

DARIUSZ NOWAK

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Polska ■ Poznań University of Economics and Business, Poland

ŁUKASZ WŚCIUBIAK

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Polska ■ Poznań University of Economics and Business, Poland

Rola Olimpiady Przedsiębiorczości w edukacji – próba oceny założeń tematycznych

The Role of the Entrepreneurship Olympiad in Education – Evaluation of Thematic Assumptions

Streszczenie: Olimpiada Przedsiębiorczości jest jednym z najważniejszych wydarzeń edukacyjnych adresowanych do uczniów szkół średnich. Problematyka konkursu dotyczy zarówno ogólnych aspektów przedsiębiorczości, jak i zagadnień z zakresu marketingu, zarządzania, rynków kapitałowych czy etyki w biznesie. Celem niniejszego artykułu jest krytyczna ocena tematyki dotychczasowych czternastu edycji Olimpiady Przedsiębiorczości, dokonana w kontekście potrzeb edukacyjnych oraz wyzwań ekonomicznych, napotykanych przez młodych ludzi w dorosłym życiu. Analizie poddano m.in. założenia i programy poszczególnych edycji Olimpiady, wykazy obowiązującej literatury oraz zestawy pytań i zadań konkursowych. Na tej podstawie można stwierdzić, że problematyka konkursu obejmuje zarówno ważne i aktualne zagadnienia z zakresu przedsiębiorczości, jak i treści o ograniczonej przydatności dla uczestników. Autorzy postulują wyeliminowanie tego rodzaju zagadnień z przyszłych edycji Olimpiady, co powinno przyczynić się do zwiększenia zainteresowania młodzieży tą niewątpliwie interesującą i potrzebną inicjatywą edukacyjną.

Abstract: The Entrepreneurship Olympiad is one of the most important educational events addressed to secondary school students. The topics of this contest concern both general aspects of entrepreneurship as well as a number of issues in the field of marketing, management, capital markets or business ethics. The purpose of this paper is to assess the topics of particular editions of the Entrepreneurship Olympiad. This assessment was made in the context of educational need and economics challenges encountered by young people in their adulthood. The analysis included programmes of each edition of the Olympiad, lists of recommended literature, as well as test questions and tasks for participants. On this basis, it can be concluded that the contest issues included both relevant and current problems in the field of entrepreneurship, as well as some content of limited usefulness for young people. The authors postulate to eliminate such content from the future editions of the Olympiad, which should lead to increased interest of potential participant in this interesting educational project.

Słowa kluczowe: edukacja; Olimpiada Przedsiębiorczości; proprzedsiębiorcze wydarzenie; wiedza; zawody

Keywords: competition; education; Entrepreneurship Olympiad; knowledge; pro-entrepreneurial events

Otrzymano: 25 października 2019

Received: 25 October 2019

Zaakceptowano: 22 marca 2020

Accepted: 22 March 2020

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Nowak, D., Wściubiak, Ł. (2020). Rola Olimpiady Przedsiębiorczości w edukacji – próba oceny założeń tematycznych. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 16(1), 159–172. doi: 10.24917/20833296.161.13

Wstęp

Poziom wiedzy ekonomicznej polskiego społeczeństwa należy uznać za niewystarczającą. Potwierdzeniem tego są m.in. liczne afery finansowe (począwszy od Bezpiecznej Kasy Oszczędności aż po Amber Gold), masowe zaciąganie kredytów we frankach szwajcarskich czy sprawa obligacji firmy GetBack. Przykłady te pokazują, że brak umiejętności szacowania ryzyka, zrozumienia elementarnych mechanizmów ekonomicznych oraz wystarczającej roztropności przy podejmowaniu decyzji finansowych może prowadzić do wielu osobistych tragedii, w których szary obywatel traci dorobek całego życia.

Brak odpowiedniego przygotowania, niechęć do podejmowania ryzyka oraz lęk związany z następstwami potencjalnej porażki sprawiają także, że wiele osób rezygnuje z uruchomienia własnego biznesu, zadowolając się zwykle niezbyt dobrze opłacaną i mało satysfakcjonującą pracą etatową. Tym samym kształtowanie właściwej świadomości ekonomicznej oraz propagowanie postaw przedsiębiorczych ma bardzo istotne znaczenie dla funkcjonowania całego społeczeństwa.

Na poziomie szkół średnich głównym instrumentem szeroko pojętej edukacji ekonomicznej jest obowiązkowy przedmiot podstawy przedsiębiorczości, jednak z wielu względów skuteczność jego oddziaływania jest bardzo ograniczona. Dlatego też ważną rolę w propagowaniu wiedzy ekonomicznej oraz kształtowaniu odpowiednich postaw wśród młodzieży mogą odgrywać pozaszkolne inicjatywy edukacyjne, podejmowane przez uczelnie wyższe oraz inne organizacje i instytucje.

Jednym z takich przedsięwzięć jest Olimpiada Przedsiębiorczości, organizowana od 2005 r. przez Fundację Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych (FPAKE) przy współdziałaniu największych uczelni ekonomicznych: Szkoły Głównej Handlowej oraz uniwersytetów ekonomicznych z Katowic, Krakowa, Poznania i Wrocławia. Konkurs ten ma status oficjalnej olimpiady przedmiotowej Ministerstwa Edukacji Narodowej, a jego zakres tematyczny obejmuje nie tylko stały dla wszystkich edycji blok zagadnień, ale także problematykę związaną ze zmieniającym się każdego roku hasłem przewodnim Olimpiady.

Celem niniejszego artykułu jest krytyczna ocena tematyki dotychczasowych czternastu edycji Olimpiady Przedsiębiorczości oraz odpowiedź na pytanie: czy problematyka poruszana w trakcie kolejnych edycji konkursu odpowiada potrzebom edukacyjnym młodzieży i jest adekwatna do wyzwań ekonomicznych, którym będzie musiała ona stawić czoła w dorosłym życiu.

