

PÓŁROCZNIK NAUKOWY
A SCIENTIFIC SEMI-ANNUAL

17(1) ▪ 2021

PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ – EDUKACJA

ROLA INSTYTUCJI EDUKACYJNYCH
W POBUDZANIU ROZWOJU PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

pod redakcją Zbigniewa Ziolo i Tomasza Rachwał



ENTREPRENEURSHIP – EDUCATION

THE ROLE OF EDUCATIONAL INSTITUTIONS
IN FOSTERING THE DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP

edited by Zbigniew Ziolo and Tomasz Rachwał

DOI: 10.24917/20833296.171

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie – Instytut Geografii
Katedra Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej
Pedagogical University of Krakow – Institute of Geography
Department of Entrepreneurship and Spatial Management

PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ – EDUKACJA/ENTREPRENEURSHIP – EDUCATION

17(1)

Redaktor naczelny/Editor-in-chief: Zbigniew Ziolo

Zastępca redaktora naczelnego – redaktor prowadzący/Associate – managing editor: Tomasz Rachwał

Rada Redakcyjna/Editorial Board: Monika Borowiec-Gabryś, Roy Canning, Yolanda Carbajal Suárez, Paweł Czaplinski, Sławomir Dorocki, Wiesława Gierańczyk, Bronisław Górz, Anatol Jakobson, Wioletta Kilar, Sławomir Kurek, Matthias Pilz, Tomasz Rachwał (wiceprzewodniczący/vice-chair), Tatjana Resnik Planinc, Ryszard E. Różga Luter, Natalia M. Syssoeva, Zdeněk Szczyrba, Anna I. Szymańska, Anna Tobolska, Krzysztof Wach, Krzysztof Wiedermann, Małgorzata Zdon-Korzeniowska, Zbigniew Ziolo (przewodniczący/chair)

Lista recenzentów jest dostępna na stronie internetowej czasopisma/The list of reviewers is available on the journal's website

Redaktor prowadząca z Wydawnictwa/Publishing House managing editor: Ewa Zamorska-Przyłuska

Redaktor językowy/Language editor: Aleksandra Pryczkowska

Korekta w języku angielskim/Proofreading of English texts: Richard Bolt, Aleksandra Zaparucha, Agata Ziółkowska

Deklaracja wersji pierwotnej/Definition of primary version: Wersja drukowana jest wersją pierwotną publikacji./The primary version of the journal is the printed version.

Czasopismo jest indeksowane w bazach/Journal is abstracted and indexed in: BazEkon, BazHum, CEJSH (The Central European Journal of Social Sciences and Humanities), ERIH PLUS (The European Reference Index for the Humanities and the Social Sciences), PBN – Polska Bibliografia Naukowa/Polish Scientific Bibliography, Pedagogiczna Biblioteka Cyfrowa/Pedagogical Digital Library, POL-index

Strona internetowa czasopisma z informacjami dla autorów i dostępem do artykułów archiwalnych w wersji elektronicznej/Journal website with information for authors and access to the full-text electronic versions of archive papers: www.p-e.u.krakow.pl, ISSN (ON-LINE): 2449-9048

Kontakt z redakcją/Journal contact:

Monika Borowiec-Gabryś, Mariusz Cembruch-Nowakowski – sekretarze redakcji (secretaries)
Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Instytut Geografii, Katedra Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej, ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków, p. 426, tel.: (+48) 12 662 62 50, fax: (+48) 12 662 62 43
e-mail: pe@up.krakow.pl

Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education] – rozszerzenie zasięgu międzynarodowego czasopisma – zadanie finansowane w ramach umowy 737/P-DUN/2019 ze środków Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego przeznaczonych na działalność upowszechniającą naukę.



Ministerstwo Nauki
i Szkolnictwa Wyższego

© Copyright by Wydawnictwo Naukowe UP, Kraków 2021

ISSN 2083-3296

Wydawca/Publisher:

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie – Instytut Geografii
Katedra Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej
Pedagogical University of Krakow – Institute of Geography
Department of Entrepreneurship and Spatial Management
Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie
e-mail: wydawnictwo@up.krakow.pl; <http://www.wydawnictwoup.pl>

Współwydawca/Co-publisher:

Polskie Towarzystwo Geograficzne – Komisja Geografii Przemysłu
Polish Geographical Society – Industrial Geography Commission

Druk/Printed by Zespół Poligraficzny WN UP

Wprowadzenie

W procesie rozwijania przedsiębiorczości podstawowe znaczenie mają uwarunkowania wynikające z jednej strony z potrzeb rynku, a z drugiej strony – z warunków otoczenia, które wpływają na kształtowanie się aspiracji zawodowych młodzieży oraz możliwość ich realizacji w układach lokalnych, regionalnych, krajowych, a także międzynarodowych. Rynki pracy stwarzają potrzeby na określone zawody i umiejętności pracownicze, a zasoby ludzkie, w wyniku rozwiniętych postaw przedsiębiorczych, mogą również wpływać na nowe lokalizacje różnorodnych podmiotów gospodarczych i kreować nowe miejsca pracy. Dla uruchomienia tego procesu podstawowe znaczenie mają określone zasoby wiedzy i umiejętności, zdobywane nie tylko na różnych poziomach kształcenia, ale także w procesach dokształcania i doskonalenia zawodowego. Do tego nurtu nawiązują poniższe prace badawcze autorów pochodzących z krajowych ośrodków akademickich.

Dla funkcjonowania uniwersytetu ważnym zagadnieniem jest stosunek uczelni do przedsiębiorczości akademickiej. Na tym tle w niniejszym numerze rozpatrzono przedsiębiorczość akademicką od strony pracowników naukowych. Wyniki badań empirycznych wskazują, że pracownicy mają różny stosunek do możliwości podejmowania współpracy z różnego rodzaju podmiotami gospodarczymi, zwłaszcza przemysłowymi. Wśród korzyści i wad angażowania się pracowników we współpracę z przedsiębiorstwami dominują możliwości uzyskania korzyści finansowych. Należy nadmienić, że włączanie się we współpracę i pobudzanie procesów przemian firm, celem podnoszenia efektywności ich działania, wymaga doskonalenia już istniejących i nabywania nowych kompetencji zawodowych, związanych np. z WEB 2.0 i 3.0. Dla rozwoju uczelni ważnym zagadnieniem jest identyfikacja społeczności akademickiej z miejscem pracy. Empiryczne badania stopnia identyfikowania się społeczności akademickiej z uczelnią przeprowadzono m.in. na podstawie ogólnej wiedzy pracowników o uczelni, aktualnej problematyce i kierunkach badawczych, znajomości symboli uczelnianych. Uzyskane wyniki wskazały na słaby stopień identyfikowania się społeczności akademickiej z uczelnią, co należy uznać za niekorzystne zjawisko dla jej dalszego rozwoju.

Przed edukacją stoi bardzo ważne zadanie zwiększania atrakcyjności młodych ludzi na rynku pracy. Badania opinii pracodawców wskazują, że młodym pracownikom brakuje doświadczenia, ogólnych umiejętności i specjalistycznej wiedzy, czyli cech związanych z potrzebami danej firmy. Wpływa to w decydującym stopniu na ich mniejszą konkurencyjność na rynku pracy. Stąd ważnym zagadnieniem w procesie edukacyjnym jest postulat większego powiązania treści kształcenia z wymogami pracodawców i zmieniającą się sytuacją na rynku pracy. Duże znaczenie w tym względzie ma wykorzystywanie nowych metod edukacyjnych i dalsze doskonalenie możliwości nauczania przedsiębiorczości w krajowym systemie edukacyjnym. Pomóc może w tym wykorzystanie uwarunkowań instytucjonalnych wspierających rozwój innowacyjności zastosowanych w austriackim systemie edukacyjnym czy wzorców edukacyjnych starożytnej Grecji.

W kształtowaniu zasobów kapitału społecznego ważną rolę odgrywa wpływ środowiska na motywację wyboru studiów. W badaniach empirycznych za czynniki mające znaczenie przy wyborze kierunku studiów uznano wpływ: rodziców, tradycji rodzinnych, rówieśników, nauczycieli, mediów, doradcy zawodowego, a także łatwość dostania się na dany kierunek studiów. Uzyskane wyniki wskazują na duży wpływ rodziców, a stosunkowo niewielki wpływ środowiska szkolnego oraz doradcy zawodowego. Ważną rolę w zakresie przygotowania młodzieży do życia odgrywa kształtowanie postaw przedsiębiorczych. W wyniku badań empirycznych stwierdzono, że największą barierą dla rozwijania tych postaw jest środowisko lokalne.

Konieczność rozwijania przedsiębiorczości społecznej podkreślają próby budowania nowych teorii ekonomii instytucjonalnej. W tym kontekście podjęto próbę weryfikacji hipotezy, która zakłada, że podstawowymi elementami rozwijania przedsiębiorczości społecznej są wiedza i odpowiedni poziom wykształcenia społeczeństwa, natomiast niski poziom wartości tych cech stwarza poważne trudności dla rozwoju. Wyrazem tego w rozwoju współczesnej ekonomii są także próby włączania do niej problematyki prospołecznej. Uzasadnia to idea przedsiębiorstwa społecznego i społecznej gospodarki rynkowej. Jej przyjęcie będzie prowadzić do osłabiania konfliktów w stosunkach produkcji, a także wpływać na redukcję kosztów.

W procesie rozwoju światowej gospodarki coraz poważniejszym problemem stawać się będzie wyżywienie ludności. Do tej problematyki nawiązuje analiza samowystarczalności w zakresie produkcji zbóż i ziemniaków w krajach Europy Środkowej i Wschodniej. Stwierdzono różny stopień samowystarczalności poszczególnych krajów pod tym względem. W warunkach krajowych główną rolę w podnoszeniu efektywności działalności rolniczej odgrywa intensyfikowanie rozwoju obszarów wiejskich przez unowocześnianie metod produkcyjnych, zmiany organizacyjne i rozwijanie przedsiębiorczości lokalnej. Na tym tle na podstawie literatury przeprowadzono analizę czynników rozwoju przedsiębiorczości wiejskiej i procesów integracyjnych działalności rolniczej w formie tworzenia grup producenckich.

Duży stopień zróżnicowania przestrzeni geograficznej prowadzi do wyróżniania obszarów o wybranych cechach. Przejawia się to w przyjmowaniu określonych klasyfikacji, grupujących jednostki przestrzenne różnej skali według stopnia podobieństwa pod względem wartości wybranych cech i spełnianych funkcji. Próba tego typu przeprowadzona została na terenie województwa świętokrzyskiego, gdzie na podstawie przyjętych 18 cech diagnostycznych wyróżniono różne typy obszarów funkcjonalnych. Podobnie analiza wskaźnikowa pozwala na określenie kondycji finansowej przedsiębiorstwa, zwłaszcza oceny efektywności działalności firmy, która pozwala na określenie siły lub słabości danego podmiotu. Oddziaływanie czynników losowych na recesję działalności turystycznej zilustrowano na przykładzie wpływu terroryzmu na ograniczanie możliwości rozwoju tego typu działalności w Egipcie.

Zapraszamy Państwa do rozwijania tej interesującej i ważnej problematyki badawczej oraz dzielenia się osiągniętymi wynikami na łamach naszego czasopisma. Wychodzimy z założenia, że tylko właściwa edukacja jest podstawą rozwijania działalności podmiotów gospodarczych i instytucji, a także rozwoju społecznego, gospodarczego i kulturowego układów przestrzennych.

Zbigniew Ziolo, Tomasz Rachwał

Introduction

In the process of developing entrepreneurship of crucial importance are the conditions arising on the one hand from market needs and on the other hand from the environment, which influence the development of young people's professional aspirations and their ability to implement them in local, regional, national and international systems. Labour markets create needs for specific occupations and skills, and human resources, as a result of developed entrepreneurial attitudes, can also influence the new locations of diverse business entities and create new jobs. In order to start this process, specific knowledge and skills resources are essential, acquired not only at different levels of education, but also in further education and professional development processes. The following research work by authors from national academic centres is part of this trend.

In the process of functioning of the university, its attitude towards academic entrepreneurship is an important issue. Against this background, academic entrepreneurship of the research staff was considered. Empirical research indicates that staff members have different attitudes towards their ability to undertake and maintain cooperation with different types of business entities, especially industrial ones. In general, among the benefits and disadvantages of involving employees in cooperation with companies the most prominent are opportunities for financial gain. It should be mentioned that involving companies in cooperation and fostering transformation processes in order to increase the efficiency of their operation, requires improving existing and acquiring new professional competences related to e.g. WEB 2.0 and 3.0. For the development of the university, it is important to identify the academic community with the place of work. Empirical study of the degree of identification of the academic community with the university was carried out, among others, on the basis of the general knowledge of employees about the university, current issues and research directions, knowledge of university symbols. The results achieved indicated a poor degree of identification of the academic community with the university, which should be considered an adverse phenomenon for its further development.

Education faces a very important task of increasing the attractiveness of young people on the labour market. Surveys among employers indicate that young workers lack experience, general skills and expertise related to the needs of the company. This has a decisive impact on their level of competitiveness on the labour market. An important issue in the educational process is the need for tighter links between the content of education and the requirements of employers and the changing situation on the labour market. The use of new educational methods and further improvement of opportunities of teaching entrepreneurship in the national education system are of great importance in this respect. It may be helpful in this regard to use the institutional conditions supporting the development of innovation presented in the Austrian educational system or the educational patterns of ancient Greece.

The influence of the environment on the motivation of the choice of studies plays an important role in shaping social capital resources. In empirical studies, among the factors influencing the choice of field of study relevant were: parents, family traditions, peers, teachers, the media, career counsellors and the ease of getting into a given field of study. There was a large impact of parents, and a relatively small impact of the school environment and a career counsellor. An important role in preparing young people for life is played by the formation of entrepreneurial attitudes. However, empirical studies have found that the biggest barrier to developing entrepreneurial attitudes is the local environment.

The need to develop social entrepreneurship is underlined by attempts to build new theories of institutional economy. In this context, an attempt was made to verify the hypothesis that knowledge and an adequate level of education of society are an essential element in the development of social entrepreneurship, while the low level of value of these characteristics creates serious difficulties for development. This is also reflected in the development of modern economics in attempts to include pro-social issues. This is justified by the idea of a social enterprise and a social market economy. Adopting it will lead to a weakening of conflicts in production relations and also reduce costs.

In the process of developing global economy, feeding the population will become an increasingly serious problem. This issue is referred to in the analysis of self-sufficiency in cereal and potato production in central and eastern European countries. In this respect, different degrees of self-sufficiency between countries have been identified. In national circumstances, stepping up rural development through the modernisation of production methods, organisational changes and the development of local entrepreneurship plays a major role in improving the efficiency of agricultural activities. Against this background, on the basis of literature, carried out was an analysis of the factors for the development of rural entrepreneurship and the integration processes of agricultural activities in the form of producer groups creation.

A large degree of geographical diversity leads to the standing out of areas with selected characteristics. This is manifested in the adoption of specific classifications grouping spatial units of different scales according to the degree of similarity in terms of the value of the selected characteristics and the functions performed. This type of test was carried out in the Świętokrzyskie Voivodeship (Poland), where on the basis of 18 diagnostic characteristics adopted, different types of functional areas were distinguished. Similarly, index analysis allows you to determine the financial condition of an enterprise, in particular to assess the effectiveness of a company's activities, which allows to determine the strength or weakness of an entity. The impact of random factors on the recession of tourism activities is illustrated by the impact of terrorism on limiting the opportunities for developing such activities in Egypt.

We invite you to develop this interesting and important research issue and share the results in our journal. We assume that only proper education is the basis for the development of the activities of business entities and institutions, as well as for social, economic and cultural development of spatial systems.

Zbigniew Ziolo, Tomasz Rachwał

MARCIN OLSZEWSKI
Poznań University of Economics and Business, Poland

Scientists' attitudes towards academic entrepreneurship: the results of an empirical study

Abstract: In recent years, there has been growing pressure on both universities and enterprises to intensify cooperation. The subject of this article here is academic entrepreneurship at the researcher level. The aim is to identify attitudes towards such entrepreneurship and define the diversity of attitudes. Moreover, it has been established how such attitudes towards entrepreneurship differentiate the intention and commitment to start cooperation with industry in reality. Achieving this aim required an empirical study involving primary sources. The study subjects were university researchers working on tourism issues, and a total of 73 participated. Methods from descriptive statistics and the chi-square test of independence were used to analyse the results. According to the study, researchers are much more likely to perceive the benefits than the disadvantages of cooperation, and the benefits perceived most are chances to obtain information and the inspiration to conduct academic and didactic work. The work also found that researchers who see academic entrepreneurship as an opportunity for financial benefit and see cooperation as an opportunity to increase enterprises' competitive advantage significantly more often declare their intention to engage in it.

Keywords: academic entrepreneurship; attitude; entrepreneurial researcher; theory of planned behaviour; tourism industry

Received: 1 November 2021

Accepted: 2 March 2021

Suggested citation:

Olszewski, M. (2021). Scientists' attitudes towards academic entrepreneurship: the results of an empirical study. *Przedsiębiorczość – Edukacja* [Entrepreneurship – Education], 17(1), 7–18. <https://doi.org/10.24917/20833296.171.1>

Introduction

In the knowledge-based economy, universities increasingly become an essential element of innovation systems (Etzkowitz et al., 2000). As a result, cooperation with external stakeholders is growing, and universities are evolving towards 'entrepreneurial universities'.

Changes in the model of a university's functioning result from internal factors inherent in the education and research system, changes in the external environment, and the need to cope with new economic challenges. The most critical factors in the evolution towards an entrepreneurial university include globalisation, the development of information technologies, the weakening of the state's role as the university guardian, and limitations to financing from public funds (Boguski, 2009; Wiśniewska, 2014).

The subject for discussion here is academic entrepreneurship at the researcher level, and the aim is to identify attitudes towards academic entrepreneurship and assess their diversity and effects. Moreover, how attitudes towards entrepreneurship differentiate the actual intention and commitment to start cooperation with the industry was investigated.

The article consists of four parts, preceded by an introduction and concluded with a summary. The first part introduces the concept of academic entrepreneurship, the second presents the benefits of entrepreneurial activity identified based on previous research, the next one presents the methodology of the empirical research, and the final one discusses the results. The article ends with a summary and proposals for further research on the issue of academic entrepreneurship.

The essence of academic entrepreneurship

Due to the growing importance of academic entrepreneurship, there is a need to research the determinants of the academic researchers' entrepreneurial behaviour (Goethner et al., 2012; Rothaermel, Agung, Jiang, 2007). Previous studies emphasises academic entrepreneurship's distinctiveness from other forms (Goethner et al., 2012). F.T. Rothaermel, S.D. Agung and L. Jiang (2007) broadly define academic entrepreneurship as universities' activity related to creating new companies, patents and facilitating transfer by creating incubators and science parks. According to M. Abreu and V. Grinevich (2017), academic entrepreneurship is the commercial use of scientific research. Thus, the entrepreneurship of modern universities has a dual character. On the one hand, the university itself as an institution becomes entrepreneurial, and on the other, its employees and students become transformed into entrepreneurs (Marszałek, 2009).

In a narrow sense, the concept of academic entrepreneurship is defined as establishing companies by university employees and students (and sometimes even its graduates) (Hayter et al., 2018; Shane, 2004). However, over the years, such a narrow understanding has been supplemented with other activity forms related to the commercial use of knowledge created at universities. In a broad sense, academic entrepreneurship should be understood as the involvement in relations with entities from the external environment within the so-called third mission of the university. According to Abreu and Grinevich (2013), the understanding of academic entrepreneurship should be broadened to include any research activity beyond the traditional roles related to research and teaching and which leads to financial benefits for the researcher's university. The financial benefits obtained may be direct or indirect, e.g. by increasing reputation, prestige or influence. Similarly, S. Jain et al. (2009) believe that any form of knowledge transfer with potential financial benefits can be referred to as academic entrepreneurship. H. Etzkowitz (1998) believes that an entrepreneurial researcher has an entrepreneurial perspective and uses it to evaluate research results in terms of commercialisation potential. E. Albats et al. (2018) suggest that it is a member of the academic community who adopts an entrepreneurial outlook

expressed in searching for opportunities to achieve research and teaching goals through cooperation with business partners.

Recently, there has been a noticeable increase in universities' and enterprises' expectations related to intensifying cooperation. For enterprises, this results from competitive pressure and the need to improve products and processes' innovativeness. In turn, universities are looking for funds for research activities and cooperate under the influence of social pressure related to expectations of intensifying economic development thanks to the knowledge created at universities (Ankrah, AL-Tabbaa, 2015). Therefore, researching academic attitudes towards entrepreneurship may clarify the scope of involvement in cooperation with the industry.

Perceived benefits and threats of researchers' entrepreneurial involvement

One of the concepts explaining entrepreneurial behaviour is I. Ajzen's (1991) theory of planned behaviour which shows the relationship between action and intention and its determinants. Behavioural intention is influenced by attitudes towards behaviour, subjective norms and perceived control of the action. The theory of planned behaviour has been used to explain general entrepreneurial behaviour (Liñán, Chen, 2009) and researchers' specific behaviour (Goethner et al., 2012; Miranfrda et al., 2017). One of the determinants of intention is the attitude towards a given action, where attitude is the degree to which a person favourably or unfavourably assesses a given action and its effects. According to Ajzen (1991), the more positive the attitude towards action, the stronger the intention to undertake it. As shown by previous research, academics are more likely to become involved in relationships with entities from the external environment if they positively assess entrepreneurial approaches to the use of academic knowledge (Goethner et al., 2012).

Previous studies, which used the theory of planned behaviour to explain entrepreneurial behaviour, indicate that it explains 30–45% of entrepreneurial intention variability (Saeed et. al, 2015). In the research on academic entrepreneurship, these figures reach 57% (Miranda, Chamorro-Mera, Rubio, 2017).

The importance of attitudes in explaining entrepreneurial behaviour justifies researcher opinions on the benefits and threats of cooperation with business. A summary of the work conducted so far on the perception of academic entrepreneurship's advantages and disadvantages is presented in Table 1.

Academic entrepreneurship may be perceived through the lens of its benefits, both financial and non-financial. The latter include the possibility of researching enterprises, joint publications with businesses, access to enterprise infrastructure, testing ideas in practice and enriching didactics (Ankrah, AL-Tabbaa, 2015; Marszałek, 2014).

P. D'Este and M. Perkmann (2011) found that the main benefit of prompting cooperation is a research motive. However, the assessment of the effects of cooperation may differ depending on the knowledge transfer channel. Specific forms of entrepreneurial activity are mainly financially motivated, such as setting up spin-off companies and patenting the results, but others are scientifically based. Research conducted at universities in Brazil shows that cooperation allows developing and transferring new technologies and new knowledge (Bodas Freitas, Marques, Silva, 2013). This work also shows that researchers claim that financial incentives and access to research funding are less critical. Other work confirms strong relationships between maintaining connections between businesses and

academic activity. Siegel et al. (2004), in a study conducted in American universities, found that there is a positive relationship between cooperation with enterprises and the quality of basic research. The transfer of knowledge from universities to enterprises is accompanied by a flow of information and knowledge the other way. Researchers treat collaboration as an opportunity to collect the data necessary for academic work or as an inspiration and source of knowledge about current problems and practical challenges. As a result, those involved in business relations publish more than those who do not conduct joint projects with practice (Van Looy et al. 2004). R. Welsh et al. (2008), based on in-depth interviews with academics from biotechnology universities in the US, determined that among the most considerable expected cooperation benefits were access to research funds, new research tools and support for students.

Table 1. Perceived effects of entrepreneurial engagement

Perceived effects of entrepreneurial engagement	Source example
Increase in the university's prestige	Rohrbeck, Arnold (2006); Sobaih, Jones (2015)
Data sources for research activities	Rohrbeck, Arnold (2006); Siegel et al. (2004)
Improving academic productivity (number of publications)	Van Looy et al. (2004)
Improving the financial situation of researchers	D'Este, Perkmann (2011); Sobaih, Jones, (2015)
Sourcing of finance for academic activities	D'Este, Perkmann (2011); Rohrbeck, Arnold (2006); Lai, Lu (2016); Welsh et al. (2008)
Increasing the quality of teaching activities	Caloghirou, Tsakanikas, Vonortas (2001); D'Ambrosio et al. (2017); D'Este, Patel (2007); Lai, Lu (2016); Rohrbeck, Arnold (2006); Sobaih, Jones, (2015)
Increasing the chances of employing students and graduates	Hudson, Meng, Cárdenas, So (2017); Rohrbeck, Arnold (2006); Welsh, Glenna, Lacy, Biscotti (2008)
Accessing enterprises' infrastructure necessary to conduct research	Caloghirou, Tsakanikas, Vonortas (2001); D'Este, Patel (2007); Welsh et al. (2008)
Time-consuming activity that limits the opportunities to do research	Anatan (2013); Nelson (2004)
The influence of entrepreneurs on the subject of research (restriction of freedom)	Behrens, Gray (2001)
Pressure not to disclose research results	Carayol (2003); Nelson (2004)

Source: author based on the literature

I.K.W. Lai and Lu (2016), in a study conducted in Taiwan in the creative sector, found that for researchers, the fundamental motives for starting cooperation with the industry are financial benefits and support for educational activities. The work done so far shows that universities treat cooperation as an alternative to public funding and a source of finance for research activities. The interviews among representatives from universities in Egypt show that one of the expected effects of cooperation with the tourism industry is improving researchers' financial situation as a professional group with relatively low

salaries (Sobaih, Jones, 2015). Moreover, researchers see an opportunity to improve professional competences, which, in their opinion, will translate into an improvement in the quality of education (Sobaih, Jones, 2015).

F. Rossi, A. Rosli and N. Yip (2017) indicate different ways of assessing the effects of knowledge transfer and entrepreneurial involvement. They are more concrete and measurable in reality, and they appear relatively shortly after establishing a relationship and the transfer of knowledge. The effects of a researcher's involvement are more challenging to quantify. Firstly, these effects are smaller than in the case of knowledge transfer and, secondly, they are often deferred in time. Long-term cooperation between practitioners and researchers, accompanied by an atmosphere of mutual trust, leads to a change in both parties' way of thinking. Such a change in perception over time is reflected in behavioural change.

Research on the entrepreneurial commitment of researchers shows that such activity carries certain risks. Firstly, when researchers start working for a business, they devote their limited time, which they cannot, as a result, spend on basic tasks such as research and teaching (Anatan, 2013). With the growing interest in collaborating with the industry, researchers are beginning to focus more on current, practical problems and less on basic research's fundamental issues (Nelson, 2004). As a result, universities' autonomy may decrease and, due to the growing role of finance from businesses, may be forced to carry out research commissioned by enterprises. Research freedom may also be limited by the imposition of research directions and topics (Behrens, Gray, 2001).

Another problem is the potential conflict of interest related to the publication of the results of joint research. Researchers may strive to make the obtained results public in publications and presentations at academic conferences. Enterprises whose goal is to obtain a permanent, i.e. difficult to imitate, competitive advantage will keep the work results carried out as a secret available only to them. Such a conflict is confirmed by the work carried out by P. Dasgupta and P. David (1994). D. Blumenthal (1996) found in a study of researchers in the life sciences that there was pressure from companies to delay publishing collaborative research results. Entrepreneurs expect that researchers will share their conclusions only when competitors' risk of copying solutions is gone, for example, guaranteeing secrecy until the end of a long-term patent.

Other threats most frequently indicated include conflicts between researchers (resulting from differences in involvement in relationships), failure to disclose the fact and scale of involvement, the need to choose between research work and gainful activity (Gulbrandsen, Smeby, 2005). K. Philpott (2011) also add challenges with limiting research and teaching time and increased requirements related to keeping business secrets. As a result, there is a threat of limitation or loss of the researcher's academic freedom (Rothaermel, Agung, Jiang, 2007). However, other studies have not confirmed that commercial involvement in relationships occurs at the expense of the researcher's remaining tasks (Van Looy et al., 2004).

The theory of planned action (Ajzen, 1991) assumes a relationship between attitudes towards a given activity, the intention to take any action and the actual action. As a result of the above discussion, the following two detailed research questions were formulated:

1. Is there a relationship between attitudes towards academic entrepreneurship and the intention to start cooperation with enterprises?

2. Is there a relationship between attitudes towards academic entrepreneurship and actual involvement in cooperation with enterprises?

Conducting a primary source study using the diagnostic survey method was necessary to obtain answers to these questions.

Research methodology

The issue of entrepreneurial attitudes and their impact on researchers' entrepreneurial commitment has rarely been discussed in social disciplines (Sobaih, Jones, 2015). This article, however, covers researchers who are related to issues of tourism. Based on the website Science in Poland run by the Information Processing Center (OPI), a database of researchers in tourism was prepared, i.e. those who declared their relationship with tourism at the level of academic specialisation. The search engine available on the OPI website was used to identify them, thanks to which the respondents' contact details were obtained. An invitation to participate in the study was sent to 325 people.

Data was collected in the first half of 2018. The tool used was an electronic questionnaire sent in the form of a link and an introductory letter, together with an individual invitation to participate in the study. The study was preceded by testing the research tool. A total of 73 people participated.

Researchers' entrepreneurial commitment and intention to engage were assessed with a dichotomous scale. The dependent variable was the attitude of researchers towards academic entrepreneurship. A gradual order scale was used, indicating the degree to which the respondent agrees or disagrees with the definition of academic entrepreneurship. Descriptive statistical methods and chi-square tests of independence were used to analyse the results. By comparing the values of the deviations of the obtained figures from expected values, conclusions can be drawn about the existence of dependencies in the distribution of responses.

The research results

An analysis of attitudes towards academic entrepreneurship' diversity and effects were required to achieve the goal and obtain answers to the research questions. Table 2 presents a summary showing researchers' attitudes towards academic entrepreneurship, i.e. what they perceive as the positive and negative effects of entrepreneurial involvement.

As shown in Table 2, researchers perceive many more benefits of cooperation than disadvantages. The benefits perceived most often include obtaining information and the inspiration to conduct academic and didactic research. The researchers also see the importance of such cooperation for enterprises, both in competitiveness and ability to create innovations. To a lesser extent, the advantages bring personal benefits such as increased prestige or financial benefits. What is positive in future collaboration is that researchers do not share negative views about entrepreneurial engagement. They do not see cooperation as a deviation from ideals favouring the pursuit of profit, and they do not see cooperation as a source of tension and conflict. Moreover, in their opinion, cooperation takes time and hinders basic research to a small extent only.

Differentiation of researchers' attitudes towards entrepreneurship was also examined in terms of gender, age, academic title, and academic centre size. For this purpose, the

chi-square test of independence was used. The one variable which significantly differentiates attitudes towards entrepreneurship is gender, as shown in Table 3. It shows that women see the possibility of enriching didactic activity through entrepreneurial involvement to a greater extent ($\chi^2(2) = 7.162, p = 0.028$). They also see benefits for cooperating with enterprises more often relating to increasing innovation ($\chi^2(2) = 7.165, p = 0.028$). The factor that distinguishes women from men the most is perceived pressure to cooperate, and the statistics show that women notice such pressure significantly more often than men ($\chi^2(2) = 8.554, p = 0.014$). In the subgroup of researchers who feel pressure, women constitute 63.6%, compared to 41.1% in the entire study group.

Table 2. Researchers' attitudes towards academic entrepreneurship

	N	Min.	Max.	Mean	SD
it is a source of information and inspiration to conduct academic research	73	1	5	4.27	0.917
it is a source of information and inspiration for didactic work	73	1	5	4.26	1.054
it is a source of competitive advantage for cooperating tourism enterprises	73	2	5	3.85	1.023
it increases the researcher's prestige	73	1	5	3.79	1.054
it contributes to the creation of innovation in enterprises	73	1	5	3.75	1.024
it brings financial benefits to the researcher	73	1	5	3.42	1.224
it is beneficial from the perspective of career advancement	73	1	5	3.36	1.306
it allows you to obtain funds for research	73	1	5	3.12	1.235
it is necessary due to socio-political pressure	73	1	5	2.88	1.224
it hinders the conduct of basic research (takes time)	73	1	5	2.58	1.212
it is a source of tensions and conflicts between university employees	73	1	5	2.45	1.119
it is a departure from academic ideals in favour of the pursuit of profit	73	1	5	2.12	1.105

Source: author based on empirical research

Table 3. Differentiation of attitudes due to the gender of the respondents

	Females	Males	Chi-square test
Share in the studied population	41.1%	58.9%	
Didactic inspiration	46.9%	53.1%	$\chi^2(2) = 7.162, p = 0.028$
Innovations	46.7%	53.3%	$\chi^2(2) = 7.165, p = 0.028$
Pressure	63.6%	36.4%	$\chi^2(2) = 8.554, p = 0.014$

Source: author based on empirical research

Attitudes towards entrepreneurship affecting the intention to start cooperation and the actual involvement in relations with the industry were also examined. Table 4 presents the attitudes towards academic entrepreneurship, which significantly differentiate

the intention to start cooperation. The study found that researchers significantly more often declare their intention to engage when they perceive academic entrepreneurship as a chance to gain financial benefits ($\chi^2(2) = 5.964$, $p = 0.0507$) and perceive cooperation as an opportunity to increase the competitive advantage of enterprises ($\chi^2(2) = 6.889$, $p = 0.032$).

Table 4. Differentiation of attitudes due to the intention to start cooperation

Question 1	Negative intention	Positive intention	Chi-square test
Share in the studied population	25%	75%	
Financial benefits	13.4%	86.6%	$\chi^2(2) = 5.964$, $p = 0.0507$
Competitive advantage	17.5%	82.5%	$\chi^2(2) = 6.889$, $p = 0.032$

Source: author based on empirical research

Table 5. Differentiation of attitudes due to the actual involvement of respondents in cooperation

Question 2	Not engaged	Engaged	Chi-square test
Share in the studied population	27.4%	72.6%	
Prestige	21.3%	78.7%	$\chi^2(2) = 7.719$, $p = 0.021$

Source: author based on empirical research

As shown in Table 5, those who assess entrepreneurial involvement as a prestige source are more likely to engage in cooperation ($\chi^2(2) = 7.719$, $p = 0.021$).

Conclusions

Researchers whose primary task is to conduct research and didactic activity increasingly see the need to cooperate with external stakeholders. Success in cooperation between universities and enterprises in knowledge transfer depends on many factors, with A. Agrawal (2001) emphasising the importance of researching individual motives and the conditions for researchers' involvement in cooperation with entities from the external environment.

The obtained results indicate that researchers formulate positive attitudes towards academic entrepreneurship. The perceived benefits mainly concern the possibility of enriching academic and didactic activities thanks to relations with businesses, which confirms previous research results, including D.S. Siegel et al. (2004) and Lai and Lu (2016).

According to the survey, engagement in academic entrepreneurship is influenced by its perception. The intention to start cooperation is significantly greater among researchers who see financial benefits in cooperation and perceive it as an opportunity to increase enterprises' competitiveness. Moreover, actual involvement in entrepreneurial activity is significantly greater among researchers who see a source of prestige in such cooperation. As a result, it can be concluded that the answer to both research questions is partially positive.

It should be emphasised that the benefits of academic entrepreneurship perceived most often do not significantly impact intention and commitment. Only financial benefits and those for enterprises have a significant impact on the intention to start cooperation. A.E. Sobaih, E. Jones (2015) reached similar conclusions based on a study conducted among researchers dealing with tourism.

The benefits of cooperation may be long-term or short-term (Arza, 2010). Long-term benefits are most often associated with opportunities to access new knowledge, and this allows teaching activities to be enriched, research to be conducted, or it can be an inspiration for future research (Arza, Carattoli, 2017). Short-term benefits are financial and can be an opportunity to obtain additional funds for the researcher's research or individual benefits. This article confirms that obtaining funds is one of the essential benefits of involvement in relations with external environment entities (Etzkowitz et al., 2000; Perkmann, Walsh, 2009).

Attitudes towards entrepreneurship are not constant, and they change over time. As indicated, for instance, by Etzkowitz (1998), the negative perception of obtaining financial benefits from such cooperation is replaced by a positive perception of entrepreneurial behaviour. Further work on researchers' attitudes towards entrepreneurship should be dynamic and take into account trends in attitudes. It should also consider the simultaneous role of all the determinants of intention and actual action as indicated in the theory of planned behaviour by Ajzen (1991), i.e. attitudes towards behaviour, subjective norms and perceived action control. Moreover, the factors influencing academic entrepreneurship in the stricter sense, e.g. establishing spin-off companies, which is relatively the rarest form of entrepreneurial activity, are worth examining. It is also necessary to expand the research scope and include researchers from other disciplines and research areas.

Involvement in knowledge transfer is most often treated as a mission complementary to universities' traditional activities, i.e. teaching and research. Etzkowitz et al. (2000) emphasise that universities should find a balance between traditional and entrepreneurial activities. The main challenge in university management is to support researchers' entrepreneurial commitment in such a way as not to lose control over the traditional mission or limit the freedom of research.

References

- Abreu, M., Grinevich, V. (2017). Gender patterns in academic entrepreneurship. *Journal of Technology Transfer*, 42(4), 763–794. doi: 10.1007/s10961-016-9543-y
- Abreu, M., Grinevich, V. (2013). The nature of academic entrepreneurship in the UK: Widening the focus on entrepreneurial activities. *Research Policy*, 42(2), 408–422. doi: 10.1016/j.respol.2012.10.005
- Agrawal, A. (2001). University-to-industry knowledge transfer: literature review and unanswered questions. *International Journal of Management Reviews*, 3(4), 285–302. doi: 10.1111/1468-2370.00069
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. doi: 10.1016/0749-5978(91)90020-T
- Albats, E., Alexander, A., Cunningham, J. A., Miller, K. (2018). Entrepreneurial academics and academic entrepreneurs: a systematic literature review. *International Journal of Technology Management*, 77(1/2/3), 9–37. <https://doi.org/10.1504/IJTM.2018.10012933>
- Anatan, L. (2013). A Proposed Framework of University to Industry Knowledge Transfer. *Review of Integrative Business and Economics*, 2(2), 304–325.

- Ankrah, S., AL-Tabbaa, O. (2015). Universities-industry collaboration: A systematic review. *Scandinavian Journal of Management*, 31(3), 387–408. doi: 10.1016/j.scaman.2015.02.003
- Arza, V. (2010). Channels, benefits and risks of public-private interactions for knowledge transfer: Conceptual framework inspired by Latin America. *Science and Public Policy*, 37(7), 473–484. doi: 10.3152/030234210X511990
- Arza, V., Carattoli, M. (2017). Personal ties in university-industry linkages: a case-study from Argentina. *Journal of Technology Transfer*, 42(4), 814–840. doi: 10.1007/s10961-016-9544-x
- Behrens, T.R., Gray, D.O. (2001). Unintended consequences of cooperative research: Impact of industry sponsorship on climate for academic freedom and other graduate student outcomes. *Research Policy*, 30(2), 179–199. doi: 10.1016/S0048-7333(99)00112-2
- Blumenthal, D., Campbell, E., Causino, N., Louis, K. (1996). Participation of life science faculty in research relationships with industry. *New England Journal of Medicine*, 335(23), 1734–1739. doi: 10.1056/NEJM199612053352305
- Bodas Freitas, I.M., Marques, R.A., Silva, E. (2013). University-industry collaboration and innovation in emergent and mature industries in newly industrialized countries. *Research Policy*, 42(2), 443–453. doi: 10.1016/j.respol.2012.06.006
- Boguski, J. (2009). Od uniwersytetu tradycyjnego do uniwersytetu przyszłości. *Nauka i Szkolnictwo Wyższe*, 1(33), 25–33.
- Caloghirou, Y., Tsakanikas, A., Vonortas, N.S. (2001). University-Industry Cooperation in the Context of the European Framework Programmes. *The Journal of Technology Transfer*, 26, 153–161. doi: 10.1023/A:1013025615518
- Carayol, N. (2003). Objectives, agreements and matching in science-industry collaborations: Reassembling the pieces of the puzzle. *Research Policy*, 32(6), 887–908. doi: 10.1016/S0048-7333(02)00108-7
- D'Ambrosio, L., Halberg Madsen, J., Wejrums, L.M. (2017). Knowledge Transfer between Educational Institutions and Destinations. *Bridging Tourism Theory and Practice*, 8, 59–72. doi: 10.1108/S2042-144320170000008005
- Dasgupta, P., David, P. (1994). Towards a New Economics of Science. *Research Policy*, 23(5), 487–522. doi: 10.1016/0048-7333(94)01002-1
- D'Este, P., Perkmann, M. (2011). Why do academics engage with industry? The entrepreneurial university and individual motivations. *Journal of Technology Transfer*, 36(3), 316–339. doi: 10.1007/s10961-010-9153-z
- Etzkowitz, H. (1998). The Norms Of Entrepreneurial Science: Cognitive Effects Of The New University-Industry Linkages. *Research Policy*, 27(8), 823–833. doi: 10.1016/S0048-7333(98)00093-6
- Etzkowitz, H., Webster, A., Gebhardt, C., Terra, B.R.C. (2000). The future of the university and the university of the future: evolution of ivory tower to entrepreneurial paradigm. *Research Policy*, 29(2), 313–330. doi: 10.1016/S0048-7333(99)00069-4
- Goethner, M., Obschonka, M., Silbereisen, R.K., Cantner, U. (2012). Researchers' transition to academic entrepreneurship: Economic and psychological determinants. *Journal of Economic Psychology*, 33(3), 628–641. doi: 10.1016/j.joep.2011.12.002
- Gulbrandsen, M., Smeby, J.-C. (2005). Industry Funding and University Professors' Research Performance. *Research Policy*, 34(6), 932–950. doi: 10.1016/j.respol.2005.05.004
- Hayter, C.S., Nelson, A.J., Zayed, S., Connor, A.C.O. (2018). Conceptualizing academic entrepreneurship ecosystems: a review, analysis and extension of the literature. *The Journal of Technology Transfer*, 43, 1039–1082. doi: 10.1007/s10961-018-9657-5
- Hudson, S., Meng, F., Cárdenas, D., So, K. (2017). Knowledge Transfer. *Knowledge Transfer to and with-in Tourism*. Emerald Publishing Limited, 27–35. doi: 10.1108/S2042-144320170000008003
- Jain, S., George, G., Maltarich, M. (2009). Academics or entrepreneurs? Investigating role identity modification of university researchers involved in commercialization activity. *Research Policy*, 38(6), 922–935. doi: 10.1016/j.respol.2009.02.007

- Lai, I.K.W., Lu, T.-W. (2016). How to improve the university–industry collaboration in Taiwan's animation industry? Academic vs industrial perspectives. *Technology Analysis & Strategic Management*, 28(6), 717–732. doi: 10.1080/09537325.2016.1141404
- Liñán, F., Chen, Y.-W. (2009). Development and Cross-Cultural Application of A Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33, 593–617. doi: 10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x
- Marszałek, A. (2014). Relacje między światem nauki i przemysłu. *E-mentor*, 4(56), 44–53. doi: 10.15219/em56.1123
- Marszałek, A. (2009). Uniwersytety w obliczu przemian ekonomiczno-społecznych w XXI wieku. *E-mentor*, 5(32), 20–27.
- Miranda, F.J., Chamorro-Mera, A., Rubio, S. (2017). Academic entrepreneurship in Spanish universities: An analysis of the determinants of entrepreneurial intention. *European Research on Management and Business Economics*, 23(2), 113–122. doi: 10.1016/j.iedeen.2017.01.001
- Nelson, R.R. (2004). The market economy, and the scientific commons. *Research Policy*, 33(3), 455–471. doi: 10.1016/j.respol.2003.09.008
- Perkmann, M., Walsh, K. (2009). The Two Faces of Collaboration: Impacts of University-Industry Relations on Public Research. *Industrial and Corporate Change*, 18(6), 1033–1065. doi: 10.1093/icc/dtp015
- Philpott, K., Dooley, L., O'Reilly, C., Lupton, G. (2011). The entrepreneurial university: Examining the underlying academic tensions. *Technovation*, 31(4), 161–170. doi: 10.1016/j.technovation.2010.12.003
- Rohrbeck, R., Arnold, H.M. (2006). Making University-Industry Collaboration Work – a Case Study on the Deutsche Telekom Laboratories Contrasted with Findings in Literature. Proceedings of ISPIM 2006 Conference Networks for Innovation, Athens, Greece, June, pg. 11. *SSRN Electronic Journal July*. Retrieved from: file:///C:/Users/oland/AppData/Local/Temp/MPRA_paper_5470.pdf
- Rossi, F., Rosli, A., Yip, N. (2017). Academic engagement as knowledge co-production and implications for impact: Evidence from Knowledge Transfer Partnerships. *Journal of Business Research*, 80, 1–9. doi: 10.1016/j.jbusres.2017.06.019
- Rothaermel, F.T., Agung, S.D., Jiang, L. (2007). University entrepreneurship: A taxonomy of the literature. *Industrial and Corporate Change*, 16(4), 691–791. doi: 10.1093/icc/dtm023
- Saeed, S., Yousafzai, S.Y., Yani de Soriano, M., Muffatto, M. (2015). The role of perceived university support in the formation of students' entrepreneurial intention. *Journal of Small Business Management*, 53(4), 1127–1145. doi: 10.1111/jsbm.12090
- Shane, S. (2004). Encouraging university entrepreneurship? The effect of the Bayh-Dole Act on university patenting in the United States. *Journal of Business Venturing*, 19(1), 127–151. doi: 10.1016/S0883-9026(02)00114-3
- Siegel, D.S., Waldman, D., Atwater, L., Link, A.N. (2004). Toward a model of the effective transfer of scientific knowledge from academicians to practitioners: qualitative evidence from the commercialization of university technologies. *Journal of Engineering and Technology Management*, 21(1–2), 115–142. doi: 10.1016/j.jengtecman.2003.12.006
- Sobaih, A.E., Jones, E. (2015). Bridging the hospitality and tourism university–industry research gap in developing countries: The case of Egypt. *Tourism and Hospitality Research*, 15(3), 161–177. doi: 10.1177/1467358415578188
- Van Looy, B., Ranga, M., Callaert, J., Debackere, K., Zimmermann, E. (2004). Combining entrepreneurial and scientific performance in academia: towards a compounded and reciprocal Matthew-effect?. *Research Policy*, 33(3), 425–441. doi: 10.1016/j.respol.2003.09.004
- Welsh, R., Glenna, L., Lacy, W., Biscotti, D. (2008). Close enough but not too far: Assessing the effects of university-industry research relationships and the rise of academic capitalism. *Research Policy*, 37(10), 1854–1864. doi: 10.1016/j.respol.2008.07.010

Wiśniewska, D.M. (2014). Przedsiębiorczość uczelni wyższej jako wyzwanie współczesności – kierunki zmian. *Horyzonty Wychowania*, 13(28), 33–49.

