybrane aspekty teoretyczne i empiryczne. *Przedsiębiorczość i Zarządzanie*, 18(12.II), 349–363.
- Siemieniak, P., Łuczka, T. (2016). *Przedsiębiorczość kobiet. Wybrane aspekty ekonomiczne i psychokulturowe*. Poznań: Wydawnictwo Politechniki Poznańskiej.
- Spychała, M., Więcek-Janka, E. (2016). Kompetencje przedsiębiorczych menedżerów przyszłości w firmach rodzinnych. *Przedsiębiorczość i Zarządzanie*, 17(6.II), 415–428.
- Steinerowska-Streb, I. (2018). Edukacja a zachowania przedsiębiorcze właścicieli-menedżerów zarządzających przedsiębiorstwami rodzinnymi. *Horyzonty Wychowania*, 17(41), 237–250. DOI: 10.17399/HW.2018.1741171.
- Wach, K. (2013). Edukacja na rzecz przedsiębiorczości wobec współczesnych wyzwań cywilizacyjno-gospodarczych. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 9, 246–257.
- Wach, K. (2016). Edukacja przedsiębiorcza: analiza bibliometryczna polskiego piśmiennictwa. *Horyzonty Wychowania*, 15(34), 11–26. DOI: 10.17399/HW.2016.153401.
- Wasilczuk, J., Daszkiewicz, N. (2005). Polscy właściciele/menedżerowie wobec jednolitego rynku europejskiego. W: P. Dominiak, J. Wasilczuk, N. Daszkiewicz (red.), *Małe i średnie przedsiębiorstwa w obliczu internacjonalizacji i integracji gospodarek europejskich. Przykłady Włoch, Francji, Polski i Czech*. Gdańsk: Scientific Publishing Group, 207–226.
- Zbierowski P., Węclawska P., Tarnawa A., Zadura-Lichora P. (2012), *Raport z badania Global Entrepreneurship Monitor – Polska 2011*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Instytutu Technologii Eksploatacji – PIB.

**Paulina Siemieniak**, dr, Politechnika Poznańska, Wydział Inżynierii Zarządzania, Katedra Przedsiębiorczości i Komunikacji w Biznesie. Jej zainteresowania naukowe to małe i średnie przedsiębiorstwa, przedsiębiorczość kobiet, metody wspierania przedsiębiorczości, kształtowanie postaw przedsiębiorczych, kobiety w zarządzaniu, psychologiczne aspekty zarządzania.

**Paulina Siemieniak**, PhD, Poznan University of Technology, Faculty of Engineering Management, Chair of Entrepreneurship and Business Communication. Research interests: small and medium enterprises, female entrepreneurship, methods of supporting entrepreneurship, shaping entrepreneurial attitudes, women in management, psychological aspects of management.

**ORCID:** 0000-0002-0910-3394

**Adres/Address:**

Politechnika Poznańska  
Wydział Inżynierii Zarządzania  
Katedra Przedsiębiorczości i Komunikacji w Biznesie  
ul. Strzelecka 11  
60-965 Poznań, Polska  
e-mail: paulina.siemieniak@put.poznan.pl

**Małgorzata Rembiasz**, dr, Politechnika Poznańska, Wydział Inżynierii Zarządzania, Katedra Przedsiębiorczości i Komunikacji w Biznesie. Jej zainteresowania naukowe koncentrują się na: przedsiębiorczości studentów, przedsiębiorczości kobiet, zarządzaniu małymi i średnimi przedsiębiorstwami, internacjonalizacji MŚP, społeczno-ekonomicznych skutkach starzenia się ludności oraz zarządzaniu wiekiem.

**Małgorzata Rembiasz**, PhD, Poznan University of Technology, Faculty of Engineering Management, Chair of Entrepreneurship and Business Communication. Her research interests focus on student entrepreneurship, female entrepreneurship, management of small and medium enterprises, internationalisation of SMEs, socio-economic consequences of population ageing, and age management.

**ORCID:** 0000-0001-6605-4499

**Adres/Address:**

Politechnika Poznańska  
Wydział Inżynierii Zarządzania  
Katedra Przedsiębiorczości i Komunikacji w Biznesie  
ul. Strzelecka 11  
60-965 Poznań, Polska  
e-mail: malgorzata.rembiasz@put.poznan.pl