Dążąc do realizacji tak postawionego celu, posłużono się metodą analizy dostępnej dokumentacji konkursowej: założeń i programów poszczególnych edycji Olimpiady Przedsiębiorczości, wykazów obowiązującej literatury oraz zestawów pytań testowych

i zadań sytuacyjnych. Podstawowym źródłem informacji w tym zakresie były publikacje wydawane przez głównego organizatora konkursu, podsumowujące każdą z zakończonych edycji Olimpiady (FPAKE, 2006 do 2018).

Teoretyczne aspekty przedsiębiorczości w edukacji

Pojęcie przedsiębiorczości wywodzi się od francuskiego słowa *entreprendre*, oznaczającego: ‘podjąć, postawić sobie coś za zadanie’ (Gangaiah, Viswanath, 2014) oraz niemieckiego *unternehmen*, które można tłumaczyć jako: ‘przedsiębrać, przedsięwziąć’ lub (w ujęciu rzeczownikowym) ‘przedsiębiorstwo’. W dyskursie naukowym przedsiębiorczość uważana jest za proces, w wyniku którego podejmowane są nowe działania i powstają nowe organizacje gospodarcze (Davidsson, 2015). W dość powszechnym odczuciu przedsiębiorczość stanowi ważny aspekt każdej gospodarki, przyczyniający się do tworzenia nowych miejsc pracy oraz wzrostu gospodarczego (Minniti, Lévesque, 2010). Dzięki przedsiębiorczości tworzy się nowe, bogatsze i zaawansowane technologicznie społeczeństwo (Gautam, Singh, 2015). Przedsiębiorczość ma charakter uniwersalny, znajduje swoje odzwierciedlenie we wszystkich wymiarach cywilizacji i obejmuje swym zakresem zmiany społeczne, polityczne, kulturowe, gospodarcze czy prawne (Raposo, Paço, 2011).

Z pojęciem przedsiębiorczości ściśle wiąże się osoba przedsiębiorcy, który organizuje, zarządza i podejmuje ryzyko związane z działalnością gospodarczą. W ujęciu syntetycznym jest to ktoś, kto przyjmuje odpowiedzialność za podjęte decyzje wpływające na prowadzenie biznesu, wykorzystanie zasobów, identyfikację zagrożeń czy możliwości (Vakili i in., 2016). Osoby przedsiębiorcze potrafią przekształcać idee w skuteczne działania, niwelując ograniczenia wynikające z obowiązujących zasad i dostępnych zasobów (Gautam, Singh, 2015). Takie osoby odznaczają się nie tylko kreatywnością, innowacyjnym sposobem myślenia i umiejętnością podejmowanie ryzyka, lecz także zdolnością do planowania oraz zarządzania projektami.

Wprowadzenie przedsiębiorczości do edukacji szkolnej niesie za sobą wiele korzyści. Z jednej strony może ona bowiem przyczyniać się do kształtowania odpowiednich postaw, opartych na aktywności, operatywności, mobilności i kreatywności, z drugiej strony – może wpływać na wzrost gospodarczy, tworzenie miejsc pracy czy wyrównywanie nierówności społecznych. S. Cooper, C. Bottomley i J. Gordon (2004) wskazują, że istota edukacji w zakresie przedsiębiorczości przejawia się w trzech aspektach: wzmacnianiu zdolności jednostki do tworzenia pomysłów i innowacji, zwiększaniu możliwości wykorzystania tych pomysłów w biznesie oraz intensyfikacji zainteresowania osób trzecich problematyką przedsiębiorczości.

Edukację w zakresie przedsiębiorczości można rozpatrywać przez pryzmat trzech ujęć, które wyrażają się frazą: uczyć się „o”, „dla” i „przez” (Vakili i in., 2016). Nauczanie „o” odnosi się do treści teoretycznych, które pozwalają zrozumieć istotę i naturę zjawiska. Drugie podejście („dla”) ma charakter zawodowy i polega na zapewnieniu początkującym przedsiębiorcom niezbędnej wiedzy. Szczególne znaczenie ma ujęcie trzecie, określane jako „nauczanie przez”, które oparte jest na doświadczeniu, profesjonalizmie i kompetencjach, przekazywanym uczniom w procesie edukacji.

Istotnym problemem związanym z nauczaniem przedsiębiorczości jest moment, w którym należałoby wprowadzić ją do edukacji. Wśród ekspertów panuje przekonanie, że najbardziej elementarne zagadnienia z tego zakresu powinny być zawarte już w programach

nauczania przedszkolnego i podstawowego. Na kolejnych etapach edukacji program nauczania należy rozszerzać o nowe, bardziej zaawansowane i ukierunkowane na praktykę biznesową treści. Tylko w takim przypadku społeczeństwo nabierze umiejętności racjonalnego myślenia i oceny zagrożeń, które niesie z sobą współczesny świat. Wskazuje się, że edukacja „o” i „dla” dotyczy przede wszystkim uczniów szkół średnich i wyższych, natomiast edukacja „przez” powinna odbywać się na wszystkich poziomach edukacji, włączając kształcenie przedszkolne i podstawowe (Handscombe, Rodiriguez-Falcon, Patterson, 2008). Zdaniem M. Sadowskiej (2016), edukacja w zakresie przedsiębiorczości powinna obejmować edukację formalną, nieformalną, kształcenie ustawiczne oraz samokształcenie.