Marcin Olszewski, PhD, is an Assistant Professor in the Department of International Economics at the Poznań University of Economics and Business, Poland. He finished his PhD in 2011 with a doctoral thesis on knowledge management in the hospitality industry. His research areas include university-industry collaboration, knowledge management, tourism industry competitiveness, the economics of tourism enterprise. He participated in several research projects on the tourism and hospitality industry (including those financed by the Ministry of Science and Higher Education and the National Science Center). He is an author or co-author of more than 50 papers (chapters in scientific monographs, articles in scientific journals and conference papers).

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9041-9953>

Address:

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu
Instytut Gospodarki Międzynarodowej
Katedra Międzynarodowych Stosunków Gospodarczych
al. Niepodległości 10
61-875 Poznań, Polska
e-mail: marcin.olszewski@ue.poznan.pl

This publication was created thanks to the research project “Knowledge transfer from universities to enterprises – conditions and importance for the innovation of the tourism industry” (UMO-2014/15/D/HS4/01217), financed by the National Science Center.

JACEK RUDEWICZ
University of Szczecin, Poland

KRZYSZTOF SALA
Pedagogical University of Krakow, Poland

New professional competencies in the era of WEB 2.0 and 3.0 and the dissemination of ICT

Abstract: The purpose of this article is to identify and describe the new, yet relatively poorly known, competencies related to WEB 2.0 and 3.0 and the dynamically changing organisational environment influenced by the development of ICT. The article's content can be used (application purpose) to draw attention to the necessity of active searching for new competency areas by trainers and teachers. To achieve this aim, two research tasks were undertaken. The first was a literature review and explanation of the concepts related to the research subject. This theoretical foundation then served as a starting point for an attempt to create a list of professions and related competencies corresponding to the needs of WEB 2.0 and 3.0. The results of this are presented in a tabular form.

Keywords: entrepreneurship; internet; personal development; social media

Received: 26 October 2020

Accepted: 2 March 2021

Suggested citation:

Rudewicz, J., Sala, K. (2021). New professional competencies in the era of WEB 2.0 and 3.0 and the dissemination of ICT. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 17(1), 19–34. <https://doi.org/10.24917/20833296.171.2>

Introduction: conceptual apparatus

The article aims to identify and describe a set of competencies related to the still-new phenomenon of WEB 2.0 and 3.0 and the changing organisational environment influenced by the dynamic development of ICT. The goal is to create a definition for professions related to creating the material on the internet. The article's application goal is to indicate new competency areas essential for preparing training and conducting classes. The tasks to be accomplished included reviewing the literature and clarifying the concepts related to the research subject, and attempting to create a list of new professions and related competencies on this theoretical basis.

In their synthesising study devoted to definitional issues, T. Garavan and D. McGuire (2001) proposed an approach to defining competencies based on an individual: their characteristics, what they have learnt or their innate ability, and the organisation's perspective. The concepts indicate conflicting views on teaching dominance in their shaping or on an individual's innate predispositions. Competencies that characterise an organisation are a resource influencing its competitiveness, while individual employees' competencies are specific to a given organisation. In the 1960s, G.E. New (1966) divided the notion of 'professional competencies' into organisational and individual. From the organisation's point of view, professional competency is the motivation and ability to use one's skills, knowledge and professional preparation in a way that is useful for the organisation and manifested in the behaviour of employees. From an individual perspective, competency covers an employee's skills, knowledge and professional preparation and constitutes a subclass of broader social competencies. Garavan and McGuire (2001), while trying to define competencies, divided them into three groups following other writers.

Employee-oriented definitions:

1. Behavioural characteristics of an individual that are causally related to efficiency and/or better job performance. It means that there is evidence to show that having these characteristics leads to greater efficiency and/or better performance at work (Boyatzis, 1982),
2. Essential characteristics of an individual that are causally related to a criterion that includes the person's efficiency and/or better job performance or situation (Spencer L.M., Spencer S.M., 1993),
3. High-performance levels or skills are a relatively stable set of behaviours that ensure excellent workgroup performance in more complex organisational environments (Schroder, 1989).

Workplace-oriented definitions:

4. Professional competencies are the abilities to perform activities within the profession or function to the level expected in the workplace (Management Charter Initiative, 1990),
5. Professional capacity (Nordhaug, Gronhaug, 1992),
6. An action, behaviour or result that an individual should be able to demonstrate (Training Standards Agency, 2000).

Multi-dimensional definitions:

7. The ability to apply knowledge, understanding, practical skills and thinking to achieve effective results against employment standards. It also includes problem-solving and sufficient flexibility to meet changing requirements (NCVQ, 1997),
8. Skills, knowledge and understanding, characteristics and attributes, sets of values, beliefs and attitudes that lead to effective management outcomes in a given context, situation, or role (Woodall, Winstanley, 1998).

The concept of competency as a synonym for skills was used in 1973 (job competencies), and the author credited with introducing this term is D.C. McClelland, a psychologist who researched motivation and entrepreneurship (Mikuła, Pietruszka-Ortyl, 2007; Orlińska-Gondor, 2006). Competencies are defined by the formal and informal effects of education, which include knowledge, i.e. a set of facts, laws, theories, principles and experiences acquired or constructed independently; and skills, i.e. the readiness to use

this knowledge in the implementation of tasks. In turn, social competencies are the ability to design and shape one's development and autonomous and responsible participation in social and professional life (Kwiatkowski, 2014). According to another approach, "competency is a conglomerate of acquired knowledge in a given field (*what I know*), skills (procedural knowledge – *I know how and I can*), attitudes (*I want and am ready to use my knowledge*)" (Kossowska, Sołtysińska, 2002).

Therefore, competencies are an ambiguous concept. A commonly accepted definition has yet to be adopted in the management theory and practice. Definition and ordering the issues has undoubtedly taken over some academic works. For example, T. Rostowski (2002) proposes eight categories of competencies, i.e. talents, skills, knowledge, physical competencies, styles of action, personality, principles and values, and interests. Another example is the division into essential competencies and executive competencies (Filipowicz, 2004). The basic ones include cognitive (e.g. creativity, the flexibility of thinking), social (e.g. communicativeness, negotiation), and personal (e.g. commitment, perseverance). In turn, executive competencies include business (e.g. knowledge of the industry, sales techniques), company (e.g. identification, professional knowledge), and managerial (e.g. leadership, organising) (for more, see Berek, 2016).

From the article's perspective, it is essential to distinguish between hard and soft and general and professional competencies. Soft competencies are more task-oriented, divided into personal or social (personal or group context) such as psychosocial and behavioural skills. Soft competencies are a combination of skills in building interpersonal, social relationships, communication, character or personality traits, attitudes, professional attributes, and social and emotional intelligence, enabling employees and entrepreneurs to efficiently navigate their work environment and achieve goals while supplementing hard competencies. *The Collins Dictionary* defines the term 'soft skills' as "desirable qualities for certain forms of employment that are not dependent on acquired knowledge: these include reasonableness, the ability to deal with people, and a positive and flexible attitude" (*Collins Dictionary*, 2020, 15 November). Hard competencies, in turn, also known as technical skills, are related to a specific task or situation. They include understanding and proficiency in methods, processes, procedures and techniques. As opposed to soft skills, they are more easily measurable and more specific. As S.M. Kwiatkowski writes, in the process of education, they are closer to the formal kind. "It is worth noting that after passing the relevant exams, the competencies developed during formal education become qualifications. Competencies that can be acquired in non-formal and informal education could be called qualifications but must undergo validation procedures (checking, proving)" (Kwiatkowski, 2014: 25). Professional and soft competencies complement each other, combined with a comprehensive set of employee attributes, verified at the stage of employee recruitment and performance evaluation. Although the latter is more dependent on human personality and difficult to measure – psychology comes to the rescue – they can be shaped through appropriate education and training (coaching). Their preferred proportions by an employer depend on the job position and the organisational context. The concept of qualifications is ambiguous and difficult to systematise. In Poland, soft skills are not adequately developed by the formal education system at all levels, even though their role in a dynamic and changing business environment is growing.

WEB 1.0, 2.0 and 3.0, or maybe 4.0?

The first implementation of the global internet network is described as WEB 1.0, which according to T. Berners-Lee (1998), can be considered a 'read-only internet'. In other words, this early form made it possible for us to find and read information; it developed between 1989 and 2005. It did not provide many opportunities for user and content interaction, as the first generation of WEB networks were static pages that only provided content. In other words, the early web allowed information to be searched for and read.

Computerisation and the spread of internet communication and electronic services have swept like a wave through the economy, culture and society. They have changed the way organisations operate from supply chain management through marketing and information resources to mundane office work. They have created new professions, directly and indirectly, dependent on digital technology. On the labour market and the market for educational services, not only have basic IT competencies from the past become important, i.e. for the operation of still imperfect operating systems, spreadsheets, accounting, office and specialist programs, e.g. CAD, but over several years, the passage of a second wave related to progress in computer science has been found. This progress is a quantitative change, i.e. it relates to the universal access to the network from anywhere, an increase in computing power, and memory capacity exceeding terabytes. This wave is also qualitative in terms of ease of working and using the virtual sphere. It concerns to a greater extent interpersonal and marketing communication, socialisation of the internet and the virtualisation of certain areas of life, e.g. dating, trade, banking and finance. The internet has become a competitive medium for traditional media and an attractive medium for information exchange. Communication platforms began to influence interpersonal and business relationships, and even social awareness and political choices. This wave, known as Web 2.0, created the need to develop new competencies and skills while opening the door for content creators who had not yet had the opportunity to create and present in front of an audience. The definition of WEB 2.0 appeared in 2005. Passive recipients of the internet had now become co-creators and active participants. They were given tools to comment, rate, publish their texts, photos and videos. They were allowed to communicate with each other, create virtual groups according to interests and views on a given topic. E-commerce and the sharing economy gained traction (Rudewicz, 2019). The concept of WEB 2.0 is associated with the popularisation of social media requiring a personal virtual profile and managing it successfully.

The advent of the internet under the banner of WEB 2.0 has had many effects. The medium's openness and the availability of streaming have increased, attracting viewers of conventional television favouring vlogging (video blog) and VOD. Traditional magazines are losing readers to blogs and online editions. Conventional marketing channels exist, but they are extended by e-marketing based on statistics and research on customer behaviour. There is also a comprehensive strengthening of traditional marketing communication channels by supplementing them with emotionally engaging social media communication. Besides, tools such as Google Analytics, Double Click and Facebook Insight combine a given person's internet activity, e.g. websites visited, their movements, a history of viewed pages and consumer choices. Mobile devices, in turn, allow users to be tracked not only in the virtual sphere but also in geographical space through GPS

locations. People who want to run a business to create their brand or privacy need to know how to protect their data. A modern person should know how Web 2.0 functions, understand the meaning of so-called big data and internet dangers, e.g. fake news. The contemporary internet and new media require creativity and specific skills. HR specialists mention several future professions, including vloggers – people presenting film materials on various topics, and bloggers – people writing texts on the web closer to self-publishing, personal publishing and journalism. Marketers and market researchers must understand the operation of analytical platforms and a virtual crowd's behaviour and create attractive messages to given market segments and websites. People who can navigate through the maze of information, produce relevant database queries and navigate internet resources have an advantage over those who do not understand a search engine's language. The Web 2.0 wave continues to roll out solutions based on artificial intelligence, while the need for help in the dark side of Web 2.0, addictions and information overload have appeared. For educators in the academic world, the Web 2.0 wave poses a challenge concerning the education system's inertia. F. Karakas (quoting many other authors) goes further in his considerations, transferring changes in communication and the increase in interactions between clients and enterprises to the whole of society. He calls this phenomenon World 2.0, i.e. internet platforms (no longer websites) that enable the exchange of information between users and the sharing of intangible assets, e.g. photos, films and music. Participants can create together, solve problems, carry out projects, collect money, make purchases, and find entertainment. The author described World 2.0 according to five features, briefly discussed below:

1. Creativity. The importance of creativity and innovation on business and online platforms is growing. Organisations are trying to introduce creative ways of organising and working, such as building connections through employee networks, using collective intelligence, or creating collective intelligence in multi-disciplinary teams.
2. Networking – connecting to the internet – the global brain – providing access to global online information resources. Networking is a technological infrastructure and a mindset that connects geographically distant points (e.g. people, databases) to increase access to information resources. The distinction between learning, work, play and leisure is blurring as mobile devices are ubiquitous, and culture is 'always on'. So we move to a fully hyperlinked society where the number of network connections exceeds the number of people connected.
3. Collaboration. Billions of people and entities are connected in a network to cooperate and participate in innovation, creation and social development thanks to a virtual global internet platform. They exchange ideas and intangible values, develop art, culture, science and education.
4. Convergence. Various media, such as radio, television, newspapers, telephone, mobile devices and the internet, merge into one global news channel. The new world in the twenty-first century is becoming more intense, global and dynamic (global village). Breaking down economic borders between countries, bridging distances through telecommunications, rapid technological change, labour mobility and cultural diversity, the proliferation of wireless, fibre optic, and broadband technologies create new challenges and opportunities for professionals and managers worldwide.
5. Community – using online platforms and new media for social change and community benefits. New media, also known as 'social media', have been widely used

by social movements to educate, organise, communicate, lobby, protest, raise funds, democratise information and raise public awareness. It can also be called online social activism.

WEB 3.0 comes from the basics and assumptions describing WEB 2.0 and is its extension. The term was first coined by J. Markoff of the New York Times, who described it as the third generation of the web in 2006 (Spivack, 2011). Web 3.0 can also be referred to as 'executable web'. The basic idea of WEB 3.0 is defining the data structure and linking it to search, automate, integrate and reuse it more effectively in various applications. The WEB 3.0 concept is related to semantic networks. It means, for example, that when searching on the web, the search engine, thanks to unique algorithms, will associate our query with other information about us on the web and provide us with additional information related to the query, e.g. additional locations or events. The search is more contextual and personalised.

Table 1. Internet development stages

Internet development stage	WEB 1.0	WEB 2.0	WEB 3.0
Timeframe	1996–2004	2004–2016	2016+
Main feature	HTML hypertext network	social network	semantic network
Author of the first definition	Tim Berners Lee	Tim O'Reilly, Dale Dougherty	Tim Berners Lee
Feature	one-way communication	multilateral communication	a network of dynamic applications (Executable Web)
Number of users	millions	billions	billions (including devices)
Interaction method	information from the server	participation and interaction	engagement
Communication direction	in one direction	bidirectional	virtual multi-user environment
Content author	content publisher	users	users create an app that allows others to interact and publish content
Content-type	static	dynamic	AI, 3D
Identity	personal websites	blogs and personal internet profiles	semiBlogs, semantic browsers, e.g. Haystack
Main website type	providing information	social media	semantic internet forums
User list	buddy list, address book	online social networks	semantic social information

Source: *Model ewolucji internetu: wersja 0.3* (2010)

WEB 3.0 is an intelligent network that suggests, gives and retrieves information for the recipient. Another feature of WEB 3.0 is integrating many devices equipped with small WiFi transmitters installed in objects around us – the so-called Internet of Things (IoT).

It will enable the improvement of many aspects of life, from our flats to cities (Smart City) where, for example, litter bins or street lamps will be equipped with sensors informing us when they are full or if there is an available parking space. Another distinguishing feature of the new internet generation is blockchain technology ('public register' would also be an appropriate term), enabling secure online transactions and payments with virtual currencies such as Bitcoin. By simplifying technological issues, this technology enables peer-to-peer transactions. It can contribute to the spread of virtual payments and authentication through, for example, 'fingerprinting', which is a step towards internet democracy and administration.

Professions and corresponding competencies in the era of digitisation and new media

The summary in Table 1 shows that the WEB 2.0 internet and the symptoms of the next phase in the internet evolution are already appearing as a 'medium' of multidimensional communication – information exchange in the form of verbal, visual and audiovisual messages in various traditional and new forms, e.g. blogs, podcasts and even memes. Many communication functions follow from this. Apart from the typical information function, it creates bonds, social relations, exchanges of views, networking, image creation, creativity, the creation of virtual products and the expansion of marketing tools as part of promotion and consumer research. On this basis, an attempt was made to outline a framework for qualifications related to new professions in the WEB 2.0+ era. Table 2 contains a list of professions (Kwiatkowski, Woźniak, 2003), which have emerged with the development of the internet and new media. Vocabulary and terms found among those professionally involved in creation on the internet and social media are used to describe it. They are often borrowings from English, and there are no verbal equivalents in Polish.

According to PBI reports, 80% of Poles use the internet, which, in 2020, was 27.2 million people. Poles made 66.6 billion website views, and the average internet user spent almost two hours online daily. The popularisation of the internet on various types of devices among households creates enormous market space for development. For several years, the level of computer equipment in enterprises has remained constant, amounting to approximately 96%. In 2012, 36% of enterprises used computers with internet access; in 2019, it was 43.2% (GUS). The use of a website to establish communication with the business environment grows with the size of the enterprise, and the most common way of using it is for the presentation of products, goods, services and price lists. Among the smallest enterprises (10–48 employees), 66% use a website as a showroom, while among medium-sized (51–249 employees) and the largest (250 or more) – 99%.

In terms of WEB 2.0, 22% of all enterprises use links to social media on their websites, with 55.7% of the largest enterprises. Collecting and analysing information on website visitors' behaviour is performed by 13.2% of all companies, 11.2% of small companies, 22.1% of medium-sized companies, and 32.4% of large companies. Narrowing down the analysis of enterprise activity to examples of social media (SM), social networking sites are run by 35.4%; 32.2% of small companies, 44.6% of medium companies, and 67.7% of large companies (Table 3). In total, 13.3% of all companies use websites enabling multimedia; 10% of small companies of 10–49 employees, 20.7% of medium-sized companies of 50–249 employees and 46.5% of large companies of 250 employees and more.

Table 2. A set of professions and the corresponding competencies in the contemporary reality of WEB 2.0

No	Professions in the WEB 2.0 era	Basic competences	Competences adapted to WEB 2.0 (3.0)	Example: person, channel, website +
1.	<p>Blogger. A person who publishes online on their website or blog platform. The topics discussed by bloggers correspond with the interests, knowledge of the author or their lifestyle. Blogging is an amateur form, but it has become professional closer to journalism in many cases</p>	<p>Language competencies, style and ability to write texts. Knowledge, experience in the field of blog topics</p>	<p>The ability to arouse controversy and emotions, a sense of topics. Building a community and maintaining relationships with the audience, blogging community and the market environment. Promotion of the blog in the network and market environments. Moderation of comments and opinions. Self-publishing – publishing outside publishing houses</p>	<p>Michał Szafrński https://jako-szczedzaciapieniadze.pl/ Anna Alboth https://thefamily-withoutborders.com/pl/rodzina-bez-granic/</p>
2.	<p>Vlogger: (types) trendsetter, pro blogger, journalist, publicist, streamer. Similar terms: YouTuber, influencer. A person who creates video materials and publishes them on the internet on video platforms. The subject of the series, the so-called vlogs (videos), is often authorial and niche. It is based on the author's interests or views. The abilities and personality traits and the value that the author transfers to viewers are significant: entertainment, home tips, live broadcasts, daily vlogging. Vlogging ranks between amateur video recording and professionalism, an excess of the latter deprives vlogs of an essential feature of authenticity</p>	<p>Ability to film and produce video and sound. For example, framing, editing, adding music. There are often animations and graphics that make the video material more attractive. Knowledge, skills, an idea that will interest the audience</p>	<p>Fundraising competences. Being able to take care of the vlog (channel) background and maintain relationships with fans. The facilities include meetings with fans, additional social and business activities. Monetisation, i.e. the transformation of content into income, often takes place indirectly through the sale of gadgets, representing brands – sales skills</p>	<p>Krzysztof Gonciarz, Radosław Gajda&Natalia Szcześniak, Tomasz Raczek, Tomasz Kopyra, Warsaw Enterprise Institute, Tech Week</p>

3.	<p>Social media marketer. People practising this profession can use social media for marketing purposes. In this case, the internet is a medium of communication with an individual or corporate client, a virtual place for market exchange and a source of information. It is possible to hierarchise positions from a digital marketing manager creating brand strategies to people in line positions – handling marketing campaigns</p>	<p>Knowledge of marketing, economics, management, market operation and contemporary market trends</p>	<p>Ability to build and maintain relationships with clients. It is based on so-called content, i.e. the content of messages. Skills to use the internet and analytical tools. Flexibility, continuous learning in a highly volatile environment</p>	<p>Rahim Blak, Jakub Cyran, Joanna Czekaj, Tomasz Frontczak</p>
4.	<p>Creator of new websites. A person who designs, programs, and builds interactive websites based on new protocols and communication methods on the web. The activities include e-commerce, creating and maintaining websites, e.g. online stores – building an offer, handling comments</p>	<p>Ability to use the environments of website creators, e.g. WordPress. Besides, programming skills and knowledge of the functioning of internet links and protocols</p>	<p>A more significant share of interactions and advancement of websites than in WEB 1.0 requires greater creativity and frequency of changes to the website, more functionalities and ‘scalability’ to various mobile devices (e.g. CSS protocol). The fashion for the ‘layout’ of pages and their ergonomics is changing – the need to learn and analyse trends</p>	<p>A website with an online store https://thenewlook.pl</p>
5.	<p>Personal profile and image advisor. He/she helps to create the self-image of a person or organisation on social media. This image serves the person in the environment desired by the client</p>	<p>Such a person knows the image and its creation, psychology and trends in the media environment</p>	<p>Knowledge about social media and building a brand in it. Managing the ordering of personal profiles and contacts</p>	<p>Izabela Jakubczyk</p>

6.	Graphic designer and creator of social media content. The increase in bandwidth has increased expectations for (quantitative and qualitative) graphic content on the internet – both on websites and social media	Knowledge, skills and abilities in digital graphics, photography and graphics in the strict sense	Recognition of users' preferences – senders and recipients of graphics, new forms of graphic presentation: infographics, memes, gif animations, emoticons, icons, logos	Computer graphics studio Najlepszy plan: http://www.najlepszyplan.pl/
7.	Psychologist, therapist. Diagnoses and treats unfavourable disease phenomena resulting from the development of ICT and social media. Supports the creation of advertising content and messages in social media	Psychological knowledge	Knowledge and diagnostic skills regarding internet addiction, stress, psychosomatic ailments, e.g. insomnia, aggression	Psychology of marketing and social media WSB University in Szczecin
8.	Video modelling / chat modelling, fashion and the erotic industry. Model employees present the goods, textiles or other products, either live or through photo sessions	Physical attractiveness. Ability to move around present attires. Photogenicity adapted to the requirements of the internet	Similar to the fashion press. Work for online stores. Service of an intermediary website, maintaining relations with the recipient of the content	Numerous job offers
9.	E-teacher. A person who records videos and other interactive content for teaching purposes. Coordinates the process of distance learning via the internet. Develops a curriculum adapted to the medium of the internet	Basic knowledge of didactics and pedagogy. Subject knowledge	Ability to use streaming, recording and video editing. Communication skills and	engVid teachers
10.	Content controller, moderator. A person who controls the content of internet communications such as posts, e-mails, texts, graphics and videos in terms of their compliance with the law and custom. Removes or directs the content of social media conversations	Basic IT knowledge, computer operation and website interface	Knowledge of the law and the ability to predict the behaviour and reactions of the collective recipient of content on the internet. Sense of moods and emotions	These people are often anonymous

11.	<p>Fundraiser (crowdfunding). A person who is professionally involved in obtaining funds for a specific purpose from individuals, institutions and enterprises. They also use internet platforms for this purpose</p>	Knowledge of law and finance	The ability and experience to raise funds through fundraising platforms, e.g. zrzutka.pl, Patronite. Ability to communicate to a collective audience	Polish Fundraising Association
12.	<p>Information broker, researcher. The information broker is not a new profession, but technology is changing the nature of the profession. Such a person collects, updates and makes information available. Recommends and evaluates sources of information. Works under the provisions of the law</p>	Support for databases, browsers, content stores, file compression and archiving	Listening, tracking, information audit on the internet. Ability to collect direct digital data and metadata	https://www.infobrokerka.pl/standard-zawodu-broker-informacji/
13.	<p>Mobile application developer. A person who creates utility, entertainment and communication software for mobile devices, smartphones, tablets, etc.</p>	Programming skills in languages popular on Android and IOS operating systems. Google Play and App Store promote the best apps	Understanding the application mobility of their so-called interface – the way of controlling and communicating with the operator	numerous inquiries on HR websites
14.	<p>Big data analyst / Data scientist. A person dealing with the analysis of so-called Big Data. Big data is an enormous data set with millions or billions of records. The sources of data are telecoms, servers supporting websites</p>	Knowledge and skills in the field of mathematics and statistics as well as database operation and introducing algorithms	Knowledge of the specifics of BD data from, for example, mobile network operators, internet banking, search engines. Knowledge of dedicated analytical tools	numerous inquiries on HR websites

Source: authors

Table 3. Enterprises using social media in 2019

Specification	Including those using social media						Other WEB 2.0 activities according to use for:					
	at least one of the listed	social networking sites	business-led blogs or microblogs	websites that enable multimedia sharing	Wiki information exchange tools	creating a company's image or marketing products (e.g. advertising products)	receiving or responding to customer comments and questions	engaging customers in the process of product development or innovation (products, services)	cooperation with business partners (e.g. with suppliers or other organisations (e.g. public administration bodies, NGOs)	recruiting employees	exchange of views, opinions or knowledge within the enterprise	
Total	36.6	35.4	5.8	13.3	2.5	32.5	22.7	9.7	12.3	15.2	11.1	
Small (10–49 employees)	33.2	32.2	4.7	10.5	1.8	29.2	20.5	8.2	10.8	12.1	9.1	
Medium (50–249 employees)	47.2	45.6	7.8	20.7	3.7	42.8	28.8	13.2	16.7	23.9	16.4	
Large >250 employees	70.5	67.7	24.0	46.5	14.8	66.0	48.2	28.4	30.8	50.3	34.7	

Source: authors based on GUS data

32.5% of enterprises admit to creating a company image or product marketing (e.g. advertising products) via social media and the internet; by class size (small – medium – large), this action is taken by 29.2%, 42.8%, 66.0% of companies. Data from the Central Statistical Office indicate a continuous increase in the interest of enterprises in WEB 2.0; in 2014, 18.4% of enterprises used services on social media. It was 16.6% of small companies, 24.8% of medium companies, and 39.7% of large companies (GUS) by company size. The very category of social media appeared in the statistics of the Central Statistical Office in 2014, and there is a visible increase in the interest of enterprises in being active in this area.

The set of activities on the WEB 2.0 internet sphere presented in Table 3 should also include those undertaken by the public service sector related to the administration of local government, central and regional institutions, and non-governmental organisations. For a long time in many Western countries, a trend of governance has been observed, i.e. new public management (Sivarajah, Irani, Weerakkody, 2015).

These phenomena include the increasingly popular internal marketing activities and communication by city authorities, councillors and city activists with residents. The data show that both the public sector and business enterprises create a demand for professions related to the evolving internet 2.0 to adapt communication and marketing channels. Organisations, from public to commercial, through communication with the social and business environments through WEB 2.0, can perform the many tasks and functions assigned to them: information, education, persuasion and strengthening a position (marketing). Skilful communication via SM can significantly contribute to building the competitive advantage of the enterprise. Such activities in creating the image of an organisation and promoting its products are supplemented by collecting data on customers' behaviour on the web, unavailable through traditional marketing research methods.

Summary and conclusions

The WEB 2.0 phenomenon, due to its multidimensional impact and economic, technological and socio-cultural effects, is still a subject of research and discussion. The concept of WEB 2.0 should be treated as mature, but at the same time also new and developing as its implications are still not fully understood in the various spheres of life of an individual and organisation. Given the contemporary phenomena at the interfaces between technology, economy and society, the term WEB 2.0 is chronological because it succeeds WEB 1.0, and its consequence is WEB 3.0. Thus, new and evolving training needs emerge. Changes in the labour market and the requirements for having further generations of competencies extended via the internet are associated with changes in the ethos and organisation of work. An example is the phenomenon of so-called digital nomads: people who can work remotely and migrate to places they find attractive in quality and living conditions. Remote and self-employed work resulting in a service or an intangible product (program code, graphics, text, editing, work) does not require a spatial link. In the Covid SARS pandemic context, the need for remote work has become more common, making some employers and permanent workers aware of its advantages and disadvantages. The consequence of this are forms of virtual enterprises in which the material base is not as important as the competencies and qualifications of the people who comprise it. There are also opinions that the specificity of the internet 2.0 labour market has the advantage of reducing so-called outsider stress. "Age, sex, appearance or nationality

do not matter. What counts is the willingness, commitment and the ability to solve a task (not necessarily qualifications)” (Stefaniak, 2014: 178). The specificity of working in the professions related to WEB 2.0 and 3.0 is the opening of opportunities for people who, from resources of knowledge (hobbyists, enthusiasts) and experience gained individually, resources of skills and often material objects, e.g. collections of clothes, books, films, etc. with the participation of informal competencies, not necessarily learned in a traditional way, can create a media product and monetise it.

The professions described in Table 2 require numerous competencies, which can be classified as soft in light of the quoted literature. Digital competencies constitute the canvas and basic competencies from other fields – often validated by qualifications for a given profession – using metaphorical terms such as ‘harder’. Competencies related to WEB 2.0 and 3.0 are a less coherent and more ‘fuzzy’ set. By systematising them, some of them can be classified as abilities or interpersonal communication skills. Inborn empathy and an extroverted personality can help in this respect. In addition to the innate foundation, appropriate additional training in communication, ethics, techniques of exerting influence and emerging internet rules of behaviour (netiquette) are needed.

The second area of competency is the ability to analyse the behaviour of people and communities in the network. In this case, knowledge and skills in the field of cognitive communication come to the rescue – understanding the operation of the mind, building models of individual mental functions: reasoning, perception, memory, awareness, emotions, moral sensitivity, understanding language, etc.

The next sub-group of competencies is self-creation: taking care of one’s image, managing it and, on a broader scope, building a personal brand. This area is of particular importance for those who publish materials (text, podcast, video, graphics) in which they are a leading and presenting figure. Gaining fans and subscriptions to commercialise on-line activity is closely related to this.

Another set of more structured competencies is collecting and processing information, primary digital data and metadata. Their volume differs from the previous generation of the internet, and the capacity is now measured in exabytes. They require a different approach and analysis than for data known so far.

Going beyond amateur and community 2.0 activities requires contacts with the business environment. Its skilful management can be carried out in person or outsourced. Hence, the area of maintaining relationships beyond social media opens up. Competencies specific to the internet developer industry become indispensable here. Each of the WEB 2.0 services has a panel and service subpages visible only to the creator and predefined traffic analyses, rules and principles of remuneration. Regardless of this, creating so-called collaborative content, product placement, reviewing and acting as an influencer broaden the requirements in this area of competency.

The importance of the internet at the junction of social spheres and the economy will undoubtedly increase. However, geopolitical threats related to sharing virtual space, especially between China and the United States, have appeared. Global networks may lose their transnational reach. For instance, US President Trump announced the idea of a clean network, and the EU has put forward claims against internet tycoons (so-called Big Tech). According to their assumptions, the WEB 3.0 internet and subsequent generations will not significantly change the achievements of WEB 2.0. Semantic networks and artificial intelligence seem to reduce the human presence on the internet. Future generations

of the WEB 3.0+ internet will support people in their everyday lives even more than today and expand the socio-virtual sphere if there are no attempts to divide and limit it. It can be assumed that two trends will clash there. On the one hand, technology will allow for the emergence of independent organisations and certain forms of internet democracy and exchange based on virtual currencies: separation from traditional state and national structures. On the other hand, some human activity will be eliminated from the internet. For example, customer service will be performed by bots and artificial intelligence.

References

- Berek, J. (2016). Identyfikacja pożądanych kompetencji pracowników na przykładzie przedsiębiorstw branży lotniczej regionu bielsko-bialskiego. *Zeszyty Naukowe Małopolskiej Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Tarnowie*, 29(1), 13–25.
- Berners-Lee, T. (1998; 2020, 15 November). *The World Wide Web: A very short personal history*. Retrieved from: <http://www.w3.org/People/Berners-Lee/ShortHistory.htm>
- Boyatzis, R.E. (1982). *The Competent Manager: A Model for Effective Performance*. New York: John Wiley&Sons.
- Collins Dictionary. (2020, 15 November). <https://www.collinsdictionary.com>
- DuBrin, A. (2008). *Essentials of Management*. Mason, OH: South-Western Cengage Learning.
- Filipowicz, G. (2004). *Zarządzanie kompetencjami zawodowymi*. Warszawa: PWE.
- Garavan, T., McGuire, D. (2001). Competences & Workplace Learning: Some Reflections on the Rhetoric & the Reality. *Journal of Workplace Learning*, 13(4), 144–164.
- Karakas, F., (2009). Welcome to World 2.0: New Digital Ecosystem. *Journal of Business Strategy*, 30(4), 22–30.
- Kossowska, M., Sołtysińska, I. (2002). *Szkolenia pracowników a rozwój organizacji*. Kraków: Oficyna Ekonomiczna.
- Kwiatkowski, S.M., Woźniak, I. (2003). *Krajowe standardy kwalifikacji zawodowych. Projektowanie i stosowanie*. Warszawa: MGIPS.
- Woodall, J., Winstanley, D. (1998). *Management Development: Strategy & Practice*. Oxford: Blackwell.
- Kwiatkowski, S.M. (2014). Od kompetencji do zintegrowanego systemu kwalifikacji. *Ruch Pedagogiczny*, 4, 25–33.
- Management Charter Initiative. (1990). *Occupational Standards for Managers: Management I and Assessment Guidance*, MCI. London.
- McClelland, D.C. (1973). Testing for Competence, rather than Intelligence. *American Psychologist*, 28, 1–14.
- Mikuła, B., Pietruszka-Ortyl, A. (2007). Kompetencje pracowników w perspektywie strategicznego zarządzania wiedzą w przedsiębiorstwie. *Zeszyty Naukowe AE w Krakowie*, 747, 49–73.
- Model ewolucji internetu: wersja 0.3*. (2010). Retrieved from: <http://networkeddigital.com/2010/03/28/model-ewolucji-internetu-wersja-0-3/>
- NCVQ. (1997). National Council for Vocational Qualifications.
- New, G.E. (1996). Reflections: A three-tier model of organizational competences. *Journal of Managerial Psychology*, 11, 8, 44–51
- Nordhaug, O., Gronhaug, K. (1992). *Strategy and Competence in Firms*. *European Performance*. NY: Wiley Sons.
- O'Reilly, T. (2005; 2020, 15 November). *What Is Web 2.0?* Retrieved from: <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>
- Orlińska-Gondor, A. (2006). Zarządzanie ludźmi oparte na pojęciu kompetencji. In: L. Zbiegień-Maciąg (ed.), *Nowe tendencje i wyzwania w zarządzaniu personelem*. Kraków: Oficyna Ekonomiczna Grupa Wolters Kulwer, 168–190.

- Rostowski, T. (2002). Kompetencje jako jakość zarządzania zasobami ludzkimi. In: A. Sajkiewicz (ed.), *Jakość zasobów firmy. Kultura, kompetencje, konkurencyjność*. Warszawa: Wydawnictwo POLTEXT.
- Rudewicz, J. (2019). Model ekonomii współpracy w koncepcji miast Smart City 3.0. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 15(2), 153–170.
- Schroder, H.M. (1989). Managerial Competences: The key to excellence. *The Academy of Management Review*, 15(4), 713–715.
- Sivarajah, U., Irani, Z., Weerakkody, V. (2015). Evaluating the use and impact of Web 2.0 technologies in local government. *Government Information Quarterly*, 32, 473–487.
- Spencer, L.M., Spencer, S.M. (1993). *Competence at Work. Models for Superior*. Wiley.
- Spivack, N. (2011; 2020, 15 November). *Web 3.0: The Third Generation Web is Coming*. Retrieved from: <http://lifeboat.com/ex/web.3.0>
- Stefaniak, I.M. (2014). Technologia a praca: nowe kompetencje a stare reguły, czyli o wirtualnym świecie, jego możliwościach i wymaganiach. *Studia Ekonomiczne*, 173–181.
- Training Standards Agency. (2000). Definition as in S. Horton Introduction – The Competency Movement: its Origins and Impact on the Public Sector. *International Journal of Public Sector Management*, 13(4), 7–14.

Jacek Rudewicz, PhD, University of Szczecin, Institute of Spatial Management and Socio-Economic Geography. Faculty of Finance and Management Economics. He graduated from geography with a specialisation in socio-economic geography, management and marketing, and economics. In his academic work he deals with urban studies, sustainable development, regional and local development.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2659-4754>

Address:

Uniwersytet Szczeciński
Wydział Ekonomii Finansów i Zarządzania
Instytut Gospodarki Przestrzennej i Geografii Społeczno-Ekonomicznej
ul. Mickiewicza 64
71-101 Szczecin, Polska
e-mail: jacek.rudewicz@usz.edu.pl

Krzysztof Sala, PhD, Pedagogical University of Krakow. Faculty of Political Science. Institute of Law and Economics Department of Entrepreneurship and Social Innovation. Academic interests: economic policy of Poland and European countries, social policy, environmental policy and sustainable development, tourism policy, entrepreneurship and entrepreneurs in Poland and abroad, management of small and medium-sized companies.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7614-9309>

Address:

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie
Instytut Prawa i Ekonomii
Katedra Przedsiębiorczości i Innowacji Społecznych
ul. Podchorążych 2
30-084 Kraków, Polska
e-mail: krzysztof.sala@up.krakow.pl

WITOLD WARCHOLIK

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska ■ Pedagogical University of Krakow, Poland

Uczelnia – nie-miejsce? Poziom wiedzy społeczności akademickiej o uniwersytecie w kontekście przywiązania do miejsca

University – a non-place? Level of knowledge of the academic community regarding the university in the context of attachment to a place

Streszczenie: W artykule przedstawiono wyniki badań ankietowych, zmierzających do oceny poziomu wiedzy społeczności akademickiej o uczelni, w kontekście przywiązania do miejsca. Próbę zbadania komponentu poznawczego, jednego z wielu aspektów identyfikacji z miejscem, podjęto w celu określenia, czy uczelnia jest postrzegana przez studentów i pracowników naukowych jako anonimowe nie-miejsce. Wyniki sondażu diagnostycznego zostały uzupełnione definicjami i aktualnym stanem badań nad problematyką miejsca i przywiązania do miejsca. Zarówno w przypadku studentów, jak i pracowników wykazano ograniczoną wiedzę o uczelni, z którą grupy te związane są w okresach mierzonych w miesiącach lub latach. W przypadku pracowników naukowych prawidłowe odpowiedzi przeważały jedynie w pytaniach opierających się na informacjach organizacyjnych i proceduralnych, w przeciwieństwie do tych, które dotyczyły historii i aktualnych wydarzeń związanych z głównym gmachem uczelni i jego bezpośrednim otoczeniem. W świetle tych odpowiedzi uczelnia jawi się raczej jako anonimowe nie-miejsce, nieposiadające głębszych symbolicznych i społecznych znaczeń, niż miejsce, z którym społeczność akademicka się identyfikuje. Budynki uczelni, podobnie jak współczesne lotniska i dworce, stacje benzynowe, hotele itp. stają się w studenckich doświadczeniach z uczelnią bardzo podobne do siebie.

Abstract: The article presents the results of the survey aimed at determining the level of knowledge of the academic community about university in the context of attachment to a place. In order to determine whether the university is perceived by students and academics as an anonymous non-place, the author examined the cognitive component, one of many aspects of place identity. The results of the surveys were supplemented with definitions and the current state of research on the place issues and attachment to the place. Both students and employees exhibited limited knowledge about the university at which they spend their time measured in months or years. In the case of academics, correct answers prevailed only in questions based on organisational and procedural information, as opposed to those regarding the history and current events related to the main building of the university and its closest surroundings. In the light of these answers, the university appears to be more like an anonymous non-place, without deeper

symbolic and social meaning, than a place with which the academic community identifies itself and to which it is attached. The university buildings, like modern airports, stations, petrol stations, hotels, etc., are becoming very similar for the students in their experience with the university.

Słowa kluczowe: miejsce; nie-miejsce; przywiązanie do miejsca; społeczność akademicka; tożsamość

Keywords: academic community; attachment to a place; identity; non-place; place

Otrzymano: 17 października 2020

Received: 17 October 2020

Zaakceptowano: 21 marca 2021

Accepted: 21 March 2021

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Warcholik, W. (2021). Budynek uczelni – nie-miejsce? Poziom wiedzy społeczności akademickiej o uniwersytecie w kontekście przywiązania do miejsca. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 17(1), 35–48. <https://doi.org/10.24917/20833296.171.3>

Wstęp

Przywiązanie do miejsca jest jedną z najważniejszych ludzkich cech, dlatego człowiek w przestrzeni zwykle dąży do wyróżnienia własnego obszaru. Potrzeba zadomowienia, zakorzenienia, a równocześnie – pragnienie niezależności i wolności wyboru, stanowią dwa wymiary ludzkiego myślenia o świecie. Jak zaznacza M. Lewicka (2012), w literaturze spotkać można określenia, takie jak: przywiązanie do miejsca (*place attachment*), identyfikacja z miejscem (*place identity*), doświadczanie miejsca (*sense of place*), zależność od miejsca (*place dependence*), poczucie „bycia w” (*insideness*), osadzenie (*embeddedness*), zakorzenienie (*rootedness*), przywłaszczenie (*appropriation*), poczucie przynależności (*belongingness*), zadowolenie z miejsca (*residence satisfaction*) oraz topofilia (*topophilia*). Współczesny człowiek, często przemierzający się, chętny do doznawania nowych wrażeń, prowadzący zmienny styl życia, skoncentrowany na sobie, dobrach materialnych, jest jednakże przykładem osoby wykorzenionej z miejsca. Nie łączą go z miejscem żadne sentymenty, emocje, więzi ani też ludzie (Paprzyca, 2015). Obecne przejawy mobilności, takie jak laptop, komórka, lotnisko itp. znacząco zmieniły rozumienie zakorzenienia.