Konieczność edukacji w zakresie przedsiębiorczości jest uwarunkowana szybkimi zmianami zachodzącymi w otoczeniu. Przeszłe doświadczenia i wykorzystywane rozwiązania stosunkowo szybko przestają być użyteczne dla problemów pojawiających się we współczesnych organizacjach (Deveci, Seikkula-Leino, 2018). Uczeń, u którego rozbudzi się osobowość przedsiębiorczą, będzie w przyszłości mógł rozwijać swoje umiejętności na polu gospodarki, kultury, edukacji, a nawet polityki. Nabędzie on bowiem określone kompetencje, którymi powinny charakteryzować się wszystkie jednostki społeczeństwa, niezależnie od pochodzenia, statusu materialnego, wykształcenia czy etapu rozwoju kariery. Społeczeństwo, którego obywatele charakteryzują się wysokim poziomem przedsiębiorczości, przyczynia się do wspierania konkurencji, innowacji, wzrostu gospodarczego, tworzenia miejsc pracy oraz ogólnego dobrobytu (Raposo, Paço, 2011). Następnym etapem edukacji w zakresie przedsiębiorczości niekoniecznie musi być założenie własnej firmy (Consortium for Entrepreneurship Education, 2008). Środowiskiem rozwoju przedsiębiorczości mogą być także już istniejące organizacje, w których przedsiębiorcze jednostki będą realizowały swoje innowacyjne pomysły (Shane, Venkataraman, 2007). W tym ujęciu istotnego znaczenia nabierają takie aspekty, jak: kształtowanie umiejętności kreatywnego myślenia, twórczego rozwiązywania problemów, asertywność, poczucie własnej wartości czy praca w grupie. Można zatem zauważyć, że jednym z celów edukacji przedsiębiorczości jest uczenie odpowiedzialności za podjęte decyzje i działania. Podkreśla się, że osoba wyedukowana przedsiębiorczo z powodzeniem może realizować swoje inicjatywy, pomysły i idee na innych płaszczyznach społeczno-gospodarczych. Zdaniem J.C. Sánchez (2010), edukacja w zakresie przedsiębiorczości wpływa na:

- niezależność i pewność osobistą,
- identyfikację alternatywnych wyborów zawodowych,
- zdolność rozpoznawania szans w życiu i identyfikacji zagrożeń,
- dostęp do wiedzy i możliwość generowania nowych pomysłów.

M. Raposo i A. Paço (2011) uzupełniają powyższy wykaz o zdolność do tworzenia i prowadzenia nowej firmy oraz umiejętność myślenia w sposób kreatywny i krytyczny.

K. Wach (2013) uważa, że edukacja w zakresie przedsiębiorczości zasadniczo przyczynia się do budowy przedsiębiorczego społeczeństwa i przedsiębiorczej gospodarki. Z jednej strony prowadzi ona bowiem do intensyfikacji zmian strukturalnych i wzrostu wydajności, z drugiej zaś przyspiesza i dynamizuje innowacje.

Chociaż w literaturze przedmiotu brak jest konsensusu co do pojęcia i definicji edukacji w zakresie przedsiębiorczości, to w najprostszych ujęciach oznacza ona proces, w którym podmioty indywidualne nabywają zdolności do rozpoznania różnego rodzaju możliwości biznesowych, poczucia własnej wartości oraz wiedzy i umiejętności działania na ich podstawie (Jones, English, 2004). Według OECD (2015) edukacja dla przedsiębiorczości

może być rozpatrywana przez pryzmat dwóch ujęć. Pierwsze kładzie nacisk na aspekty personalne, ściśle związane z własnym rozwojem, nabywaniem kompetencji, twórczym myśleniem, umiejętnościami i zdolnościami, podczas gdy drugie związane jest z procesem tworzenia własnych przedsięwzięć i samozatrudnieniem. Kształcenie w zakresie przedsiębiorczości można również postrzegać jako pewną formę transferu idei i pomysłów do praktyki, jako adaptację zdobytej wiedzy i umiejętności do nowych sytuacji (Amos, Onifade, 2013).

W literaturze przedmiotu edukacja w zakresie przedsiębiorczości utożsamiana jest z (Gautam, Singh, 2015):

- pewnym rodzajem szkolenia lub nauczania, którego zadaniem jest kształtowanie postaw, zachowań, wartości,
- nabywaniem osobistych umiejętności w zakresie przedsiębiorczości,
- tworzeniem nowych firm,
- rozpoznawaniem szans,
- zarządzaniem istniejącymi małymi firmami.

Edukację w zakresie przedsiębiorczości można zatem traktować jako funkcję: innowacji, wspierania przywództwa, budowania organizacji wysokich osiągnięć, tworzenia i prowadzenia firmy, a także proces tworzenia wartości dla klientów przez wykorzystanie niewykorzystanych okazji, silną i pozytywną orientację na wzrost bogactwa, wiedzy i zatrudnienia oraz transformację postaw i umiejętności w kierunku konstruktywnego działania.

Analizując powyższe ujęcia M. Gautam i S. Singh definiują kształcenie w zakresie przedsiębiorczości jako: „proces profesjonalnego zastosowania wiedzy, postaw, umiejętności i kompetencji [...], to uczenie, jak stać się niezależnymi właścicielami firm. To tworzenie i pielęgnowanie środowiska nabywania wiedzy, które promuje cechy i zachowania przedsiębiorcze, takie jak stawianie się kreatywnym i niezależnym myślicielem, podejmowanie ryzyka, przyjmowanie odpowiedzialności i docenianie różnorodności” (Gautam, Singh, 2015: 24).

Edukacja w zakresie przedsiębiorczości powinna koncentrować się na wiedzy, umiejętnościach, rozwoju kompetencji i nabywaniu doświadczenia. Jej zasadniczym celem powinno być jednak kształtowanie odpowiednich postaw, ponieważ osoby o nastawieniu przedsiębiorczym lepiej identyfikują szanse i zagrożenia, a także charakteryzują się lepszymi umiejętnościami w zakresie przewycięzania pojawiających się barier i zagrożeń, co w praktyce przekłada się na promowanie kultury przedsiębiorczości.

Olimpiada Przedsiębiorczości – istota i założenia

Olimpiada Przedsiębiorczości jest jednym z kilku konkursów przedmiotowych dotyczących szeroko pojmowanej problematyki ekonomicznej, adresowanych do uczniów szkół średnich. Została ona zapoczątkowana w 2005 r. i dotychczas miała 14 edycji. Ze względu na duże zainteresowanie uczestników Olimpiady Przedsiębiorczości zalicza się – obok Olimpiady Wiedzy Ekonomicznej – do grona najbardziej prestiżowych wydarzeń edukacyjnych w Polsce. Do każdej edycji konkursu zgłasza się bowiem kilkanaście tysięcy zawodników, reprezentujących ponad 700 szkół.

Wśród celów Olimpiady Przedsiębiorczości wskazuje się m.in.: kształtowanie wśród młodzieży postaw i zachowań przedsiębiorczych, doskonalenie umiejętności analizy zjawisk

zachodzących w gospodarce, rozwijanie zdolności skutecznego komunikowania się i współdziałania w zespole, tworzenie pozytywnego klimatu wokół działalności biznesowej oraz zachęcanie młodzieży do podejmowania studiów na uczelniach ekonomicznych.

Rywalizacja konkursowa obejmuje trzy etapy: szkolny, okręgowy oraz centralny. Laureaci Olimpiady otrzymują nie tylko wartościowe nagrody rzeczowe (sprzęt elektroniczny), ale także mogą liczyć na szereg preferencji w postępowaniach rekrutacyjnych na studia prowadzone przez uczelnie będące współorganizatorami konkursu. Warto przy tym zwrócić uwagę na dość niestandardową formułę Olimpiady Przedsiębiorczości, która umożliwić ma nie tylko weryfikację wiedzy teoretycznej uczestników, ale także ocenę prezentowanych przez nich postaw i zachowań przedsiębiorczych. Z tego też względu zmagania konkursowe obejmują nie tylko rozwiązywanie testów wiedzy, ale także zespołowe rozwiązywanie zadań sytuacyjnych oraz ich obronę przed komisją konkursową (na etapie okręgowym) czy też konieczność przygotowania i wygłoszenia prezentacji (na etapie centralnym).

Zakres tematyczny Olimpiady podzielony jest na blok stały (zagadnienia dotyczące ogólnych aspektów przedsiębiorczości) oraz blok zmienny, odnoszący się do hasła przewodniego danej edycji i obejmujący zagadnienia dotyczące aktualnych problemów społeczno-ekonomicznych lub specyficznych uwarunkowań związanych z prowadzeniem działalności gospodarczej.

W ramach bloku stałego zawodnicy powinni nabyć wiedzę z pięciu obszarów, dotyczących:

- psychologicznych i socjologicznych uwarunkowań przedsiębiorczości,
- makrouwarunkowań przedsiębiorczości,
- przedsiębiorczości w rodzinie,
- zachowań przedsiębiorczych w przedsiębiorstwie,
- zachowań przedsiębiorczych na rzecz środowiska lokalnego.

Prezentowana tematyka wykracza poza klasyczne pojmowanie istoty przedsiębiorczości, która definiowana jest przez pryzmat rezultatów, procesów i zdarzeń oraz predyspozycji i umiejętności przedsiębiorcy prowadzącego biznes (Łochnicka, 2016). Należy jednak podkreślić, że nabycie wiedzy dotyczącej powyższych aspektów niewątpliwie przyczyni się do lepszego przygotowania osób wchodzących na rynek pracy i to zarówno w zakresie prowadzenia własnej działalności, jak i w pracy etatowej.

Olimpiada Przedsiębiorczości – analiza treści programowych

Jak już wspomniano, poszczególnym edycjom Olimpiady Przedsiębiorczości przyporządkowywane są zmienne hasła przewodnie, które wyznaczają zakres tematyki obowiązującej (obok bloku stałego dla wszystkich edycji) uczestników konkursu. Zgodnie z założeniami organizatorów hasła te powinny uwzględniać aktualne problemy, wyzwania i tendencje, obserwowane w gospodarce krajowej i międzynarodowej. Przedmiotem zainteresowania dotychczasowych edycji Olimpiady były m.in. kwestie dotyczące społeczeństwa, przekształceń własnościowych, rynków finansowych, etyki czy zrównoważonego rozwoju.

Organizatorzy konkursu nie wyjaśniają niestety wprost, w jaki sposób rozumiane jest przez nich pojęcie przedsiębiorczości. Ze względu na różny sposób pojmowania tego terminu w literaturze przedmiotu oraz konieczność osadzenia prowadzonych rozważań w czytelnych ramach analitycznych, autorzy przyjęli ujęcie zaproponowane przez

M. Ratalewska (2016: 126–127), w myśl którego przedsiębiorczość to zorganizowany proces działania, nacechowany innowacyjnością i kreatywnością, umiejętnością wykorzystania pomysłów i okazji, zdolnością przystosowywania się do zmieniających się warunków czy też radzeniem sobie z niepewnością i ryzykiem. Warto przy tym podkreślić, że choć wielu autorów wskazuje na istnienie pewnych związków pomiędzy przedsiębiorczością a zarządzaniem (Cieślik, 2014; Glinka, Gudkova, 2011), a problematyka przedsiębiorczości pozostaje w kręgu zainteresowania badaczy z zakresu nauk o zarządzaniu, to jednak stanowi ona tylko jedną z 21 subdyscyplin wyodrębnianych w tym obszarze (Cyfert i in., 2014).