Przykładem instytucji, która buduje swoją tożsamość w silnym związku z tradycją, jest uczelnia. Pracownicy i studenci kreują swoją świadomość akademicką m.in. dzięki odwoływaniu się do postaci i wydarzeń z przeszłości uczelni. Jednocześnie współczesny uniwersytet coraz częściej opisywany jest jako instytucja społeczna dostarczająca pakietów usług, swego rodzaju „fabryka wiedzy”. Studenci nie traktują już swojego pobytu na uniwersytecie w kategoriach przynależności do społeczności akademickiej, lecz coraz częściej jak pobyt w ogromnym domu towarowym (Knasiecka-Falbińska, 2014).

Celem niniejszego artykułu jest określenie poziomu wiedzy pracowników uczelni i jej studentów w kontekście przywiązania do miejsca. Badanie komponentu poznawczego, jednego z wielu aspektów identyfikacji z miejscem, może być przyczynkiem do odpowiedzi na pytanie o to, czy uczelnia jest postrzegana jako anonimowe nie-miejsce. W przypadku wykazania potencjalnej ograniczonej wiedzy o jednostce organizacyjnej, w której badana grupa spędza czas mierzony w miesiącach lub latach, trudno bowiem mówić

o przywiązaniu do miejsca, identyfikacji, doświadczaniu czy też poczuciu „bycia w”. Znanymi z literatury przykładami nie-miejsc są lotniska (Wróbel, 2018), stacje benzynowe (Cwynar, 2017), cmentarze (Fabiszak, Brzezińska, 2018), food court (Karpińska, 2007), przestrzenie hotelowe, bankowe, dworcowe, szpitalne (Urry, 2007), doki i autostrady.

Przeprowadzone badania są próbą weryfikacji wniosków wynikających z obserwacji poczynionej na różnych płaszczyznach życia akademickiego studentów Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu (Majchrzak, 2013). Wykazano tam bowiem, iż większość żaków traktuje uniwersytet jak „nie-miejsce”, czyli przestrzeń, w której są tylko terminalnie – jak na lotnisku, dworcu czy też w przychodni lekarskiej. Pojmują je w kategoriach przedsiębiorstwa usługowo-produkcyjnego. Stanowią wspólnotę doświadczeń, ale nie prawdziwą wspólnotę opartą na zaufaniu i więziach (Knasiecka-Falbińska, 2014). Większość badanych w czasie wolnym dystansuje się od uczelni – nie wynika to z niechęci do UMK, ale raczej z wyboru innych aktywności związanych z prywatnymi zainteresowaniami (muzyka, sport) (Bielska, Magoń, Szczepaniak, 2015). Deklarują oni jednak zainteresowanie (głównie za pośrednictwem grup na Facebooku itp.) tym, co się na uniwersytecie dzieje – wydarzeniami naukowymi i kulturalnymi. Pozytywne opinie o UMK, zadowolenie z miasta i studiowania, deklaracje chęci zdobywania wiedzy o uniwersytecie – wszystkie te czynniki nie przekładają się jednak na wiedzę o uczelni. Co piąty badany nie wie, kto jest jego dziekanem, co drugi nie potrafi wskazać nazwiska rektora. Badani znają też średnio nazwy sześciu z siedemnastu wydziałów (Bielska, Magoń, Szczepaniak, 2015).

Miejsca i nie-miejsca. Przywiązanie do miejsca

Miejsce najprościej zdefiniować można jako sumę trzech elementów: fizycznej lokalizacji, znaczeń, które są mu przypisane, oraz aktywności (działań) w nim podejmowanych (Bańka, 2002; Bierwiaczonek, 2018 za: Libura, 1990; Gnieciak, 2013). K. Nawratek (2008) uważa, że gdziekolwiek by nie przebywał człowiek, to w coraz większym stopniu określa go to, co może on ze sobą przenieść. Korzenie rozumienia miejsca tkwią w naszej biografii i doświadczeniach, w języku: „nasz dom”, „nasza ulica”, „nasze miasto”, „nasza okolica” (Dymnicka, 2011).

Miejscem rozumianym w perspektywie humanistycznej jako wynik społecznej aktywności człowieka czy społecznie wytworzona przestrzeń interesują się architektura, urbanistyka, antropologia kulturowa, psychologia środowiskowa, geografia humanistyczna, ekonomia i teoria organizacji biznesu (Wróbel, 2018). Miejsce jest przestrzenią istotną dla człowieka, przekształcaną przez przydawane jej znaczenia (Chmielewski, 2010). G. Böhme (2013) twierdzi, że krajobrazy, parki, miasta, budynki, a także ludzie i artefakty, w tym dzieła sztuki, oddziałują na nas poprzez swoją atmosferę. Wreszcie, miejsca mają wiele wymiarów i znaczeń dla ludzi, organizacji i instytucji, są skonstruowane i doświadczane jako materialne artefakty, sieci relacji społecznych oraz produkty dialektycznej gry różnych aktorów w procesach społecznych (Massey, 1995). Zestawienie tekstów definiujących problematykę znaczącego miejsca zawiera praca *Key Texts in Human Geography* (Hubbard, Kitchin, Valentine, 2008), a opracowanie *Key Thinkers on Space and Place* (Hubbard, Kitchin, Valentine, 2004) zawiera listę ponad 50 autorów, którzy wnieśli istotny wkład w rozwój koncepcji miejsca. Spojrzenie odmienne od geograficznych ilościowych metod definiowania przestrzeni, a oparte na indywidualnych doświadczeniach

i społecznych interakcjach, prezentują badacze tacy jak Yi-Fu Tuan (1974), E. Relph (1976) i A. Buttner (1980). M. Mendel (2017) w nurcie tzw. pedagogiki miejsca, która zakłada obligatoryjnie wychowującą rolę miejsca, traktuje je jako potencjalnie nośną kategorię, mogącą stymulować i wspierać wzory myślenia pedagogicznego.

Coraz większą część przestrzeni w świecie współczesnym zajmują nie-miejsca – przestrzenie pozbawione tożsamości, gdyż autostrada, hol hotelowy, hala lotniska są identyczne w różnych miastach, państwach, na różnych kontynentach (Glyda, 2013). W przestrzeni miast zjawisko braku powiązania z miejscem doprowadza coraz częściej do tworzenia się „miejsz bez duszy”, pustoszenia miejsc o walorach historycznych, kulturowych, położonych w ich centrach, zastępowania ich nie-miejscami w galeriach handlowych, hipermarketach. Nie-miejsca, *non-lieux*, miejsca negatywne – anonimowe, pozbawione tożsamości, wzmagające poczucie wykorzenienia i wyobcowania, są przestrzennymi znakami współczesnej duchowej pustki i egzystencjalnego wyalienowania (Augé, 2011). Zaproponowana przez M. Augé opozycja miejsca – nie-miejsce wspiera się na kilku wartościujących przeciwstawieniach: swojskie – obce, imienne – anonimowe, statyczne – dynamiczne, trwałe – efemeryczne, konkretne – ogólne itp. Nie-miejsca stają się terminem negatywnym. Różnice między miejscem a nie-miejscem polegają na tym, że w tym drugim żadne organiczne życie społeczne nie jest możliwe. Warunkiem kontraktu między osobą a nie-miejscem jest np. okazanie ważnego biletu (lotniczego, kolejowego, autobusowego itp.), posiadanie paszportu lub prawa jazdy, czy zaakceptowanie karty płatniczej przez terminal (Cwynar, 2017). Pedagodzy definiują i rozpatrują pojęcie „miejsca bez miejsca” w przedszkolu (Kurcińska, 2018) i domu dziecka (Kurzynoga, 2012).

Ze względu na brak wypracowanej jednolitej, interdyscyplinarnej metodologii, w przypadku pojęcia „przywiązania do miejsca” należy odnotować brak spójności definicyjnej, terminologicznej (Rychlewska, 2010). Pojęcia takie jak społeczne przywiązanie, zależność od miejsca, poczucie miejsca, poczucie wspólnoty, identyfikacja z miejscem, w dużej mierze tożsame, sprowadzają się do próby opisu emocjonalnego zaangażowania, więzi między jednostką a wspólnotą lokalną czy danym miejscem (Hidalgo, Hernández, 2001). Przywiązanie do miejsca analizowane jest zwykle z perspektywy różnic indywidualnych w nasileniu zróżnicowanych wymiarów poczucia miejsca (Mandal, Moroń, 2017), a najczęściej stosowaną metodą pomiaru przywiązania są narzędzia kwestionariuszowe (Hammit, Backlund, Bixler, 2006; Hernandez i in., 2007; Jorgensen, Stedman, 2006; Williams, Vaske, 2003). Takie ilościowe podejście trafnie odzwierciedla złożony, wielowymiarowy charakter przywiązania do miejsca, wynikający ze zróżnicowanych uwarunkowań (geograficznych, przyrodniczych, socjodemograficznych, społecznych). Nie daje jednak możliwości dokonywania pełnej analizy psychologicznych znaczeń związanych z przywiązaniem do miejsca (Mandal, Moroń, 2017), dlatego instrumentarium badawczym, pozwalającym na odkrywanie znaczeń nasycających poczucie bycia przywiązanym do miejsca, są przede wszystkim metody jakościowe (Stedman, 2003). W podejściu typologicznym do problematyki przywiązania do miejsca (Hay, 1998; Riger, Lavrakas, 1981; Shamai, 1991) mamy do czynienia ze swoistym uporządkowaniem jakościowych charakterystyk opisujących stosunek człowieka do miejsca. Tym samym uzyskujemy całościowy obraz specyfiki przywiązania, niemożliwy do uzyskania drogą pomiaru wybiórczych wymiarów poczucia miejsca (Mandal, Moroń, 2017). W literaturze przedmiotu wydziela się dwa wymiary przywiązania do miejsca: a) zakorzenienie, fizyczne przywiązanie (*rootedness, physical attachment*) do „własnej ziemi”, przekonanie, iż posiada ona unikatowe,

wysoko oceniane przez jednostkę cechy, oraz b) społeczne przywiązanie, więź (*social bonding, bonding*), czyli aprobująca świadomość przynależności do grupy, kult wspólnych wartości (Rychlewska, 2010). Należy również nadmienić, iż pojęć „przywiązanie do miejsca” oraz „identyfikacja z miejscem używa się w literaturze zamiennie lub rozłącznie. W tym drugim przypadku to różni te dwa określenia, to podkreślanie przewagi aspektu afektywnego, a nie jak w kontekście identyfikacji – dominującej roli komponentu poznawczego, pozwalającego na zbudowanie odrębnego obrazu siebie i miejsca od innych ludzi, wspólnot i obszarów (Knez, 2005).

Obok szerokiej grupy prac dotyczących działań marketingowych i wizerunku szkoły wyższej (Drapieńska, 2006; Iwankiewicz-Rak, 2004; Krzyżak, 2009; Stachura, 2006) osobny nurt stanowią prace dotyczące pochodzenia kandydatów na studia i procesu decyzyjnego prowadzącego do wyboru studiów (Borowiec, 2006; Gąsiorowska, 2004; Król, 2007). Silny związek między zadowoleniem studentów ze studiów a ich lojalnością oraz między lojalnością a skłonnością do rekomendacji uczelni potwierdzili na podstawie swoich badań P. Stach i J. Bąk (2009). Co istotne z punktu widzenia niniejszego opracowania, do ważnych zagadnień badacze zaliczają ustalanie przyczyn powstania konkretnego obrazu uczelni wśród studentów i pracowników.

Metodyka badań

Do określenia poziomu wiedzy społeczności akademickiej o uczelni wykorzystano metodę sondażu diagnostycznego. Badaniem objęto grupę 102 studentów i 47 pracowników naukowych Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. W przypadku grupy studenckiej wykorzystano technikę badawczą kwestionariusza ankiety, przeprowadzonej w gmachu głównym uniwersytetu, przy ul. Podchorążych 2. Kwestionariusz wypełnili wszyscy studenci z ankietowanej grupy. W przypadku grupy pracowników zastosowano kwestionariusz ankiety w formie formularza Google, do którego link umieszczony został w treści e-maila. Kwestionariusz, wysłany do 71 pracowników naukowych UP, wypełniło 66,2% odbiorców. Badanie aspektu poznawczego utożsamiania się z uczelnią obejmowało wiedzę respondentów w obrębie 14 zadanych pytań, w tym 13 pytań zamkniętych. Ankietę wśród studentów przeprowadzono od listopada 2019 do stycznia 2020 roku, a ankietę wśród pracowników – w lipcu 2020 roku. We wrześniu 2019 roku przeprowadzono wstępne badania ankietowe w celu weryfikacji poprawności kwestionariusza ankiety.

W grupie studenckiej 72% stanowiły kobiety. Średni wiek respondenta wynosił 22 lata. 19% stanowiły osoby pochodzące z Krakowa, 29% – osoby z innych miast i 60% osoby pochodzące ze wsi (tabela 1). W grupie pracowników, którzy wypełnili metryczkę kwestionariusza, 40% stanowiły kobiety, średni wiek respondenta wynosił 41 lat, 28% stanowiły osoby pochodzące z Krakowa, a odpowiednio 36% – osoby pochodzące z innych miast i ze wsi. Studenci I stopnia studiów reprezentowali kierunki: turystyka i rekreacja, geografia oraz turystyka historyczna i dziedzictwo kulturowe, natomiast II stopnia studiów – kierunek turystyka i rekreacja.

Zarówno w przypadku studentów, jak i pracowników 100% ankietowanych osób ponad $\frac{3}{4}$ zajęć prowadziło lub uczestniczyło w zajęciach w budynku przy ul. Podchorążych 2 w Krakowie.

Tabela 1. Badana grupa

	Grupa studencka						Pracownicy
	I lic. TIR	I lic. THiDK	III lic. TIR	III lic. GEO	II mgr TIR	łącznie	
Średni wiek	21	20	22	23	24	22	41
K/Mi/W	2/4/7	7/6/8	3/2/6	1/6/12	6/11/21	19/29/60	13/17/17
M/K/B	5/8	8/13	3/8	8/11	11/27	30/72	25/17/5

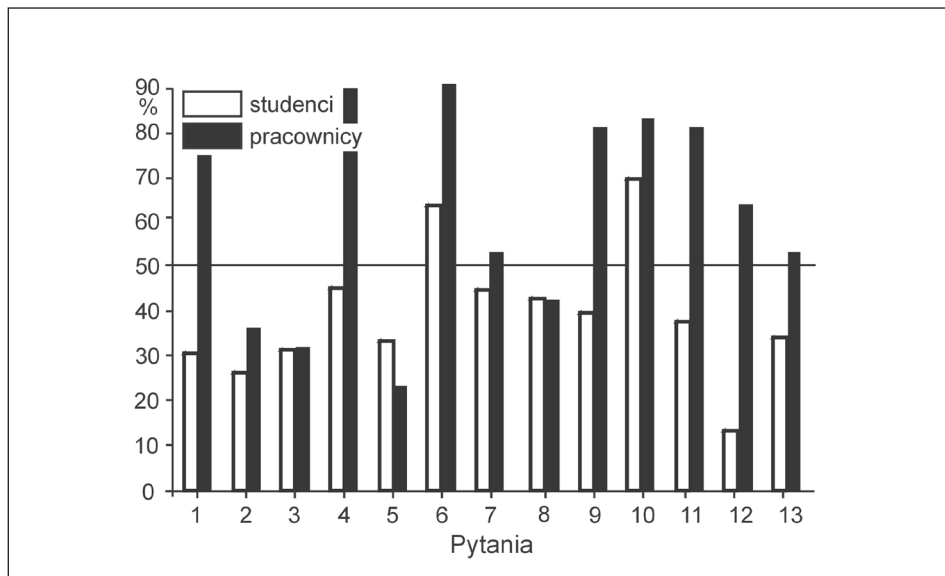
K – Kraków, Mi – miasto, W – wieś, M – mężczyzna, K – kobieta, B – brak odpowiedzi

Źródło: opracowanie własne

Komponent poznawczy w utożsamianiu się z uczelnią – wyniki badania ankietowego

We wstępnej ocenie obrazu wyników badania ankietowego (rycina 1, tabela 2) zauważalny jest niski odsetek prawidłowych odpowiedzi w grupie studenckiej. Jedynie w dwóch pytaniach stwierdzono ponad 50% prawidłowych odpowiedzi. Z kolei w grupie pracowników UP jedynie w przypadku sześciu pytań można mówić o wysokich odsetkach prawidłowych odpowiedzi (powyżej 70%). W całościowym obrazie odpowiedzi, na podstawie porównania 13 pytań zamkniętych, w dwóch przypadkach (pytania o tematyce historycznej) odnotowano nawet wyższe odsetki prawidłowych odpowiedzi w grupie studenckiej niż pracowniczej.

Rycina 1. Odsetek prawidłowych odpowiedzi w badaniu ankietowym komponentu poznawczego utożsamiania się z uczelnią w grupie studentów i pracowników UP



Źródło: opracowanie własne

Tabela 2. Procentowy udział prawidłowych odpowiedzi na pytania ankietowe

Pytanie	Udział prawidłowych odpowiedzi				
	I lic. TIR	I lic. THiDK	III lic. TIR	III lic. GEO	II mgr TIR
1.	23,1	42,9	27,3	38,6	23,7
2.	15,4	33,3	36,4	21,1	26,3
3.	46,2	28,6	27,3	15,8	39,5
4.	23,1	23,8	54,5	68,4	55,3
5.	38,5	42,9	45,5	5,3	34,2
6.	53,8	47,6	81,8	68,4	65,8
7.	84,6	19,0	45,5	42,1	31,6
8.	61,5	38,1	54,5	21,1	39,5
9.	46,2	47,6	27,3	31,6	44,7
10.	84,6	19,0	72,7	89,5	81,6
11.	30,8	23,8	72,7	36,8	23,7
12.	15,4	14,3	27,3	5,3	5,3
13.	38,5	4,8	45,5	47,4	34,2

Pogrubioną czcionką zapisano udziały powyżej 50% odpowiedzi.

Źródło: opracowanie własne

W pytaniu 1, dotyczącym przeszłości geologicznej rejonu ul. Podchorążych 2, prawidłową odpowiedź, iż u schyłku epoki lodowej (plejstocenu) teren ten porastała roślinność tundry i przypominał on dzisiejsze obszary za kołem podbiegunowym, w grupie studenckiej wskazała prawie 1/3 ankietowanych. W najczęściej udzielanej odpowiedzi studenci wskazali (33,8%) pokrycie terenu grubą warstwą lodu, a znacząca liczba odpowiedzi (30,7%) dotyczyła dna głębokiego morza, w którym żyły amonity, belemnity i gąbki. W grupie pracowniczej 3/4 respondentów udzieliło prawidłowej odpowiedzi.

W pytaniu 2 połowa badanych studentów udzieliła błędnej odpowiedzi, negując fakt, że pierwsi ludzie, którzy zasiedlili dzisiejsze wzgórze bł. Bronisławy (z Kopcem Kościuszki, 3 km od budynku UP przy ul. Podchorążych 2), wypatrywali mamutów, które zaganiali nad skarpy w ramach polowań. Ich kości oglądamy dziś wiszące na łańcuchach przed wejściem do Katedry Wawelskiej. Prawidłowej odpowiedzi, iż nie mogli budować przyciągającej dziś turystów gontyny ku czci Salwatora, udzieliło jedynie 26,5% ankietowanych studentów. W grupie pracowniczej aż 29,8% badanych wskazało wariant „nie wiem” i tylko 1/3 udzieliła odpowiedzi prawidłowej.

Zacytowany w pytaniu 3 fragment rozmowy z pierwszej połowy ubiegłego wieku, toczonej na krakowskim rynku: „Do Łobzowa? – szablę w szyni i jechać panie podchorąży” tylko zdaniem 31,5% studentów dotyczył budynku zwanego „Podchorążówką”, funkcjonującego od 1918 jako Szkoła Podchorążych Piechoty (Instytut Kadetów) w Łobzowie, ale obecnie nienależącego do UP. Pozostali ankietowani nie mieli świadomości, iż nazwa ulicy, przy której znajduje się główny gmach ich uczelni, związana jest z obiektem *vis à vis* wejścia do budynku Uniwersytetu Pedagogicznego przy ul. Podchorążych 2. Zaskakiwać może fakt, iż mniej niż 1/3 pracowników uczelni wskazała prawidłową odpowiedź na to pytanie.

Klubem sportowym, prawidłowo i najczęściej wskazywanym przez studentów (45%) i pracowników (89,4%), znajdującym się najbliżej budynku Uniwersytetu Pedagogicznego przy ul. Podchorążych 2, był Wawel.

Zaledwie co trzeci przedstawiciel badanej grupy studenckiej (33,2%) miał świadomość, że w bezpośredniej bliskości budynku UP nie jest zlokalizowany żaden kopiec (w pytaniu pojawił się kopiec Esterki u zbiegu ulic Głowackiego i Podchorążych, rozebrany przy okazji budowy obiektów sportowych klubu Wawel). Jeszcze niższy odsetek (23,4%) prawidłowych odpowiedzi odnotowano w kwestionariuszach pracowników.

W pytaniu 6, dotyczącym nazw ulic otaczających budynek UP przy ul. Podchorążych 2, 63,5% studentów i 91,5% pracowników nie wskazało prawidłowo nazwiska rektora uczelni urzędującego w okresie wypełniania ankiety.

W przybliżeniu połowa studentów i pracowników miała kłopot z rozszyfrowaniem roślinności przed głównym budynkiem uczelni (prawidłowych odpowiedzi udzieliło 44,6% studentów i 53,2% pracowników). Występowanie okazałych wiązków respondentzi tłumaczyli prawidłowo, czyli przebiegiem odcinka średniowiecznej młynówki, prowadzącej wody Rudawy do fosy miejskiej, lub nieprawidłowo (41,5%) linią granicy założenia parkowego pałacu w Bronowicach.

Rycinę w pytaniu 8, przedstawiającą rezydencję w formie ruin (pałac w Łobzowie), autorstwa Michała Stachowicza, prawidłowo rozpoznało niecałe 43% ankietowanych studentów i pracowników, wskazując, iż nie jest to obecna siedziba Wydziału Architektury Uniwersytetu Pedagogicznego.

W kolejnym pytaniu, dotyczącym instytucji, której imię nosi Uniwersytet Pedagogiczny (Komisja Edukacji Narodowej), większość studentów (59,5%) wskazała błędną odpowiedź, iż jest to ministerstwo odpowiedzialne w Polsce za naukę i szkolnictwo wyższe. Prawidłową odpowiedź, iż jest to pierwsza na ziemiach polskich świecka władza oświatowa, wskazało 8 na 10 pracowników IGUP (39,5% odpowiedzi studentów).

Najwyższy odsetek prawidłowych odpowiedzi w grupie studenckiej (69,5%) odnotowano w pytaniu dotyczącym bezpośrednio obecnej lokalizacji budynków Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie – na Osiedlu Stalowym (Nowa Huta) i ul. Podbrzezie (Kazimierz). W przypadku pracowników 17% ankietowanych udzieliło nieprawidłowej odpowiedzi na to pytanie.

W pytaniu 11, dotyczącym postaci ściśle związanej z uczelnią – prof. Wincentego Danką, największa grupa studentów (37,6%) wskazała prawidłowo, iż nie zajmował się on astronomią, matematyką i geodezją. Znacząca grupa studentów (34%) nie miała świadomości, iż postać, której imię nosi aula Uniwersytetu Pedagogicznego w budynku przy ul. Podchorążych 2, wykorzystując swoją pozycję w PZPR, przyczyniła się do zarzucenia planów likwidacji WSP i została jej rektorem. Wśród pracowników prawidłowo na to pytanie odpowiedziało 8 na 10 osób.

Kolejna postać, najczęściej wymieniana przez studenckich respondentów (56,1%) – Jerzy Owskiak, został błędnie wskazany jako osoba nieposiadająca tytułu doktora honoris causa Uniwersytetu Pedagogicznego. Prawidłową odpowiedź – Stanisław Lem – wskazało tylko 13,5% ankietowanych. Fakt wyróżnienia przez uniwersytet postaci związanej z WOŚP funkcjonuje natomiast w świadomości grupy pracowników UP (tylko 6,4% błędnych odpowiedzi), a po najczęściej wskazywanej prawidłowej odpowiedzi (63,8%) wskazywano błędny wariant – prezydenta Krakowa Jacka Majchrowskiego (14,9%).

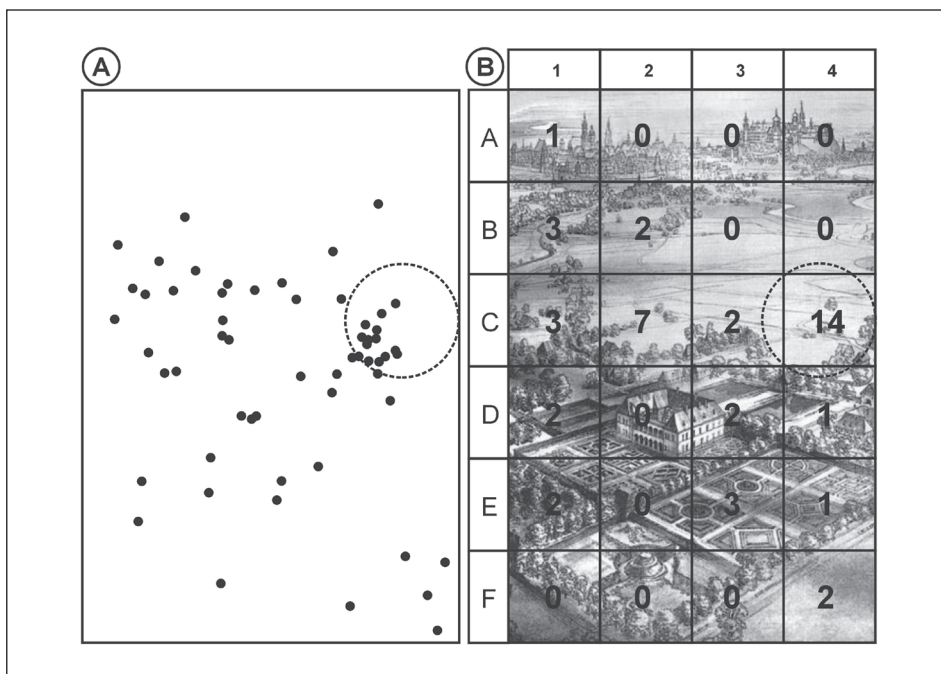
Przedostatnie pytanie dotyczyło funkcjonowania obiektów muzealnych na terenie gmachu głównego UP i najczęstszym (34%), prawidłowym wskazaniem było wśród studentów Muzeum Podręcznika. Podobny odsetek wskazań miała odpowiedź: Muzeum Ośrodka Dokumentacji Tadeusza Kantora (33,5%). Jedynie połowa pracowników IGUP

potrafiła prawidłowo wskazać obiekt muzealny znajdujący się w gmachu, w którym prowadzi ponad 75% wszystkich swoich zajęć ze studentami, korzysta z usług pracowników administracyjnych oraz w którym znajdują się pokoje pracownicze.

W ostatnim pytaniu, opartym na rekonstrukcji założenia pałacowego w Łobzowie, prawidłową współczesną lokalizację głównego gmachu UP wskazało 29,8% pracowników (rycina 2). W grupie studenckiej tylko 58% respondentów podjęło się wskazania lokalizacji budynku, z czego 29% zlokalizowało go prawidłowo. Wskazówki kierunkowe w postaci lokalizacji Wawelu, zabudowy starego miasta, pałacu w Łobzowie i kopca Esterki okazały się niewystarczające, co znajduje potwierdzenie we wnioskach z pozostałych pytań, w których pojawiają się te obiekty.

Materiał statystyczny zebrany z metryczki kwestionariusza ankiety pozwolił na próbę odpowiedzi na pytanie, czy kierunek i stopień studiów oraz pochodzenie, staż pracy i miejsce ukończenia studiów przez pracowników miały wpływ na odsetek prawidłowych odpowiedzi. W grupie studenckiej nie wykazano ścisłej zależności liczby poprawnych odpowiedzi i okresu, w którym ankietowani mają kontakt z uniwersytetem (tabela 3). Tylko w jednym pytaniu, dotyczącym lokalizacji budynków Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie, najwyższym wskaźnikiem poprawnych odpowiedzi wykazali się studenci II roku studiów uzupełniających magisterskich. Może to wynikać z faktu, iż wśród studentów II roku studiów magisterskich znajdowały się osoby, które w ramach I stopnia studiów nie miały kontaktu z Uniwersytetem Pedagogicznym. Porównanie odpowiedzi studentów I i III roku studiów licencjackich pokazuje, że tylko w 6 przypadkach osoby przebywające

Rycina 2. Wskazania współczesnej lokalizacji gmachu głównego UP w grupie studenckiej (A) i pracowniczej (B) na tle rekonstrukcji założenia pałacowego w Łobzowie



Źródło: opracowanie własne

3 lata w budynku głównym UP wykazały się wyższymi odsetkami prawidłowych odpowiedzi niż studiujące w nim mniej niż jeden pełen rok akademicki. Największe różnice w tych dwóch grupach odnotowano w pytaniach dotyczących topografii uczelni i jej okolicy (obiekt sportowy, obiekt muzealny, aula). W przypadku ankietowanej grupy pracowników staż pracy nie okazał się czynnikiem istotnym w liczbie udzielonych prawidłowych odpowiedzi (tabela 3). Tylko w jednym przypadku, dotyczącym sportowego otoczenia głównego gmachu UP różnica na korzyść osób z dłuższym okresem zatrudnienia wyniosła ponad 20%. Podobny brak zależności wystąpił w przypadku obrazu wyników ankiety w podziale na absolwentów UP i pozostałe osoby. Tylko w połowie pytań pierwsza grupa wskazała więcej prawidłowych odpowiedzi i były to pytania dotyczące przeszłości geologicznej i historycznej rejonu gmachu uczelni.

Tabela 3. Procentowy udział prawidłowych odpowiedzi pracowników i studentów na pytania ankietowe w zależności od miejsca ukończenia studiów, pochodzenia i stażu pracy

Nr	Studia I, II lub III UP		Staż pracy		Poziom studiów			Pochodzenie			
	tak	nie	1-5 lat	6 lat i w.	I lic.	III lic.	II mgr	studentów		pracowników	
								KrK	inne	KrK	inne
1.	90,9	60	64,7	80,5	33	32,1	23,7	61,5	79,4	26,3	25,3
2.	40,9	32	47,1	30,5	24,4	28,7	26,3	30,8	35,3	15,8	24,1
3.	18,2	44	35,3	27,8	37,4	21,5	39,5	30,8	29,4	36,8	24,1
4.	95,5	84	70,6	100,0	23,4	61,5	55,3	84,6	88,2	36,8	43,4
5.	22,7	24	17,6	25,0	40,7	25,4	34,2	23,1	23,5	31,6	33,7
6.	90,9	92	88,2	93,0	50,7	75,1	65,8	84,6	91,2	84,2	50,6
7.	63,6	44	47,1	55,6	51,8	43,8	31,6	46,2	52,9	52,6	28,9
8.	90,9	60	52,9	40,3	49,8	37,8	39,5	38,5	41,2	57,9	30,1
9.	40,9	32	82,4	77,8	46,9	29,4	44,7	92,3	76,5	57,9	31,3
10.	18,2	44	82,4	84,8	51,8	81,1	81,6	69,2	85,3	63,2	83,1
11.	95,5	84	82,4	79,6	27,3	54,8	23,7	69,2	82,4	31,6	26,5
12.	22,7	24	52,9	69,5	14,8	16,3	5,3	53,8	67,6	10,5	4,8
13.	90,9	92	64,7	47,2	21,6	46,4	34,2	53,8	50,0	47,4	27,7

Pogrubioną czcionką zapisano wyższy odsetek.

Źródło: opracowanie własne

Znaczące różnice w liczbie prawidłowych odpowiedzi zanotowano natomiast pomiędzy ankietowanymi studentami z terenu Krakowa a studentami pochodzącymi z innych miejscowości (tabela 3). Ci pierwsi wykazali się lepszą znajomością nazw ulic, terenów zielonych, obiektów hydrotechnicznych i obiektów historycznych. Fakt pochodzenia nie był natomiast istotnym elementem w przypadku prawidłowych odpowiedzi udzielonych przez pracowników.

Zakończenie

Wyników badania ankietowego, przeprowadzonego na grupie studentów i pracowników IG UP w Krakowie, nie można odnosić do całej społeczności akademickiej uczelni. Mają one charakter eksploracyjny. Świadczą one o ograniczonej wiedzy studentów o uczelni, w której uczęszczają na zajęcia, nie wskazują na przywiązanie do miejsca. W przypadku pracowników UP prawidłowe odpowiedzi przeważały jedynie w pytaniach opierających się na informacjach praktycznych, organizacyjnych, proceduralnych, w przeciwieństwie do tych, które dotyczyły historii i aktualnych wydarzeń związanych z Uniwersytetem Pedagogicznym w Krakowie. Na podstawie komponentu poznawczego, pamiętając, że jest to tylko jeden z wielu aspektów identyfikacji z miejscem, można wysunąć wniosek o postrzeganiu uczelni przez społeczność akademicką jako anonimowego nie-miejsca, nieposiadającego głębszych symbolicznych i społecznych znaczeń. Przykładowo, 2/3 studentów i 2/3 pracowników nie miało świadomości, iż nazwa ulicy, przy której znajduje się główny gmach ich uczelni, związana jest z obiektem znajdującym się *vis à vis* wejścia do tego budynku. Przedstawiciele obu grup w większości przypadków nie posiadali też wiedzy o kopcu Esterki, który był zlokalizowany w najbliższym sąsiedztwie miejsca ich studiowania i pracy, podobnie jak nieodległy rejon Salwatora z gontyną i kościołem św. Salwatora. Dla 2/3 studentów i 2/3 pracowników budynek pałacu w Łobzowie, należący obecnie do Politechniki Krakowskiej, jest obiektem nieodkrytym lub funkcjonującym w świadomości jako budynek należący do Uniwersytetu Pedagogicznego. Połowa respondentów miała problem z określeniem przebiegu słynnej Młynówki Królewskiej przed gmachem głównym UP i odnalezieniem na jego terenie obiektu muzealnego.

Obraz nieprawidłowych odpowiedzi społeczności studenckiej UP wpisuje się we wnioski wynikające z obserwacji poczynionej na różnych płaszczyznach życia akademickiego studentów Uniwersytetu Mikołaja Kopernika (Majchrzak, 2013). Potwierdza się tym samym model szkoły wyższej jako przedsiębiorstwa usługowego, gdzie przyjmuje się, że student to klient, a szkoła wyższa – przedsiębiorstwo usługowe. Zasadna wydaje się próba zatrzymania procesu, w którym budynki uczelni, podobnie jak współczesne lotniska czy hotele, stają się w studenckich doświadczeniach z uczelnią bardzo podobne do siebie. To ujednoczenie odbywa się za cenę rezygnacji z tożsamości.

Wspomnienia związane z miejscem mają różny wydźwięk dla każdego z nas – osobisty, emocjonalny, społeczny, ekonomiczny, jednak nigdy nie pozostajemy obojętni względem nich, co jest rezultatem nakładania się wielu różnych czynników (społecznych, fizycznych, historycznych, administracyjnych) (Rychlewska, 2010). Tematyka przywiązania do miejsca wymaga dalszych szczegółowych badań, opartych na analizie komponentów innych niż komponent poznawczy. W przywiązaniu do miejsca obok wymiaru poznawczego dużą rolę odgrywają również wymiary afektywny i behawioralny. Więż nie jest bowiem tylko funkcją dokładności poznania miejsca, rozległości wiedzy oraz intensywności przekonań. Takie wieloaspektowe badania umożliwią odpowiedź na pytanie, czy na liście nie-miejsc we współczesnych dyskusjach nad przestrzenią, obok lotnisk, banków, sieciowych supermarketów i hoteli, znajdują się uniwersytety.

Literatura

References

- Augé, M. (2011). *Nie-miejsca. Wprowadzenie do antropologii hipernowoczesności*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Bańka, A. (2002). *Społeczna psychologia środowiskowa*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Bielska, B., Magoń, A., Szczepaniak, P. (2015). Czy studenci Uniwersytetu Mikołaja Kopernika utożsamiają się ze swoją uczelnią?. Zespół Realizacji Badań Pryzmat Instytutu Socjologii. Pozyskano z: http://www.home.umk.pl/~pryzmat/images/dokumenty/bielska_magon_szczepaniak_2015_tozsamosc_umk.pdf
- Bierwiazczonek, K. (2018). Miejsca i nie-miejsca w perspektywie badań nad przestrzeniami publicznymi polskich miast. *Acta Universitatis Lodzensis Folia Sociologica*, 64, 55–70.
- Borowiec, M. (2006). Pochodzenie terytorialne studentów Akademii Pedagogicznej w Krakowie. *Idee i praktyczny uniwersalizm geografii, Dokumentacja Geograficzna*, 33, 16–20.
- Böhme, G. (2002). *Filozofia i estetyka przyrody w dobie kryzysu środowiska naturalnego*. Warszawa: Oficyna Naukowa.
- Buttimer, A., Seamon, D. (1980). *The human experience of place and space*. Londyn: Croom Helm Publishers.
- Chmielewski, J.M. (2010). *Teoria urbanistyki w projektowaniu i planowaniu miast*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza Politechniki Warszawskiej.
- Cwynar, A. (2017). Stacja benzynowa jako miejsce antropologiczne. *Quart*, 1–2, 94–107.
- Drapińska, A. (2006). Kierunki działań marketingowych w szkole wyższej. *Marketing i rynek*, 12, 11–16.
- Dymnicka, M. (2011). Od miejsca do nie-miejsca. *Folia Sociologica*, 36, 35–52.
- Fabiszak, M., Brzezińska A. (2018). *Cmentarz. Park. Podwórko. Poznańskie przestrzenie pamięci*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Gąsiorowska, A. (2004). *Analiza procesu decyzyjnego kandydatów na studia na Politechnice Wrocławskiej*. Wrocław.
- Głyda, B. (2013). Miejski turysta – przyglądając się pustce. *Turystyka Kulturowa*, 11, 48–60.
- Gniewiak, M. (2013). Przestrzeń w narracjach osobistych i eksperckich. W: K. Wódcz (red.), *Zapomniane miejsca, zapomniani ludzie. Restrukturyzacja ekonomiczna a zmiana kulturowa*. Katowice: Wydawnictwo Śląsk.
- Hammit, W.E., Backlund, E.A., Bixler, R.D. (2006). Place bonding for recreation places: Conceptual and empirical development. *Leisure Studies*, 25, 17–41.
- Hay, R. (1998). Sense of place in developmental context. *Journal of Environmental Psychology*, 18, 5–29.
- Hernandez, B., Hidalgo, M. C., Salazar-Laplace, M. E., Hess, S. (2007). Place attachment and place identity in natives and non-natives. *Journal of Environmental Psychology*, 27, 309–319.
- Hidalgo, M.C., Hernández, B. (2001). Place attachment: Conceptual and empirical questions. *Journal of Environmental Psychology*, 21, 273–281.
- Hubbard, P., Kitchin, R., Valentine, G. (2008). *Key Texts in Human Geography*. London.
- Hubbard, P., Kitchin, R., Valentine, G. (2004). *Key Thinkers on Space and Place*. London.
- Iwankiewicz-Rak, B. (2004). Zarządzanie marketingowe szkołą wyższą. W: G. Nowaczyk, M. Kolasiński (red.), *Marketing szkół wyższych*. Poznań: Wyższa Szkoła Bankowa.
- Jorgensen, B.S., Stedman, R.C. (2006). A comparative analysis of predictors of sense of place dimensions: Attachment to, dependence on, and identification with lakeshore properties. *Journal of Environmental Management*, 79, 316–327.
- Karpińska, E. (2007). Food court jako nie-miejsce. *Łódzkie Studia Etnograficzne*, 46.
- Knasińska-Falbińska, K. (2014). Student – klient na współczesnym uniwersytecie. *Pedagogika Szkoły Wyższej*, 1, 94–104.
- Knez, I. (2005). Attachment and identity as related to a place and its perceived climate. *Journal of Environmental Psychology*, 25, 203–233.

- Król, A. (2007). Motywy wyboru studiów geograficznych przez studentów Akademii Świętokrzyskiej. *Nauki Geograficzne w Badaniach Regionalnych*, 4, 15–22.
- Krzyżak, M. (2009). Istota i potrzeba budowania wizerunku uczelni. *Zeszyty Naukowe WSOWL*, 2, 119–126.
- Kurcińska, L. (2018). Heterotopia przedszkola, o nie-miejscu w miejscu. *Forum Pedagogiczne*, 2, 257–266.
- Kurzynoga, M. (2012). Heterotopia domu dziecka, czyli o miejscu bez miejsca. *Teraźniejszość – Człowiek – Edukacja: kwartalnik myśli społeczno-pedagogicznej*, 4(60), 87–95.
- Lewicka, M. (2012). *Psychologia miejsca*. Warszawa: Scholar.
- Libura, H. (1990). *Percepcja przestrzeni miejskiej*. Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego.
- Majchrzak, K. (2013). Gra miejska, Studenci UMK wobec miejsc (nie)pamięci. *Dyskursy Młodych Andragogów*, 14, 133–147.
- Majchrzak-Ptak, K. (2019). Proces uczenia się własnych miejsc (pamięci) w świetle projektu „Studenci wobec miejsc (nie)pamięci UMK?”. W: M. Mendel, W. Theiss (red.), *Pamięć i miejsce. Perspektywa społeczno-edukacyjna*. Gdańsk: Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego.
- Mandal, A., Moroń, M. (2017). Skala typów przywiązania do miejsca według typologii Davida M. Hummona (1992): ustrukturyzowana jakościowa metoda badania przywiązania do miejsca zamieszkania. *Psychologia Społeczna*, tom 12, 2(41), 185–204.
- Massey, D. (1995). The Conceptualization of place. A Place in the World? W: D. Massey, P. Jess (red.), *Place, Culture and Globalization*. Oxford: Oxford University Press.
- Melosik, Z. (2002). *Uniwersytet i społeczeństwo. Dyskursy wolności, wiedzy i władzy*. Poznań: Wolumin.
- Mendel, M. (2017). *Pedagogika miejsca wspólnego: miasto i szkoła*. Gdańsk: Wydawnictwo Naukowe Katedra.
- Nawratek, K. (2008). *Miasto jako idea polityczna*. Kraków: Korporacja Ha!art.
- Paprzyca, K. (2015). Miejsca – nie-miejsca w przestrzeniach małych miasteczek. *Przestrzeń i forma*, 23(2), 9–18.
- Relph, E. (1976). *Place and Placelessness*. London: Pion.
- Riger, S., Lavrakas, P.J. (1981). Community ties: Patterns of attachment and social interaction in urban neighborhoods. *American Journal of Community Psychology*, 9, 55–66.
- Rychlewska, P. (2010; 2021, 15 marca). Psychospołeczne więzi z miejscem zamieszkania mieszkańców warszawskiego Młynowa i podwarszawskiego Pomiechówka. *Kultura i Historia*, 17. Pozyskano z: <http://www.kulturaihistoria.umcs.lublin.pl/archives/1834>
- Shamai, S. (1991). Sense of place: An empirical measurement. *Geoforum*, 22, 347–358.
- Stach, P., Bąk, J. (2009). Na ścieżkach zadowolenia i lojalności – poszukiwanie modelu w kontekście uczelni. *Marketing i Rynek*, 4, 20–25.
- Stachura, E. (2006). Elementy wizerunku szkoły wyższej. W: G. Nowaczyk, P. Lisiecki (red.), *Marketingowe zarządzanie szkołą wyższą*. Poznań: Wyższa Szkoła Bankowa.
- Stedman, R.C. (2003). Sense of place and forest science: Toward a program of quantitative research. *Forest Science*, 49, 822–829.
- Tuan, Yi-Fu (1974). *Topophilia: A Study of Environmental Attitudes and Values*. New York: Columbia University Press.
- Urry, J. (2007). *Spojrzenie turysty*. Warszawa: PWN.
- Williams, D.R., Vaske, J.J. (2003). The measurement of place attachment: Validity and generalizability of a psychometric approach. *Forest Science*, 49, 830–840.
- Wróbel, P. (2018). Lotnisko – miejsce czy nie-miejsce? Wartości architektoniczno-przestrzenne, symboliczne i społeczne zespołów zabudowy portów lotniczych w kontekście idei Airport City i Aerotropolis. *Zeszyty Naukowe Uczelni Vistula*, 61(4), 36–39.