Przechodząc do bardziej szczegółowych analiz, można zauważyć, że problematyka poszczególnych edycji Olimpiady Przedsiębiorczości może zostać podzielona na trzy obszary, z których pierwszy ma charakter proprzedsiębiorczy, drugi obejmuje zagadnienia ogólnoekonomiczne, zaś trzeci dotyczy problemów specjalistycznych, wymagających profesjonalnej wiedzy. Należy jednak podkreślić, że część haseł przewodnich Olimpiady ma charakter wieloaspektowy i odnosi się do więcej niż jednego spośród wskazanych obszarów.

Do pierwszej grupy (o charakterze proprzedsiębiorczym) można zaliczyć przykładowo tematykę IX edycji „Własna firma” oraz XII edycji „Przedsiębiorczość w biznesie”. W nurt ogólnoekonomiczny wpisuje się tematyka II edycji „Społeczna odpowiedzialność biznesu”, a także VII edycji „Tworzenie wartości przedsiębiorstwa”. Typowym zabarwieniem profesjonalnym, wymagającym fachowej wiedzy, charakteryzowała się natomiast tematyka VI edycji „Psychologia w biznesie” oraz X edycji „Zarządzanie zmianą”. Zestawienie haseł przewodnich dotychczasowych edycji Olimpiady, wraz z ich przyporządkowaniem do poszczególnych kategorii, zostało zaprezentowane w tabeli 1.

Tabela 1. Klasyfikacja tematyki Olimpiady Przedsiębiorczości – edycje I–XV

Edycja	Rok szkolny	Hasło przewodnie Olimpiady	Charakter ¹		
			PP	OE	P
I	2005/2006	Ludzie w przedsiębiorstwie	X		X
II	2006/2007	Społeczna odpowiedzialność biznesu		X	X
III	2007/2008	Inwestor na rynku – giełda, prywatyzacje, fuzje i przejęcia		X	X
IV	2008/2009	Marketing w przedsiębiorstwie – mechanizmy, instrumenty, strategie			X
V	2009/2010	Współczesne zarządzanie – koncepcje i metody		X	X
VI	2010/2011	Psychologia biznesu			X
VII	2011/2012	Tworzenie wartości przedsiębiorstwa		X	X
VIII	2012/2013	Etyka w działalności biznesowej			X
IX	2013/2014	Własna firma	X		
X	2014/2015	Zarządzanie zmianą			X
XI	2015/2016	Nowe przewagi konkurencyjne – technologia, informacja, społeczność		X	X
XII	2016/2017	Przedsiębiorczość w biznesie	X		
XIII	2017/2018	Sukces w biznesie – ludzie, wizerunek, strategia	X		
XIV	2018/2019	Trendy na rynku kapitałowym		X	X
XV	2019/2020	Zarządzanie różnorodnością w organizacji			X

¹PP – proprzedsiębiorczy, OE – ogólnoekonomiczny, P – profesjonalny

Źródło: opracowanie własne

Nie negując istoty i ważności poszczególnych tematów oraz ich znaczenia dla praktyki gospodarczej, wydaje się, że niektóre z nich znacznie wykraczają poza problematykę przedsiębiorczości. Hasła poszczególnych edycji skupiają się przede wszystkim na aspektach dotyczących zarządzania, w tym na metodach, funkcjach, instrumentach oraz zasobach. Poważny niedosyt budzi natomiast brak zagadnień związanych z przedsiębiorczością rodzinną, funkcjonowaniem i rozwojem sektora MŚP czy też innowacyjnością przedsiębiorstw (aczkolwiek tematyka jednej z edycji dotyczyła pokrewnego zagadnienia, tj. zarządzania zmianą).

Tematyka poszczególnych edycji Olimpiady jest zasadniczo zgodna z profilem naukowo-badawczym organizatorów, którzy kształcą kadry dla średnich i dużych firm. Nasuwa się jednak pytanie, czy w zakres przedsiębiorczości, zwłaszcza z punktu widzenia mikro- czy małego przedsiębiorcy, wchodzi profesjonalna wiedza dotycząca rynku kapitałowego, psychologii oraz fuzji i przejęć.

Krytycznie należy również spojrzeć zarówno na pytania testowe, jak i na zadania sytuacyjne poszczególnych edycji. W wielu przypadkach brak było kompatybilności między tematyką danej edycji Olimpiady a problemem merytorycznym zawartym w pytaniu. Ponadto, analizując treść poszczególnych pytań testowych, można zaobserwować ich silne zabarwienie teoretyczne, odnoszące się raczej do wiedzy akademickiej, a nie do wiedzy praktycznej. Typowym przykładem są pytania dotyczące kwestii zarządzania strategicznego, instrumentów finansowych, funduszy, czy technik służących do analizy stosunków międzyludzkich. Odrębną grupę stanowią pytania odnoszące się do bieżących wydarzeń, kursów walut, spraw osobowych, rankingów itp. aspektów, które z problematyką przedsiębiorczości raczej niewiele mają wspólnego. Opisane powyżej kwestie ilustrują przykłady zaprezentowane w tabeli 2.

Tabela 2. Przykłady pytań testowych

Edycja	Temat Olimpiady	Przykład pytania testowego	Charakter
XIII	Sukces w biznesie	Prezesem GPW w Warszawie jest: a) Marek Dieltl, b) Małgorzata Zaleska, c) Ludwik Sobolewski, d) Wiesław Rozłucki.	osobowy
XII	Przedsiębiorczość w biznesie	Techniką służącą do planowania działań zespołowych jest technika: a) biznesplanu, b) burzy mózgów, c) CPM, d) socjogramu	teoretyczny
XI	Nowe przewagi konkurencyjne	Który z atrybutów nie charakteryzuje Big Data w modelu „3V”? a) duża ilość danych (volume), b) duża różnorodność danych (variety), c) duża zmienność danych (velocity), d) konieczność weryfikacji danych (veracity).	gospodarka 4.0
X	Zarządzanie zmianą	Wadą PKB jako miernika koniunktury gospodarczej nie jest to, że: a) PKB nie uwzględnia jakości oferowanych dóbr i usług,	