Witold Warcholik, dr nauk o Ziemi, Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Instytut Geografii, Katedra Turystyki i Badań Regionalnych. Wykładowca akademicki, autor publikacji z zakresu turystyki, geomorfologii, kartografii i GIS. Miłośnik Krakowa i Beskidu Niskiego, licencjonowany

przewodnik miejski i OPN, pilot wycieczek, instruktor turystyki kwalifikowanej, questingu, a w czasie wolnym maratończyk, entuzjasta turystyki górskiej i fotografii.

Witold Warcholik, PhD in Earth Sciences, geodetic engineer, currently employed in the Department of Tourism and Regional Studies at the Pedagogical University of Krakow. Author of several publications on tourism, geomorphology, cartography and GIS, an avid Krakow fan, licensed Krakow city and OPN guide, a tour guide, marathon runner, mountaineering enthusiast and a photographer.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3413-582X>

Adres/Address:

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie
Instytut Geografii
Katedra Turystyki i Badań Regionalnych
ul. Podchorążych 2
30-084 Kraków, Poland
e-mail: witold.warcholik@up.krakow.pl

ANNA MAZURKIEWICZ

Uniwersytet Rzeszowski, Polska ■ University of Rzeszów, Poland

Młode osoby a sytuacja na rynku pracy w województwie podkarpackim

Young people and the situation on the labour market in the Podkarpackie Voivodeship (Poland)

Streszczenie: Wobec młodych osób, dokonujących tranzycji z systemu edukacji do rynku pracy, odnotowuje się mniej korzystne wartości wskaźników zatrudnienia i stopy bezrobocia niż w odniesieniu do osób niemłodych. Wynika to zwłaszcza z braku doświadczenia, ogólnych umiejętności i specjalistycznej wiedzy, co sprawia, że osoby te są mniej atrakcyjnymi pracownikami. Celem artykułu jest diagnoza i ocena sytuacji młodych osób na rynku pracy w województwie podkarpackim. Realizacja przyjętego celu wymagała analizy literatury przedmiotu oraz danych statystycznych. Przeprowadzono również własne badania empiryczne, stanowiące uzupełnienie zasadniczych rozważań. Wyniki przeprowadzonych badań wskazują na zdecydowanie gorszą sytuację młodych osób na rynku pracy w województwie podkarpackim w porównaniu z sytuacją nie tylko pozostałych grup, lecz również pozostałych województw. Jednocześnie, biorąc pod uwagę wymagania regionalnego rynku pracy, badane młode osoby nie oceniły wysoko swoich przedsiębiorczych umiejętności i motywacji do podjęcia działania. Wśród rekomendowanych rozwiązań przyczyniających się do poprawy sytuacji charakteryzowanej grupy wymieniły należy szkolenia, obejmujące treści zgłaszane przez pracodawców, monitoring losów absolwentów w celu dostosowania programu kształcenia do potrzeb rynku pracy oraz wsparcie udzielane młodym pracownikom przez przełożonych.

Abstract: The employment and unemployment rates are less favourable for young people who make a transition from the education system to the labour market than for non-young people. It is the lack of experience, general skills and specialised knowledge which makes them less attractive as employees. The aim of the study is to diagnose and assess the situation of young people on the labour market in the Podkarpackie Voivodeship (Poland). The literature review and analysis of the statistical data were used to achieve the goal. Own empirical research was also carried out, complementing the basic considerations. The results of the conducted research definitely indicate a worse situation of young people on the labour market in the Podkarpackie Voivodeship compared to the situation not only of other groups, but also compared to other voivodeships. At the same time, the surveyed young people do not satisfyingly assess their entrepreneurial skills and motivation of needs, taking into account the requirements of the

regional labour market. Among the recommended solutions contributing to the improvement of the situation of the characterised group, one should mention training, including the content reported by employers, monitoring the fate of graduates in order to adapt the education program to the needs of the labour market, as well as support provided to young employees by their superiors.

Słowa kluczowe: młode osoby; NEET; rynek pracy; województwo podkarpackie

Keywords: labour market; NEET; Podkarpackie Voivodeship; young people

Otrzymano: 30 grudnia 2020

Received: 30 December 2020

Zaakceptowano: 14 maja 2021

Accepted: 14 May 2021

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Mazurkiewicz, A. (2021). Młode osoby a sytuacja na rynku pracy w województwie podkarpackim. *Przedsiębiorczość – Edukacja* [Entrepreneurship – Education], 17(1), 49–64. <https://doi.org/10.24917/20833296.171.4>

Wstęp

Młode osoby stanowią specyficzną grupę społeczną, gdyż dokonują przejścia z systemu edukacji do życia zawodowego. Ten etap życia jednostki, określanej jako „wyłaniająca się dorosłość”, cechuje m.in. brak wykrystalizowania poczucia tożsamości czy wzmożone eksperymentowanie na rynku pracy (Bańka, 2007). Następują w nim istotne zmiany w życiu człowieka. Wyzwaniami są zwłaszcza: poszukiwanie pracy, sprecyzowanie pożądanej ścieżki kariery zawodowej, odkrywanie oczekiwań w nowej roli – roli zawodowej (MacKenzie Davey, Arnold, 2000). Podjęcie pierwszej stałej pracy oddziałuje na dalszą aktywność zawodową jednostki – rozwój zawodowy, karierę, a także na jej rozwój osobowy i życie rodzinne (Wiatrowski, 2009). Ma również znaczenie dla przedsiębiorczości jednostki, jej otwartości na nowe doświadczenia oraz zdolności do samozatrudnienia (Bańka, 2007).

Sytuacja młodych osób na rynku pracy stanowi przedmiot zainteresowania zarówno przedstawicieli nauki, jak i praktyki. Potrzeba rozpatrywania tego zjawiska istnieje ze względu na zdecydowanie mniej korzystne wartości wskaźników dotyczących rynku pracy dla charakteryzowanej grupy w porównaniu z wynikami dla populacji. Stąd jako cel artykułu przyjęto diagnozę i ocenę sytuacji młodych osób na rynku pracy w województwie podkarpackim. W opracowaniu poszukiwano zwłaszcza odpowiedzi na następujące pytania:

1. Jaka jest sytuacja młodych osób na rynku pracy w województwie podkarpackim w porównaniu z sytuacją osób starszych od nich?
2. Jaka jest sytuacja młodych osób na podkarpackim rynku pracy w porównaniu z sytuacją młodych osób na rynku pracy w pozostałych województwach?

Aby zrealizować cel pracy, przeprowadzono analizę literatury przedmiotu, skorzystano z metody analizy danych statystycznych dotyczących lat 2006–2019 (w określonych przypadkach z innego okresu, co było uzasadnione dostępnością danych). Głównymi źródłami informacji statystycznej były bazy danych i opracowania Głównego Urzędu Statystycznego, w tym BEAL, Urzędu Statystycznego w Rzeszowie, informacje Wojewódzkiego

Urzędu Pracy w Rzeszowie oraz Eurostat. Przeprowadzono również własne badania empiryczne, stanowiące uzupełnienie zasadniczych rozważań, których wyniki poddano analizie jakościowej.

Pojęcie młodych osób

Pojęcie młodych osób jest kategorią niejednorodną. Problem ten przekłada się na różne określanie granic wieku, co stwarza implikacje dla dalszych badań. Osoby do 24 roku życia określane są jako młodzież. W tym ujęciu stanowią one:

- kategorię demograficzną, dla której granice wieku określone są przez wiek właściwy dla końca szkoły podstawowej, z drugiej strony dla szkoły wyższej i zamykający okres eksploracji zawodowej (15–24 lata),
- kategorię kształcenia, według której młodzież tworzą uczniowie i studenci szkół dziennych (15–24 lata),
- kategorię zatrudnienia, zgodnie z którą młodzież to osoby w wieku 18–24 lata, aktywne zawodowo (tzn. pracujące lub bezrobotne) (Broszkiewicz, 2010).

Progi wieku stanowią podstawę do określenia grupy młodych osób w kontekście rynku pracy. Główny Urząd Statystyczny definiuje tę grupę jako ludność w przedziale 15–34 lata. Tak szerokie ramy wieku powodują niejednorodność i zróżnicowanie grupy nie tylko ze względu na wiek, lecz również ze względu na poziom zdobytego wykształcenia i kontynuowanej edukacji. Część młodych osób aktywizuje się zawodowo podczas praktyk szkolnych, część wchodzi w pełni na rynek pracy po ukończeniu szkoły zawodowej lub średniej, część kontynuuje naukę w szkole wyższej (GUS, 2010). We wskazanej grupie wraz z wiekiem zwiększa się odsetek osób aktywnych zawodowo i zatrudnionych, maleje natomiast udział osób bezrobotnych.

W statystykach powiatowych urzędów pracy kategoria młodych osób odnosi się do osób w wieku od 18 roku życia (wiek uzyskania pełnej zdolności do czynności prawnych) do 30 roku życia (w tym do 25 roku życia – granica ta dotyczy zwłaszcza uczniów i studentów, natomiast wiek 25–30 lat – osób pracujących zawodowo). Z kolei dane dotyczące sytuacji młodych osób na rynku pracy publikowane przez Eurostat obejmują grupę osób w wieku 15–24 lata lub szerzej: 15–29 lat.

W niniejszym opracowaniu przyjęto, że młode osoby należą do grupy wiekowej 15–29 lat. Podkreśla się, że osoby w wieku 30–39 lat stanowią już silną rynkowo kategorię pracobiorców i ich sytuacja na rynku pracy jest korzystniejsza niż sytuacja osób młodszych (Pańków, 2012). Sprecyzowane wyżej granice wiekowe dla grupy młodych osób świadczą o wydłużającym się okresie „dochodzenia do niezależności ekonomicznej i samodzielnego pełnienia ról społecznych” (Broszkiewicz, 2010: 51).

Przyczyny i konsekwencje trudności młodych osób na rynku pracy – wyniki badań międzynarodowych

Sytuacja młodych osób na rynku pracy nie jest korzystna; najdobitniej odzwierciedla ją określenie ich mianem straconego pokolenia (*lost generation*) (FutureLab Europe, 2013). Wobec tej grupy odnotowuje się niskie wskaźniki zatrudnienia i wysokie wskaźniki stopy bezrobocia. Wśród podstawowych przyczyn mniej korzystnej sytuacji młodych osób na rynku pracy wobec ogólnej sytuacji należy wskazać przede wszystkim brak doświadczenia,

specjalistycznej wiedzy (Braziene, Merkys, Mikutaviciene, 2014) oraz umiejętności ogólnych (Bell, Blanchflower, 2011a), co powoduje, że osoby te są mniej atrakcyjnymi pracownikami z perspektywy pracodawców. Ponadto osoby te wchodzą na rynek pracy po raz pierwszy, stąd ich pozycja jest znacznie mniej korzystna w porównaniu z osobami aktywnymi na tym rynku – zatrudnionymi lub zmieniającymi pracę (Rybicka, 2014). Ze względu na niewielkie doświadczenie zawodowe młode osoby mają nie tylko mniejsze szanse na znalezienie pracy – również ich zatrudnienie odbywa się często na mało korzystnych warunkach (Komisja Europejska, 2020). Uzasadnieniem większego odsetka bezrobotnych wśród młodych osób niż wśród dorosłych mogą być: z perspektywy pracodawcy – konieczność poniesienia zbyt dużych kosztów na przygotowanie tych osób do pracy, nieadekwatna do późniejszych korzyści, a także problemy finansowe przedsiębiorstw prowadzące do zwolnienia w pierwszej kolejności młodych pracowników (Bell, Blanchflower, 2011a). Również niekorzystna sytuacja makroekonomiczna przyczynia się do redukcji zatrudnienia przede wszystkim w tej grupie pracowników (Komisja Europejska, 2020).

Rozbieżność między posiadanymi umiejętnościami a wymaganiami stanowiska pracy oraz wygórowane ambicje i oczekiwania dotyczące warunków pracy stanowią kolejne przesłanki niższych wartości wskaźników zatrudnienia młodych osób. Do ich mniejszej aktywności może przyczyniać się również brak wiedzy o możliwościach poszukiwania pracy, brak wystarczających środków finansów umożliwiających przetrwanie tego okresu, a także brak wsparcia ze strony najbliższych (Jakimiuk, 2017).

Kształtowanie się sytuacji na rynku pracy może prowadzić do rezygnacji przez młode osoby z jakichkolwiek starań mających na celu pozyskanie lub rozwój kwalifikacji czy też zdobycie zatrudnienia. Taka sytuacja zwiększa prawdopodobieństwo wejścia do grupy NEET (ang. *not in employment, education or training*) – młodych osób, które nie są aktywne na rynku pracy, nie uczestniczą w kształceniu formalnym czy w szkoleniach podnoszących ich kwalifikacje zawodowe. Ze względu na znaczący odsetek należących do tej grupy, zjawisko NEET stało się jednym z ważniejszych problemów społecznych (Krause, 2016).

Trudna sytuacja na rynku pracy ma liczne konsekwencje zarówno dla społeczeństwa, jak i dla młodej osoby oraz jej rodziny. Bezrobocie na początkowym etapie kariery, zwłaszcza długotrwałe, oddziałuje na jej rozwój (Barone, Schizzerotto, 2011). Brak pewności oraz stabilności zatrudnienia uniemożliwia młodym osobom planowanie życia osobistego (Jakimiuk, 2017) oraz staje się powodem pogorszenia sytuacji finansowej (Rybicka, 2014). Bezrobocie powoduje marginalizację społeczną, staje się przyczyną frustracji oraz różnych patologii (Rybicka, 2014), które nasilają się wraz z czasem. Do pozostałych konsekwencji społecznych można zaliczyć m.in.: zahamowanie rozwoju kluczowych cech zwiększających szanse na zatrudnienie (kompetencji miękkich, w tym motywacji, zarządzania czasem i umiejętności komunikowania się), pogorszenie perspektyw demograficznych (opóźnianie decyzji o założeniu rodziny i odwlekanie momentu posiadania dzieci, rezygnację z udziału w społeczeństwie obywatelskim, w tym niższy poziom zaangażowania politycznego, nasilenie emigracji, utratę zdolności socjalnej do adaptacji pracowniczkiej, zwiększone prawdopodobieństwo angażowania się w aspołeczne zachowania, narastanie napięć i konfliktów z najbliższym otoczeniem, nasilenie przestępczości, zagrożenie bezdomnością, wzrost liczby samobójstw, wcześniejszą umieralność.

Poziom wskaźników zatrudnienia i bezrobocia młodych osób stanowi także konsekwencję sytuacji makroekonomicznej, która jednocześnie oddziałuje na wysokość ich wynagrodzenia w przyszłości (Genda, Kondo, Ohta, 2010), zagrożenie ubóstwem

i wykluczeniem społecznym (Gallie, Paugam, 2000; Mroz, Savage, 2006) oraz na stan zdrowia fizycznego i psychicznego (Blanchflower, 2010). Długoterminowe skutki negatywnych makroekonomicznych uwarunkowań są charakterystyczne dla młodych osób (Bell, Blanchflower, 2011b; Blanchflower, Oswald, 2011), gdyż grupa ta jest bardziej podatna na negatywne zmiany na rynku pracy (Koptiew, 2014).

Aktywność ekonomiczna młodych osób w województwie podkarpackim

Zawodową sytuację młodych osób kształtuje w dużym stopniu specyfika regionalnego rynku pracy. Województwo podkarpackie cechuje stosunkowo młody wiek ludności (w 2019 r. mediana wieku wyniosła 40,3 lat, tj. rok mniej niż dla kraju) oraz kształtujący się korzystniej niż przeciętnie w kraju przyrost naturalny – w pierwszym półroczu 2020 r. wyniósł on $-0,2$ na 1 tys. ludności wobec średniej dla kraju $-1,6$. Jeszcze w roku poprzedzającym w województwie odnotowano dodatni przyrost naturalny na poziomie $0,27$, wobec ujemnej średniej dla kraju $-0,91$, co oznacza, że na koniec pierwszego półrocza 2020 r. liczba ludności zmniejszyła się w porównaniu z poprzednim okresem.

Województwo ma rolniczo-przemysłowy charakter – charakteryzuje je największy w skali kraju odsetek ludności zamieszkującej na wsi (58,6%). Cechuje je niekorzystna dla pracownika sytuacja na rynku pracy: stopa bezrobocia w październiku 2020 r. wyniosła 8,9% i była wyższa o 2,8 pp. od średniej dla kraju, natomiast przeciętne miesięczne wynagrodzenie w sektorze przedsiębiorstw w maju 2020 r. wyniosło 4185,74 zł i było o 934,20 zł niższe niż średnio w Polsce. Dodatkowo należy zaakcentować słabą pozycję Podkarpacia, uwzględniając poziom PKB, będącego miernikiem odzwierciedlającym możliwości gospodarcze regionu – PKB na 1 mieszkańca w 2017 r. wyniósł 36 088 zł, co stanowiło zaledwie 69,7% średniej dla kraju i oznaczało przedostatnią pozycję wśród wszystkich województw.

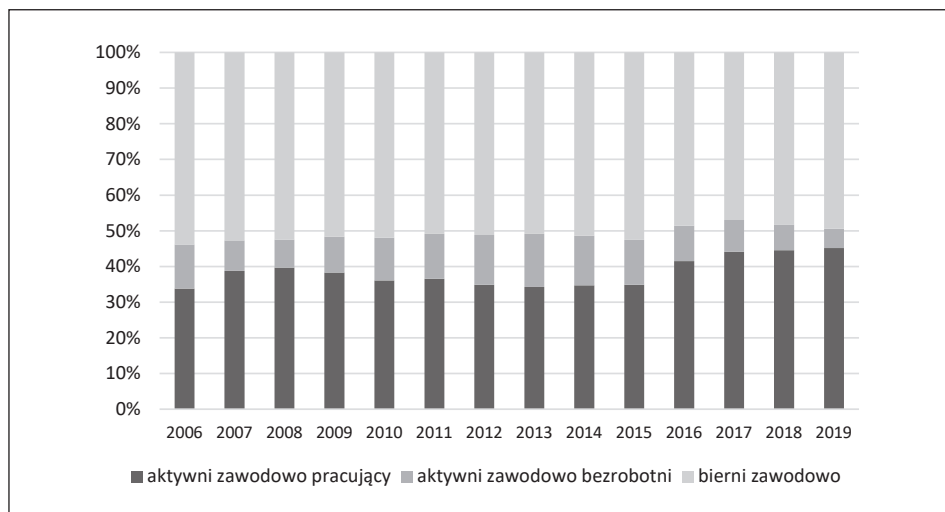
Pozytywnie należy ocenić bilans demograficzny wynikający z przywiązania do miejsca zamieszkania. Dostrzega się również powstawanie i dynamiczny rozwój małych i średnich przedsiębiorstw, co stanowi zaletę podkarpackiego rynku pracy i umożliwia wykorzystanie dostępnego potencjału ludzkiego.

Mimo tych możliwości zdecydowana większość młodych osób sytuację na rynku pracy oceniła negatywnie („zdecydowanie zła” – 62% wskazań, „bardzo zła” – 14%) (Piecuch T., Piecuch M., 2014). Potwierdzenie tych subiektywnych opinii stanowią dane statystyczne. Podstawowymi wskaźnikami zastosowanymi do oceny sytuacji młodych osób na rynku pracy są wskaźniki aktywności zawodowej, zatrudnienia, bezrobocia, liczba ofert na 1 tys. bezrobotnych oraz liczba utworzonych i zlikwidowanych miejsc pracy przypadająca na 1 tys. bezrobotnych osób. Analizie poddano również zjawisko NEET.

Młode osoby na Podkarpaciu są mniej aktywne zawodowo niż osoby niemłode – dotyczy to zaledwie co drugiej osoby w tej grupie. Nie jest to jednak zjawisko nowe – uwzględniając średnie wskaźniki aktywności zawodowej z okresu 2006–2019, odsetek aktywnych zawodowo młodych osób wynosił 46,2%–53%. W całym okresie był o 30 pp.–40 pp. niższy niż odsetek osób aktywnych zawodowo w wieku 30–49 lat. Taka sytuacja była charakterystyczna dla całego kraju.

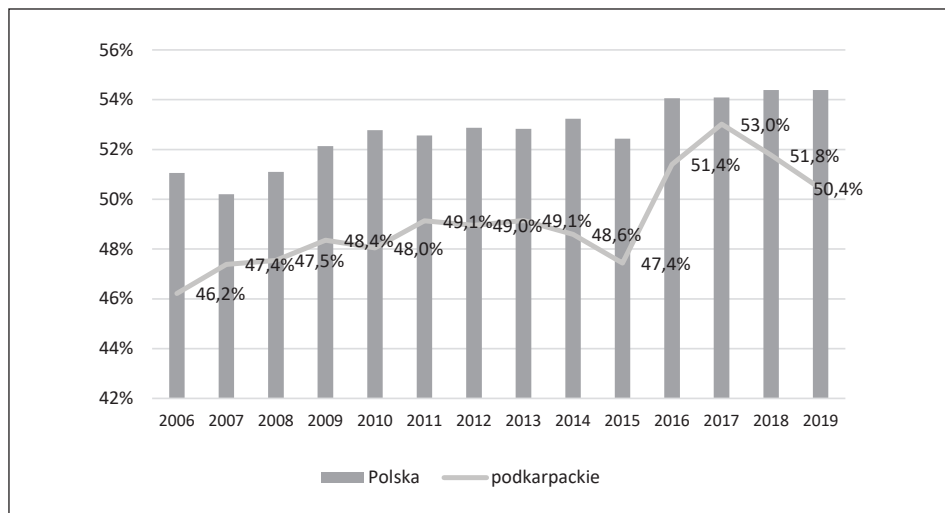
W grupie młodych osób największy odsetek stanowiły osoby biernie zawodowo – w analizowanym okresie wprawdzie odsetek ten zmniejszył się z 54% do 50%, lecz nadal pozostawał znaczący (rycina 1). Udział pracujących osób po początkowym wzroście z niemal 34% do prawie 40% w roku 2008 zaczął spadać i w roku 2013 wyniósł ponownie

Rycina 1. Struktura osób w wieku 15–29 lat w województwie podkarpackim według kryterium aktywności zawodowej w latach 2006–2019 (w %)



Źródło: opracowanie własne na podstawie: GUS (2020, 8 października)

Rycina 2. Odsetek osób aktywnych zawodowo w wieku 15–29 lat w kraju i województwie podkarpackim w latach 2006–2019



Źródło: opracowanie własne na podstawie: GUS (2020, 8 października)

34%, po czym wzrósł do 45,33% w 2019 r. Natomiast odsetek osób bezrobotnych po początkowym spadku z 12,35% do niemal 8% wzrósł o 7 pp. w roku 2013, następnie zmniejszył się i w 2019 r. wyniósł 5,38%. Przedstawione zmiany zachodzące bezpośrednio po 2008 r. stanowiły konsekwencję globalnego kryzysu gospodarczego. Dopiero po upływie pięciu lat zmiany zaczęły być korzystniejsze.

Młode osoby w województwie podkarpackim są mniej aktywne niż przeciętnie ich rówieśnicy w kraju – w badanym okresie różnica wynosiła 1,1 pp.–5,0 pp., średnio 3,6 pp. (rycina 2). Zmiany w aktywności zawodowej w badanej grupie na poziomie województwa oraz na poziomie krajowym były zbliżone – po początkowym wzroście nastąpiła stabilizacja w aktywności zawodowej, w 2015 r. odnotowano spadek, po czym kolejny wzrost i od 2016 r. utrzymanie się na niemal niezmiennym poziomie w kraju, natomiast na poziomie województwa ostatnie lata ukazały znaczący spadek aktywności zawodowej młodych osób.

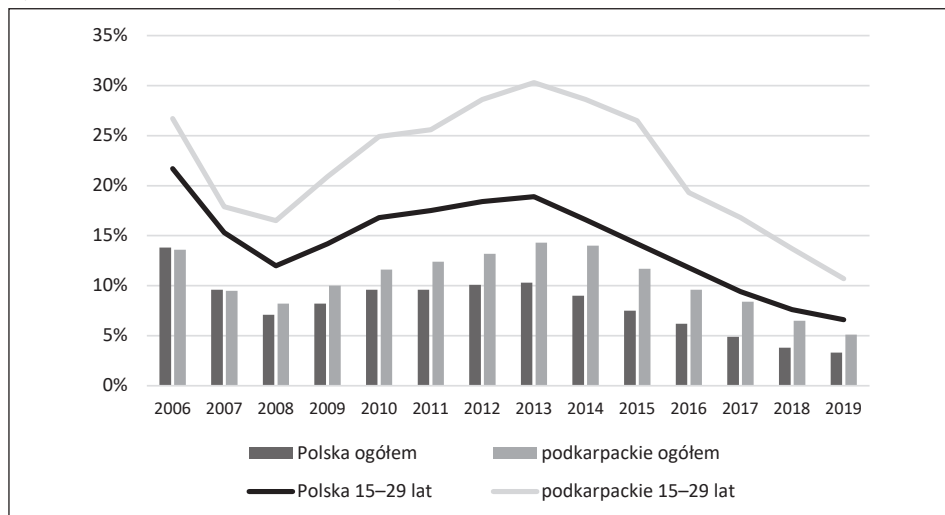
Wśród młodych osób aktywnych zawodowo wskaźniki zatrudnienia są zróżnicowane ze względu na wiek, co jest uzasadnione uczestniczeniem przez młodszą grupę w systemie edukacji. Wartość wskaźnika zatrudnienia w grupie 15–24 lata w 2019 r. wyniosła 24,8%, co ulokowało województwo podkarpackie na ostatniej pozycji wśród wszystkich województw. Wśród mężczyzn zatrudnionych było 31,8% (przedostatnia pozycja), natomiast wśród kobiet odsetek był najniższy i znacząco odbiegał od średniej w kraju (16,3% wobec 27,8%). Tej negatywnej oceny nie zmieniło poszerzenie przedziału wiekowego o osoby koncentrujące się w większym stopniu na pracy zawodowej – do 29 roku życia – wartość wskaźnika zatrudnienia wynosząca 45,3% była najniższa w kraju (tabela 1) oraz w odniesieniu do kobiet (36,0% wobec średniej krajowej 44,7%). W tej grupie również odsetek mężczyzn był mniejszy niż przeciętnie w kraju, jednak różnice nie były już tak znaczące (53,8% wobec 56,7% przeciętnie w Polsce).

Tabela 1. Wskaźnik zatrudnienia wśród osób w wieku 15–29 lat w 2019 r. według województw (%)

Wyszczególnienie	Wskaźnik zatrudnienia		
	ogółem	mężczyźni	kobiety
Polska	50,8	56,7	44,7
dolnośląskie	53,7	57,5	49,7
kujawsko-pomorskie	49,8	57,1	42,2
lubelskie	45,7	53,7	37,4
lubuskie	47,7	54,4	40,0
łódzkie	50,4	55,0	45,6
małopolskie	51,7	57,0	46,2
mazowieckie	51,9	55,1	48,6
opolskie	52,1	58,3	44,1
podkarpackie	45,3	53,8	36,0
podlaskie	49,5	54,7	42,7
pomorskie	53,3	59,9	46,4
śląskie	53,4	58,9	47,3
świętokrzyskie	46,0	52,9	38,5
warmińsko-mazurskie	45,8	55,2	36,7
wielkopolskie	55,9	61,9	49,8
zachodniopomorskie	46,4	53,5	38,5

Źródło: opracowanie własne na podstawie: GUS (2020, 11 października)

Rycina 3. Stopa bezrobocia w Polsce i województwie podkarpackim w latach 2006–2019



Źródło: opracowanie własne na podstawie: GUS (2020, 7 października)

W grupie osób aktywnych zawodowo w województwie podkarpackim duży odsetek stanowią osoby bezrobotne. Stopa bezrobocia w województwie w roku 2019 była wyższa niż średnio w kraju (5,1% wobec 3,3%), podobnie w grupie osób w wieku 15–29 lat, dla której przedstawione wartości należy podwoić (wynoszą one odpowiednio 10,7% wobec 6,6%). Pozytywnie należy ocenić spadek wartości charakteryzowanego wskaźnika w ostatnich latach (rycina 3), przy czym w całym przedstawionym okresie wartość ta w województwie podkarpackim spadła w odniesieniu do młodych osób 2,5-krotnie, podczas gdy w Polsce 3,3-krotnie. Zaznaczyć jednak należy, że w 2020 r., w wyniku pandemii COVID-19, stopa bezrobocia (ogółem) ponownie wzrosła – w październiku wyniosła na Podkarpaciu 8,9% i średnio 6,1% w kraju, co oznacza wzrost odpowiednio o 1,3 pp. i 1,1 pp. wobec analogicznego okresu poprzedniego roku.

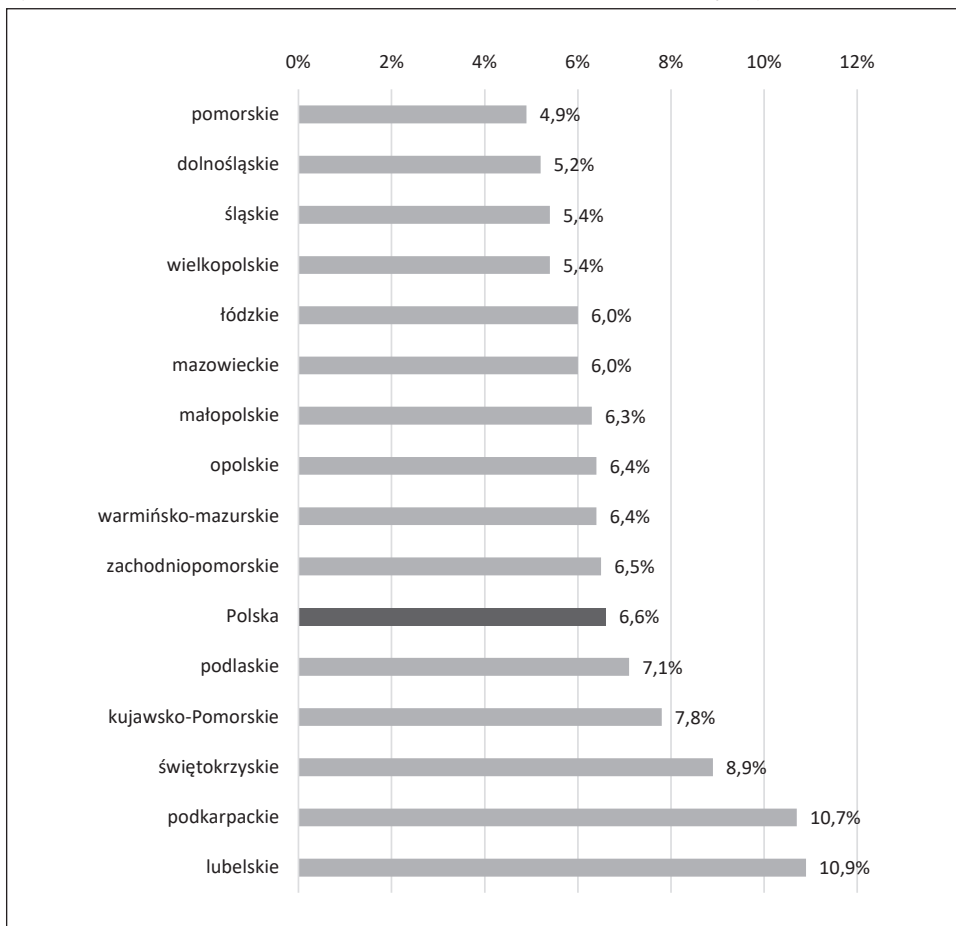
Analizując sytuację w województwie podkarpackim na tle pozostałych województw, ponownie należy ocenić ją jako bardzo niekorzystną. Podkarpacie jest jednym z dwóch województw o najwyższym wskaźniku bezrobocia, widocznie odróżniających się sytuacją w tym kontekście od pozostałych regionów, co dotyczy również młodych osób (rycina 4)¹.

Szczegółowa analiza danych dotyczących województwa podkarpackiego pokazuje, że w 2019 r. ze 109 137 przybyłych bezrobotnych (napływ) aż 47% były to osoby do 30 roku życia (51 285), z czego niemal 36 tys. stanowiły osoby rejestrujące się po raz kolejny. W grupie młodych bezrobotnych przeważały osoby do 25 roku życia (59,26%) (Konieczny, 2019).

Większość młodych osób rejestruje się jako bezrobotna więcej niż jeden raz, jednocześnie spora część, bo ok. 30% odmawia przyjęcia pracy, nie potwierdza w urzędzie gotowości do pracy lub rezygnuje z pracy dobrowolnie (Konieczny, 2019). Świadczy to o pasywności dużej części z nich w wyjściu ze statusu bezrobotnego. Taka postawa

¹ Brak danych dotyczących województwa lubuskiego.

Rycina 4. Stopa bezrobocia wśród osób w wieku 15–29 lat w 2019 r. według województw

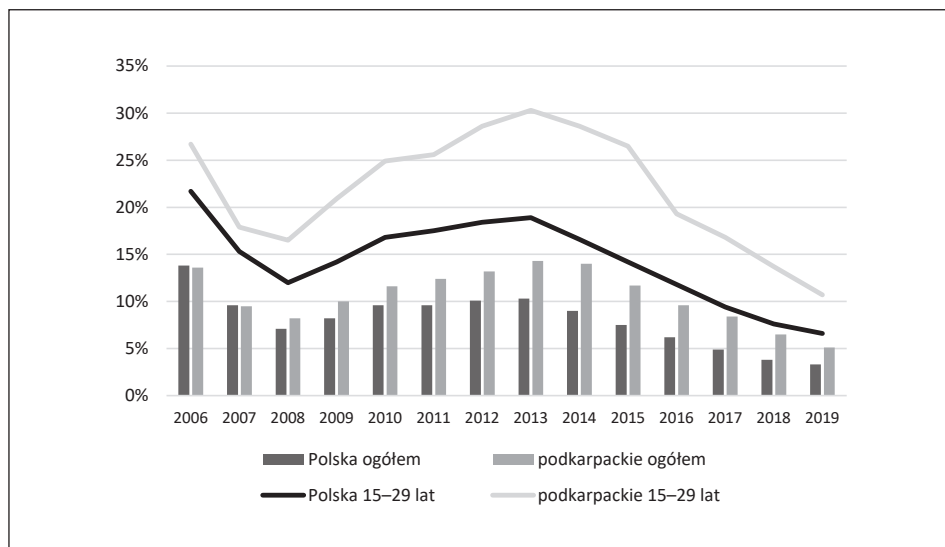


Źródło: opracowanie własne na podstawie: GUS (2020, 5 października)

sprzyja włączeniu do grupy NEET. Udział tej kategorii wśród osób w wieku 15–29 lat w województwie podkarpackim jest jednym z najwyższych w Polsce i znacząco przekracza średnią dla kraju – w 2019 r. wyniósł 15,1% wobec 12,0%. Jest również wyższy niż średnia dla Unii Europejskiej, która wyniosła 12,5%. Uwzględniając dalszy podział na grupy wiekowe, obserwuje się niższą wartość wskaźnika w grupie 15–24 lata, przede wszystkim ze względu na chęć kontynuowania nauki – w 2019 r. udział NEET w tej grupie wiekowej wyniósł 10,9%.

Udział osób biernych zawodowo, nieuczestniczących w jakichkolwiek formach nauki i szkoleń, w grupie osób w wieku 15–29 lat w województwie podkarpackim był wyższy niż w Polsce i Unii Europejskiej (28 krajów) przez cały okres członkostwa Polski w UE – średnio o 3,9 pp. (rycyna 5). Zaakcentować należy, że średnia dla Polski przez większość okresu jej członkostwa w UE, za wyjątkiem pierwszych lat, jest korzystniejsza niż średnia dla UE. Po początkowym spadku odsetek NEET zaczął wzrastać, co przypuszczalnie stanowiło rezultat kryzysu w gospodarce światowej, jednak zarówno na poziomie unijnym, jak

Rycina 5. Udział NEET wśród osób w wieku 15–29 lat w województwie podkarpackim na tle Polski i UE w latach 2005–2019



Źródło: opracowanie własne na podstawie: Eurostat (2020, 5 października)

i krajowym wahania nie były tak znaczące jak w województwie. W latach 2013–2015 różnica pomiędzy poziomem unijnym i krajowym a poziomem wojewódzkim wynosiła 6 pp.

Analiza danych statystycznych w konsekwencji skłania do sformułowania dwóch zasadniczych pytań:

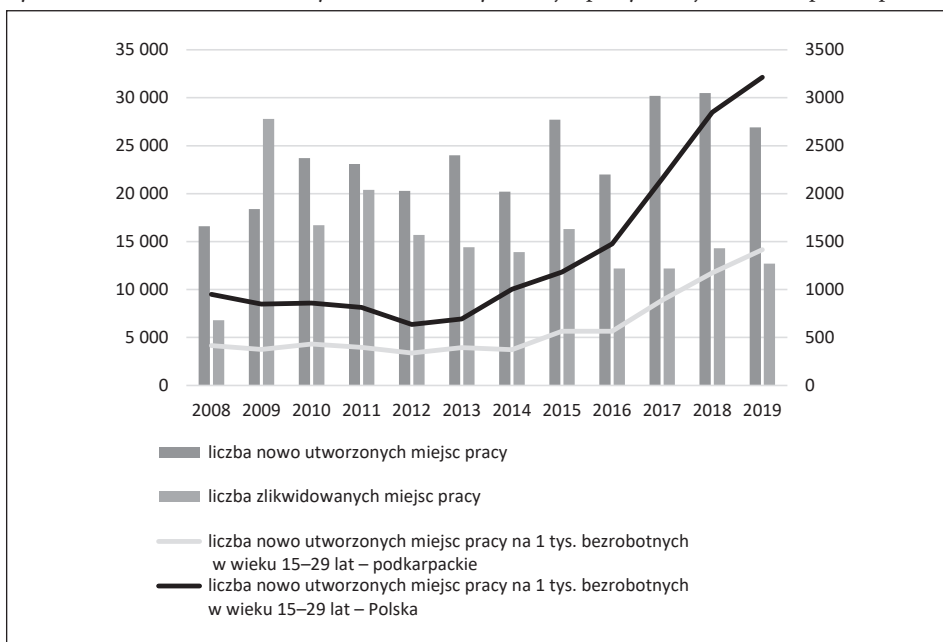
1. Czy pracodawcy stwarzają warunki do poprawy sytuacji młodych osób na rynku pracy i wyrażają wolę zatrudniania ich?
2. Czy młode osoby charakteryzują się przedsiębiorczością, która umożliwiłaby im poprawę swojej sytuacji na rynku pracy?

Niewątpliwie istotne są pytania dotyczące uwarunkowań instytucjonalnych, zagadnienia te wykraczają jednak poza ramy niniejszego opracowania.

Odnosząc się do ofert pracy, należy zauważyć ich systematyczny wzrost na podkarpackim rynku pracy przypadający na 1 tys. bezrobotnych młodych osób – z 14,7 w 2006 r. do 30,2 w 2015 r. Po tym okresie wzrost ten był jeszcze dynamiczniejszy i wartość ta wyniosła 65,2, aby w 2019 r. spaść do 53,2. Pozytywne zmiany wynikały z większego wzrostu lub mniejszego spadku liczby ofert pracy niż liczby bezrobotnych. Spadek wartości w ostatnim roku analizy wynikał z większego spadku liczby ofert pracy niż liczby bezrobotnych. Wzrost wartości dotyczył również całego kraju, jednak średnia dla kraju była 2- lub 3-krotnie wyższa niż dla województwa podkarpackiego, a od 2017 r. niemal lub ponad 4-krotnie i w 2019 r. wyniosła 227,5 oferty na 1 tys. bezrobotnych osób w wieku 15–29 lat. Wynikało to ze zdecydowanie korzystniejszych zmian dotyczących liczby oferowanych miejsc pracy niż liczby bezrobotnych, z wyjątkiem ostatniego roku, w którym nastąpił większy spadek liczby ofert niż liczby bezrobotnych.

Podobnie jak liczba ofert pracy w województwie wzrastała liczba nowo utworzonych miejsc pracy (rycina 6). Od 2008 r., od którego są udostępniane dane, z wyjątkiem roku 2009, była ona wyższa niż liczba likwidowanych miejsc. Jednak w ostatnim roku analizy

Rycina 6. Liczba nowo utworzonych i likwidowanych miejsc pracy w województwie podkarpackim



Źródło: opracowanie własne na podstawie: GUS (2020, 15 października)

zmniejszyła się podaż nowych miejsc, zmniejszeniu uległa równocześnie liczba likwidowanych miejsc – utworzono ich 16,6 tys., zlikwidowano natomiast 12,7 tys. Uwzględniając popyt na pracę w postaci liczby bezrobotnych młodych osób, należy zauważyć wzrost liczby nowych miejsc pracy w przeliczeniu na 1 tys. osób bezrobotnych w wieku 15–29 lat – z 415 do 1415,18 w 2019 r. Wartość ta kształtowała się korzystniej przeciętnie w kraju – wzrosła odpowiednio z 950,8 do 3213,3. Oznacza to, że w województwie podkarpackim występują mniejsze możliwości skorzystania z potencjału bezrobotnych młodych osób, co stanowi m.in. przyczynę emigracji w poszukiwaniu pracy i ma konsekwencje zarówno dla jednostki, jak i dla regionu.

Zapotrzebowanie na pracowników związane jest przede wszystkim z fluktuacją pracowników bądź niedostosowaniem ich kwalifikacji do potrzeb pracodawców. Poszukuje się zwłaszcza specjalistów, osób z wykształceniem wyższym, posiadających doświadczenie zawodowe (WUP, 2020); nie są to zatem kryteria, które spełnia większość młodych osób.

Jednocześnie młode osoby nie deklarują predyspozycji przedsiębiorczych na wysokim poziomie, które pozwoliłyby im na zwiększenie szans na rynku pracy. Dotychczasowe badania autorki opracowania umożliwiają stwierdzenie, że swoją dyspozycję do przedsiębiorczości zdecydowana większość badanych młodych osób ocenia na poziomie co najmniej przeciętnym (Mazurkiewicz, 2020). Uzupełnieniem sformułowanych spostrzeżeń są wyniki własnych badań dotyczących orientacji w karierze młodych osób, które pozwolą wyeksponować preferencje dotyczące przedsiębiorczości. Badania nie stanowią zasadniczego przedmiotu dociekań w niniejszym opracowaniu, umożliwią jednak uzyskanie odpowiedzi na pytanie dotyczące skłonności młodych osób do podejmowania aktywności w celu poprawy swojej sytuacji na rynku pracy.

Przedsiębiorcze predyspozycje młodych osób – wyniki badań własnych

Przeprowadzone badania własne stanowiły część większych badań dotyczących postaw przedsiębiorczych w zarządzaniu karierą zawodową. Kwestionariusz, z którego skorzystano w niniejszym opracowaniu, stanowi fragment narzędzia przygotowanego do realizacji kompleksowych badań. Orientacja w karierze, będąca zestawem postrzeganych przez jednostkę talentów i zdolności, podstawowych wartości, motywów i potrzeb związanych z karierą (Schein, 2007), zmierzona została przy zastosowaniu opracowanej przez M. Igbaria i J.J. Baroudi (1993) skróconej wersji *Kwestionariusza orientacji w karierze* (*Career Orientation Inventory – COI*), autorstwa Scheina (1985). Kwestionariusz zawiera 25 stwierdzeń, z czego 15 dotyczy znaczenia każdego z zagadnień związanych z karierą (ocenianych w skali od 1 – „bez znaczenia” do 5 – „o zasadniczym znaczeniu”), a kolejne 10 odnosi się do preferencji wobec kariery ocenianych w skali od 1 – „całkowicie się nie zgadzam” do 5 – „całkowicie się zgadzam”.

Do badania, które zrealizowano w 2019 r. metodą ankietową, zaproszono 303 studentów z 3 podkarpackich szkół wyższych, studiujących na drugim stopniu, na kierunkach ekonomia i zarządzanie. Zwrotnie otrzymano 267 (88,12%) kompletnie wypełnionych kwestionariuszy. Wśród respondentów przeważały kobiety, które stanowiły ponad 83% badanych. Przedstawione proporcje wyznaczone według kryterium płci odpowiadają strukturze studentów i wynikają ze specyfiki kierunków studiów, na których przeprowadzono badania. Średnia wieku respondentów wyniosła 24 lata, a przeciętne doświadczenie zawodowe – półtora roku (1,54 lat), przy czym ponad połowa osób (55,1%) nie podjęła do momentu przeprowadzania badań jakiegokolwiek aktywności zawodowej. Szczegółową charakterystykę próby badawczej zawiera tabela 2.

Tabela 2. Charakterystyka próby badawczej

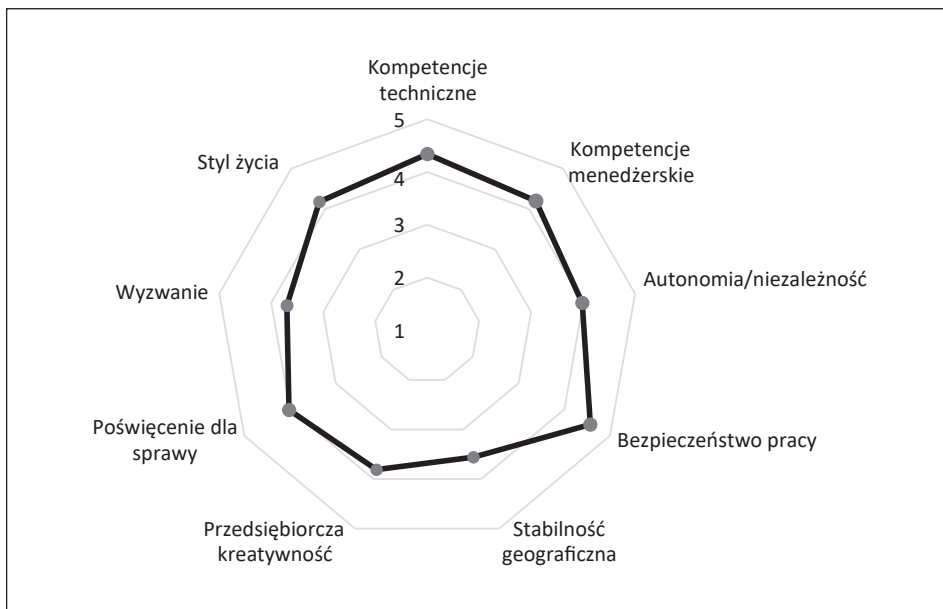
Wyszczególnienie	Wartość
Płeć	
mężczyźni	17%
kobiety	83%
Wiek	24 lata
Doświadczenie zawodowe	1,54 lat
Stan cywilny	
żonaty/zamężna	11,6%
stan wolny	88,4%
Miejsce zamieszkania	
miasto	40,4%
wieś	59,6%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań

Poszczególne preferencje zostały wyliczone jako średnie wartości z odpowiedzi udzielonych na stwierdzenia określające orientację w karierze (rycina 7).

Wyniki badań dowodzą, że respondenci oceniają swoje umiejętności i motywację w zakresie przedsiębiorczej kreatywności na poziomie 3,81. Silniej do rozwiązywania niestandardowych problemów, inicjowania zmian, podejmowania skalkulowanego ryzyka, stawiania się niezależnym dążą mężczyźni (odczuwający jednocześnie silniejszą potrzebę

Rycina 7. Średnie odpowiedzi respondentów dotyczące orientacji w karierze



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań

autonomii) – w tej grupie średni wynik wyniósł 3,96, podczas gdy kobiety potrzebę twórczości i kreowania nowości oceniły średnio na 3,78.

Na tle pozostałych kotwic kariery oraz potrzeby przedsiębiorczego działania na rynku pracy otrzymany wynik ocenić należy jako mało satysfakcjonujący – respondenci byli w największym stopniu zainteresowani pracą, która zapewnia stabilność zatrudnienia (średnia 4,57). W dalszej kolejności deklarowali znaczenie stania się ekspertem w określonej dziedzinie, potwierdzenie własnego mistrzostwa (średnia dla kompetencji technicznych wyniosła 4,34). Mniejsze znaczenie miały dla nich kompetencje menedżerskie (średnia 4,20) oraz styl życia, oceniony na zbliżonym poziomie (średnia 4,18). Osoby uczestniczące w badaniach były w dalszej kolejności zorientowane na aktywność użyteczną społecznie – udzielanie pomocy i wsparcia innym (średnia 4,02) oraz niezależne działanie, bez ograniczeń związanych z biurokracją i autokratycznym stylem zarządzania (średnia 3,98).

W mniejszym stopniu respondenci zainteresowani byli rywalizacją, podejmowaniem ryzyka, poszukiwaniem nowych rozwiązań, pokonywaniem barier i ograniczeń (średnia 3,70), co jest charakterystyczne dla osób przedsiębiorczych i jednocześnie istotne w trudnej sytuacji na rynku pracy. Jako atut uczestniczących w badaniach wskazać należy na deklarowaną mobilność, gotowość do przemieszczania się – stabilność geograficzna do działania motywowała badanych w najmniejszym stopniu (średnia 3,56).

Zakończenie

Sytuacja na rynku pracy jest zależna od wielu czynników zmiennych w czasie, mających charakter społeczny, demograficzny, gospodarczy czy prawny. Spostrzeżenie to potwierdzają zmiany na tym rynku, także w ujęciu regionalnym. W odniesieniu do młodych

osób, uwzględniając okres przyjęty w niniejszym opracowaniu (od 2006 r.), po poprawie sytuacji stanowiącej rezultat przystąpienia Polski do Unii Europejskiej, od 2008 r. odnotowano negatywne zmiany wynikające ze światowego kryzysu gospodarczego, związane przede wszystkim ze wzrostem poziomu bezrobocia. Sytuacja na rynku ulegała systematycznej poprawie od 2013 r. – zauważalny jest wtedy wzrost liczby zgłaszanych przez pracodawców ofert pracy, zmniejszanie się stopy bezrobocia. Pogorszenie tej sytuacji, w tym zwłaszcza wzrost stopy bezrobocia, obserwuje się w 2020 r. jako konsekwencję pandemii COVID-19.

Na tle kraju sytuacji na podkarpackim rynku pracy nie można jednak ocenić jako korzystnej dla młodych osób – województwo podkarpackie cechują: najniższy wskaźnik zatrudnienia, wysoka stopa bezrobocia oraz niewielka liczba ofert pracy przypadająca na 1 tys. bezrobotnych młodych osób. Dodatkowo pracodawcy poszukują przede wszystkim specjalistów, co uniemożliwia wykorzystanie potencjału młodych, niedoświadczonych jeszcze osób, nieposiadających dogłębnej wiedzy w określonej dziedzinie. Jednocześnie wyniki przeprowadzonych badań własnych nie dostarczają pozytywnych wniosków dotyczących postaw badanych osób – nie oceniają one swoich zdolności, motywów i potrzeb związanych z przedsiębiorczością satysfakcjonująco wysoko, uwzględniając wymagania podkarpackiego rynku pracy.

Wśród rozwiązań, które przyczynią się do poprawy sytuacji młodych osób, zwiększając ich szanse na zatrudnienie, wymienić należy szkolenia poświadczające nabycie umiejętności adekwatnych do potrzeb zgłaszanych przez pracodawców. Powinny być one skierowane zwłaszcza do osób z grupy NEET. Szkolenia powinny również umożliwiać doskonalenie kompetencji miękkich, oczekiwanych od pracowników.

Wskazuje się również na potrzebę monitoringu losów absolwentów w celu dostosowania programu kształcenia do potrzeb rynku pracy, z uwzględnieniem opinii pracodawców, instytucji otoczenia biznesu oraz instytucji rynku pracy (Centrum Edukacji i Aktywizacji Zawodowej Osób Niepełnosprawnych w Rzeszowie, Fundacja Aktywizacja, RARR, 2016).

Natomiast w celu zwiększenia przedsiębiorczości pracujących młodych osób niezbędne staje się motywowanie ich do kreatywności. Cenne jest skorzystanie z wiedzy i umiejętności menedżerów w zakresie zarządzania zasobami ludzkimi, gdyż kompetencje i wsparcie przełożonych stanowią warunek efektywności przedsiębiorczych działań w organizacji. Kultura organizacyjna powinna sprzyjać zaangażowaniu się pracowników.

Przeprowadzone badania własne dotyczyły samooceny respondentów, wskazują na ich intencje, motywacje niezbędne do podjęcia działania. Nie koncentrują się na rezultatach tego działania, co stanowi ich ograniczenie. Badania zostały przeprowadzone na małej próbie z województwa podkarpackiego, co nie stanowi podstawy do uogólniania uzyskanych wyników.

Literatura

References

- Bańka, A. (2007). Poradnictwo zawodowe w kształtowaniu przedsiębiorczości, kapitału kariery oraz zdolności zatrudnieniowej młodzieży. W: A. Biela (red.), *Nauka pracy, doradztwo zawodowe i przedsiębiorczość młodzieży*. Warszawa: Kancelaria Senatu, 52–64.

- Barone, C., Schizzerotto, A. (2011). Career mobility, education and intergenerational reproduction in five European societies. *European Societies*, 13, 331–346.
- Bell, D.N.F., Blanchflower, D.G. (2011a). Young People and the Great Recession. *Oxford Review of Economic Policy*, 27, 241–267. doi: 10.1093/oxrep/grr011
- Bell, D.N.F., Blanchflower, D. G. (2011b). Youth unemployment in Europe and the United States. *Nordic Economic Policy Review*, 1, 11–37.
- Blanchflower, D.G. (2010). *The wellbeing of the young*. Pozyskano z: <https://sites.dartmouth.edu/blanchflower/other-papers/files/2020/08/bjir-youth-attitudes-draft.pdf>
- Blanchflower, D.G., Oswald, A.J. (2011). International Happiness: A New View on the Measure of Performance. *Academy of Management Perspectives*, 25(1), 6–22. doi: 10.5465/AMP.2011.59198445
- Braziene, R., Merkys, G., Mikutaviciene, I. (2014). Employers' Expectations and Young Workers Selection Criteria in Lithuania. *Social Sciences*, 4(86), 62–69. doi: 10.5755/j01.ss.86.4.9226
- Broszkiewicz, W. (2010). *Kapitał kulturowy młodego pokolenia Polski współczesnej. Studium na przykładzie wybranych społeczności Podkarpacia*. Rzeszów: Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego.
- Centrum Edukacji i Aktywizacji Zawodowej Osób Niepełnosprawnych w Rzeszowie, Fundacja Aktywizacja, RARR. (2016). *Rekomendacje w zakresie aktywizacji osób młodych znajdujących się w najtrudniejszej sytuacji na rynku pracy w województwie podkarpackim*. Pozyskano z: https://efs.mrpips.gov.pl/_data/assets/pdf_file/0016/9124/0008_podkarpackie-rekomendacje.pdf
- Eurostat. (2020, 5 października). Pozyskano z: https://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=edat_lfse_22&lang=en
- FutureLab Europe. (2013). *Europe's lost generation? Young Europeans' perspectives on the crisis*. Belgium: Pozyskano z: https://futurelabeuropa.files.wordpress.com/2016/09/futurelab_europe_report_lost_generation_2013.pdf
- Gallie, D., Paugam, S. (2000). *Welfare regimes and the experience of unemployment in Europe*. Oxford: Oxford University Press.
- Genda, Y., Kondo, A., Ohta, S. (2010). Long-Term Effects of a Recession at Labor Market Entry in Japan and the United States. *Journal of Human Resources*, 45(1), 157–196.
- GUS. (2020, 15 października). Dane z BDL. Pozyskano z: <https://bdl.stat.gov.pl/BDL/dane/podgrup/temat>
- GUS. (2020, 11 października). Dane z BDL. Pozyskano z: <https://bdl.stat.gov.pl/BDL/dane/podgrup/temat>
- GUS. (2020, 8 października). Dane z BDL. Pozyskano z: <https://bdl.stat.gov.pl/BDL/dane/podgrup/temat>
- GUS. (2020, 7 października). Dane z BDL. Pozyskano z: <https://bdl.stat.gov.pl/BDL/dane/podgrup/temat>
- GUS. (2020, 5 października). Dane z BDL. Pozyskano z: <https://bdl.stat.gov.pl/BDL/dane/podgrup/temat>
- GUS. (2010). *Wejście ludzi młodych na rynek pracy*. Pozyskano z: https://stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/PUBL_Wejscie_ludzi_mlodych_na_rynek_pracy.pdf
- Igbaria, M., Baroudi, J.J. (1993). Short form measure of career orientations: a psychometric evaluation. *Journal of Management Information Systems*, 10(2), 131–154. doi: 10.1080/07421222.1993.11518003
- Jakimiuk, B. (2017). Bezrobocie wśród polskiej młodzieży i jego dynamika. *Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska Lublin*, XXX(4), 193–203. doi: 10.17951/j.2017.30.4.193
- Kahn, L.B. (2010). The Long-term Labour Market Consequences of Graduating from College in a Bad Economy. *Labour Economics*, 17(2), 303–316.
- Komisja Europejska. (2020, 5 października). *Europejski semestr – zestawienie informacji tematycznych. Zatrudnienie ludzi młodych*. Pozyskano z: https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/file_import/european-semester-thematic-factsheet-youth-employment_pl.pdf
- Konieczny, M. (2019). *Osoby młode na rynku pracy w województwie podkarpackim w okresie I-XII 2019 r.* Rzeszów: WUP. Pozyskano z: <https://wuprzeszow.praca.gov.pl/-/10962977-osoby-mlode-na-ryнку-pracy-w-województwie-podkarpackim-w-okresie-i-xii-2019-r->

- Koptiew, D. (2014). Sytuacja grup defaworyzowanych na rynku pracy w Polsce – osoby młode *versus* osoby starsze. *Przedsiębiorczość i Zarządzanie*, 15, 233–247.
- Krause, E. (2016). Zjawisko NEET, czyli o młodzieży trzy razy nic. *Problemy Profesjologii*, 2, 67–81.
- Mackenzie Davey, K., Arnold, J. (2000). A multi-method study of accounts of personal change by graduates starting work: Self-ratings, categories and women's discourses. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 73, 461–486. doi: 10.1348/096317900167164
- Mazurkiewicz, A. (2020). Badanie postaw przedsiębiorczych studentów ekonomii. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 16(2), 113–127. doi: 10.24917/20833296.162.9
- Mroz, T.A., Savage, T.H. (2006). The Long-Term Effects of Youth Unemployment. *Journal of Human Resources*, 41(2), 259–293.
- Pańków, M. (2012). *Młodzi na rynku pracy. Raport z badania*. Warszawa: Wydawnictwo Instytutu Spraw Publicznych.
- Piecuch, T., Piecuch, M. (2014). Analiza sytuacji młodych ludzi na rynku pracy – rozważania teoretyczne i badania empiryczne. *Modern Management Review*, 21(4), 175–186. doi: 10.7862/rz.2014.mmr.54
- Rybicka, K. (2014). Bezrobocie młodzieży w Polsce. *Studia Ekonomiczne*, 197, 195–210.
- Schein, E.H. (1985). *Career Anchors: Discovering your Real Values*. San Diego: University Associates.
- Schein, E.H. (2007). Career anchors revisited: implications for career development in the 21st century. *Career Management, NHRD Journal*, 1(4), 27–33. doi: 10.5465/AME.1996.3145321
- Wiatrowski, Z. (2009). *Dorastanie, dorosłość i starość człowieka w kontekście działalności i kariery zawodowej*. Radom: Instytut Technologii Eksploatacji – PIB.
- Mazowieckie Obserwatorium Rynku Pracy. Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie. (2014). *Wsparcie młodych osób na mazowieckim rynku pracy*. Pozyskano z: http://obserwatorium.mazowsze.pl/pliki/files/Raport_finalny_z_badania_NEET_okl.pdf
- WUP. (2020). *Zapotrzebowanie na zawody oraz kwalifikacje i kompetencje na lokalnych rynkach pracy w województwie podkarpackim – edycja 2019*. Pozyskano z: https://wuprzeszow.praca.gov.pl/documents/60111/11864198/Zapotrzebowanie%20na%20zawody_2019_raport%20wojew%C3%B3dki.pdf/8e6bff5f-09f9-48d1-a1c5-18cac9ea0fa0?t=1585129444000

Anna Mazurkiewicz, dr, adiunkt w Instytucie Ekonomii i Finansów Uniwersytetu Rzeszowskiego. Jej zainteresowania naukowe koncentrują się wokół zagadnień związanych z zarządzaniem pracownikami utalentowanymi i zarządzaniem karierą. Jest autorką publikacji naukowych z zakresu zarządzania, dotyczących zwłaszcza znaczenia kapitału ludzkiego we współczesnej organizacji.

Anna Mazurkiewicz, PhD, assistant professor at the Institute of Economics and Finance at the University of Rzeszów. Her research interests focus on issues related to talented staff management and career management. She is the author of several academic publications on management, especially regarding the importance of human capital in contemporary organisations.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2764-284X>

Adres/Address:

Uniwersytet Rzeszowski
Kolegium Nauk Społecznych
Instytut Ekonomii i Finansów
Katedra Ekonomiki i Zarządzania
ul. Ćwiklińskiej 2
35-601 Rzeszów, Poland
e-mail: annam@ur.edu.pl

JOANNA ŚWIĘTONIOWSKA

Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie, Polska ■ University of Information Technology and Management in Rzeszow, Poland

Przedsiębiorczy gracz – jak mechanizmy grywalizacji motywują do nauki uczniów w szkole średniej?

Entrepreneurial gamer – how do gamification mechanisms drive learning motivation of secondary school students?

Streszczenie: Edukatorzy wciąż poszukują metod i strategii nauczania, pozwalających zachęcić młodych ludzi do podejmowania w procesie edukacyjnym celowych i skutecznych działań, których głównym katalizatorem byłaby przede wszystkim motywacja wewnętrzna. Popularność gier komputerowych oraz ich zdolność do utrzymania zainteresowania użytkowników istotnie wpłynęły na dynamiczny rozwój i coraz szersze zastosowanie grywalizacji w dydaktyce. Celem artykułu jest prezentacja korzyści z wykorzystania metody grywalizacji w nauczaniu przedsiębiorczości na poziomie liceum ogólnokształcącego oraz wyników badań pokazujących wpływ wdrożonych mechanizmów na motywację uczniów do uczenia się i rozwijania swoich kompetencji przedsiębiorczych. W studium przypadku omówiono eksperyment z wdrożenia grywalizacji w ramach pełnego cyklu obowiązkowych zajęć z przedmiotu podstawy przedsiębiorczości, który został osadzony w konkretnym kontekście fabularnym – Galaktyce Enterprise. Na podstawie badań empirycznych przeprowadzonych wśród uczniów biorących udział w zgrywalizowanych zajęciach dokonano analizy i oceny czynników, które aktywizowały młodzież i zwiększały jej zaangażowanie. Czynniki te analizowano za pomocą modelu Octalysis Framework. Wyniki przeprowadzonego badania dowodzą, że czynnikami, które w największym stopniu wpływały na działania podejmowane przez uczniów, są: rozwój i osiągnięcie celów, strach przed utratą i zapobieganie, wpływ społeczny i nawiązywanie relacji, a także własność i posiadanie.

Abstract: Educators are constantly looking for teaching methods and strategies that would encourage young people to undertake purposeful and effective activities in the educational process, primarily driven by internal motivation. The popularity of computer games and their ability to maintain the interest of users have significantly influenced the dynamic development and wider use of gamification in didactics. The aim of the paper is to present the benefits of using the gamification method in teaching entrepreneurship at the secondary school level and the results of research showing the impact of the implemented mechanisms on the motivation of students to learn and develop their entrepreneurial competences. The case study discusses an experiment in implementing gamification as part of a full series of obligatory classes in Entrepreneurship set in a specific story context – Enterprise Galaxy.

On the basis of empirical research conducted among students participating in the classes, an analysis and evaluation of factors was made that activated the youth and increased their involvement. These factors were analysed using the Octalysis Framework model. The results of the study show that the factors that most influenced the activities undertaken by high school students are: skills development and achievement of goals, fear of loss and prevention, social influence and establishing relationships, as well as ownership and possession.

Słowa kluczowe: grywalizacja; motywacja; przedsiębiorczość

Keywords: entrepreneurship; gamification; motivation

Otrzymano: 25 października 2020

Received: 25 October 2020

Zaakceptowano: 20 kwietnia 2021

Accepted: 20 April 2021

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Świętoniowska, J. (2021). Przedsiębiorczy gracz – jak mechanizmy grywalizacji motywują do nauki uczniów w szkole średniej?. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 17(1), 65–76. <https://orcid.org/10.24917/20833296.171.5>

Wstęp

Podstawowymi efektami uczenia się w ramach kształcenia ogólnego prowadzonego m.in. w liceach ogólnokształcących są kompetencje ogólne (Kwiatkowski, 2018). To kompetencje niemające bezpośredniego związku z żadną konkretną branżą, jednakże ich posiadanie sprawia, że młody człowiek w przyszłości jest w stanie efektywnie i skutecznie wykonywać swoje obowiązki zawodowe. Jedną z takich kompetencji jest postawa przedsiębiorcza, która postrzegana jest jako główna siła napędowa rozwoju gospodarek. Podkreśla się, że kształtowanie tej postawy to działanie konieczne dla rozwoju gospodarki w obszarach postępu technologicznego, technicznego, ekonomicznego, społecznego, kulturowego czy politycznego (Zioło, 2012: 18).

Postawy przedsiębiorcze powinny być kształtowane już od pierwszego roku edukacji wczesnoszkolnej we wszystkich formach i następnie rozwijane na kolejnych poziomach edukacji: podstawowym, średnim i wyższym (Wach, Głodowska, 2019). Jednym z poważniejszych wyzwań, w obliczu których stoi współczesny system edukacyjny, jest zwiększenie motywacji do nauki i zaangażowania młodych ludzi urodzonych w XXI w.

Niniejszy artykuł opiera się na eksperymencie z wdrożenia grywalizacji w ramach pełnego, rocznego cyklu obowiązkowych zajęć z przedmiotu podstawy przedsiębiorczości, prowadzonych w liceum ogólnokształcącym. Celem artykułu jest zbadanie wpływu wdrożonych mechanizmów grywalizacyjnych na motywację uczniów do uczenia się i rozwijania kompetencji przedsiębiorczych. W pierwszej części artykułu omówiono zagadnienia dotyczące wyzwań współczesnej edukacji w zakresie kształcenia przedsiębiorczości. W części drugiej zaprezentowano istotę grywalizacji oraz korzyści uzasadniające jej stosowanie w procesie kształcenia. Następnie przedstawiono założenia wdrożonej grywalizacji. W ostatniej części artykułu omówiono wyniki badań wpływu wdrożonych mechanizmów na motywację do uczenia się i aktywizację uczniów podczas zajęć.

Wyzwania współczesnej edukacji w zakresie przedsiębiorczości

Wielu autorów podkreśla, iż kompetencje przedsiębiorcze odgrywają niezwykle istotną rolę w budowaniu przedsiębiorczego społeczeństwa oraz nowoczesnej gospodarki (Borowiec-Gabryś, Kilar, Piróg, 2015; Rachwał i in., 2018; Sadowska, 2016; Wach 2013, 2014; Wach, Głodowska, 2019). W związku z tym, iż w literaturze można znaleźć mnogość pojęć związanych z tym obszarem kształcenia (np. nauczanie przedsiębiorczości, kształcenie w zakresie przedsiębiorczości, edukacja dla przedsiębiorczości, edukacja przez przedsiębiorczość, edukacja o przedsiębiorczości itp.), Krzysztof Wach proponuje stosowanie szerokiego pojęcia edukacji na rzecz przedsiębiorczości, które obejmuje:

- przedsiębiorczość indywidualną i organizacyjną (rozwijanie takich postaw, jak: kreatywność, innowacyjność, inwencyjność, własna inicjatywa, komunikatywność, intra-przedsiębiorczość),
- przedsiębiorczość biznesową (rozwijanie umiejętności niezbędnych do podejmowania przedsięwzięć o charakterze biznesowym, komercyjnym i społecznym) oraz
- edukację ekonomiczną (dostarczanie wiedzy na temat otoczenia, w którym funkcjonować będzie przedsiębiorstwo) (Wach, 2014).

Jak widać, definicja ta wykracza poza ograniczone rozumienie przedsiębiorczości jako zdolności do założenia i prowadzenia własnej firmy. Obejmuje również rozwijanie cech osobowości i umiejętności, które stanowią podstawę ducha przedsiębiorczości.

W literaturze przedmiotu istnieją dwa przeciwstawne nurty rozważań na temat źródeł przedsiębiorczości. W pierwszym z nich podkreśla się, iż cechy i umiejętności przedsiębiorcze mają charakter wrodzony, natomiast w drugim – iż przedsiębiorczość można w sobie wykształcić w trakcie edukacji (Gąsiorowska-Mącznik, 2017). D.F. Kuratko uważa, że pytanie: Czy można uczyć przedsiębiorczości? jest już przestarzałe. Wskazuje on na bardziej adekwatne pytanie dotyczące edukacji w zakresie przedsiębiorczości, tj.: Czego i w jaki sposób powinno się tego uczyć? (Kuratko, 2005).

W polskim systemie edukacji nauczanie przedsiębiorczości na poziomie edukacji elementarnej dotyczy pojedynczych zagadnień będących elementem podstawy programowej różnych przedmiotów (m.in. wiedzy o społeczeństwie, języku polskim, geografii, wychowaniu do życia w rodzinie czy etyce) (Kilar, Rachwał, 2019a). Edukacja w zakresie przedsiębiorczości w formie oddzielnego przedmiotu podstawy przedsiębiorczości została wprowadzona wraz z reformą programową w roku szkolnym 2002/2003. W szkolnictwie wyższym zagadnienia przedsiębiorczości wprowadzane są na kierunkach ekonomicznych oraz menedżerskich. Na pozostałych kierunkach, takich jak kierunki humanistyczne, techniczne czy artystyczne, istnieje widoczny deficyt w tym obszarze (Sadowska, 2016). Edukacja przedsiębiorczości w Polsce, zarówno na poziomie szkół średnich, jak i szkół wyższych, jest zdominowana przez zagadnienia ekonomiczne (choć nadal jest jej za mało w polskim systemie kształcenia) (Kilar, Rachwał, 2019b; Wach, 2013). W przypadku szkół średnich treści nauczania są narzucone przez podstawę programową. Doświadczenia pokazują, iż ranga przedmiotu podstawy przedsiębiorczości na poziomie szkół średnich jest deprecjonowana głównie na rzecz przedmiotów maturalnych, a nauka przedsiębiorczości opiera się na przymusie. Niezwykle istotnym zadaniem edukatora staje się więc zbudowanie środowiska sprzyjającego zwiększaniu zaangażowania uczniów i pokazaniu im praktycznego wymiaru przedsiębiorczości. W przypadku szkół wyższych treści nauczania dobierane są elastycznie,

np. w zależności od kierunku studiów, na którym przedmiot jest wprowadzony. Podejście takie sprzyja większej motywacji uczących się.

Predyspozycje do bycia przedsiębiorczym oraz kompetencje przedsiębiorcze mogą być znakomicie rozwijane w procesie kształcenia, jednak niezbędne jest zapewnienie ku temu sprzyjających warunków, a sam proces powinien przebiegać w doświadczeniu praktycznym (Gąsiorowska-Mącznik, 2017). Obecny klasyczny model nauczania, mający kształtować postawy przedsiębiorcze uczniów, nie jest już wystarczający w obliczu wyzwań cywilizacyjnych, które mają ogromny wpływ na współczesną edukację (Marques, Albuquerque, 2012).

W instytucjach systemu edukacji powadzona jest dyskusja na temat tego, jak zapewnić środowisko sprzyjające skutecznemu kształtowaniu kompetencji przedsiębiorczych, oraz jakie metody i narzędzia nauczania byłyby dostosowane do potrzeb młodzieży. Kluczowa jest też większa otwartość edukatorów na stosowanie w procesie dydaktycznym niesza-blonowych, innowacyjnych rozwiązań.

Jednym z poważniejszych wyzwań, w obliczu których stoi wczesny system edukacji, jest zmotywowanie do nauki i zwiększenie zaangażowania w proces uczenia się młodych ludzi urodzonych w XXI wieku. Wyzwanie to staje się szczególnie istotne w dobie przenoszenia procesu edukacyjnego do internetu w związku z trwającą epidemią COVID-19. W sytuacji zamknięcia ośrodków edukacyjnych znaczącą rolę w podnoszeniu skuteczności procesu kształcenia odgrywają narzędzia i metody edukacyjne maksymalnie zwiększające zaangażowanie i motywację uczniów. Kształcenie na odległość nie może być zwykłym przesyłaniem treści edukacyjnych, lecz raczej procesem uczenia się zapewniającym uczniom swobodę, odpowiedzialność, elastyczność oraz wybór. Proces ten wymaga projektowania i określania celów edukacyjnych tak, aby stworzyć skuteczną ekologię uczenia się (Bozkurt, Sharma, 2020).

Edukacja w zakresie przedsiębiorczości w XXI w. wymaga, aby edukatorzy poszerzyli swój warsztat pedagogiczny o nowe i innowacyjne podejścia do nauczania przedsiębiorczości. W przedsiębiorczej pedagogice (dydaktyce), trzon metod nauczania sprzyjających kształtowaniu odpowiednich postaw tworzą metody aktywizujące (w tym metody problemowe, m.in. gry dydaktyczne). Osiąganie celów kształcenia wymaga zastosowania metod, które umożliwiają nabywanie umiejętności praktycznych w przyjaznym i motywującym do nauki środowisku. Metody problemowe (w tym mechanizmy wykorzystywane w grach) wyzwalały w uczących się przedsiębiorczości pożądaną postawę aktywnej inicjatywności (Wach, 2013).

Korzyści zastosowania grywalizacji w edukacji

Współczesny system edukacyjny kształci młode pokolenie – tzw. generację Alfa oraz pokolenie Z. Tej młodzieży gry komputerowe, będące cyfrowymi miejscami spotkań, często zastępują kontakty towarzyskie. Dostępność nowych konsol, platform i technologii stała się istotnym czynnikiem napędzającym ciągły wzrost zainteresowania grami. Gry stanowią koło napędowe rozwoju cywilizacyjnego i są nieodłącznym elementem kultury (Tkaczyk, 2012). Coraz większa popularność gier komputerowych oraz ich zdolność do utrzymywania zainteresowania użytkowników doprowadziły do rozwoju grywalizacji. Grywalizacją (ang. *gamification*) nazywamy przeniesienie mechanizmów znanych z gier (także komputerowych, choć nie tylko) do świata rzeczywistego, aby zmieniać ludzkie

zachowania (Tkaczyk, 2012: 10). W grywalizacji elementy znane z gier (np. punkty) oraz ich cechy (np. ocenianie, wyzwania) wykorzystywane są w kontekstach innych niż gry, w celu osiągnięcia pozytywnych efektów (Barata i in., 2015; Deterding i in., 2011; Nand i in., 2019; Sánchez, Langer, Kaur, 2020).

Literatura naukowa dostarcza wielu przykładów wykorzystania grywalizacji w takich dziedzinach, jak biznes, biologia, marketing, zarządzanie czy psychologia (Connolly i in., 2012). W ciągu ostatnich lat w badaniach dotyczących sektora edukacji również widać wyraźny wzrost zainteresowania tym, jak gry mogą wpływać na proces kształcenia. W strategiach uczenia coraz popularniejsze staje się stosowanie gier zarówno wirtualnych, jak i fizycznych (Qian, Clark, 2016). Uzasadnienia dla stosowania grywalizacji można poszukiwać w modelu behawioralnym B.J. Fogga, hierarchii potrzeb A.H. Masłowa, teorii modyfikacji zachowań B.F. Skinnera oraz teorii wewnętrznej motywacji D. Pinka (Kachniewska, 2015: 37). Każda czynność, która wiąże się z zabawą, automatycznie angażuje użytkownika. Jest to związane z naturą człowieka (Kumar, Khurana, 2012).

W literaturze szeroko opisane są również korzyści, których oczekuje się od grywalizacji. Wskazuje się, iż uczenie z wykorzystaniem mechanizmów gier może być efektywniejsze od tradycyjnego nauczania w klasie, ponieważ zapewnia możliwości odkrywania i zdobywania nowej wiedzy oraz umiejętności, przy jednoczesnym zwiększeniu motywacji do uczenia się (Boyle i in., 2014) oraz stawia ucznia w bardziej aktywnej roli w porównaniu z tradycyjnymi metodami (Qian, Clark, 2016). Jedną z najczęściej wymienianych zalet grywalizacji jest zwiększenie motywacji do uczenia się i zaangażowania uczniów (Boyle i in., 2014), gdyż wyzwala ona ciekawość, wywołuje i utrzymuje zaangażowanie, skuteczniej przekonuje do podjęcia działania, zwiększa efektywność oraz poprawia wydajność pracy (Każmierczak, 2016)

Zauważono, że pomimo rosnącego w ostatnich latach zainteresowania grywalizacją w edukacji, powszechne jest wykorzystywanie gier w klasie, natomiast dopiero niedawno zaczęto badać możliwość uczynienia całego przedmiotu za pomocą gry (czyli zastosowania pełnej grywalizacji przedmiotu czy kursu) (Hanus, Fox, 2015).

Przykład zastosowania grywalizacji na lekcjach z podstaw przedsiębiorczości

Grywalizacji został poddany przedmiot podstawy przedsiębiorczości, który wdrożono w roku szkolnym 2019/2020 w Akademickim Liceum Ogólnokształcącym w Rzeszowie. W zajęciach uczestniczyły dwie klasy pierwsze o różnych profilach (profil zdrowie i farmacja oraz profil technologie informacyjne) – łącznie 57 uczniów w wieku 16 lat. Grywalizacja przedmiotu polegała na przemodelowaniu go w taki sposób, aby przypominał grę, która została nazwana Galaktyka Enterprise. Celem zmian wdrożonych w przedmiocie nie było incydentalne wykorzystanie gier edukacyjnych (planszowych, komputerowych itp.) definiowane w literaturze przedmiotu jako kształcenie oparte na grach (ang. Game-Based Learning), lecz przekształcenie całych zajęć z podstaw przedsiębiorczości w grę. Grywalizacji podlegał cały cykl zajęć, realizowany w wymiarze 60 godz. lekcyjnych dla każdej z grup przez cały rok szkolny.

Przedmiot osadzony został w konkretnym kontekście fabularnym – toczącej się wojny w tytułowej Galaktyce Enterprise pomiędzy Planetami (ich rolę odgrywali uczniowie) skupionymi wokół Przywódczyni Planety Saint-1 w Mgławicy Aureola (jej rolę odgrywał nauczyciel) a złowrogim Imperium. Planety, które chciały oprzeć się Imperium, musiały

nieustannie dbać o rozwój gospodarczy, aby w ten sposób zgromadzić odpowiednie środki do walki z groźnym wrogiem. Koncepcja zgrywalizowanego przedmiotu jest efektem współpracy autorki z naukowcami z Uniwersytetu Gdańskiego: dr. Wojciechem Glacem oraz dr hab. Joanną Mytnik, prof. UG.

W ramach przedmiotu zastosowano m.in. następujące mechanizmy znane z gier: system punktowy, który zastąpił tradycyjne oceny (zamieniany na system ocen dopiero po zakończeniu każdego z semestrów); poziomy, które uczniowie osiągnęli, realizując różnego rodzaju aktywności; wyzwania – misje prowadzone przez uczniów, które zastąpiły tradycyjne zadania i ćwiczenia; opisaną fabułę (najważniejszy element w systemie grywalizacyjnym), która nadała zajęciom zabawowy charakter i scalała wszystkie pozostałe mechanizmy w jedną całość; tabelę wyników – element stymulujący rywalizację między uczniami.

Doświadczenia z wdrożenia grywalizacji – analiza czynników motywujących uczniów

W celu oceny wpływu zastosowanych w ramach przedmiotu podstawy przedsiębiorczości mechanizmów na motywację uczniów do uczenia się, po zakończeniu roku szkolnego 2019/2020 wśród uczniów, uczestników zgrywalizowanego przedmiotu, przeprowadzono badania. Celem było uzyskanie informacji o tym, jak postrzegają oni wdrożone w ramach przedmiotu mechanizmy grywalizacyjne, oraz o tym, jakie czynniki w ich opinii w największym stopniu wpływały na ich motywację do nauki i działania (realizacji różnych aktywności w ramach lekcji mających na celu rozwijanie ich wiedzy oraz kompetencji przedsiębiorczych).

Do badania wykorzystano metodę sondażu diagnostycznego. Zastosowano formularz ankiety, składający się z pytań zamkniętych jednokrotnego i wielokrotnego wyboru, a także z pytań otwartych. W badaniu wzięło udział 48 uczniów klas pierwszych (84% wszystkich uczniów realizujących w roku szkolnym 2019/2020 przedmiot podstawy przedsiębiorczości) uczęszczających do Akademickiego Liceum Ogólnokształcącego w Rzeszowie. Przeprowadzone badanie miało charakter opisowy i diagnostyczny. Uczestnicy badania wyrazili swoją opinię, wykorzystując 5-stopniową skalę Likerta („zdecydowanie się nie zgadzam”, „nie zgadzam się”, „nie mam zdania”, „zgadzam się”, „zdecydowanie się zgadzam”).

Główny problem badawczy dotyczył opinii uczniów na temat zastosowanych mechanizmów grywalizacji, które w największym stopniu wpływały na ich motywację do podejmowania działania podczas lekcji.

W badaniu elementów środowiska przedmiotu, które w największym stopniu wpłynęły na motywację uczniów do działania, zastosowano model Octalysis Framework (ośmiokąt motywacji), opracowany przez Yu-Kai Chou (por. Freitas i in., 2017), w którym zdefiniowano osiem podstawowych czynników motywujących:

1. Działanie w imię wyższego celu (ang. Epic Meaning & Calling) – potrzeba poczucia odpowiedzialności oraz potrzeba bycia zauważonym oraz docenionym.
2. Rozwój i osiągnięcie celów (ang. Development & Accomplishment) – potrzeba rozwoju, osiągnięcia celów i sukcesów, pokonywania wyzwań oraz radzenia sobie z trudnościami.

3. Kreatywność i informacja zwrotna (ang. Empowerment of Creativity & Feedback) – potrzeba zaangażowania się w proces twórczy, tworzenia nowych rzeczy i pomysłów, a także potrzeba otrzymywania informacji zwrotnych.
4. Własność i posiadanie (ang. Ownership & Possession) – potrzeba posiadania czegoś i ulepszania tego.
5. Wpływ społeczny i nawiązywanie relacji (ang. Social Influence & Relatedness) – obejmuje aspekty społeczne, takie jak: relacje towarzyskie, akceptacja społeczna, rywalizacja.
6. Niedostatek i niecierpliwość (ang. Scarcity & Impatience) – potrzeba i przymus czekania.
7. Nieprzewidywalność i ciekawość (ang. Unpredictability & Curiosity) – potrzeba zaspokojenia ciekawości, co będzie dalej.
8. Strach przed utratą i zapobieganie (ang. Loss & Avoidance) – unikanie czegoś negatywnego np. porażki (Yu-kai Chou, 2015).

W ww. obszarach badani dokonali oceny, wybierając odpowiedź najlepiej odzwierciedlającą ich odczucia dotyczące poszczególnych motywatorów w skali od 1 do 5 (od „zdecydowanie się nie zgadzam” do „zdecydowanie się zgadzam”). W tabeli 1 zaprezentowano pytania, które znalazły się w kwestionariuszu ankietowym. Odzwierciedlają one środowisko Galaktyka Enterprise w kontekście ośmiu elementów modelu Octalysis Framework.

Tabela 1. Wyjaśnienie ośmiu czynników motywacyjnych w kontekście wdrożonej grywalizacji

Czynnik motywujący	Pytanie w kwestionariuszu ankietowym
1. Działanie w imię wyższego celu	Motywowała mnie walka ze Złowrogim Imperium – miałam/em poczucie robienia czegoś dla większego dobra
2. Rozwój i osiągnięcie celów	Motywowało mnie zdobywanie punktów, pokonywanie kolejnych poziomów rozwoju i rozwój umiejętności
3. Kreatywność i informacja zwrotna	Motywowało mnie odkrywanie nowych rzeczy, nowej wiedzy, nowych narzędzi oraz otrzymywanie informacji zwrotnej
4. Własność i posiadanie	Motywowało mnie posiadanie własnej Planety, którą musiałam/-em rozwijać, zdobywając punkty
5. Wpływ społeczny i nawiązywanie relacji	Motywowały mnie współpraca z innymi (w ramach misji zespołowych i/lub całej klasy w walce z Imperium), rywalizacja, atmosfera na zajęciach
6. Niedostatek i niecierpliwość	Motywowała mnie potrzeba czekania na kolejne misje tak, aby nie przegapić okazji
7. Nieprzewidywalność i ciekawość	Motywowała mnie chęć dowiedzenia się, jakie kolejne misje będą uruchomione, co będzie przede mną
8. Strach przed utratą i zapobieganie	Motywowała mnie chęć uniknięcia porażki, czyli zdobycia małej ilości punktów (otrzymania niskiej oceny)

Źródło: opracowanie własne

Średnie oceny poszczególnych czynników motywacyjnych kształtowały się pomiędzy 2,8 a 4,0. Szczegółowe wyniki dotyczące ocen poszczególnych aspektów w grze Galaktyka Enterprise zaprezentowano w tabeli 2. W kolumnie trzeciej opisano poszczególne czynniki za pomocą ocen rankingowych otrzymanych przez przekształcenie tabeli średnich w tabelę rankingową.