X cd.		b) PKB nie uwzględnia czasu wolnego ludzi, c) PKB nie uwzględnia rozwarstwienia dochodów ludności, d) PKB nie uwzględnia dóbr pośrednich.	makroekonomiczny
IX	Własna firma	Największą liczbę transakcji na rynku można zrealizować przy cenie: a) minimalnej wyznaczonej przez państwo, b) najniższej, c) najwyższej, d) równowagi rynkowej.	mikroekonomiczny
VIII	Etyka w działalności biznesowej	W październiku 2012 r. do Comité Colbert – związku zrzeszającego producentów najbardziej luksusowych produktów – została przyjęta pierwsza polska marka. Jest to: a) Dr Irena Eris, b) Wittchen, c) Inglot, d) Vistula.	wydarzenia bieżące
VII	Tworzenie wartości przedsiębiorstwa	W skład komisji trójstronnej nie wchodzi przedstawiciele: a) rządu, b) parlamentu, c) związków zawodowych, d) pracodawców prywatnych.	społeczno-gospodarczy

Źródło: opracowanie własne

Analiza testów z poszczególnych edycji Olimpiady pokazuje, że w każdym zawartych jest od kilku do kilkunastu pytań, których treść merytoryczna znacznie wykracza poza ogólnie przyjęte kanony przedsiębiorczości. Biorąc pod uwagę praktyczny wymiar tej problematyki, trudno zrozumieć, dlaczego część pytań skupiała się na dość odległych kwestiach, takich jak rankingi gospodarcze, zjawiska makroekonomiczne, zagadnienia personalne czy struktura różnych instytucji (w tym państwowych).

Znacznie lepiej należy ocenić zadania sytuacyjne, które zdaniem autorów dają uczestnikom Olimpiady możliwość wykazania się inwencją twórczą, kreatywnością, pomysłowością, a w konsekwencji – innowacyjnością. Mimo dość pozytywnej oceny należy jednak wskazać, że nie zawsze problematyka zadań sytuacyjnych odnosiła się stricte do postaw przedsiębiorczych, a w niektórych przypadkach można zauważyć pewną niezgodność pomiędzy treścią zadania a tematem przewodnim danej edycji Olimpiady. Część zadań skupiała się na problemach korporacyjnych, samorządowych, instytucjonalnych czy restrukturyzacyjnych. Ponadto rozwiązanie niektórych zadań wymagało od uczestników zawansowanej wiedzy dotyczącej analizy ekonomicznej, strategicznej, znajomości instrumentów finansowych, metod zarządzania itp. Przykłady zadań sytuacyjnych zaprezentowano w tabeli 3.

Problematyka zawarta w zadaniach sytuacyjnych znacznie wykracza poza standardowy zakres przedsiębiorczości, jakkolwiek należy podkreślić, że zachowania przedsiębiorcze nie są zarezerwowane tylko dla przedsiębiorców prowadzących własny biznes. Kreatywność, innowacyjność czy pomysłowość wymagane są na wielu stanowiskach pracy,

w wielu przedsiębiorstwach, organizacjach czy instytucjach. Prezentowane studia przypadków umożliwiają uczestnikom podjęcie wyzwania i wykazania się profesjonalnym, twórczym podejściem. Można zatem przyjąć, że w tym zakresie realizuje się jeden z celów Olimpiady.

Tabela 3. Przykłady zadań sytuacyjnych

Edycja	Temat Olimpiady	Zadanie sytuacyjne	Charakter problemu
XIII	Sukces w biznesie	Beta to globalny koncern z branży FMCG. W związku z rozwojem biznesu w Polsce firma postanowiła poprawić swój wizerunek na rynku pracy tak, aby skuteczniej pozyskiwać najlepszych kandydatów. Waszym zadaniem jest opracowanie planu działań, które [...] pozwolą wzmocnić wizerunek Bety jako atrakcyjnego miejsca pracy [...].	instytucjonalny
X	Zarządzanie zmianą	East Trans Group posiada sieć rozbudowanych połączeń międzynarodowych [...] do Rosji, na Białoruś, do Kazachstanu i na Ukrainę. Napięcia polityczne w relacjach pomiędzy Rosją a UE wpłynęły na ograniczenia w wymianie handlowej ze Wschodem i znaczne zmniejszenie przychodów spółki. Waszym zadaniem jest opracowanie założeń restrukturyzacji strategicznej spółki.	restrukturyzacja
VI	Psychologia biznesu	Agresywna polityka na rynku depozytów spowodowała, że bank Delta pozyskał niezbędne środki i może przystąpić do ofensywy na rynku kredytowym. Waszym zadaniem jest przygotowanie oferty kredytu hipotecznego dla banku Delta.	finansowy
IV	Marketing w przedsiębiorstwie	Waszym zadaniem jest analiza makrootoczenia liceum ogólnokształcącego z wykorzystaniem poznanych narzędzi analizy strategicznej.	zarządzanie
I	Ludzie w przedsiębiorstwie	Paulina jest absolwentką liceum plastycznego. [...] Jej pomysłem jest oferowanie przez sklep internetowy własnoręcznie zaprojektowanych nadruków na koszulki. Paulina sporządziła biznesplan [...]. Przeanalizowała potencjalne szanse oraz zagrożenia i wyszło jej, że pomysł ma duże szanse na odniesienie sukcesu. Niestety,	przedsiębiorczy

		zgromadzone przez nią oszczędności nie są wystarczające do uruchomienia firmy – brakuje około 40% środków finansowych. Paulina zwróciła się do Was z prośbą o doradztwo, w jaki sposób może uzyskać brakujące środki finansowe [...]	
--	--	--	--

Źródło: opracowanie własne

Analizie poddano także wykazy literatury, której znajomość obowiązywała uczestników poszczególnych edycji Olimpiady. Należy przy tym zaznaczyć, że organizatorzy podzielili proponowaną literaturę na cztery części: pozycje zwarte (w tym publikacje związane z problematyką stałą oraz hasłem przewodnim danej edycji), czasopisma oraz akty prawne (tabela 4).