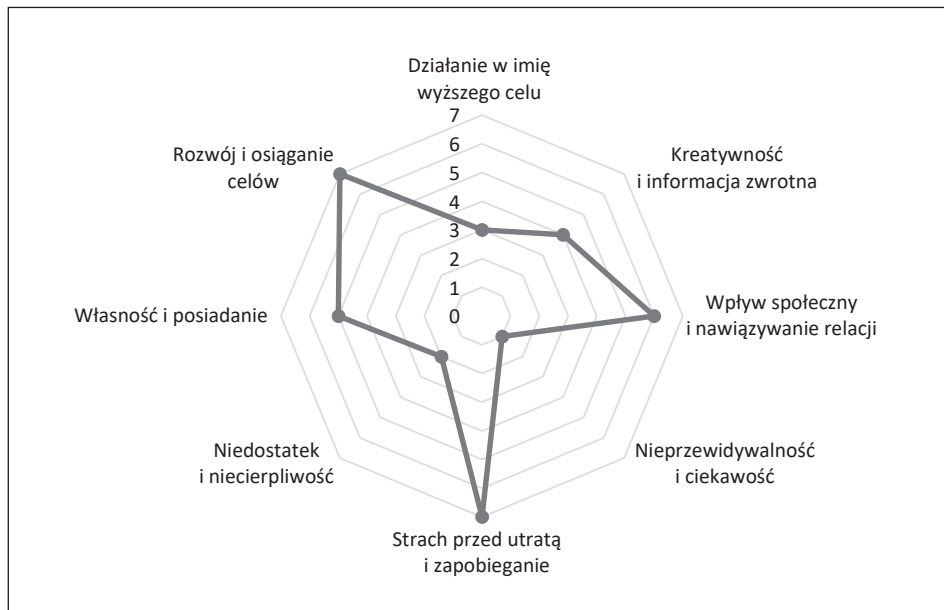
Tabela 2. Ranking ocen czynników motywacyjnych

Czynnik	Średnia ocen	Ranking
Czynnik 1	3,2	5
Czynnik 2	4,0	1
Czynnik 3	3,6	4
Czynnik 4	3,7	3
Czynnik 5	3,8	2
Czynnik 6	3,0	6
Czynnik 7	2,8	7
Czynnik 8	4,0	1

Źródło: opracowanie własne

W celu czytelniejszej prezentacji powyższych danych na wykresie radarowym (rycina 1) dokonano przekształcenia tabeli rankingowej w odwróconą tabelę rankingową (czynnik mający w tabeli rankingowej najwyższą ocenę 1 w odwróconej tabeli rankingowej otrzymał ocenę 7 itd.).

Rycina 1. Ocena czynników motywacyjnych przez uczniów



Źródło: opracowanie własne

Analiza czynników, które w najwyższym stopniu motywowały uczniów do działania podczas realizacji podstawy programowej z wykorzystaniem grywalizacji, pozwala wyciągnąć wnioski, mogące stać się podstawą do dalszego ulepszania formuły gry. Dostosowanie elementów gry i jej zasad do potrzeb młodych ludzi jest czynnikiem kluczowym w skuteczności stosowania grywalizacji.

Wyniki badań pozwalają zauważyć, iż czynnikami motywacyjnymi w prezentowanej formule przedmiotu, które w największym stopniu determinowały działanie uczniów, były:

- strach przed utratą i zapobieganie – motywator odzwierciedlony chęcią uniknięcia sytuacji, w której uczeń zdobyłby niską liczbę punktów i w konsekwencji otrzymałby niską ocenę końcową z przedmiotu;
- rozwój i osiąganie celów – chęć zdobywania punktów rozwoju i populacji przyczyniających się do pokonywania kolejnych poziomów rozwoju swojej Planety, ale także rozwoju własnych umiejętności i wiedzy z obszaru przedsiębiorczości;
- wpływ społeczny i nawiązywanie relacji – zastosowane mechanizmy współpracy i rywalizacji z innymi uczniami/klasami, atmosfera na zajęciach;
- własność i posiadanie – zaangażowanie ucznia w dbanie o rozwój Planety, której był przywódcą.

Zgodnie z założeniami modelu Octalysis Framework, wśród czynników motywujących znajdują się czynniki związane z motywacją wewnętrzną oraz czynniki związane z motywacją zewnętrzną. Prawa strona modelu przedstawionego na rycinie 1 reprezentuje czynniki związane z motywacją wewnętrzną. Są to: kreatywność i informacja zwrotna, wpływ społeczny i nawiązywanie relacji, nieprzewidywalność i ciekawość. Czynniki znajdujące się po lewej stronie reprezentują motywację zewnętrzną: rozwój i osiąganie celów, własność i posiadanie oraz niedostatek i niecierpliwość. Dodatkowo czynniki przedstawione w górnej części ośmiokąta postrzegane są jako te, które są związane z motywacją pozytywną, sprawiają, że uczestnik czuje się spełniony i zadowolony. Czynniki znajdujące się w dolnej części ośmiokąta związane są z motywacją negatywną, czyli takimi odczuciami, jak niepokój czy uzależnienie (Chou, 2015).

Analiza otrzymanych wyników pozwala na dalsze wnioskowanie dotyczące źródeł motywacji młodych ludzi. Wśród czynników, które w największym stopniu motywowały do działania, znalazł się jeden związany z motywacją wewnętrzną (wpływ społeczny i nawiązywanie relacji) oraz dwa związane z motywacją zewnętrzną (rozwój i osiąganie celów, własność i posiadanie). Chou podkreśla, iż w grywalizacji warto projektować doświadczenia tak, aby wykorzystywały motywację wewnętrzną użytkowników (Chou, 2015).

Większość głównych czynników motywacyjnych wskazanych przez uczniów należy do grupy czynników pozytywnych (górną część ośmiokąta). Można zauważyć jednak, iż czynnikiem silnie motywującym do działania był również czynnik mający negatywny charakter – strach przed utratą i zapobieganie. Wysoki wynik w tym obszarze sugeruje, że uczniowie motywowani są przez niepewność i strach przed zdobyciem niewystarczającej liczby punktów powodujące uzyskanie niskiej oceny końcowej z przedmiotu. Niestety ten typ motywacji jest efektem specyfiki polskiego systemu edukacji, w którym „nauczanie zostało podporządkowane ocenianiu – nawet rodzic nie pyta dziecka, czego się nauczyło, lecz czy było pytane i jaką dostało ocenę [...]” (Ostrowska, 2009).

Równoważenie zewnętrznych i wewnętrznych motywatorów jest szczególnym wyzwaniem, które staje przed nauczycielem wdrażającym grywalizację na zajęciach. Dzięki

motywacji wewnętrznej uczestnicy gry nie potrzebują nagród, aby zaangażować się w proces uczenia się. Oparcie grywalizacji na silnej motywacji zewnętrznej uczestników generować będzie rezultaty krótkoterminowe i może prowadzić do negatywnego efektu „nadmiernego uzasadnienia” (ang. *overjustification effect*) (Chou, 2015). Zewnętrzne motywy (takie jak nagrody, oceny czy wyznaczane przez nauczyciela cele) zaczną przesłaniać wewnętrzne przyczyny podejmowania działań przez uczniów, a w efekcie – utratę wewnętrznej motywacji do uczenia się.

Podsumowanie

Szkoły, które kształcą młodych ludzi, stoją przed poważnymi wyzwaniem z potrzebą zwiększenia zaangażowania się młodych ludzi w proces uczenia się oraz zwiększenia ich motywacji. Grywalizacja jest metodą, która daje możliwości odkrywania i zdobywania nowej wiedzy i umiejętności przy jednoczesnym zwiększeniu motywacji uczestników gry do uczenia się. Autorka artykułu zaprezentowała ideę zgryalizowanego przedmiotu podstawy przedsiębiorczości oraz wykorzystane w nim mechanizmy, które wspierały motywację do nabywania wiedzy i rozwijania kompetencji uczniów realizujących podstawę programową. Autorka zdiagnozowała również główne czynniki, które motywowały uczniów biorących udział w grze, wykorzystując model Octalysis Framework. Uzyskane wyniki badania pokazują, iż czynnikami, które w grywalizacji w największym stopniu motywowały uczniów do działania, były: rozwój i osiągnięcie celów, strach przed utratą i zapobieganie, wpływ społeczny i nawiązywanie relacji oraz własność i posiadanie. Silnie motywujący okazał się również czynnik strach przed utratą i zapobieganie, co sugeruje, że w polskiej szkole nauczanie nadal podporządkowane jest ocenianiu. Równoważenie zewnętrznych i wewnętrznych czynników wpływających na motywację uczniów jest wyzwaniem, przed którym staje nauczyciel wdrażający grywalizację na swoich zajęciach.

Autorka widzi potrzebę dalszych badań i analiz w zakresie wykorzystania grywalizacji w nauczaniu przedsiębiorczości. Możliwe jest rozszerzenie obszaru badawczego o szkolnictwo wyższe, co umożliwiłoby porównanie hierarchii i istotności czynników motywacyjnych dwóch grup młodzieży, tj. uczniów i studentów. Znajomość tych czynników pozwoli w przyszłości na opracowanie sposobów wprowadzania ulepszeń w zakresie mechanizmów, które mogą być wykorzystane podczas grywalizacji kolejnych przedmiotów/kursów.

Literatura

References

- Barata, G., Gama, S., Jorge, J., Gonçalves, D. (2015). Gamification for smarter learning: Tales from the trenches. *Smart Learning Environments*, 2(1), 10, 1–23. doi: 10.1186/s40561-015-0017-8
- Borowiec-Gabryś, M., Kilar, W., Rachwał, T. (2018). Przedsiębiorczość jako kompetencja przyszłości. W: S. Kwiatkowski (red.), *Kompetencje przyszłości*. Warszawa: FRSE, 68–89.
- Boyle, E.A., MacArthur, E.W., Connolly, T.M., Hainey, T., Manea, M., Kärki, A., Van Rosmalen, P. (2014). A narrative literature review of games, animations and simulations to teach research methods and statistics. *Computers & Education*, 74, 1–14. doi: 10.1016/j.compedu.2014.01.004

- Bozkurt, A., Sharma, R.C. (2020). Emergency remote teaching in a time of global crisis due to Corona Virus pandemic. *Asian Journal of Distance Education*, 15(1), 1–6. doi: 10.5281/zenodo.3778083
- Chou, Y.K. (2015). *Actionable Gamification: Beyond Points, Badges, and Leaderboards*. Fremont: Octalysis.
- Connolly, T.M., Boyle, E.A., MacArthur, E., Hainey, T., Boyle, J.M. (2012). A systematic literature review of empirical evidence on computer games and serious games. *Computers and Education*, 59(2), 661–686. doi: 10.1016/j.compedu.2012.03.004
- Deterding, S., Sicart, M., Nacke, L., O'Hara, K., Dixon, D. (2011). From Game Design Elements to Gamefulness: Defining Gamification. *Proceedings of the 2011 Annual Conference Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems – CHI EA '11*, 2425, 9–15. doi:10.1145/1979742.1979575
- Drucker, P.F. (1985). *Innovation and entrepreneurship*. New York: Harper & Row.
- Freitas, S.A.A., Lacerda, A.R.T., Calado, P.M.R.O., Lima, T.S., Dias Canedo, E. (2017). Gamification in education: A methodology to identify student's profile. *2017 IEEE Frontiers in Education Conference (FIE)*. Indianapolis, 1–8, doi: 10.1109/FIE.2017.8190499
- Gąsiorowska-Mącznik, E. (2017). Teoretyczne podstawy przedsiębiorczości. *Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy*, 52(4), 392–403. doi: 10.15584/nsawg.2017.4.28
- Hanus, M.D., Fox, J. (2015). Assessing the effects of gamification in the classroom: A longitudinal study on intrinsic motivation, social comparison, satisfaction, effort, and academic performance. *Computers & Education*, 80, 152–161. doi: 10.1016/j.compedu.2014.08.019
- Kachniewska, M. (2015). Potencjał mediów społecznościowych w obszarze popularyzacji aktywności turystycznej. *Rozprawy Naukowe Akademii Wychowania Fizycznego we Wrocławiu*, 50, 35–48.
- Każmierczak, K. (2016). *Grywalizacja – od rutyny do zabawy dającej efekty*. Warszawa: Wiedza i Praktyka.
- Kilar, W., Rachwał, T. (2019a). Przedsiębiorczość w edukacji przedszkolnej i szkole podstawowej w warunkach zmian podstawy programowej. W: T. Rachwał (red.), *Kształtowanie kompetencji przedsiębiorczych*, t. 5. Warszawa: Fundacja Rozwoju Systemu Edukacji, 122–141.
- Kilar, W., Rachwał, T. (2019b). Przedsiębiorczość w szkole średniej w warunkach reformy systemu oświaty. W: T. Rachwał (red.), *Kształtowanie kompetencji przedsiębiorczych*, t. 5. Warszawa: Fundacja Rozwoju Systemu Edukacji, 186–198.
- Kumar, B., Khurana, P. (2012). Gamification in Education – Learn Computer Programming with Fun. *International Journal of Computers and Distributed Systems*, 2(1), 46–53.
- Kuratko, D.F. (2005). The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends, and Challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5), 577–597. doi:10.1111/j.1540-6520.2005.00099.x
- Kwiatkowski, S.M. (2018). Kompetencje przyszłości. W: S.M. Kwiatkowski (red.), *Kompetencje przyszłości*. Warszawa: Fundacja Rozwoju Systemu Edukacji, 14–29.
- Marques, L.A., Albuquerque, C. (2012). Entrepreneurship Education and the Development of Young People Life Competences and Skills. *Journal of Entrepreneurship Perspectives*, 1(2), 55–68.
- Nand, K., Baghaei, N., Casey, J., Barmada, B., Mehdipour, F., Liang, H.N. (2019). Engaging children with educational content via Gamification. *Smart Learning Environments*, 6(6), 1–15. doi: 10.1186/s40561-019-0085-2
- Ostrowska, M. (2009, 15 lutego). *Jaka jest współczesna szkoła?*. Pozyskano z: <http://ostrowska.edu.pl/2009/02/jaka-jest-wspolczesna-szkola/>
- Piróg, D. (2015). Kompetencje z zakresu przedsiębiorczości: rozważania teoretyczne i ich ilustracje w obszarze szkolnictwa wyższego. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 11, 364–376.
- Qian, M., Clark, K.R. (2016). Game-based Learning and 21st century skills: A review of recent research. *Computers in Human Behavior*, 63, 50–58. doi: 10.1016/j.chb.2016.05.023
- Rachwał, T. (red.). (2019). *Kształtowanie kompetencji przedsiębiorczych. Seria Naukowa*, 5, Warszawa: Fundacja Rozwoju Systemu Edukacji.

- Rachwał, T., Kilar, W., Kawecki, Z., Wróbel, P. (2018). Edukacja w zakresie przedsiębiorczości w wychowaniu przedszkolnym, szkole podstawowej i szkołach średnich w świetle nowej podstawy programowej. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 14, 389–424.
- Sadowska, M. (2016). Edukacja w zakresie przedsiębiorczości w polskim systemie kształcenia oraz w państwach europejskich. *International Entrepreneurship Review*, 2(1), 149–164.
- Sánchez, D.R., Langer, M., Kaur, R. (2020). Gamification in the classroom: Examining the impact of gamified quizzes on student learning. *Computers & Education*, 144, 1–16. doi: 10.1016/J.COMPEDU.2019.103666
- Tkaczyk, P. (2012). *Grywalizacja: jak zastosować mechanizmy gier w działaniach marketingowych*. Gliwice: Onepress.
- Wach, K. (2014). Edukacja dla przedsiębiorczości: pomiędzy przedsiębiorczą pedagogiką a edukacją ekonomiczną i biznesową. *Horyzonty Wychowania*, 13(28), 11–32.
- Wach, K. (2013). Edukacja na rzecz przedsiębiorczości wobec współczesnych wyzwań cywilizacyjno-gospodarczych. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 9, 246–257.
- Wach, K., Głodowska, A. (2019). The Role of University in the Development of Entrepreneurial Intentions of Younger Generations: Selected Models. W: M. Pietrzykowski (red.), *Fostering Entrepreneurial and Sales Competencies in Higher Education*. Poznań: Bogucki Wydawnictwo Naukowe, 45–63. doi: 10.12657/9788379862801-4
- Zioło, Z. (2012). Miejsce przedsiębiorczości w edukacji. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 8, 10–23. doi: 10.24917/20833296.8.1

Joanna Świętoniowska, dr, Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie, Kolegium Zarządzania, Katedra Zarządzania. Jej zainteresowania naukowe ukierunkowane są na problematykę związaną z zarządzaniem projektami, innowacjami, przedsiębiorczością oraz wykorzystaniem grywalizacji i gier planszowych w edukacji. Jest dyrektorem Centrum Zaawansowanych Technologii Dydaktycznych na uczelni. Jest współautorką gry planszowej oraz gry online Fabryka Aut, kształtującej najważniejsze umiejętności w zakresie zarządzania projektami. Od 2019 r. prowadzi przedmiot podstawy przedsiębiorczości, realizowany w formie zgryalizowanej.

Joanna Świętoniowska, PhD, University of Information Technology and Management in Rzeszow, Collegium of Management, Chair of Management. Her research interests are related to management, innovation, entrepreneurship and the use of gamification and board games in education. She is the Director of the Center for Advanced Teaching Technologies at the university. She is a co-author of the board game and the online game Car Factory, reflecting the key elements of project management. Since 2019, she has been teaching the subject of Entrepreneurship in a gamified form.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2355-915X>

Adres/Address:

Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie
Kolegium Zarządzania
Katedra Zarządzania
ul. Sucharskiego 2
35-225 Rzeszów, Poland
e-mail: jswietoniowska@wsiz.edu.pl

EWA BADZIŃSKA
Poznań University of Technology, Poland

Experiential and result-driven entrepreneurship education: evidence from an international project

Abstract: The search for effective learning pathways and transformative changes in both the conceptual and curricular field and technological areas are significant challenges for higher education institutions (HEIs). Although a wide range of methods, tools, and interactive channels are available to shape an entrepreneurial mindset, students need clear objectives and understanding embedded in multidisciplinary knowledge and transferable competencies to implement practical business practice solutions. The article's main objective is to present an experiential and result-driven approach to entrepreneurship education that aims to support students in solving real business problems by interacting with the local environment. The participatory co-creation process involved international students (147 participants from 16 nationalities), and the three cycles of two-week intensive programmes (2017–2019) were carried out within the framework of the international project ECMT+. This experimental education process is presented here using the case study method based on the author's experience, observation and reflection. The study reveals that hands-on activities designed for the project positively affected student learning outcomes and motivated them to acquire entrepreneurial competencies. However, entrepreneurship education has to be more inclusive and develop good practice to meet local needs and more diverse learners.

Keywords: entrepreneurship education; experiential learning; intercultural collaboration; result-driven education

Received: 3 November 2020

Accepted: 4 March 2021

Suggested citation:

Badzińska, E. (2021). Experiential and result-driven entrepreneurship education: evidence from an international project. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 17(1), 77–89. <https://orcid.org/10.24917/20833296.171.6>

Introduction

Transformative changes, both in conceptual and curricular areas and technology, are an essential aspect in discussing the quality of education at higher education institutions

(HEIs) and the appropriate preparation of students for the labour market. Consequently, universities face challenges that require them to rethink their strategies, become more entrepreneurial and open to cooperation with stakeholders to provide students with the most up-to-date professional knowledge and transferable skills appropriate to the requirements of the labour market. Thus, universities have to be more active actors and linked to their external environment through a strong presence and commitment in the local community. They can, for example, provide support for local start-ups and companies in the development phase with a great potential for local development, participate in regional clusters or entrepreneurial initiatives, and take an active role in determining the strategic direction of their region (OECD, 2012). In this respect, different HEIs worldwide take action to stimulate learning opportunities against the broader socio-economic and cultural context to promote entrepreneurial endeavours.

Formal entrepreneurship education has been shown to have a significant impact on students' propensity for entrepreneurship and entrepreneurial intentions. It therefore remains a subject of debate by many academics both abroad (Bacigalupo et al., 2016; Fayolle, Gailly, 2013; Lackéus, 2015; Raposo, Paço, 2011) and at home (Bratnicki et al., 2007; Cieślík, 2008, 2010; Kwiatkowski, 2018; Matusiak et al., 2011; Rachwał, 2019; Wach, 2013; Zioło, 2012). Universities try to integrate entrepreneurship education into the curricula using various methods, tools and learning speeds, depending on the availability of expertise and resources. Unfortunately, there is no single best way, so good practice needs to be searched. In this context, an approach based on experiential learning and result-driven entrepreneurship education at HEIs can help shape the desired competencies and skills. Moreover, reciprocal learning and sharing between teachers and professionals from working life offer one channel, even a small one, to local business entities to cooperate and build connections within a diverse network. This, in turn, feeds back into the regional entrepreneurial ecosystem (Badzińska, Timonen, 2019: 12). Thus, the key to effective entrepreneurship education is to find the best match between student needs and local and regional development and teaching methods and techniques.

To contribute to the spread of practice in the field of entrepreneurship education at HEIs, and to enhance pedagogical effectiveness, this article, inspired by the prior work of the author on practice-oriented learning and teaching in multicultural teams (Badzińska, 2017, 2019; Badzińska, Timonen, 2019, 2020), attempts to advance a framework of experiential learning and result-driven entrepreneurship education. It takes an integrative approach to the methods and tools elaborated and adapted within the Erasmus+ Strategic Partnership Project titled *Entrepreneurship and Communication in Multicultural Teams (ECMT+)*¹ and provides examples of business solutions designed by students.

The article's objective is to present an experiential and result-driven approach to entrepreneurship education within diverse international student teams, supporting them in solving real business problems. The conceptual discussion stems from Kolb's Experiential Learning Cycle (Kolb, 1984) and the Kolb Learning Style Inventory 4.0 (Kolb A.Y., Kolb D.A., 2013). The participatory co-creation process of students (147 participants of 16 nationalities) was to generate business models for solving real business problems by

¹ ECMT+ Entrepreneurship and Communication in Multicultural Teams is an Erasmus+ Strategic Partnership Project 2016-2019 (Agreement 2016-1-FI01-KA203-022743). The partners of the consortium represent seven European higher education institutions from Belgium, Czech Republic, Finland, France, Germany, Poland, and the United Kingdom, for more see: www.ecmt-plus.eu.

interacting with the local environment. ECMT+ project partners carried out three cycles of two-week intensive programmes (2017–2019). The discussion reflects the main findings gathered within student-oriented and result-driven entrepreneurship workshops and is based on the author's experience, observation and reflection.

The applied exploratory study's originality lies in presenting real experiential learning and the teaching process, methods, and learning content elaborated and applied by ECMT+ project partners. They worked together to develop students' entrepreneurial mindsets, teaching and learning practice, entrepreneurship research and intercultural communication skills (Bond et al., 2019; Badzińska, Timonen, 2020). Moreover, the contribution consists of designing a conceptual model for teaching and the learning process for a more effective result-driven entrepreneurship education based on the Kolb Learning Style Inventory 4.0 (Kolb A.Y., Kolb D.A., 2013).

Due to the qualitative, descriptive and mostly subjective nature of the research, the results cannot be generalised. The specific teaching and learning process presented is meant to be experimental and illustrative; therefore, it requires constant improvement and adaptation to current conditions in the education process at HEIs. Despite these limitations, this study illustrates real experiences of entrepreneurship education in an international context and can inspire future research on practice-oriented approaches and provide examples of good practice.

Entrepreneurship education at HEIs: challenging expectations

Research on entrepreneurship education has abounded since the early 1990s (Bechard, Toulouse, 1998; Block, Stumpf, 1992; Fayolle, 2005; Katz, 2003; Kirby, 2004; Kuratko, 2005, among others) and continues to be expanded and validated for both secondary and higher education (Fayolle, 2013; Gawel, Pietrzykowski, 2015; Kilar, Rachwał, 2019; Sánchez, 2013). The importance the European Union attaches to it was already underlined in the European Charter for Small Enterprises in 2000, which stated: "Europe will nurture entrepreneurial spirit and new skills from an earlier age. [...] Specific business-related modules should be made an essential ingredient of education schemes at the secondary level and colleges and universities" (Salzano, Bahri, Haftendorn, 2006: 21).

The subject literature indicates that entrepreneurship education encompasses diverse domains of activities, fields, and practice and demonstrates the increasing importance of entrepreneurial skills to manage the social, economic and environmental challenges of tomorrow. As early as the beginning of the 21st century, researchers pointed to the need to develop or expand entrepreneurship education programmes (Kuratko, 2003). Due to the rapid dynamics of technological and economic development related to industry 4.0, the need to create unique and challenging curricula is still valid. All the more, effective entrepreneurship education is critical for developing the skills, attitudes, and behaviours that are a prerequisite for the country's innovative and competitive economy.

The major challenge for researchers and educators involved in entrepreneurship education is still the appropriateness of curricula and training programmes. New teaching models and approaches and technological opportunities (eLearning, mobile devices, learning networks, interactive educational platforms) offer various methods, tools, and communication channels. Unfortunately, the variety of offer is not always equalled by its quality. Many HEIs face this problem and are looking for practical teaching tools and

methods, mainly due to the need to switch to distance learning due to the COVID-19 pandemic.

Furthermore, entrepreneurship education's role is to provide students with cognitive strategies that will enable them to see their way to self-development, define goals, and achieve business success (Welsh, Tullar, Nemat, 2016). Moreover, it can provide problem-solving techniques to help students get an idea of how the path to a business might work. Entrepreneurship is a particular type of attitude and mindset, a creative way of looking at the world towards self-development and fulfilment. However, in practice, many entrepreneurship courses do not prepare students for real business life, and the acquired competencies do not meet market needs or are insufficient. H. Matlay (2008), for example, found a mismatch between graduate needs for entrepreneurship education and actual outcomes in terms of entrepreneurial attitudes, transferable skills and business knowledge. Therefore, assessment studies are badly needed (Welsh, Tullar, 2014), which combine such education with a growing entrepreneurial propensity and then align it with a real-world entrepreneurial trajectory.

Furthermore, entrepreneurship education practice should integrate research findings and theory to be understood and applied by students. Thus, entrepreneurship research results could be linked to an offer to create a good practice guide and inspire both teachers and researchers to share their experiences and findings. For example, an open-access public platform in entrepreneurship could help test new research ideas, contribute to developing and spreading the use of innovative pedagogies, and provide feedback for the active researcher. Moreover, such access to practical knowledge can encourage teachers to follow up and reflect on their teaching methods, approaches and experimentation. Furthermore, combining result-driven entrepreneurship education with academic approaches can increase the attractiveness of teaching activities.

Undoubtedly, various formal and non-formal educational and training opportunities can affect entrepreneurial mindsets and skills. Based on this foundation, the ECMT+ consortium partners developed three series of interdisciplinary workshops for experiential and result-driven entrepreneurship education to provide students with a mix of transferable skills and three series of teacher training events² to share good teaching practice at HEIs. In turn, the project entitled "The acceleration method of development of transferable competencies in the students' practical training process" can serve as an excellent example for academic practice in developing professional competencies (Szafranski, Goliński, Simi, 2017)³. Thus, HEIs can help create a more entrepreneurial mindset among students by instilling a clear understanding of risks and rewards by teaching the ability to seek and recognise opportunities and creating successful enterprises.

Another critical issue is the availability of educational services that provide examples of good practice in teaching and learning entrepreneurship worldwide and showcase different institutional approaches on an ongoing basis. In response to this expectation, the European Commission and the OECD jointly support the HEInnovate online platform's development⁴. It is a self-assessment tool for HEIs who wish to explore their innovative potential and improve their educational programmes. *HEInnovate* provides learning materials, case

² More about the Intensive Programmes and Teacher Training Events see: <http://www.ecmt-plus.eu/events/>.

³ More about this project see: <http://www.awt.org.pl/projekty/erasmus/?lang=en>.

⁴ More about the HEInnovate see: <https://heinnovate.eu/en>.

studies and a pool of experts. A new entrepreneurship education service – *entreTime* – should be highlighted as it aims to increase teachers’ competencies and skills while upgrading their pedagogical tools in a given field by providing them with a comprehensive training package. *entreTime* is a unique academic platform for spreading entrepreneurial teaching and co-creation by engaging top-level educators across Europe.

Numerous HEIs, mainly technical and business ones, are looking to play an influential role in creating a more entrepreneurial society and environment (Kirby et al., 2011). This, in turn, reflects expectations regarding the contribution of universities to regional development by linking appropriate organisational environments and resources (Guerrero, Urbano, 2011) and adapting their core activities related to research, teaching and an entrepreneurial mission to market needs. In this context, entrepreneurship education and start-up incubation programmes (Świeszczak, 2016) provide a way of taking on social responsibility and generating local competitive advantage by supporting new venture creation. The university-business collaboration should contribute to creating new multidisciplinary curricula and the promotion of transferable skills and entrepreneurial attitudes within and through education (Badzińska, Timonen, 2020: 9). Moreover, entrepreneurship education must prepare students to believe that failure is part of business life. Therefore, completing an entrepreneurship course or searching for a business model is just the first in a series of opportunities or steps in becoming an entrepreneur. Students and university graduates must learn to “see entrepreneurship as a journey rather than a destination: a sequence of occasions as opposed to an outcome” (Welsh et al., 2016: 127).

Materials and methods

The exploratory research objective covers students’ experiential learning, the participatory co-creation process for a business model, and reflections on entrepreneurship education outcomes during the three cycles of intensive programmes (IPs) 2017–2019. The workshops were carried out once a year by the ECMT+ project partners, at the Karelia University in Joensuu (2017), Technical University of Applied Sciences in Wildau (2018), and Université Jean Monnet Saint-Étienne in Roanne (2019), and focused on practice, research and education underlining the entrepreneurial performance in the local environment. The IPs involved an intensive two weeks of working together with both students (46–48 participants each time of 14 to 16 nationalities) and teachers/coaches (about 25 each time) from seven different European HEIs in order to develop transferable skills and business knowledge using experiential learning activities and result-driven approaches. Furthermore, practitioners and entrepreneurs from the local business environment shared their success factors and failure management with workshop participants. Students involved in workshops were exposed to exact customer needs, expectations and market demand.

The IP’s participants were selected by a purposeful sampling technique (Patton, 2002). S. Shane and S. Venkataraman (2000) emphasise that entrepreneurship research should focus on individuals with a unique vision and perspective on improving the world and who are engaged in the discovery and exploitation of opportunities to create added value. Following this line, the selection of students carried out by project partners was based on their willingness for self-development, commitment and creativity in generating innovative business solutions, discovering entrepreneurial opportunities, and overcoming

possible difficulties and prejudices. Moreover, essential selection criteria were openness to new challenges, diversity of international students and inclusion.

This study briefly discusses the process and specific experiential teaching stages and learning using the case study method. The rationale for its use is its value related to building an understanding of phenomena in a selected context under actual conditions (Merriam, 1998; Yin, 2014). Furthermore, there is a need to conduct practice-oriented empirical research to better understand the surrounding reality (Czakoń, 2015). The knowledge and competency development process included three intensive entrepreneurship workshops and reflections on learning, teaching and research.

The conceptual discussion uses (among other studies) the competency development framework in entrepreneurship education by Lackéus (2015) and the new Kolb Learning Styles Inventory 4.0 (Kolb, Kolb, 2013), which both contribute to meaningful teaching practice and support learner experience. A.Y. Kolb and D.A. Kolb (2013) emphasise that the learning process is cyclical, and while students are learning specific content and subjects, it is equally important to reflect consciously and get to know individual learning processes. Thus, the tasks should be adapted to the right and most meaningful level of involvement for students. Moreover, “reflection involves building a self-identity and self-concept around an entrepreneurial life. [...] This is an important way to create self-coherence, a positive self-concept and high self-esteem” (Welsh, Tullar, Nemati, 2016: 126). The findings of the analysis of reflection diaries created by IP participants are presented in the works of Badzińska (2017) and Heinz, Chylková, Nenička (2018).

This study is limited to the explorations carried out by the author, involved in the competency development process within the ECMT+, and which was for her at the same time an experiential learning opportunity as she examined her working environment and learned from this experience. In turn, the holistic approach to student learning and reciprocal teaching included participatory observation, reflection and analysis, and evaluation of the whole experiential learning process. In this study, the iterative co-creation process presented includes a set of methods, tools, and content to increase the flow of knowledge, skills, and balance between the various stages within the learning cycle. The findings reflected here can benefit both teachers' practice at HEIs and researchers as a source for further analysis and the relevance of the methods used.

Research results and discussion

Streamlining the process of entrepreneurship higher education in shaping an entrepreneurial mindset, communication skills and the professional competencies necessary for working in a multicultural environment was one of the significant challenges of the ECMT+ Strategic Partnership Project. This study focuses on two-week intensive workshops (IPs) aimed at working out practical methods and tools for practice-oriented and result-driven entrepreneurship education to support learning and teaching processes in higher education. During the three pilot cycles, the participants totalled 147 students representing 16 nationalities from countries in Europe, 'Euro-Asia', East and South Asia, and North Africa. The workshop participants were asked to create business ideas to solve real problems and generate business models for ventures contributing to sustainable development for the local urban (or rural) environment. Inclusion of all inhabitants (mainly the needs of immigrants and refugees) and the development of social entrepreneurship

that focuses on creating a positive social impact rather than creating as much financial profit as possible also had to be considered. The students received input from teachers, practitioners and young entrepreneurs from various backgrounds while working in diverse, multicultural teams. To gain hands-on experience, the workshop participants had to explore theoretical inputs in a purposeful way outside the classroom through a one-day field trip (respectively in Joensuu in Finland, Berlin in Germany, and Lyon in France) looking for inspirations for business ideas. In turn, on the university campus, students had the opportunity to observe each other, collaborate, test business concepts, compare their solutions and experience hands-on learning with tools and innovative equipment (e.g. *ViNN:Lab* at the TH Wildau).

Students were given a balance of practical experience and theoretical content during the IPs to encourage them to adopt a wide range of issues and methods in entrepreneurship education. To improve the process of competence development, theoretical and practical material was divided into six areas of activity, the so-called teaching ‘formats’, namely: learn it, do it, present it, test it, pitch it and evaluate it. These activities were a kind of guide to facilitate orientation in a wide range of content (the curriculum provided for 60 teaching hours) and help in the effective learning of business issues. For example, the “do it” format included activities involving the direct engagement of students, interactive communication and commitment among teams, such as prototyping the business idea, a student-team field trip, collection of open questions, preparation of user tests, looking for feedback, business idea iteration, utilisation of customer observation methods as well as preparation of the marketing campaign and financial plan. The competencies of the team members (or their absence) in areas of the division of tasks, decision making, respect for different values and behaviours, overcoming cultural prejudices, as well as shared responsibility for tasks and time management, were crucial for achieving the expected final results (Badzińska, Timonen, 2019: 13–15). It is crucial in each teaching process to clearly define tasks, goals and expected outcomes. For this reason, milestones were defined for each day of the two-week workshops to encourage students to perform the tasks effectively and share experiences with other teams.

The variety of teaching methods and tools used and learning styles provided a framework for the experiential learning process. Kolb’s Experiential Learning Theory (1984) and the new Kolb Learning Style Inventory 4.0 (Kolb A.Y., Kolb D.A., 2013) were adopted throughout the whole teaching-learning process as a powerful foundational approach to all forms of learning, development and change. The knowledge and competency development process during the IPs consisted of the following stages: Initiating & Inspiring, Imagination, Experiencing, Reflecting, Analysing & Evaluating, Conceptualisation, Thinking & Designing, and Action & Cooperation, with Balancing as an essential activity at every stage of the process (see Figure 1).

The scheme is practical and visual, and it organises development activities in a logical form that reflects the process of creating innovative business models. These stages of the learning cycle contain several activities conducted and managed by the ECMT+ partners to justify the status of experiential learning and teaching. Examples of activities are outlined below:

1. Initiating & Inspiring: developing preliminary ideas in the pre-IP framework; preparing a collective video of national students’ teams using local background; acquiring a basic knowledge of entrepreneurship and business modelling; focusing on new

Figure 1. The stages of the experiential learning cycle applied within the ECMT+ Intensive Programmes: 2017–2019



Source: own study based on ECMT+ IPs and an adaptation of Kolb Learning Styles Inventory 4.0 (Kolb A.Y., Kolb D.A., 2013)

- learning opportunities and intercultural collaboration; creating entrepreneurial ideas for a local business.
2. Imagination: presenting business ideas in a “market” format (posters, talk) for other teams; discovering competing ideas; converging and selecting the most exciting ideas by participants; focusing on international teamwork, challenges and new experiences.
 3. Experiencing: looking for business inspirations through a one-day field trip; considering a range of possible options and business solutions based on personal experience, acquired knowledge and cultural background; joining a team with “the best business idea”; conclusion of the team contract and decision making; sharing information based on subjective experience; collecting feedback and building relationships with other course participants; focusing on concrete experience by others.
 4. Reflecting: connecting experiences and ideas through sustained reflection; taking time to intentionally consider multiple perspectives and the factors involved (e.g. learning content, aims, outcomes, environment); assessing the new experience gained; focusing on participatory observation and milestones.
 5. Analysing & Evaluating: exploring and collecting data; verifying market demand for one’s business idea; assessing new knowledge and information gained; focusing on data, customer needs, and unique business solutions.
 6. Conceptualisation: integrating experience and newly acquired knowledge into existing schemas and theoretical foundations; creating customer profiles and value propositions; generating a rough concept of the business model; focusing on the full concept development.

7. Thinking & Designing: using rational thought, research findings, disciplined logic or mathematics to generalise; exploring, testing, experimenting, prototyping and designing; focusing on business model iteration.
8. Action & Cooperation: asking for feedback and support on the prototype; taking direct action to achieve a common goal; cooperating and engaging in solving the diagnosed problem to achieve expected outcomes; practising business ideas during the competition and public presentation of the concept; highlighting and awarding the best solutions.
9. Balancing: seeking a balance of practical experience and theoretical background; asking for feedback by IP participants and teachers; evaluating the learning outcomes; conducting critical analysis and consequences of actions; developing and improving curricula by implementing experiential learning activities; focusing on flexibility and utility (Badzińska, 2019: 52–53).

The activities indicated above provide steps for an iterative and participatory co-creation process of a business model based on the experiential learning cycle. This framework aims to visualise and shed light on the challenges of result-driven entrepreneurship education and help identify, prioritise, and execute the critical pathways crucial to achieving a common goal. Specifically, the experiential learning process model advanced here can be used to inspire future theoretical and empirical research efforts in the field of entrepreneurship education.

It should be emphasised that interdisciplinarity and inclusiveness were a crucial part of the entire learning process. The teams' high level of commitment to achieve their goals and their healthy competition point to measurable benefits of intercultural entrepreneurship education. The course participants could combine their prior practical experience with the knowledge acquired during the workshops to explore ways to actual business

Figure 2. Examples of business concepts developed by international students within the ECMT+ Intensive Programmes



Source: author, based on the ECMT+ Project, student work, www.ecmt-plus.eu/student-work/

modelling through the experiential learning approach. The teams' work resulted in business solutions taking into account local communities' needs with a special emphasis on sustainable life-cycle thinking, inclusiveness, and well-being (see Figure 2). Another example is the concept of the "e-School Interact" to create an all-new encompassing e-learning platform to increase levels of innovation, motivation, eco-friendliness, and safety. In turn, several concepts were applied to "green" communities.

An example of this is the "City Nature" mobile application which aims at providing a simple infrastructure among urban gardening communities and supporting knowledge sharing on sustainable gardening. The "Garden In" concept offered a similar solution that encouraged growing herbs and vegetable farming, calling for "grow it, watch it, eat it". On the other hand, the "Local Stories" application was a solution to facilitate travellers' access to local people to learn unique and unusual curiosities about the place visited. In contrast, a completely different solution was offered by the emotional concept of "Fairwell" appealing to animal lovers. Based on one student's experience of not being able to say goodbye to a dying animal, team members decided to create a local community offering a personalised farewell to pets in a peaceful atmosphere.

It is worth noting that when learning entrepreneurship, students need to be offered opportunities that encourage them to be active and committed to achieving their goals. Creativity and innovation potential do not grow without challenges and real-life engagement. However, proper practice and the right training can provide skills and knowledge and create compelling solutions. Undoubtedly, in developing competencies, learners themselves must take responsibility for the learning process. This should be participatory, involving and challenging in a way that requires critical thinking and problem-solving skills (Badzińska, Timonen, 2020: 7).

To summarise, an essential advantage of the intensive entrepreneurship workshops was reciprocal learning – an opportunity to learn and experience a different perspective on the same issues and exchange views. It can be emphasised that the diversity of teachers and students has become a vital asset of the experiential learning process and creative thinking by developing business solutions. However, the research found that the pathways of teamwork, the mutual responsibility for creating and implementing solutions taking into account the needs of the local community can vary considerably depending on the government's support policy and the involvement of entrepreneurial ecosystem entities.

Conclusions

The more demanding operational environment is making HEIs rethink how they can educate effectively, meet the needs of a future working life and the rapidly changing needs of society. Nowadays, the world's economic and social changes show the importance of developing an entrepreneurial mindset and the creativity skills suitable for operating in an increasingly turbulent environment (which includes the COVID-19 pandemic). This has radically changed the conditions and possibilities of a practical approach to teaching entrepreneurship (e.g. field research, student internships in enterprises, face-to-face meetings with founders).

Educational practice confirms that there is not one correct teaching model but alternative strategies for university-based entrepreneurship education. Furthermore, the key to successful entrepreneurship education is to find the most effective ways to manage teachable

skills and identify the best match between curricula, teaching techniques and market demands. This implies that students must acquire various knowledge bases and skills to successfully compete on the market both as entrepreneurs and employees of other companies.

The interdisciplinary activities developed by the ECMT+ project partners shed light on the complementarity of business, entrepreneurship and intercultural collaboration in educating students. As part of the programme activities, coaches were stimulated to navigate complex tasks and creative processes, develop critical thinking, cooperation, and goal-oriented learning. This approach aimed to prepare students for a business model generation; it allowed them to explore entrepreneurial opportunities in their universities and the external environment where their interdisciplinary knowledge and practical competencies can be the main strength in problem-solving.

Based on the participant-observation method's outcomes, reflections and opinions of the intensive programme participants all have confirmed that intercultural collaboration and result-driven entrepreneurship education brought the expected results. The variety of applied teaching methods, tools and content found the considerable approval of workshop participants. The healthy competition, team involvement, and well-coordinated work by the coaches provided a full sense of creating a unique solution and merging individual members into a team. The development process formed a hermeneutical circle where understanding and commitment grew throughout the reflective process and where the experienced reality was transformed into learning (Badzińska, Timonen, 2019: 9). However, it should be noted that the quality of the learning process depends not only on the pedagogical approach and the expert knowledge represented by teachers but, above all, on the involvement and internal motivation of the course participants themselves.

Integrating research findings into entrepreneurship education can be an essential path for improving entrepreneurial teaching and learning practice. Such an approach can contribute to developing and spreading innovative pedagogies and adjusting appropriate teaching tools and methods.

References

- Bacigalupo, M., Kampylis, P., Punie, Y., Van den Brande, G. (2016). *EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework*. Luxembourg: Publication Office of the European Union. EUR 27939 EN.
- Badzińska, E. (2019). Knowledge acquisition and business modelling using experiential learning approach to entrepreneurship. *European Journal of Social Sciences Education and Research*, 6(2), 48–56.
- Badzińska, E. (2017). Evaluation of a Multicultural Approach to Teaching Entrepreneurship: Selected Research Results within the Framework of the ECMT+ International Project. *European Journal of Social Sciences Education and Research*, 11(2), 320–327.
- Badzińska, E., Timonen, L. (2020). Exploring the University-based Entrepreneurial Activities in International Collaboration: Development Cases of HEIs. *Journal of Intercultural Management*, 12(2), 1–30.
- Badzińska, E., Timonen, L. (2019). Entrepreneurial Mindset and Multicultural Communication Skills: a Reflection on the ECMT+ Intensive Programme. *Zeszyty Naukowe Politechniki Poznańskiej. Organizacja i Zarządzanie*, 79, 5–19.
- Bechar, J.P., Toulouse, J.M. (1998). Validation of a didactic model for the analysis of training objectives in entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 13(4), 317–332.
- Block, Z., Stumpf, S.A. (1992). Entrepreneurship education research: Experience and challenge. In: D.L. Sexton, J.D. Kasarda (eds.), *The state of the art of entrepreneurship*. Boston, MA: PWS-Kent Publishing, 17–45.