Tabela 4. Statystyka pozycji literaturowych w poszczególnych edycjach Olimpiady

Edycja	Rok szkolny	Pozycje książkowe		Tytuły prasowe	Akty prawne	Razem
		tematyka stała	hasło zmienne			
I	2005/2006	41	–	5	4	50
II	2006/2007	19	8	10	4	41
III	2007/2008	19	6	13	4	42
IV	2008/2009	16	9	14	4	43
V	2009/2010	16	8	15	4	43
VI	2010/2011	21	6	15	4	46
VII	2011/2012	19	7	14	4	44
VIII	2012/2013	21	14	15	4	54
IX	2013/2014	20	12	15	4	51
X	2014/2015	17	7	14	4	42
XI	2015/2016	18	9	14	4	45
XII	2016/2017	20	6	10	4	40
XIII	2017/2018	19	7	11	4	41
XIV	2018/2019	19	7	11	4	41

Źródło: opracowanie własne

Oceniając rekomendowane publikacje, można stwierdzić, że są one aktualne, napisane na ogół fachowym, jednak przystępnym i zrozumiałym dla uczniów szkół średnich językiem. W większości przypadków są to wartościowe podręczniki akademickie, napisane przez cenionych w środowisku naukowym autorów. Równocześnie jednak należy zauważyć, że liczba obowiązujących pozycji literaturowych jest stanowczo zbyt duża, co sprawia, że zakres materiału do przyswojenia zdecydowanie przekracza możliwości większości uczniów szkół średnich. Z tego też względu należałoby rekomendować nie tylko znaczne zmniejszenie liczby obowiązujących publikacji, ale także nadanie poszczególnym pozycjom odpowiedniego priorytetu (podział na literaturę obowiązkową oraz uzupełniającą).

Dość poważnym mankamentem jest także fakt, że w wykazie literatury dominują podręczniki dotyczące problematyki zarządzania, przy wyraźnym braku literatury

poświęconej stricte przedsiębiorczości. Jest to sytuacja niezrozumiała, biorąc pod uwagę fakt, że na polskim rynku wydawniczym pojawiło się w ostatnich latach co najmniej kilka wartościowych pozycji z tego zakresu. Osobnym problemem może być także kwestia ograniczonego dostępu do rekomendowanej literatury, szczególnie w przypadku uczestników wywodzących się z mniejszych miejscowości, położonych z dala od wiodących ośrodków akademickich.

Zakończenie

Olimpiada Przedsiębiorczości jest niewątpliwie ważną inicjatywą, która ze względu na swój zasięg odgrywa istotną rolę w procesie edukacji uczniów szkół średnich. Urozmaicona formuła rywalizacji konkursowej sprzyja nie tylko pogłębianiu wiedzy przez uczestników, ale także może przyczyniać się do kształtowania postaw i zachowań przedsiębiorczych wśród młodzieży oraz propagowania filozofii opartej na kreatywności, pomysłowości i innowacyjności. Problematyka, z którą stykają się uczestnicy Olimpiady, w zasadniczym zakresie jest zgodna z ideą i duchem przedsiębiorczości, stanowiąc połączenie aspektów ogólnoeconomicznych z profesjonalną wiedzą.

Pomimo pozytywnej oceny ogólnej idei i założeń Olimpiady Przedsiębiorczości trudno nie zauważyć, że tematyka niektórych edycji tego konkursu wykraczała poza tradycyjne rozumienie przedsiębiorczości, koncentrowała się na szeroko pojętej problematyce zarządzania i jednocześnie charakteryzowała się dość dużym naciskiem na zagadnienia teoretyczne. Poruszane zagadnienia były niewątpliwie atrakcyjne poznawczo i dotyczyły aktualnych problemów gospodarczych, jednak ich praktyczna przydatność dla większości uczestników konkursu wydawała się dość ograniczona. Biorąc pod uwagę powyższe, trudno nie oprzeć się wrażeniu, że dobór części haseł przewodnich oraz powiązanych z nimi zagadnień tematycznych odpowiadał przede wszystkim potrzebom i oczekiwaniom dość elitarnego grona osób pragnących podjąć studia ekonomiczne w jednym z uznanych ośrodków akademickich, a w przyszłości realizować swoje aspiracje zawodowe w którejs z wielkich korporacji.

Tymczasem edukacja w zakresie przedsiębiorczości powinna być z założenia skierowana do jak najszerszego grona odbiorców. Z tego też względu organizatorzy Olimpiady powinni nie tylko zadbać o jak najlepsze dostosowanie formy konkursu do zmieniającej się rzeczywistości społeczno-ekonomicznej, ale także dołożyć wszelkich starań, aby tematyka przyszłych edycji dotyczyła zagadnień ważnych z punktu widzenia problematyki przedsiębiorczości oraz wyzwań, z którymi uczestnicy będą musieli zmierzyć się po wkroczeniu w dorosłe życie.

Literatura

References

- Amos, A., Onifade, C. (2013). The perception of students on the need for entrepreneurship education in teacher education programme. *Global Journal of Human-Social Science Research*, 13(3), 75–80.
- Cieślak, J. (2014). *Przedsiębiorczość – polityka – rozwój*. Warszawa: Wydawnictwo Akademickie SEDNO.
- Consortium for Entrepreneurship Education (2008). *Entrepreneurship everywhere: The case for entrepreneurship education*. Columby, USA.

- Cooper, S., Bottomley, C., Gordon, J. (2004). Stepping out of the classroom and up the ladder of learning: an experiential learning approach to entrepreneurship education. *Industry and Higher Education*, 18, 11–22.
- Cyfert, S., Dyduch, W., Latusek-Jurczak, D., Niemczyk, J., Sopińska, A. (2014). Subdyscypliny w naukach o zarządzaniu – logika wyodrębnienia, identyfikacja modelu koncepcyjnego oraz zawartość tematyczna. *Organizacja i Kierowanie*, 1, 37–49.
- Davidsson, P. (2015). Entrepreneurial opportunities and the entrepreneurship nexus: A re-conceptualization. *Journal of Business Venturing*, 30, 674–965.
- Deveci I., Seikkula-Leino J. (2018). A review of entrepreneurship education in teacher education. *Malaysian Journal of Learning and Instruction*, 15(1), 105–148.
- FPAKE (2006 do 2018). *Olimpiada Przedsiębiorczości. Wiedza, umiejętności, postawy*. Warszawa: Fundacja Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych.
- Gangaiah, B., Viswanath, J. (2014). Impact of Indian management education in developing entrepreneurial aspirations and attitudes among management students. *Asia Pacific Journal of Research*, 1, 1–10.
- Gautam, M., Singh, S. (2015). Entrepreneurship education: concept, characteristics and implications for teacher education. *International Journal of Education*, 5(1), 21–35.
- Glinka, B., Gudkova, S. (2011). *Przedsiębiorczość*. Warszawa: Wolters Kluwer Polska.
- Handscombe, R., Rodriguez-Falcon, E., Patterson, E. (2008). Embedding enterprise in science and engineering department. *Education and Training*, 50(7), 615–625.
- Jones, C., English, J. (2004). A contemporary approach to entrepreneurship education. *Education and Training*, 46(8/9), 416–423.
- Łochnicka, D. (2016). *Przedsiębiorczość pracownicza i jej wpływ na efektywność organizacji*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- McMullen, J.S., Dimov, D. (2013). Time and the entrepreneurial journey: the problems and promise of studying entrepreneurship as a process. *Journal Management Studies*, 50(8), 1481–1512.
- Minniti, M., Lévesque, M. (2010). Entrepreneurial types and economic growth. *Journal of Business Venturing*, 25(3), 305–314.
- Ratalewska, M. (2016). Kompetencje przedsiębiorcze w firmach rodzinnych z sektora kreatywnego. *Przedsiębiorczość i Zarządzanie*, XVIII/(6/I), 121–130.
- Sadowska, M. (2016). Edukacja w zakresie przedsiębiorczości w polskim systemie kształcenia oraz w państwach europejskich. *Przedsiębiorczość Międzynarodowa*, 2(1), 149–164.
- Raposo, M., Paço, A. (2011). Entrepreneurship education: Relationship between education and entrepreneurial activity. *Psicothema*, 23(3), 453–457.
- Sánchez, J.C. (2010). University training for entrepreneurial competencies: Its impact on intention of venture creation. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2), 239–254.
- Shane, S., Venkataraman, S. (2007). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management*, 25(1), 217–226.
- Vakili, F., Tahmaseb, N., Tahmasebi, S., Tahmasebi, D. (2016). Role of education in entrepreneurship development. *Journal of Ecophysiology & Occupational Health*, 16(3–4), 78–87.
- Wach, K. (2013). Edukacja na rzecz przedsiębiorczości wobec współczesnych wyzwań cywilizacyjno-gospodarczych. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 9, 246–257.

Dariusz Nowak, dr hab., prof. UEP, Instytut Zarządzania, kierownik Katedry Zarządzania Zasobami Przedsiębiorstwa. W latach 2006–2012 pełnił funkcję sekretarza Olimpiady Przedsiębiorczości Komitetu Okręgowego w Poznaniu, a od 2012 r. – jej przewodniczącego. Jest autorem ponad stu publikacji z zakresu kooperacji, współpracy, kluczowych kompetencji, przedsiębiorczości, innowacji. Praktyk gospodarczy.

Dariusz Nowak, PUEB professor, Institute of Management, Head of Department of Corporate Resources Management. In the years 2006–2012 he was the Secretary of the Entrepreneurship

Olympiad of the Regional Committee in Poznań, and since 2012 its Chairman. Author of over 100 publications in the field of cooperation, collaboration, key competences, entrepreneurship, innovation etc. Business practician.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7448-6101>

Adres/Address:

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu
al. Niepodległości 10
61-875 Poznań, Polska
e-mail: dariusz.nowak@ue.poznan.pl

Łukasz Wściubiak, dr inż., adiunkt, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Instytut Zarządzania, Katedra Zarządzania Zasobami Przedsiębiorstwa. Członek Komitetu Okręgowego Olimpiady Przedsiębiorczości przy Uniwersytecie Ekonomicznym w Poznaniu. Jego zainteresowania badawcze koncentrują się wokół zagadnień innowacji, współpracy międzyorganizacyjnej, zarządzania własnością intelektualną oraz przedsiębiorczości technologicznej. Jest członkiem European Council for Small Business and Entrepreneurship (ECSB) oraz autorem blisko 40 artykułów opublikowanych w czasopiśmie naukowych, monografiach oraz materiałach konferencyjnych.

Łukasz Wściubiak, PhD, an assistant professor, Poznan University of Economics and Business, Institute of Management, Department of Corporate Resources Management. He is a member of the Regional Committee of the Entrepreneurship Olympiad at Poznań University of Economics and Business. His research interests include innovation, inter-organisational cooperation, intellectual property management and technology entrepreneurship. He is a member of European Council for Small Business and Entrepreneurship (ECSB) and an author of nearly 40 papers released in scientific journals, monographs and conference proceedings.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3576-2323>

Adres/Address:

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu
al. Niepodległości 10
61-875 Poznań, Polska
e-mail: lukasz.wsciubiak@ue.poznan.pl