- Bond, G., Le Pontois, S., Timonen, L. (2019). ECMT+ Entrepreneurship and Communication in Multicultural Teams: Learning Pathways for Students and Staff. *Publications of Karelia University of Applied Sciences C: Reports*, 63.
- Bratnicki, M., Dyduch, W., Kozłowski, R., Zbierowski, P., Gabryś, B.J. (2007). Nauczanie przedsiębiorczości w Polsce i na świecie. In: *Kierunki studiów ekonomicznych – nowe uwarunkowania i wyzwania*. Katowice: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. K. Adamieckiego w Katowicach, 83–92.
- Cieślik, J. (2010). *Przedsiębiorczość dla ambitnych. Jak uruchomić własny biznes?*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Cieślik, J. (2008). Kształcenie w zakresie przedsiębiorczości na poziomie akademickim. *Czasopismo Edukacja*, 2(102), 23–32.
- Czakon, W. (2015). Zastosowanie studiów przypadku w badaniach nauk o zarządzaniu. In: W. Czakon (ed.), *Podstawy metodologii badań w naukach o zarządzaniu*. Warszawa: Wolters Kluwer Polska, 189–208.
- Fayolle, A. (2013). Personal views on the future of entrepreneurship education. *Entrepreneurship & Regional Development*, 25(7–8), 692–701. doi: 10.1080/08985626.2013.821318
- Fayolle, A. (2005). Evaluation of entrepreneurship education: Behavior performing or intention increasing. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 2, 89–98. doi: 10.1504/IJESB.2005.006072
- Fayolle, A., Gailly, B. (2013). The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Attitudes and Intention: Hysteresis and Persistence. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 75–93. doi: 10.1111/jsbm.12065
- Gawel, A., Pietrzykowski, M. (2015). Edukacja akademicka w postrzeganiu przedsiębiorczości i kształtowaniu intencji przedsiębiorczych. *Problemy Zarządzania*, 13(1(2)), 41–55.
- Guerrero, M., Urbano, D. (2011). *The Creation and Development of Entrepreneurial Universities in Spain: An Institutional Approach*. New York: Nova Publishers.
- Heinz, K., Chylková, M., Nenička, L. (2018). Significance of ECMT+ Participants' Feedback for their Future Entrepreneurial Careers within the EU. In: M. Staničková, L. Melecký, E. Kovářová, K. Dvoroková (eds.), *Proceedings of the 4th International Conference on European Integration 2018*. Ostrava: VŠB-Technical University of Ostrava, 2018, 447–456.
- Katz, J.A. (2003). The chronology and intellectual trajectory of American entrepreneurship education. *Journal of Business Venturing*, 18(2), 283–300. doi: 10.1016/S0883-9026(02)00098-8
- Kilar, W., Rachwał, T. (2019). Changes in Entrepreneurship Education in Secondary School under Curriculum Reform in Poland. *Journal of Intercultural Management*, 11(2), 73–105. doi: 10.2478/joim-2019-0010
- Kirby, D.A. (2004). Entrepreneurship education: can business schools meet the challenge?. *Education + Training*, 46(8–9), 510–519. doi: 10.1108/00400910410569632
- Kirby, D., Guerrero, M., Urbano, D. (2011). Making Universities More Entrepreneurial: Development of a Model. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 28, 302–316.
- Kolb, D.A. (1984). *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Kolb, A.Y., Kolb, D.A. (2013). *The Kolb Learning Style Inventory 4.0. A Comprehensive Guide to Theory, Psychometrics, Research on Validity and Educational Applications*. Experience Based Learning Systems, Inc.
- Kuratko, D.F. (2005). The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends, and Challenges. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 577–597.
- Kwiatkowski, S. (ed.). (2018). *Kompetencje przyszłości*, t. 3. Warszawa: Fundacja Rozwoju Systemu Edukacji.
- Lackeus, M. (2015). *Entrepreneurship in Education. What, why, when and how*. *Entrepreneurship360 Background Article*. OECD.
- OECD. (2012). A Guiding Framework for Entrepreneurial Universities. Retrieved from: <http://www.oecd.org/site/cfecpr/EC-OECD%20Entrepreneurial%20Universities%20Framework.pdf>
- Matlay, H. (2008). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial outcomes. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15, 382–396.

- Matusiak, K.B., Guliński, J., Cieślík, J., Skala-Poźniak, A. (eds.). (2011). *Edukacja dla przedsiębiorczości akademickiej*. Warszawa: PARP.
- Merriam, S.B. (1998). *Qualitative Research and Case Studies Applications in Education*. San Francisco: Jossey-Bass Publications.
- Patton, M.Q. (2002). *Qualitative research and evaluation methods*. 3rd ed. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Rachwał, T. (2019). Przedsiębiorczość jako kompetencja kluczowa w systemie edukacji. In: T. Rachwał (ed.), *Kształtowanie kompetencji przedsiębiorczych*, t. 5. Warszawa: Wydawnictwo FRSE, 16–34.
- Raposo, M., Paço, A. (2011). Entrepreneurship education: Relationship between education and entrepreneurial activity. *Psicothema*, 23(3), 453–457.
- Salzano, C., Bahri, S., Haftendorn, K. (2006). *Towards an entrepreneurial culture for the twenty-first century: stimulating entrepreneurial spirit through entrepreneurship education in secondary schools*. ILO and UNESCO. Retrieved from: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000147057>
- Sánchez, J.C. (2013). The impact of an entrepreneurship education program on entrepreneurial competencies and intention. *Journal of Small Business Management*, 51, 447–465.
- Shane, S., Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217–226.
- Szafrański, M., Goliński, M., Simi, H. (2017). *The acceleration of development of transferable competences*. Kokkola: Centria University of Applied Sciences.
- Świeszczak, K. (2016). *Uwarunkowania skuteczności działania inkubatorów przedsiębiorczości*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Wach, K. (2013). Edukacja na rzecz przedsiębiorczości wobec współczesnych wyzwań cywilizacyjno-gospodarczych. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 9, 246–257.
- Welsh, D.H.B., Tullar, W.L. (2014). A model of cross-campus entrepreneurship and assessment. *Entrepreneurship Research Journal*, 4, 95–115.
- Welsh D.H.B., Tullar, W.L., Nemat, H. (2016). Entrepreneurship education: Process, method, or both?. *Journal of Innovation & Knowledge*, 1(3), 125–132. doi: 10.1016/j.jik.2016.01.005
- Yin, R.K. (2014). *Case Study Research Design and Methods*. (5th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Zioło, Z. (2012). Miejsce przedsiębiorczości w edukacji. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 8, 10–23.

Ewa Badzińska, PhD in economics in management sciences, assistant professor in the Faculty of Engineering Management at the Poznań University of Technology. Her research interests include technological entrepreneurship, technology start-ups, business modelling, entrepreneurial ecosystems, academic entrepreneurship, entrepreneurship education, enterprise competitiveness, and business communication. She is the author or co-author of four books and more than 70 journal articles, book chapters and conference articles.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2621-976X>

Address:

Politechnika Poznańska
Wydział Inżynierii Zarządzania
ul. Rychlewskiego 2
60-965 Poznań, Polska
e-mail: ewa.badzinska@put.poznan.pl

Acknowledgements and financial disclosure

I would like to express my gratitude to all ECMT+ Project Partners, Students, and Entrepreneurs involved in the Intensive Programmes 2017–2019 and provided valuable feedback on the international Strategic Partnership Project. The article processing charges were funded by the Faculty of Engineering Management from the Poznań University of Technology, grant number 0812/SBAD/0616.

PAWEŁ MAREK WORONIECKI

Uniwersytet Jagielloński w Krakowie, Polska ■ Jagiellonian University in Kraków, Poland

Prawne uwarunkowania nauczania przedsiębiorczości w polskim systemie oświaty

Legal conditions of teaching entrepreneurship in Polish educational system

Streszczenie: Jako przedmiot badawczy artykułu przyjęto regulacje prawne, które stanowią podstawę do wprowadzenia nauczania przedsiębiorczości oraz regulują problematykę zajęć z tego zakresu. Zastosowaną metodą badawczą jest analiza wybranych przepisów prawa. Postawiono hipotezę, że wskazanie podstawy do nauczania przedsiębiorczości w ustawie nie daje wystarczającej gwarancji prowadzenia takich zajęć w przyszłości. Dlatego sformułowano postulat mówiący o konieczności wprowadzenia odpowiedniego przepisu do polskiej *Konstytucji*. W artykule zaznaczono również, że obecna, trudna sytuacja ekonomiczna powoduje u przedsiębiorców kłopoty finansowe. Mając to uwadze, wskazano zagadnienia dotyczące ryzyka finansowego, które powinny być zaakcentowane w trakcie zajęć z uczniami w ramach podstawy programowej określonej w *Rozporządzeniu Ministra Edukacji Narodowej z dnia 30 stycznia 2018 r. w sprawie podstawy programowej kształcenia ogólnego dla liceum ogólnokształcącego, technikum oraz branżowej szkoły II stopnia* (Dz.U. z 2018 r., poz. 467, z późn. zm.). Jako hipotezę przyjęto, że obowiązująca podstawa programowa nie w pełni koresponduje z potrzebami związanymi z nauczaniem o ryzyku wykonywania działalności biznesowej. Z tego powodu zarekomendowano, żeby podstawa programowa zawierała dodatkowo wybrane zagadnienia wynikające z *Ustawy z dnia 28 lutego 2003 r. Prawo upadłościowe* (tekst jednolity: Dz.U. z 2020 r., poz. 1228, z późn. zm).

Abstract: The subject of the article are legal regulations that are the grounds for teaching entrepreneurship and which regulate the problems of lessons on this topic. The applied research method is the analysis of selected legal regulations. The hypothesis states that indicating the grounds for teaching entrepreneurship in an act of law does not guarantee the conducting of such lessons in the future. This is why, a postulate has been formulated that there is a necessity to introduce a proper provision to the Polish *Constitution*. The article also pointed out that present tough economic situation causes financial problems for entrepreneurs. Taking this into consideration, there have been indicated issues concerning financial risk, which should be stressed during lessons with pupils within the base curriculum enclosed in the *Decree of the Minister of National Education of 30th January 2018 regarding the base curriculum of general education for secondary school, technical school and specialist school of II degree* (Journal of Laws of 2018 item 467 with later amendments). A hypothesis was adopted that the binding base curric-

ulum does not fully correspond to the needs of teaching about risk of conducting business activity. Therefore, the recommendation has been made that the base curriculum should additionally contain selected regulations resulting from the *Statute of 28 February 2003 Bankruptcy Law* (consolidated text: Journal of Laws of 2020 item 1228 with later amendments).

Słowa kluczowe: nauczanie; oświata; prawo; przedsiębiorczość

Keywords: education; entrepreneurship; law, teaching

Otrzymano: 17 lutego 2021

Received: 17 February 2021

Zaakceptowano: 20 maja 2021

Accepted: 20 May 2021

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Woroniecki, P.M. (2021). Prawne uwarunkowania nauczania przedsiębiorczości w polskim systemie oświaty. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 17(1), 90–103. <https://doi.org/10.24917/20833296.171.7>

Normatywne ramy rozważań i cele opracowania

Edukacja z zakresu przedsiębiorczości uwarunkowana jest treścią przepisów prawa (zob. niżej) i to w dwojakim znaczeniu. Po pierwsze, regulacje prawne stanowią ogólną normatywną podstawę do wprowadzenia odpowiednich zajęć w szkołach. Po drugie, prawne uwarunkowania nauczania przedsiębiorczości można rozumieć jako konkretne rozwiązania prawne, które wyznaczają obszar problemowy zajęć z zakresu przedsiębiorczości. Oba wskazane wyżej aspekty normatywnego uwarunkowania edukacji w tematyce przedsiębiorczości stanowią przedmiot badawczy niniejszego opracowania. Oczywiście te dwie sfery nie są od siebie odseparowane, a wręcz przeciwnie – wzajemnie się przenikają i są komplementarne. Stanowi to argument dla ich łącznego zaprezentowania.

W kontekście prezentacji ogólnej podstawy prawnej nauczania przedsiębiorczości należy odwołać się do obecnie obowiązującej *Ustawy z dnia 14 grudnia 2016 r. Prawo oświatowe* (tekst jednolity: Dz.U. z 2020 r., poz. 910, z późn. zm.), która w sposób jednoznaczny deklaruje – w art. 1 pkt 18 – że: „System oświaty zapewnia w szczególności: [...] 18) kształtowanie u uczniów postaw przedsiębiorczości i kreatywności sprzyjających aktywnemu uczestnictwu w życiu gospodarczym, w tym poprzez stosowanie w procesie kształcenia innowacyjnych rozwiązań programowych, organizacyjnych lub metodycznych”. Na marginesie warto odnotować, w ślad za piśmiennictwem, że deklarowane w art. 1 tej ustawy cele systemu oświaty mają charakter tylko przykładowy i można je uzupełniać, na co wskazuje użyte w przepisie sformułowanie „w szczególności” (Pyter, 2017: 6). Przytoczony wyżej przepis ustawy *Prawo oświatowe* nie wskazuje wprawdzie bezpośrednio na obowiązek nauczania przedsiębiorczości, tym niemniej – jak się wydaje – można na jego podstawie, w drodze wykładni, wyprowadzić wniosek o spoczywającej na władzach oświatowych powinności zapewnienia edukacji w tym zakresie. Pojawia się jednak pytanie o to, czy tego rodzaju – ustawowa – podstawa stanowi wystarczającą gwarancję kontynuacji nauczania przedsiębiorczości również w kolejnych latach. Znalezienie odpowiedzi na to pytanie stanowi pierwszy cel tego artykułu, przy czym jako hipotezę przyjęto, że nie jest to podstawa wystarczająca, w związku z czym należy postulować ujęcie kwestii nauczania przedsiębiorczości już na szczeblu konstytucyjnym.

Jeżeli chodzi o drugi aspekt prawnych uwarunkowań nauczania przedsiębiorczości, tj. aspekt związany bezpośrednio z tematyką zajęć, to należy zwrócić tutaj uwagę na fakt, że ustawa *Prawo oświatowe* zobowiązała w art. 47 ust. 1 pkt 1 lit. a-h ministra właściwego do spraw oświaty i wychowania do określenia – w formie rozporządzenia – podstawy programowej wychowania przedszkolnego oraz kształcenia ogólnego dla: szkół podstawowych (włączając w to uczniów z umiarkowaną bądź znaczną niepełnosprawnością intelektualną), liceów ogólnokształcących, techników, branżowych szkół I stopnia, szkół specjalnych przysposabiających do pracy, branżowych szkół II stopnia, szkół policealnych, przy czym określając podstawy programowe, minister winien uwzględnić „w szczególności zestawy celów kształcenia i treści nauczania, umiejętności uczniów, a także zadania wychowawczo-profilaktyczne szkoły, odpowiednio do poszczególnych etapów edukacyjnych i typów szkół”. Dla realizacji powyższego obowiązku wydano *Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 14 lutego 2017 r. w sprawie podstawy programowej wychowania przedszkolnego oraz podstawy programowej kształcenia ogólnego dla szkoły podstawowej, w tym dla uczniów z niepełnosprawnością intelektualną w stopniu umiarkowanym lub znacznym, kształcenia ogólnego dla branżowej szkoły I stopnia, kształcenia ogólnego dla szkoły specjalnej przysposabiającej do pracy oraz kształcenia ogólnego dla szkoły policealnej* (Dz.U. z 2017 r., poz. 356, z późn. zm.) oraz *Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 30 stycznia 2018 r. w sprawie podstawy programowej kształcenia ogólnego dla liceum ogólnokształcącego, technikum oraz branżowej szkoły II stopnia* (Dz.U. z 2018 r., poz. 467, z późn. zm.). Zgodnie z § 3 pierwszego ze wspomnianych rozporządzeń Ministra Edukacji Narodowej, weszło ono w życie w dniu 1 września 2017 r. Natomiast drugie z rzeczonych rozporządzeń Ministra Edukacji Narodowej (w skrócie: rozp. MEN z 30.01.2018 r.) obowiązuje od dnia 1 września 2018 r. (§ 2 rozp. MEN z 30.01.2018 r.). Dla większej przejrzystości wyводу oraz z uwagi na ograniczoną objętość niniejszego opracowania, oparciem dla dalszych analiz będą postanowienia zamieszczone w załączniku nr 1 (zatytułowanym *Podstawa programowa kształcenia ogólnego dla czteroletniego liceum ogólnokształcącego i pięcioletniego technikum*) do rozp. MEN z 30.01.2018 r. Jednocześnie należy zauważyć, że proces nauczania przedsiębiorczości nie może abstrahować od bieżących wydarzeń ekonomicznych, a wręcz przeciwnie – w procesie tym należy w możliwie najszerszym zakresie uwzględniać aktualny kontekst gospodarczy. Jest to szczególnie ważne dzisiaj, w okresie zawirowań ekonomicznych. Mianowicie występujące teraz u wielu przedsiębiorców trudności gospodarcze dobitnie pokazują, jak ważne jest uczulenie młodych ludzi – już na etapie szkoły – na fakt, że prowadzenie działalności gospodarczej daje nie tylko możliwość osiągnięcia dużych zysków, ale również wiąże się ze sporym ryzykiem finansowym.

Mając powyższe na uwadze, drugim celem niniejszego opracowania jest wyeksponowanie – w ramach obowiązującej podstawy programowej – tych zagadnień związanych z ryzykiem finansowym, na które należałoby zwrócić szczególną uwagę podczas zajęć z uczniami. Jednocześnie postawiono hipotezę o częściowej nieadekwatności aktualnej podstawy programowej w stosunku do istniejących potrzeb w zakresie nauczania o ryzyku prowadzenia działalności gospodarczej, co w konsekwencji daje podstawę do sformułowania rekomendacji dotyczącej uzupełnienia podstawy programowej o wybrane rozwiązania prawne zawarte w *Ustawie z dnia 28 lutego 2003 r. Prawo upadłościowe* (tekst jednolity: Dz.U. z 2020 r., poz. 1228, z późn. zm.; dalej: P.u.).

Przyjęta metoda badawcza. Prezentacja problematyki badawczej na tle aktualnego piśmiennictwa

Przyjęta w opracowaniu metoda badawcza polega na analizie i selekcji przepisów wybranych aktów prawnych, a następnie ich omówieniu w kontekście założonych celów opracowania. W szeregu przypadków konieczne było poddanie ich procedurze wykładni, która – jak wskazuje się w opracowaniach teoretycznoprawnych – ukierunkowana jest na określenie znaczenia oraz zakresu sformułowań ujętych w języku prawnym (Tobor, 1997: 193). Pojęcie języka prawnego służy do określenia języka, w którym sporządza się teksty prawne (Sarkowicz, 1998: 49). Dla lepszego zrozumienia praktycznych założeń tkwiących u podstaw powoływanych w opracowaniu przepisów zawartych w aktach normatywnych, wielokrotnie sięgano do aktualnego piśmiennictwa.

Charakteryzując omawianą w opracowaniu problematykę na tle dotychczasowych badań prezentowanych w literaturze przedmiotu, należy stwierdzić, że chociaż istnieje duża liczba pozycji literaturowych, a zwłaszcza komentarzy nawiązujących do poruszanych w artykule zagadnień, to jednak nie są to pozycje, których przedmiot badawczy pokrywałby się z celami i hipotezami niniejszego opracowania. Poglądy w nich wyrażone nawiązują jedynie pośrednio do kwestii poruszanych w tym artykule, co nie zmienia faktu, że istotnie dopełniają one prowadzone rozważania. Poniżej powołane zostaną te z pozycji literaturowych, które uznano za szczególnie ważne dla pogłębienia wybranych analiz, mogących zostać w niniejszym opracowaniu – z uwagi na ograniczenia redakcyjne – jedynie zasygnalizowanych. Dotyczy to ryzyka finansowego związanego z prowadzeniem działalności gospodarczej w formie spółek oraz procedury upadłościowej.

W pierwszej kolejności należy wskazać na liczne opracowania dotyczące prawnych aspektów funkcjonowania spółek. Istotne znaczenie mają tutaj badania prowadzone zwłaszcza przez W. Pyziola i A. Kidybę. Ten pierwszy, analizując prawną konstrukcję spółki cywilnej, zwrócił uwagę m.in. na ryzyko ponoszone przez współnika takiej spółki, które odpowiednio wzrasta w przypadku zwiększania rozmiarów wykonywanej działalności (Pyziół, 2016: 12). Z kolei Kidyba, w ramach pogłębionych rozważań na temat m.in. spółki partnerskiej, przeanalizował reguły rządzące odpowiedzialnością partnerów spółki za osoby podporządkowane (Kidyba, 2017: 432). Znaczenie badań wspomnianych autorów jest, z punktu widzenia obrotu gospodarczego, niezwykle ważne, bowiem ułatwia przedsiębiorcom szacowanie ryzyka przyszłej działalności gospodarczej.

Natomiast w odniesieniu do poruszanych w opracowaniu kwestii związanych z procedurą upadłościową należy wspomnieć o szerokich analizach prowadzonych w tym zakresie przez S. Gurgula (Gurgul, 2016) i P. Zimmermana (Zimmerman, 2016). Pogłębiony charakter tych opracowań pozwala istotnie rozszerzyć wiedzę z zakresu tej procedury, a w konsekwencji – w przypadku przedsiębiorców – zminimalizować koszty i problemy wynikające z niepowodzenia danego przedsięwzięcia gospodarczego.

Nauczanie przedsiębiorczości a przepisy Konstytucji RP

W przepisach *Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej* z dnia 2 kwietnia 1997 r. (Dz.U. z 1997 r. nr 78, poz. 483, z późn. zm.) jest mowa ogólnie o prawie do edukacji (zob. art. 70 *Konstytucji RP*). Brakuje w niej natomiast bezpośredniego odniesienia do kwestii nauczania przedsiębiorczości. Jak się wydaje, pominięcie tej sprawy jest konsekwencją przyjęcia

założenia, że przepisy ustawy zasadniczej nie mogą być zbyt drobiazgowe i rozbudowane. Co do zasady, z takim założeniem należy się zgodzić. Z drugiej jednak strony konstytucyjne nawiązanie do kwestii nauczania przedsiębiorczości nie wymagałoby wprowadzania rozbudowanych rozwiązań prawnych. Wydaje się, że najbardziej odpowiednim miejscem dla uregulowania tej kwestii byłby jednak nie wspomniany wyżej art. 70 ustawy zasadniczej, ale – nawiązujący bezpośrednio do kwestii gospodarczych – art. 20 *Konstytucji RP*, który przewiduje, że: „Społeczna gospodarka rynkowa oparta na wolności działalności gospodarczej, własności prywatnej oraz solidarności, dialogu i współpracy partnerów społecznych stanowi podstawę ustroju gospodarczego Rzeczypospolitej Polskiej”. W kontekście sformułowanego wyżej postulatu *de lege ferenda*, dotyczącego uzupełnienia art. 20 *Konstytucji RP*, nasuwają się następujące pytania: jaka byłaby optymalna forma tej zmiany i jakie konsekwencje tego rodzaju zmiana niosłaby za sobą na przyszłość.

Gdy chodzi o kwestię formy, w jakiej należałoby zmodyfikować art. 20 *Konstytucji RP*, warto w tym zakresie przykładowo odwołać się do art. 65 ust. 5 *Konstytucji RP*, który stanowi: „Władze publiczne prowadzą politykę zmierzającą do pełnego, produktywnego zatrudnienia poprzez realizowanie programów zwalczania bezrobocia, w tym organizowanie i wspieranie poradnictwa i szkolenia zawodowego oraz robót publicznych i prac interwencyjnych”. Przepis ten, mówiąc najogólniej, kreuje dla władz publicznych zobowiązania do podejmowania odpowiednich działań, by możliwe było osiągnięcie zakładanego rezultatu. Nie ma przeszkód, aby analogiczne zobowiązanie, oczywiście z uwzględnieniem specyfiki problematyki, wkomponować do art. 20 *Konstytucji RP*. Zatem, traktując powyższą regulację z art. 65 ust. 5 *Konstytucji RP* jako wzorzec, należałoby postulować dodanie do art. 20 *Konstytucji RP* ustępu 2 (dotychczasowa treść art. 20 *Konstytucji RP* oznaczona byłaby wówczas jako ustęp 1) o treści: „Zobowiązuje się władze państwowe i samorządowe do realizowania polityki ukierunkowanej na upowszechnianie wiedzy o podstawach funkcjonowania gospodarki, w tym społecznej gospodarki rynkowej, poprzez tworzenie odpowiednich programów nauczania, zwłaszcza z zakresu przedsiębiorczości”. Wprowadzenie wspomnianej wyżej regulacji do przepisów konstytucyjnych jest uzasadnione z uwagi na wynikające z tego dalekosiężne skutki.

W pierwszej kolejności należy pamiętać, że ujęcie w *Konstytucji RP* kwestii nauczania przedsiębiorczości znacznie podniesie rangę i prestiż tego przedmiotu w szkołach. Ponadto, taka regulacja stanowiłaby swego rodzaju gwarancję stabilności w zakresie ujmowania przedsiębiorczości w programach edukacyjnych. Trzeba pamiętać, że takiej stabilności nie zapewnią same przepisy ustawowe, które mogą zostać stosunkowo łatwo zmienione. Warto przypomnieć, że zgodnie z art. 120 zdanie pierwsze *Konstytucji RP*, do uchwalenia ustawy przez Sejm potrzebna jest zwykła większość głosów (*Konstytucja RP* wymaga przy tym, aby obecna była przynajmniej połowa ustawowej liczby posłów), o ile *Konstytucja RP* nie przewiduje innej większości. Jak zatem można zauważyć, uchwalenie odpowiedniej ustawy uchylającej obowiązujące dziś przepisy jest względnie proste. Natomiast ewentualna zmiana przepisów konstytucyjnych jest dużo trudniejsza, co wynika chociażby z postanowień art. 235 ust. 4 *Konstytucji RP* przewidującego, że ustawa zmieniająca *Konstytucję RP* uchwalana jest przez „Sejm większością co najmniej 2/3 głosów w obecności co najmniej połowy ustawowej liczby posłów oraz Senat bezwzględną większością głosów w obecności co najmniej połowy ustawowej liczby senatorów”.

Oczywiście na kwestię możliwości zmiany *Konstytucji RP* można też spojrzeć z innej perspektywy. Otóż warto się zastanowić, czy proponowana wyżej modyfikacja brzmienia

jej art. 20 byłyby w praktyce możliwe, biorąc pod uwagę przedstawione wyżej konstytucyjne obostrzenia związane z jej zmianą. Wydaje się jednak, że rzeczony postulat przekonstruowania rzeczonoego przepisu jest na tyle niekontrowersyjny, iż mógłby znaleźć poparcie odpowiedniej większości parlamentarnej zgodnie z wymogami art. 235 ust. 4 *Konstytucji RP*. Tym niemniej nie można wykluczyć, że – przynajmniej w najbliższej perspektywie czasowej – osiągnięcie odpowiednio szerokiego porozumienia politycznego, warunkującego tę zmianę, nie będzie możliwe. Dlatego jako rozwiązanie doraźne, stanowiące niejako punkt wyjścia dla przyszłej zmiany *Konstytucji RP*, można rozważyć wpisanie do ustawy *Prawo oświatowe* przepisu, który wprost nakazywałby nauczanie przedsiębiorczości i stanowiłby tym samym wzmocnienie i rozwinięcie ogólnej intencji ustawodawcy zawartej w przywołanym na wstępie art. 1 pkt 18 ustawy *Prawo oświatowe*.

Uwagi ogólne na temat zakresu nauczania przedsiębiorczości

Jak wynika z treści wspomnianego załącznika nr 1 do rozp. MEN z 30.01.2018 r., podstawy przedsiębiorczości należą do tej kategorii przedmiotów, które w liceum ogólnokształcącym oraz technikum nauczane są jedynie w zakresie podstawowym. Jednocześnie, jak zostało to ujęte przez prawodawcę we wspomnianym załączniku (we fragmencie zawierającym ogólny opis przedmiotu podstawy przedsiębiorczości), przedmiot ten jest połączeniem „wybranych celowo elementów wiedzy z zakresu ekonomii, zarządzania i finansów, wzbogaconej elementami geografii społeczno-ekonomicznej, politologii, socjologii, psychologii oraz prawa. [...] Zakres przedmiotu jest zgodny z powszechnie przyjmowaną definicją przedsiębiorczości jako kompetencji kluczowej. Uzasadnia to konieczność przyjęcia jego szeroko zakrojonej koncepcji, w której dzięki wyposażeniu uczniów w wiedzę ekonomiczną i finansową kształtuje się ich umiejętności elastycznego zachowania na rynku pracy i zarządzania oraz rozwija cechy przywódcze”.

Trzeba przyznać, że nakreślona wyżej materia przedmiotu podstawy przedsiębiorczości, łącząca zagadnienia z zakresu m.in. ekonomii, finansów i prawa, jest niezwykle bogata i zróżnicowana. Tezę tę potwierdza przegląd precyzyjnie wyszczególnionych zagadnień ujętych pod wspólnym tytułem *Treści nauczania – wymagania szczegółowe* (dalej: treści nauczania), zamieszczonych w części omawianego załącznika nr 1 do rozp. MEN z 30.01.2018 r. zatytułowanej *Podstawy przedsiębiorczości*. Zgodnie z koncepcją prawodawcy wyrażoną we wspomnianej wyżej części załącznika nr 1 do rozp. MEN z 30.01.2018 r., treści nauczania zostały podzielone na cztery rozbudowane działy, którymi są: *Gospodarka rynkowa* (dział I), *Rynek finansowy* (dział II), *Rynek pracy* (dział III) i *Przedsiębiorstwo* (dział IV), przy czym na każdy z tych działów musi zostać przeznaczony nie mniej niż: 8 godz. (dział I), 13 godz. (dział II), 12 godz. (dział III) i 19 godz. (dział IV). W sumie daje to 52 godz., a to z kolei wyczerpuje ok. 80% godz. pozostających w dyspozycji nauczyciela (pozostała liczba godzin, jak wskazuje prawodawca, może zostać przez nauczyciela przeznaczona na rozwinięcie określonych treści według jego własnego uznania).

Niezależnie od obszerności wskazanych treści, ich bliższa analiza, zwłaszcza z perspektywy aktualnej sytuacji gospodarczej, daje podstawę do sformułowania kilku spostrzeżeń. Trzeba bowiem mieć świadomość, że obecnie trwające trudności ekonomiczne dotknęły już wielu gałęzi gospodarki i spowodowały liczne bankructwa zarówno małych rodzinnych firm, jak i większych podmiotów gospodarczych. Niejednokrotnie taka upadłość

wiąże się z ogromnym ludzkim nieszczęściem spowodowanym przejściem majątku przez wierzycieli i koniecznością spłacania wysokich kredytów przez kolejne lata. Co więcej, należy oczekiwać, że skutki obecnej sytuacji będą odczuwalne – w mniejszym lub większym stopniu – w ciągu następnych lat.

Propozycje dotyczące ekspozycji wybranych zagadnień dotyczących ryzyka finansowego w ramach kształcenia z podstaw przedsiębiorczości (cykl koniunkturalny i spółka cywilna)

Mając na uwadze powyższe konstatacje, trudno oprzeć się wrażeniu, że zbyt mały nacisk został położony przez prawodawcę na kwestie związane z ryzykiem prowadzenia działalności gospodarczej. Oczywiście nie jest tak, że problematyka ta nie została w ogóle zaakcentowana w rzeczonych treściach nauczania. Można bowiem w nich odnaleźć pewne odniesienia do istotnych z tego punktu widzenia kategorii ekonomicznych i instytucji prawnych, tym niemniej wydaje się, że należałoby wzbogacić te treści o jeszcze inne zagadnienia. Postulaty dotyczące uzupełnienia treści nauczania w zakresie podstaw przedsiębiorczości o zagadnienia upadłościowe, regulowane przede wszystkim we wspomnianej już ustawie P.u., są przedstawione w końcowej części niniejszego artykułu. Natomiast w tej i następnej części opracowania wskazane zostaną propozycje dotyczące tych kwestii, na które należałoby szczególnie uczulić uczniów w ramach już istniejących możliwości programowych.

W pierwszej kolejności jako trafne i uzasadnione należy ocenić umieszczenie – w dziale I (*Gospodarka rynkowa*) treści nauczania – kwestii dotyczących faz cyklu koniunkturalnego. Jak zakłada prawodawca, w ramach tego zagadnienia uczeń przedstawia zmiany zachodzące w gospodarce „w kolejnych fazach cyklu koniunkturalnego, charakteryzuje narzędzia oddziaływania państwa na gospodarkę oraz dyskutuje na temat metod przeciwdziałania zjawiskom kryzysowym w gospodarce krajowej i światowej” (pkt 8 działu I treści nauczania). Podczas prezentacji tego tematu szczególnie istotne wydaje się spojrzenie na problematykę cyklu koniunkturalnego z perspektywy indywidualnego przedsiębiorcy. Uczniowie muszą mieć świadomość, że – jak wskazuje się w literaturze przedmiotu – faza kryzysu oznacza bankructwa, które dotyczą podmiotów gospodarczych charakteryzujących się najwyższymi kosztami produkcji, a w fazie depresji czymś nieuniknionym są duże koszty społeczne, w tym bezrobocie (Tomczak, 2007: 458–459).

Kolejne zagadnienie, którego ujęcie w dziale IV (*Przedsiębiorstwo*) treści nauczania zasługuje na pełną aprobatę – patrząc zwłaszcza z perspektywy wspomnianych wyżej cyklicznych fluktuacji gospodarczych dotyczących małych i średnich przedsiębiorców – związane jest z charakterystyką podstawowych form organizacyjno-prawnych podmiotów gospodarczych, obejmujących indywidualną działalność gospodarczą, spółkę cywilną, spółki prawa handlowego, oraz przedsiębiorczości społecznej (włączając w to m.in. spółdzielnie pracy i spółdzielnie socjalne, stowarzyszenia i fundacje), jak również z doбором formy prawnej do przyszłych zamierzeń biznesowych, z uwzględnieniem odpowiedzialności prawnej i majątkowej właścicieli (pkt 6 działu IV treści nauczania).

Z dużą dozą prawdopodobieństwa można założyć, że wielu początkujących przedsiębiorców nie do końca ma świadomość, jak poważne i długofalowe konsekwencje finansowe może mieć dla ich majątków niepowodzenie rozpoczętej działalności gospodarczej. Problem ten ściśle wiąże się też z obowiązującymi w Polsce regulacjami upadłościowymi,

przy czym – jak już wspomniano – uwagi na ten temat w kontekście proponowanych zmian w treściach nauczania podstaw przedsiębiorczości zamieszczono pod koniec niniejszego opracowania. Natomiast w niniejszej i następnej części artykułu wskazane zostaną wybrane rozwiązania wynikające z *Ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny* (tekst jednolity: Dz.U. z 2020 r., poz. 1740, z późn. zm.; dalej: K.c.) i *Ustawy z dnia 15 września 2000 r. Kodeks spółek handlowych* (tekst jednolity: Dz.U. z 2020 r., poz. 1526, z późn. zm.; dalej: K.s.h.), na które należałoby zwrócić szczególną uwagę w związku z omawianiem z uczniami kwestii odpowiedzialności majątkowej przedsiębiorców. Warto w tym kontekście podkreślić, że sam prawodawca – w załączniku nr 1 do rozp. MEN z 30.01.2018 r., w części zatytułowanej *Warunki i sposób realizacji*, zamieszczonej bezpośrednio po wyszczególnieniu treści nauczania z zakresu podstaw przedsiębiorczości – akcentuje, że: „W osiągnięciu wielu efektów kształcenia istotną rolę odgrywa kształtowanie umiejętności czytania fragmentów aktów prawnych, takich jak: Kodeks pracy, Kodeks cywilny czy ustawa o swobodzie działalności gospodarczej. Oczywiście nie jest możliwe, aby uczniowie zapoznawali się na lekcji w całości z tymi aktami prawnymi. Konieczny jest więc staranny, celowy dobór niewielkich fragmentów, np. związanych z [...] ramami prawnymi funkcjonowania spółki cywilnej”. Na marginesie trzeba zauważyć, że przy okazji kolejnej nowelizacji rozp. MEN z 30.01.2018 r. należałoby zmienić powyższy zapis przez zastąpienie odniesienia do uchylonej już – na mocy postanowienia zawartego w art. 192 *Ustawy z dnia 6 marca 2018 r. Przepisy wprowadzające ustawę Prawo przedsiębiorców oraz inne ustawy dotyczące działalności gospodarczej* (Dz.U. z 2018 r., poz. 650) – *Ustawy o swobodzie działalności gospodarczej*, odwołaniem się do aktualnie obowiązującej *Ustawy z dnia 6 marca 2018 r. Prawo przedsiębiorców* (tekst jednolity: Dz.U. z 2021 r., poz. 162).

Analizę wybranych rozwiązań dotyczących spółki cywilnej należy rozpocząć od wskazania, że – zgodnie z art. 860 § 1 ustawy K.c. – zawierając umowę takiej spółki wspólnicy nakładają na siebie obowiązek dążenia do realizacji wspólnego celu o charakterze gospodarczym, działając w określony sposób, a zwłaszcza wnosząc wkłady. Jednocześnie, zgodnie z art. 4 ust. 2 ustawy *Prawo przedsiębiorców*, wspólnicy takiej spółki mają status przedsiębiorców „w zakresie wykonywanej przez nich działalności gospodarczej”.

W literaturze przedmiotu podkreśla się, że spółka cywilna jest szeroko stosowana w obrocie gospodarczym, przy czym zwłaszcza osoby fizyczne wykorzystują ją często do wspólnej realizacji przedsięwzięć gospodarczych (Radwański, Panowicz-Lipska, 2019: 326). Osoby te muszą jednak pamiętać, że ustawodawca nałożył na wspólników takiej spółki odpowiedzialność solidarną za jej zobowiązania (art. 864 K.c.). Przepis ten ma fundamentalne znaczenie z punktu widzenia ryzyka planowanej działalności gospodarczej. Należy uczulić uczniów na fakt, że – jak wskazuje się w doktrynie prawa – ze względu „na nieograniczoną, solidarną odpowiedzialność osobistą wspólników za wspólnie zaciągnięte zobowiązania (art. 864 KC), każdy wspólnik ryzykuje utratą nawet całego swojego osobistego majątku w razie, gdy spółka działa ze stratą. Ryzyko to jest tym większe, im większe są rozmiary wspólnie prowadzonej działalności” (Pyziół, 2016: 12). Trzeba przy tym wskazać, czym w istocie jest solidarna odpowiedzialność. Pojęcie to zostało wyjaśnione w art. 366 § 1 K.c., który stanowi: „Kilku dłużników może być zobowiązanych w ten sposób, że wierzyciel może żądać całości lub części świadczenia od wszystkich dłużników łącznie, od kilku z nich lub od każdego z osobna, a zaspokojenie wierzyciela przez któregokolwiek z dłużników zwalnia pozostałych (solidarność dłużników)”. Co więcej, dopóki nie nastąpi zupełne zaspokojenie wierzyciela, zobowiązanie wszystkich

dłużników solidarnych pozostaje w mocy (art. 366 § 2 K.c.). W piśmiennictwie akcentuje się, że w przypadku solidarności zobowiązania, wierzyciel ma prawo skierować do każdego podmiotu będącego współnikiem żądanie, aby ten spełnił świadczenie w pełnej wysokości, przy czym jeżeli któryś ze współników spełni świadczenie w całej wysokości, to pozostali będą już zwolnieni ze zobowiązania, a współnik, który zrealizował świadczenie, będzie mógł wystąpić, w drodze roszczenia regresowego, do pozostałych współników, aby ci zwrócili mu część świadczenia, które na nich przypada (Uliasz, 2019: 1749).

Wskazówki w zakresie przybliżenia pozostałych rozwiązań dotyczących odpowiedzialności finansowej współników

Poza odpowiedzialnością współników spółki cywilnej uzasadnione wydaje się wyeksponowanie w treściach nauczania kwestii dotyczących zasad odpowiedzialności współników funkcjonujących w ramach pozostałych kategorii spółek, uregulowanych w K.s.h. W niniejszej części artykułu zwrócono uwagę tylko na ściśle wyselekcjonowane uregulowania – odnoszące się do ryzyka związanego z działalnością gospodarczą w formie spółek ujętych w K.s.h., a obciążającego współników – które są najważniejsze dla zrozumienia istoty tego ryzyka. Z tego punktu widzenia podstawowe znaczenie mają zamieszczone w K.s.h. rozwiązania dotyczące spółek osobowych, którą to kategorię tworzą, w myśl art. 4 § 1 pkt 1 K.s.h., spółka jawna, spółka partnerska, spółka komandytowa i spółka komandytowo-akcyjna.

W pierwszej kolejności należy wskazać, że – jak stanowi art. 22 § 2 K.s.h. – w przypadku spółki jawnej na każdym współniku spoczywa odpowiedzialność za jej zobowiązania, przy czym odpowiedzialność ta – obejmująca cały jego majątek – jest solidarna z innymi współnikami i samą spółką, jednak z uwzględnieniem postanowień art. 31 K.s.h. O ile kwestia solidarności została już wyżej wytłumaczona, o tyle należy objaśnić w tym miejscu znaczenie odwołania do przepisu art. 31 K.s.h. Mianowicie przepis ten definiuje w uregulowanych w K.s.h. § 1 pojęcie subsydiarnej odpowiedzialności współnika, która polega na tym, że wierzyciel spółki jest uprawniony do prowadzenia egzekucji z majątku należącego do współnika w sytuacji, gdy egzekucja skierowana do majątku spółki okazała się bezskuteczna. W istocie zatem, zgodnie z poglądem doktryny, to spółka jawna, będąca odrębnym od współników podmiotem prawa i dysponująca własnym majątkiem, będzie ponosić pierwszorzędą odpowiedzialność, a odpowiedzialność subsydiarna obciążająca współników oznacza jej wtórny charakter (Borowy, 2017: 173–174).

Odrębnie przedstawia się kwestia odpowiedzialności współników w spółce partnerskiej, bowiem w takiej spółce ustawodawca zwalnia partnera od „odpowiedzialności za zobowiązania spółki powstałe w związku z wykonywaniem przez pozostałych partnerów wolnego zawodu w spółce, jak również za zobowiązania spółki będące następstwem działań lub zaniechań osób zatrudnionych przez spółkę na podstawie umowy o pracę lub innego stosunku prawnego, które podlegały kierownictwu innego partnera przy świadczeniu usług związanych z przedmiotem działalności spółki” (art. 95 § 1 K.s.h.). Trzeba wyjaśnić, odwołując się do poglądu doktryny, że wspomniane w przytoczonym wyżej przepisie osoby podlegające kierownictwu to np. asystenci czy pomoc techniczna, przy czym o odpowiedzialności partnera za te osoby (podporządkowane) można mówić jedynie wtedy, gdy wykonują one usługi związane z zakresem działalności danej spółki, a jeżeli brak jest takiego związku, to zobowiązania, które te osoby zaciągnęły, będą obciążały zarówno spółkę, jak i wszystkich partnerów niezależnie od reguł podporządkowania (Kidyba, 2017: 432).

Podążając dalej zgodnie z systematyką ustawy K.s.h., należy wskazać na zasady odpowiedzialności wspólników spółki komandytowej, wynikające z samej definicji spółki, do której istoty należy – zgodnie z art. 102 K.s.h. – to, że jest ona spółką osobową sprofilowaną na „prowadzenie przedsiębiorstwa pod własną firmą, w której wobec wierzycieli za zobowiązania spółki co najmniej jeden wspólnik odpowiada bez ograniczenia (komplementariusz), a odpowiedzialność co najmniej jednego wspólnika (komandytariusza) jest ograniczona”. Wskazuje się w literaturze przedmiotu (przez odwołanie się do art. 103 § 1 K.s.h. i odpowiednich przepisów dotyczących spółki jawnej), że komplementariusz takiej spółki będzie odpowiadał w stosunku do osób trzecich w taki sam sposób, jak ma to miejsce w wypadku spółki jawnej (Szumański, 2016: 146).

Szczególnie interesująca, z punktu widzenia ryzyka gospodarczego, jest pozycja komandytariusza, który – inaczej niż komplementariusz – odpowiada w sposób ograniczony. Pojawia się zatem pytanie, na czym polega ta ograniczoność odpowiedzialności. Stanowi o tym art. 111 K.s.h., który redukuje odpowiedzialność komandytariusza za zobowiązania omawianej spółki, w stosunku do jej wierzycieli, do kwoty sumy komandytowej. O sumie komandytowej wspomina z kolei art. 105 pkt 5 K.s.h., z którego wynika, że jest ona elementem umowy spółki komandytowej, ujmującym w sposób kwotowy zakres odpowiedzialności – przyporządkowany każdemu z komandytariuszy – wobec wierzycieli. Należy jednak wyeksponować fakt, że – jak zaznacza się w literaturze przedmiotu – pomimo iż odpowiedzialność komandytariusza może być realizowana do kwoty sumy komandytowej, to jednak będzie on odpowiadał całością swojego majątku i to nie tylko tym, który aktualnie posiada, ale także przyszłym (Szczurowski, 2017: 399).

Ostatnią spółką osobową, której działalność jest uregulowana w K.s.h., jest spółka komandytowo-akcyjna. Jak stanowi art. 125 K.s.h., spółka ta, będąc spółką osobową, jest nastawiona na „prowadzenie przedsiębiorstwa pod własną firmą, w której wobec wierzycieli za zobowiązania spółki co najmniej jeden wspólnik odpowiada bez ograniczenia (komplementariusz), a co najmniej jeden wspólnik jest akcjonariuszem”. W przypadku akcjonariusza ustawodawca zwolnił go z ponoszenia odpowiedzialności za zobowiązania rzeczowej spółki (art. 135 K.s.h.).

Rekomendacje w odniesieniu do uzupełnienia treści nauczania podstaw przedsiębiorczości o wybrane kwestie związane z przepisami upadłościowymi

Uwzględniając obiektywnie rosnące znaczenie regulacji zawartych w ustawie P.u., zwłaszcza w dobie pogorszenia sytuacji ekonomicznej, w pełni uzasadniony jest postulat wyodrębnienia w treściach nauczania z zakresu podstaw przedsiębiorczości osobnego tematu dotyczącego przepisów upadłościowych, przy czym wydaje się, że optymalnym do tego miejscem byłby dział IV (*Przedsiębiorstwo*) w ramach treści nauczania. Mając oczywiście na uwadze bardzo ograniczone ramy czasowe, jakie można przeznaczyć na kształcenie uczniów w tym dość złożonym obszarze tematycznym, poniżej przedstawione zostaną propozycje jedynie najistotniejszych zagadnień, które należałoby poruszyć w trakcie zajęć.

Przede wszystkim trzeba zaznaczyć, że przepisy omawianej ustawy znajdują zastosowanie do przedsiębiorców określonych w ustawie K.c., o ile ustawa P.u. nie postanawia inaczej (art. 5 ust. 1 P.u.). Co więcej, przepisami ustawy P.u. objęci są również m.in. wspólnicy osobowych spółek handlowych, odpowiadający za zobowiązania takich spółek bez ograniczenia całością swojego majątku, a także wspólnicy spółek partnerskich (art. 5 ust. 2 pkt 2 i 3 P.u.).

Osoba fizyczna, która miała status przedsiębiorcy, musi się liczyć z tym, że również po zakończeniu prowadzenia działalności gospodarczej wierzyciel zachowuje prawo do złożenia wniosku o ogłoszenie jej upadłości, o ile nie upłynął jeszcze rok liczony od dnia, w którym dokonano wykreślenia z odpowiedniego rejestru (art. 8 ust. 1 zdanie pierwsze P.u.). Regulacja ta będzie miała odpowiednie zastosowanie wobec osób, które straciły status wspólnika osobowej spółki handlowej (art. 8 ust. 2 P.u.). Ustawa jednocześnie wyjaśnia, że upadły to „ten, wobec kogo wydano postanowienie o ogłoszeniu upadłości” (art. 185 ust. 1 P.u.).

Ogłoszenie upadłości następuje „w stosunku do dłużnika, który stał się niewypłacalny” (art. 10 P.u.). Samo pojęcie niewypłacalności ma swój specyficzny, prawny sens, określony w art. 11 P.u., co też należałoby zaakcentować w trakcie zajęć z uczniami. Przede wszystkim, niewypłacalność dłużnika następuje wówczas, gdy nie ma on już zdolności do realizacji swoich zobowiązań pieniężnych, które są wymagalne (art. 11 ust. 1 P.u.). Niezwykle istotne jest wprowadzone przez ustawodawcę domniemanie, wedle którego „dłużnik utracił zdolność do wykonywania swoich wymagalnych zobowiązań pieniężnych, jeżeli opóźnienie w wykonaniu zobowiązań pieniężnych przekracza trzy miesiące” (art. 11 ust. 1a P.u.).

Należy mieć również świadomość, że z dniem, w którym nastąpi ogłoszenie upadłości, majątek upadłego przeistacza się w masę upadłościową, służącą zaspokojeniu jego wierzycieli (art. 61 P.u.). Z tym też dniem upadły zostaje pozbawiony prawa zarządu oraz nie może już korzystać z mienia objętego masą upadłości i rozporządzać nim (art. 75 ust. 1 P.u.). Natomiast wspomniana masa upadłościowa obejmuje majątek posiadany przez upadłego na dzień ogłoszenia upadłości, jak też nabyty przez niego w trakcie postępowania upadłościowego, chociaż z pewnymi wyjątkami wyszczególnionymi w art. 63–67a P.u. (art. 62 P.u.). Przykładowo, masą upadłości nie obejmuje się wynagrodzenia za pracę uzyskiwanego przez upadłego, ale jedynie w części, która nie podlega zajęciu (art. 63 ust. 1 pkt 2 P.u.). Oczywiście wyłącza się również z masy upadłości wszelkie składniki mienia, które nie są częścią majątku upadłego (art. 70 P.u.). Jak wskazuje się w piśmiennictwie, dany składnik majątkowy wyłącza się z masy upadłości zazwyczaj ze względu na fakt, że jest on własnością innej osoby (Gurgul, 2016: 157). Warto jednak pamiętać o istnieniu ustawowego domniemania, że rzeczy, które upadły posiada na dzień ogłoszenia upadłości są częścią jego majątku (art. 69 ust. 3 P.u.).

Na koniec warto też wskazać przykłady innych, szczegółowych rozwiązań, które istotnie modyfikują sytuację prawną upadłego. W szczególności, masę upadłości wzbogaca spadek w sytuacji, gdy upadły zostanie powołany do spadku, który został otwarty po dniu, w którym ogłoszono upadłość (art. 119 ust. 1 zdanie pierwsze P.u.). Jest to zasada, od której przewidziano jednak wyjątki (zob. zwłaszcza art. 121 § 2 P.u.). Sankcją nieważności dotknięta będzie umowa, mocą której upadły zbywa całość bądź część spadku albo całość bądź część udziału spadkowego, o ile jej zawarcie nastąpiło później niż ogłoszenie upadłości (art. 120 zdanie pierwsze P.u.). Upadły musi się również liczyć z tym, że jego zobowiązania pieniężne – mimo że termin płatności danego świadczenia wciąż nie nadszedł – staną się wymagalne i to już z dniem, w którym nastąpi ogłoszenie upadłości (art. 91 ust. 1 P.u.). Na przykład, jak zauważa się w literaturze, gdy umowa nie zawiera terminu, w jakim należy spełnić świadczenie bądź jest on uwarunkowany wypowiedzeniem jednej ze stron umowy, to w takiej sytuacji zastrzeżenie nie będzie już miało mocy prawnej, a wymagalność zobowiązania zaistnieje z dniem, w którym ogłoszono upadłość (Zimmerman, 2016: 194).

Podsumowanie

Przedstawione w niniejszym opracowaniu normatywne uwarunkowania w zakresie nauczania przedsiębiorczości, pozwalają sformułować pewne wnioski i rekomendacje, których uwzględnienie powinno spowodować, że edukacja w tym obszarze tematycznym będzie nie tylko silniej ugruntowana w polskim systemie oświaty, ale również wyczuli młodych ludzi na ryzyko związane z prowadzeniem działalności gospodarczej w niestabilnych warunkach ekonomicznych.

Na postawione na wstępie pytanie dotyczące tego, czy ustawowa podstawa nauczania przedsiębiorczości zapewnia w wystarczającym stopniu, że będzie ono kontynuowane w przyszłości, należy udzielić negatywnej odpowiedzi, co z kolei potwierdza sformułowaną w tym zakresie hipotezę. Jako uzasadnienie wskazano stosunkową łatwość uchwalania w Polsce nowych ustaw. Rozwiązaniem tej niekorzystnej sytuacji mogłoby być ujęcie tej kwestii w *Konstytucji RP*, co nie tylko gwarantowałoby trwałość rozwiązań prawnych, ale również podniosłoby znaczenie nauczania przedsiębiorczości w szkolnictwie. W konsekwencji sformułowano pod adresem ustawodawcy wniosek *de lege ferenda* dotyczący sposobu sformułowania odpowiedniego przepisu w ustawie zasadniczej.

Kolejna kwestia, która została poddana analizie w niniejszym artykule, dotyczy zagadnień nauczanych w trakcie zajęć z przedsiębiorczości na podstawie podstawy programowej ujętej w załączniku nr 1 do rozp. MEN z 30.01.2018 r. Analizę tę przeprowadzono z perspektywy ryzyka finansowego, będącego nieodłącznym elementem działalności biznesowej. Istniejące realia gospodarcze silnie wpływają na sytuację ekonomiczną przedsiębiorców, z których część jest zmuszonych zamknąć swoją działalność biznesową, przy czym niejednokrotnie stanowi to dopiero początek ich kłopotów finansowych związanych chociażby z koniecznością zwrotu kredytów zaciągniętych w ramach założonych przez nich spółek. Uwzględniając to tło gospodarcze, a zwłaszcza konieczność uświadomienia uczniom, że prowadzenie działalności gospodarczej wiąże się z ponoszeniem znacznego ryzyka, jako drugi cel niniejszego opracowania postawiono sobie wyeksponowanie tych zagadnień, których nauczanie pozwoli im – jako przyszłym przedsiębiorcom – bezpiecznie i odpowiedzialnie funkcjonować w okresach różnego rodzaju fluktuacji ekonomicznych. Cel ten zrealizowano, wskazując przede wszystkim na odpowiednie regulacje z zakresu prawa spółek. Jednocześnie przegląd obowiązujących zagadnień z podstawy programowej potwierdził hipotezę, że nie jest ona w pełni dostosowana do nauczania o ryzyku prowadzenia działalności gospodarczej, zwłaszcza gdy chodzi o problematykę związaną z przepisami upadłościowymi. Dlatego też sformułowano odpowiednią rekomendację dotyczącą ujęcia – jako odrębnego tematu w ramach treści nauczania o podstawach przedsiębiorczości – kwestii związanej z upadłością. Jednocześnie zaproponowano, na podstawie przepisów ustawy P.u., zbiór pewnych zagadnień, których omówienie na zajęciach przybliżyłoby uczniom tę, jak się wydaje niezbyt dobrze znaną, tematykę.

Prowadzone w niniejszym artykule rozważania opierały się na analizie przepisów prawa. Co jednak oczywiste, prawnicza metoda nie pozwala na wielopłaszczyznowe badanie zjawisk, bowiem odwołuje się ona przede wszystkim do samej treści norm prawnych. Natomiast wydaje się, że zjawiskiem, które należałoby zbadać nie tylko od strony prawnej, ale i od strony empirycznej, jest właśnie poruszona w tym artykule kwestia ryzyka finansowego prowadzenia działalności gospodarczej. Istotne byłoby zwłaszcza uzyskanie od uczniów odpowiedzi na pytania o to, w jakim stopniu są oni świadomi tego ryzyka i który

aspekt wykonywania działalności gospodarczej budzi ich największe obawy. Ustalenia te pozwoliłyby na wprowadzenie kolejnych udoskonaleń do procesu nauczania przedsiębiorczości.

Akty prawne i literatura

Legal acts and references

- Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 r.* (Dz.U. z 1997 r. nr 78, poz. 483, z późn. zm.).
- Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny* (tekst jednolity: Dz.U. z 2020 r., poz. 1740, z późn. zm.).
- Ustawa z dnia 15 września 2000 r. Kodeks spółek handlowych* (tekst jednolity: Dz.U. z 2020 r., poz. 1526, z późn. zm.).
- Ustawa z dnia 28 lutego 2003 r. Prawo upadłościowe* (tekst jednolity: Dz.U. z 2020 r., poz. 1228, z późn. zm.).
- Ustawa z dnia 14 grudnia 2016 r. Prawo oświatowe* (tekst jednolity: Dz.U. z 2020 r., poz. 910, z późn. zm.).
- Ustawa z dnia 6 marca 2018 r. Prawo przedsiębiorców* (tekst jednolity: Dz.U. z 2021 r., poz. 162).
- Ustawa z dnia 6 marca 2018 r. Przepisy wprowadzające ustawę – Prawo przedsiębiorców oraz inne ustawy dotyczące działalności gospodarczej* (Dz.U. z 2018 r., poz. 650).
- Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 14 lutego 2017 r. w sprawie podstawy programowej wychowania przedszkolnego oraz podstawy programowej kształcenia ogólnego dla szkoły podstawowej, w tym dla uczniów z niepełnosprawnością intelektualną w stopniu umiarkowanym lub znacznym, kształcenia ogólnego dla branżowej szkoły I stopnia, kształcenia ogólnego dla szkoły specjalnej przysposabiającej do pracy oraz kształcenia ogólnego dla szkoły policealnej* (Dz.U. z 2017 r., poz. 356, z późn. zm.).
- Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 30 stycznia 2018 r. w sprawie podstawy programowej kształcenia ogólnego dla liceum ogólnokształcącego, technikum oraz branżowej szkoły II stopnia* (Dz.U. z 2018 r., poz. 467, z późn. zm.).
- Borowy, B. (2017). W: Z. Jara (red.), *Kodeks spółek handlowych. Komentarz*. Warszawa: Wydawnictwo C.H.Beck.
- Gurgul, S. (2016). *Prawo upadłościowe. Prawo restrukturyzacyjna. Komentarz*. Warszawa: Wydawnictwo C.H.Beck.
- Kidyba, A. (2017). *Kodeks spółek handlowych. Tom I. Komentarz do art. 1–300*. Warszawa: Wolters Kluwer.
- Pyter, M. (2017). W: M. Pyter, A. Balicki, *Prawo oświatowe. Komentarz*. Warszawa: Wydawnictwo C.H.Beck.
- Pyziół, W. (2016). Rozdział I. Spółka cywilna. W: W. Pyziół, A. Szumański, I. Weiss, *Prawo spółek*. Warszawa: Wydawnictwo C.H.Beck, 1–35.
- Radwański, Z., Panowicz-Lipska, J. (2019). *Zobowiązania – część szczegółowa*. Warszawa: Wydawnictwo C.H.Beck.
- Sarkowicz, R. (1998). II. Problematyka językowa w prawoznawstwie. W: R. Sarkowicz, J. Stelmach, *Teoria prawa*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, 39–58.
- Szczurowski, T. (2017). W: Z. Jara (red.), *Kodeks spółek handlowych. Komentarz*. Warszawa: Wydawnictwo C.H.Beck.
- Szumański, A. (2016). Rozdział IV. Spółka komandytowa. W: W. Pyziół, A. Szumański, I. Weiss, *Prawo spółek*. Warszawa: Wydawnictwo C.H.Beck, 100–147.
- Tobor, Z. (1997). Rozdział 8. Wykładnia prawa. W: J. Nowacki, Z. Tobor, *Wstęp do prawoznawstwa*. Katowice: Naukowa Oficyna Wydawnicza, 191–212.

- Tomczak, A. (2007). Rozdział 21. Koniunktura gospodarcza. W: S. Marciniak (red. naukowy), *Makro- i mikroekonomia. Podstawowe problemy*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 450–475.
- Uliasz, R. (2019). W: M. Załucki (red.), *Kodeks cywilny. Komentarz*. Warszawa: C.H. Beck.
- Zimmerman, P. (2016). *Prawo upadłościowe. Prawo restrukturyzacyjne. Komentarz*. Warszawa: Wydawnictwo C.H.Beck.

Paweł Marek Woroniecki, dr nauk prawnych, Uniwersytet Jagielloński w Krakowie, Wydział Prawa i Administracji, Katedra Publicznego Prawa Gospodarczego i Polityki Gospodarczej. Jego zainteresowania badawcze dotyczą prawnych aspektów funkcjonowania finansów państwowych i samorządowych, normatywnego statusu przedsiębiorców, warunków i form wykonywania działalności gospodarczej oraz prawnych reguł wyznaczających strukturę i kompetencje organów administracji publicznej, zwłaszcza w sferze gospodarczej.

Paweł Marek Woroniecki, doctor of legal sciences, the Jagiellonian University in Kraków, the Faculty of Law and Administration, the Chair of Public Economic Law and Economic Policy. His research interests refer to legal aspects of functioning of government and local government finances, normative status of entrepreneurs, conditions and forms of conducting economic activity, as well as legal rules assigning a structure and competences of public administration organs, especially in economic sphere.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0352-1042>

Adres/Address:

Uniwersytet Jagielloński w Krakowie
Wydział Prawa i Administracji
Katedra Publicznego Prawa Gospodarczego i Polityki Gospodarczej
ul. Bracka 12
31-005 Kraków, Poland
e-mail: pawel.woroniecki@uj.edu.pl

ROBERT MAJKUT

Wyższa Szkoła Bankowa we Wrocławiu, Polska ■ WSB University in Wrocław, Poland

Charakterystyka uwarunkowań instytucjonalnych wspierania innowacyjności w Austrii ze szczególnym uwzględnieniem systemu edukacyjnego

Characteristics of the institutional conditions for innovation support in Austria with a focus on the educational system

Streszczenie: Artykuł wpisuje się w obszar badań nad innowacyjnością. Jego celem jest dyskusja nad tezą zakładającą, że efektywność funkcjonowania systemu wsparcia innowacyjności w Austrii wynika z organizacji systemu edukacyjnego i przede wszystkim z organizacji systemu instytucjonalnego wsparcia innowacyjności. Uzasadnieniem celu jest odwołanie się do rankingów innowacyjności gospodarek, według których Austria jest liderem w kluczowej z punktu widzenia innowacyjności kategorii, czyli współpracy biznesu z nauką. Zawarte w artykule ustalenia wynikające z wtórnej analizy danych i materiałów źródłowych wskazują, że efektywność systemu wsparcia innowacji przedsiębiorstw w Austrii wynika z dużych nakładów pieniężnych na inwestycje w badania i rozwój, promocji uczenia się przez całe życie, dużej świadomości roli branży kreatywnej w pobudzaniu innowacyjności, zaangażowania podmiotów austriackich w projekty badawczo-rozwojowe, przejrzystego systemu instytucjonalnego wsparcia innowacyjności koordynowanego przez Austriacką Federalną Izbę Gospodarczą. Innowacyjności sprzyja także zaangażowanie się państwa w jej promocję, a przede wszystkim – pobudzanie innowacyjności firm przez nawiązywanie współpracy przedsiębiorstw z instytucjami naukowo-badawczymi.

Abstract: The article is part of the research on innovation. Its aim is to discuss the thesis assuming that the effectiveness of the functioning of the innovation support system in Austria results from the organisation of the educational system and, above all, from the organisation of the institutional innovation support system. The justification of the objective is to refer to the innovation rankings of economies according to which Austria is the leader in the key category from the point of view of innovation, i.e. cooperation between business and science. The findings of the paper, resulting from the secondary analysis of the data and source materials, indicate that the effectiveness of the system of innovation support for enterprises in Austria is due to the large amount of money invested in research and development, the promotion of lifelong learning, the high awareness of the role of the creative industry in stimulating

innovation, the involvement of Austrian entities in research and development projects, the transparent institutional system of innovation support coordinated by the Austrian Federal Economic Chamber. Innovation is also fostered by the state's involvement in promoting innovation and, above all, stimulating the innovativeness of companies by establishing cooperation between companies and scientific and research institutions.

Słowa kluczowe: edukacja; innowacje; innowacyjność; instytucje wsparcia innowacyjności; współpraca przedsiębiorstw z instytucjami nauki

Keywords: cooperation of enterprises with science institutions; education; innovation; innovativeness; institutions supporting innovativeness

Otrzymano: 11 kwietnia 2021

Received: 11 April 2021

Zaakceptowano: 25 maja 2021

Accepted: 25 May 2021

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Majkut, R. (2021). Charakterystyka uwarunkowań instytucjonalnych wspierania innowacyjności w Austrii ze szczególnym uwzględnieniem systemu edukacyjnego. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 17(1), 104–114. <https://doi.org/10.24917/20833296.171.8>

Wstęp

Obserwowane w świecie przemiany wymuszają na przedsiębiorcach uruchomienie działań, które pozwalają ich przedsiębiorstwom nie tylko funkcjonować na dynamicznie zmieniającym się rynku, ale także się rozwijać. Wśród licznych czynników przedsiębiorczości współcześnie na czoło wysuwa się innowacyjność.

Waga innowacyjności przedsiębiorstw jest dostrzegana zarówno na gruncie literatury fachowej, jak i w opracowaniach publicystycznych oraz pracach o charakterze implementacyjnym. Względnie obszerna literatura przedmiotu nie jest jednak wyczerpująca w tym względzie i ma istotne braki. Niniejszy artykuł wpisuje się w obszar badań nad innowacyjnością i uzupełnia braki poznawcze oraz praktyczne. Jego celem jest dyskusja nad tezą zakładającą, że efektywność funkcjonowania systemu wsparcia innowacyjności w Austrii wynika z organizacji systemu edukacyjnego, a przede wszystkim – z organizacji systemu instytucjonalnego wsparcia innowacyjności. Cel ten jest uzasadniony wysoką pozycją gospodarki i przedsiębiorstw austriackich w rankingach innowacyjności gospodarek oraz pozycją lidera w kluczowej z punktu widzenia innowacyjności kategorii, czyli współpracy biznesu z nauką, którą Austria zajmuje w Europejskim Rankingu Innowacyjności za rok 2019 (*Ranking innowacyjności 2019*, 2021, 21 lutego). Z tej przyczyny zawarte w artykule ustalenia stanowiące realizację przyjętego celu mogą być pomocne przy opracowywaniu w innych krajach (przede wszystkim w Polsce) programów, których zadaniem będzie intensyfikacja działań na rzecz integracji przedsiębiorców z przedstawicielami świata nauki w celu zwiększenia poziomu innowacyjności firm.

Artykuł powstał we współpracy z Konsulatem Honorowym Austrii w Polsce, a dla potrzeb osiągnięcia założonego w artykule celu wykorzystano przede wszystkim wtórną analizę danych i materiałów źródłowych.

Poziom innowacyjności przedsiębiorstw w Austrii

Zagadnienia innowacji i innowacyjności należy odnieść do dziedziny zarządzania, traktując innowacje jako czynnik rozwoju przedsiębiorstwa czy przedsiębiorczości w ogóle. Pojęcie innowacji jest używane przez przedstawicieli wielu nauk, przez co nie istnieje jego jedna uniwersalna definicja (Prystrom, 2012). Termin „innowacja” wywodzi się od łacińskich słów *innovare* albo *innovatio*. Pierwsze z nich oznacza ‘odświeżyć’, ‘odnawiać’, natomiast drugie – ‘odnowienie’ (Kalinowski, 2010: 13). Między „innowacjami” a „innowacyjnością” istnieje ścisła relacja. Za A.H. Jasińskim można stwierdzić, że innowacyjność to wykorzystywanie z sukcesem nowych pomysłów (Jasiński, 2014). Istotą innowacyjności jest selektywne poszukiwanie i wdrażanie innowacji na gruncie walki konkurencyjnej między podmiotami gospodarczymi o zwiększenie udziałów w rynku.

Ogólnie gospodarka Austrii w rankingach innowacyjności plasuje się powyżej średniej Unii Europejskiej, co wynika z wysokiego udziału przedsiębiorstw innowacyjnych. W latach 2016–2018 63% przedsiębiorstw działających w Austrii można było określić jako aktywne w innowacjach. W 2018 roku innowacje produktowe wygenerowały 14,9% całkowitej sprzedaży przedsiębiorstw w Austrii. Innowacje rynkowe w tym okresie stanowiły 6,3% całkowitej sprzedaży. W przypadku innowacji rynkowych 8,6% stanowiły produkty, które nie były nowością na rynku, ale były nowe dla firmy. W latach 2016–2018 23% austriackich przedsiębiorstw wprowadziło co najmniej jedną nowość rynkową, a w 55% firm wprowadzono nowe lub ulepszone procesy biznesowe, dotyczące wytwarzania towarów lub usług, procedur logistycznych, prowadzenia ksiąg rachunkowych, metod organizacji procesów biznesowych lub relacji zewnętrznych ze stronami trzecimi, metod organizacji pracy, podejmowania decyzji lub zarządzania zasobami ludzkimi, a także metod marketingowych (*Die WKO-Innovationsstrategie für Österreich*, 2020).

W świetle wyników badań dotyczących innowacyjności przedsiębiorstw austriackich można stwierdzić, że dużą aktywność innowacyjną do 2018 roku wykazywały przedsiębiorstwa z sektora chemicznego, przede wszystkim zajmujące się produkcją farmaceutyczną. Spośród nich innowacyjnych było 56%. Odsetek ten wyższy był w przedsiębiorstwach zajmujących się inżynierią mechaniczną i budową pojazdów, gdzie wyniósł on 77%. Jeszcze więcej innowacyjnych firm, bo 87%, stanowiły przedsiębiorstwa produkujące sprzęt komputerowy. Wysoki udział przedsiębiorstw innowacyjnych widoczny był także w sektorze usług telekomunikacyjnych i teleinformatycznych. W tym obszarze ponad 80% firm w 2018 r. było aktywnych we wdrażaniu innowacji (*Die WKO-Innovationsstrategie für Österreich*, 2020). W 2020 r. w Austriackim Urzędzie Patentowym złożono 2297 wniosków patentowych i udzielono 1058 praw patentowych. Tym samym liczba zgłoszeń patentowych wzrosła w stosunku do roku 2019, w którym zgłoszono 2274 wnioski patentowe, z czego przyznano 1112 praw patentowych. W roku 2018 zgłoszono 2207 wniosków, z czego prawa patentowe uzyskano w 1189 przypadkach. Natomiast wydatki na badania i rozwój w Austrii w 2020 r. szacowane były na ok. 12,1 mld euro, porównywalnie jak w roku 2018, ale mniej niż w 2019 r., w którym te nakłady wyniosły 12,69 mld euro (*Anzahl der Patentanmeldungen und -erteilungen...*, 2021, 20 maja).

Gospodarka Austrii, podobnie jak gospodarka Polski, oparta jest na mikro-, małych i średnich przedsiębiorstwach (MMŚP). W 2018 r. austriackie przedsiębiorstwa z tego sektora na innowacje przeznaczyły ok. 9,8 mld euro. 83% tych wydatków na innowacje wydano na badania i rozwój (B+R), a 17% na inne działania, takie jak zakup maszyn lub

wiedzy zewnętrznej, a także na szkolenia lub prace projektowe w zakresie innowacji. 18% wszystkich firm współpracowało z innymi firmami lub instytucjami w swoich działaniach innowacyjnych. Partnerami do współpracy w zakresie innowacji były najczęściej uniwersytety, politechniki lub inne uczelnie wyższe. Z tego typu instytucjami współpracowało 61% przedsiębiorstw (*Innovation im Unternehmenssektor*, 2021, 21 lutego).

Organizacja systemu szkolnego jako czynnik innowacyjności Austrii

System edukacyjny w Austrii odgrywa w tym kraju ważną rolę przygotowującą do funkcjonowania w innowacyjnej gospodarce. System szkolnictwa w Austrii pozostaje pod nadzorem państwa i można uznać, że jest dość skomplikowany, ale przyświeca mu idea dopasowania trybu edukacyjnego do kompetencji danej osoby, dość wszechstronny rozwój oparty na nauce zarówno przedmiotów humanistycznych, jak i ścisłych, z naciskiem na rozumienie i wyjaśnienie zagadnień wraz z umiejętnością samodzielnego szukania wiedzy. Poza tym system ten wyróżnia:

1. stabilność,
2. nacisk na przedmioty praktyczne oraz naukę zawodu w ramach systemu dualnego,
3. funkcjonowanie znacznej liczby rodzajów ścieżek kształcenia i możliwości kombinacji wyboru różnych typów szkół.

W Austrii obowiązek szkolny zaczyna się od szóstego roku życia, a kończy po dziewięciu latach nauki. Oprócz szkół publicznych dostępne są także szkoły prywatne występujące praktycznie na każdym etapie kształcenia. Pierwszym etapem nauki jest nauka przedszkolna, obejmująca dzieci w wieku 3–6 lat. Kolejnym etapem jest *Vorschule*, której głównym zadaniem jest przygotowanie dzieci do nauki w szkole. Po tym etapie rozpoczyna się etap obowiązkowego kształcenia podstawowego, na który składają się oprócz nauki czytania, pisania, liczenia oraz, co niezwykle istotne z punktu widzenia gospodarki opartej na wiedzy i innowacyjności, umiejętność szukania i przetwarzania informacji. Austria posiada specyficzny system szkolnictwa po szkole podstawowej. Po jej zakończeniu uczniowie mogą wybrać średnią szkołę ogólnokształcącą lub szkołę tzw. główną. Wybór szkoły następuje po określeniu zdolności ucznia i ustaleniu drogi dalszej edukacji. Kształcenie na tym etapie trwa 4 lata. W szkole głównej można otrzymać gruntowne wykształcenie przygotowujące do nauki w szkołach wyższych. Uczniowie mogą dodatkowo rozwijać tu swoje zainteresowania i umiejętności praktyczne. Relatywnie nowym rozwiązaniem w Austrii są szkoły *Kooperative Mittelschule* (KMS), utworzone na podstawie programu szkoły głównej. W KMS znaczną wagę przykładają do indywidualnych zdolności i umiejętności poszczególnych uczniów. Duża część uczniów po szkole podstawowej wybiera *Allgemeinbildende Höhere Schule* (AHS), czyli średnią szkołę ogólnokształcącą, co wymaga jednak uzyskania określonych dobrych lub bardzo dobrych ocen w nauce w szkole podstawowej, głównie z języka niemieckiego i matematyki. Do wyboru są tutaj cztery rodzaje placówek edukacyjnych: 1) *Gymnasium*, które oferuje przede wszystkim gruntowne humanistyczne wykształcenie ogólne z łaciną i greką (fakultatywnie), przy czym te drugie zajęcia coraz częściej zastępowane są przez naukę francuskiego, włoskiego lub hiszpańskiego; 2) *Realgymnasium*, przeznaczone dla uczniów uzdolnionych w dziedzinie nauk przyrodniczych; 3) *Wirtschaftskundliches Realgymnasium*, zawierające w swym programie zagadnienia związane z gospodarką; 4) *Oberstufengymnasium*, oferujące zajęcia związane przede wszystkim ze sztuką

i przyrodą. Nauka w tych szkołach kończy się egzaminem maturalnym. W austriackim systemie edukacyjnym funkcjonują także technika (Berufsbildende Höhere Schulen – BHS), do których można uczęszczać po 8 latach nauki. Opierają się one na 5 latach nauki i dają szansę nie tylko zdobycia wykształcenia zawodowego, lecz także zdania egzaminu maturalnego. Część BHS pozwala zdobyć wykształcenie w 3 lata. Wówczas edukacja nie kończy się egzaminem maturalnym. Wśród średnich szkół technicznych w Austrii wyróżnić można technika specjalistyczne, na które składają się m.in.: Technische Lehranstalten (HTL), oferujące przede wszystkim możliwość zdobycia technicznego wykształcenia zawodowego, oraz Handelsakademie, w których mocnymi punktami są rachunkowość i ekonomika przedsiębiorstw. Specyficznym rodzajem placówek edukacyjnych są szkoły HBLA, czyli Höhere Bundeslehranstalt. Są one podobne profilowo do HTL, ale nie są zorientowane technicznie. Nauka w nich trwa 5 lat.

W ramach austriackiego systemu kształcenia znajdujemy również Polytechnische Schulen, czyli szkoły politechniczne wybierane przede wszystkim przez uczniów, którzy chcą przed zakończeniem obowiązków szkolnego zdobyć zawód. Obok nich są do wyboru Berufsschulen, czyli szkoły zawodowe, w których okres nauki obejmuje 2–3 lata. W systemie istnieją również instytucje Postsekundäre Bildung, czyli szkoły policealne, takie jak kolegia i akademie. Czas trwania nauki jest w tych instytucjach krótszy niż w uczelniach wyższych. Oprócz tego są także kolegia przeznaczone dla absolwentów AHS i oferujące zdobycie wykształcenia technicznego w czasie krótszym niż na uniwersytecie. Charakterystyczny jest tu luźny obowiązek uczestnictwa w zajęciach, elastyczne są także terminy zaliczeń i egzaminów. W akademiach natomiast stanowiących tzw. krótkie studia otrzymuje się specyficzne wykształcenie zawodowe, najczęściej z zakresu medycyny, spraw społecznych lub pedagogiki (Szwankowska-Antol, 2021). Warunkiem koniecznym dostania się do akademii, w której nauka trwa trzy lata, jest zdanie testu lub pozytywne przejście przez rozmowę wstępną.

Austria dysponuje dobrze rozwiniętą siecią uczelni wyższych. Obejmuje ona 21 wyższych szkół zawodowych, 22 uniwersytety publiczne i 13 uniwersytetów prywatnych. Wyższe szkoły zawodowe, oferujące 660 kierunków studiów, są otwarte na potrzeby przedsiębiorstw i utrzymują intensywne kontakty z przemysłem. Około połowy kierunków studiów oferowanych przez wyższe szkoły zawodowe połączonych jest jednocześnie z nauką zawodu (*Studia w Austrii*, 2021, 21 lutego). Jednak tym, co przede wszystkim wyróżnia system edukacyjny Austrii i w znacznym stopniu przygotowuje kadry do funkcjonowania w nowoczesnej, innowacyjnej gospodarce, jest powiązanie gospodarki z nauką oparte na dualnym kształceniu łączącym teorię z praktyką. Programy nauczania są tu dostosowane do wymogów gospodarki, a ważne miejsce zajmują w nich prace dyplomowe, których ustalenia implementowane są w praktyce działania podmiotów gospodarczych.

Można zatem stwierdzić, że w aspekcie edukacyjnym system w Austrii kładzie duży nacisk na kształtowanie praktycznych kompetencji i umiejętności ważnych w innowacyjnej gospodarce. Zwraca się także uwagę na indywidualne możliwości i preferencje uczniów, a różnorodność form kształcenia wpływa na przygotowanie kadr do wszystkich sektorów gospodarki.

W działaniach na rzecz współpracy biznesu z nauką uwidacznia się rola otoczenia instytucjonalnego wsparcia innowacji.

Otoczenie instytucjonalne innowacyjności austriackich przedsiębiorstw

Krajowy system instytucjonalny wsparcia innowacji przedsiębiorstw w Austrii oparty jest na działaniach austriackiej Federalnej Izby Gospodarczej (WKÖ – Wirtschaftskammer Österreichs) jako organu centralnego. Natomiast w wymiarze regionalnym w dziewięciu poszczególnych krajach członkowskich funkcjonują Regionalne Izby Gospodarcze (Landeskammer), stanowiące kluczowe elementy regionalnego systemu wsparcia innowacji przedsiębiorstw. Przynależność do Izby Gospodarczej jest obowiązkowa dla każdego przedsiębiorcy. Charakteryzując pokrótce zadania WKÖ, można stwierdzić, że funkcjonująca na poziomie federalnym z oddziałami w każdym kraju związkowym Austriacka Izba Gospodarcza oferuje wiedzę ekspercką dla członków i z tego powodu jest pierwszym punktem kontaktowym dla przedsiębiorców, którzy potrzebują określonych informacji i porad. Członkowie są zobowiązani do wnoszenia składek i mają czynne oraz bierne prawo do głosowania w wyborach zarządu i przedstawicieli do Izby Gospodarczej. Zakres świadczonych usług przez Izby Gospodarcze w Austrii jest szeroki, obejmuje obsługi księgowo-prawne, szkolenia, koordynacje działań na rzecz integracji przedsiębiorstw w grupy, a także działania z zakresu promocji eksportu (*Die Wirtschaftskammer Österreich*, 2021, 21 lutego).

Nawiązując do zasadniczego celu artykułu, należy stwierdzić, że Federalna Izba Gospodarcza jest instytucją centralną inicjującą, koordynującą i wspierającą działania na rzecz innowacyjności austriackich przedsiębiorstw. Realizowane jest to w takich obszarach, jak:

1. promowanie innowacji. W ramach tego obszaru przedsiębiorstwa mogą za pośrednictwem Izby ubiegać się o fundusze federalne, regionalne, stanowe lub unijne na projekty w zakresie innowacji i technologii. Oprócz tego wsparcia oferowana jest także pomoc merytoryczna w postaci ekspertyz w zakresie programów finansowania innowacji;
2. konsultacje w zakresie pomysłu na innowację. Korzystając z kwestionariusza *Przywództwo dla innowacji*, menadżerowie mogą dowiedzieć się, jak bardzo są innowacyjni oraz w których obszarach nadal istnieje możliwość poprawy;
3. wskazywanie trendów i możliwości rynkowych. Wykorzystuje się do tego tzw. „Radar Innowacji” Austriackiej Spółdzielni Badawczej (ACR), która dostarcza informacji na temat aktualności technologicznych i rozwiązań proinnowacyjnych przeznaczonych dla przedsiębiorstw;
4. integracja z administracją publiczną. Firmy z innowacyjnymi pomysłami dla administracji publicznej mogą prezentować swoje produkty i usługi na internetowej platformie partnerstwa innowacyjnego. Instytucje reprezentujące administrację publiczną przedstawiają tam swoje aktualne problemy i poszukują dostawców innowacyjnych rozwiązań;
5. promowanie przedsiębiorstw z obszaru przemysłu kreatywnego. W tym zakresie Izba promuje, finansuje i pomaga nawiązać współpracę z przedsiębiorstwami reprezentującymi tę branżę;
6. koordynacja działań z obszaru rozwiązań na rzecz rozwoju innowacji. Austriacka Izba Gospodarcza koordynuje współpracę w zakresie badań i rozwoju oraz wspiera firmy w inicjowaniu, planowaniu i realizacji partnerstw, z uwzględnieniem prawnych aspektów umów o współpracę.

W aspekcie podnoszenia poziomu digitalizacji firm, który stanowi obecnie w Austrii priorytet, Izba Gospodarcza koordynuje doradztwo oraz realizację projektów digitalizacyjnych. W ramach proponowanych programów przedsiębiorstwa mogą ubiegać się o finansowanie doradztwa w formie analizy możliwości wdrożenia innowacji cyfrowych, a następnie – o wsparcie finansowe dla konkretnych projektów podnoszących poziom digitalizacji przedsiębiorstw. W procesie wdrażania innowacji procesowych w aspekcie digitalizacji wspierane są działania promujące fakturowanie elektroniczne, alokację elektroniczną, bezpieczeństwo IT, bezpieczeństwo danych, E-commerce i sklep internetowy oraz marketing online i w mediach społecznościowych. Tutaj bardzo wyraźnie widać współpracę przedsiębiorstw, głównie z sektora MŚP, z instytucjami zajmującymi się cyfryzacją, przede wszystkim z uczelniami wyższymi, a także z innymi instytucjami badawczymi (*Digital Innovation Hubs*, 2021, 21 lutego). W ramach tego realizowany jest program Digital Pro Bootcamps BMDW, którego celem jest kształtowanie kompetentnych kadr przygotowanych do funkcjonowania w innowacyjnej gospodarce cyfrowej. Jednocześnie powstające sieci powiązań firm z uczelniami mają być wykorzystywane do promowania pomysłów na nowe modele biznesowe (*Digital Pro Bootcamps*, 2021, 21 lutego). W ramach Digital Pro Bootcamps pracownicy austriackich firm na szkoleniach organizowanych przez uniwersytety lub uczelnie techniczne zdobywają wiedzę i umiejętności informatyczne.

Ważne miejsce w krajowym systemie innowacji w Austrii zajmuje Agencja Wspierania Badań Naukowych (FFG). Jest ona instytucją koordynującą oferty finansowania MŚP w zakresie wejścia na rynek oraz działań badawczych i wdrażania innowacji. Organizacja ta oferuje finansowanie innowacji, a także, w ramach programu Przemysł 4.0, zapewnia szereg dotacji na analizy i prace koncepcyjne, inwestycje w nowoczesny sprzęt oraz szkolenia dla pracowników. Wsparcie obejmuje analizę możliwych do przeprowadzenia innowacji procesowych oraz transformacji cyfrowej przedsiębiorstw MŚP. Działania te są wzmacniane przez rozwiązania służące znalezieniu nowych firm jako partnerów do współpracy. W tym celu zorganizowana została platforma internetowa aws Connect (<https://www.awsconnect.at>). Agencja tworzy m.in. programy podstawowe, stanowiące najważniejsze narzędzie polityki innowacji dla MŚP. W ich ramach oferowane jest finansowanie wszelkich przedsięwzięć innowacyjnych, także realizowanych we współpracy z firmami, instytucjami badawczymi i uczelniami. Dofinansowanie wynosi zazwyczaj 50% kosztów projektu, a w połączeniu dotacji z pożyczką może wzrosnąć nawet do 70%. Okres finansowania wynosi zwykle rok (*Basisprogramm – Förderung, Bedingungen*, 2021, 21 lutego).

Oprócz wskazanych powyżej programów Agencja Wspierania Badań Naukowych oferuje szereg innych form pomocy, takich jak Impact Innovation Programme (*Impact Innovation – Förderung, Bedingungen*, 2021, 21 lutego), stanowiący wsparcie MŚP w rozwijaniu innowacyjnych pomysłów i rozwiązań, które stanowią wartość dodaną w stosunku do istniejącej oferty, czy też tak zwane Laboratorium Pomysłów FFG (Ideas Lab 4.0), które skupia się na łączeniu nowych partnerów. Laboratorium Pomysłów to interaktywne warsztaty, podczas których w ciągu kilku dni przedstawiciele różnych branż i organizacji pracują nad innowacyjnym podejściem do konkretnego problemu. Rezultatem są wnioski projektowe, które są przedstawiane na zakończenie Ideas Lab i oceniane przez międzynarodowe jury (*Ideen Lab 4.0.*, 2021, 21 lutego).

Warto także zwrócić uwagę na popularne w Austrii rozwiązanie proinnowacyjne, jakim jest czek innowacyjny z możliwością odliczenia. Przedsiębiorstwa z sektora MŚP,

które chcą rozpocząć działalność badawczą i innowacyjną (B+R+I) lub pogłębić swoją działalność w zakresie B+R+I, a także skorzystać z wiedzy oraz doświadczeń instytucji badawczych, mogą ubiegać się o finansowanie w wysokości do 10 000 euro (*Innovationsscheck mit Selbstbehalt*, 2021, 21 lutego). Działalność badawczo-rozwojowa przedsiębiorstw w Austrii wspierana jest także przez premię naukową. Przyczynia się ona w istotny sposób do zwiększenia atrakcyjności Austrii jako miejsca prowadzenia badań, których rezultaty mogą pozytywnie wpływać na podniesienie poziomu innowacyjności przedsiębiorstw. Można się o nią ubiegać w ramach badań własnych oraz w ramach badań prowadzonych we współpracy z innym podmiotem. Wysokość premii za badania naukowe jest taka sama dla wszystkich przedsiębiorstw bez względu na ich wielkość czy też wyniki ekonomiczne. W Austrii w obszarze działań wspierających innowacyjność gospodarki i przedsiębiorstw dąży się do zwiększenia współpracy między nauką lub badaniami podstawowymi a przedsiębiorstwami. Służyć temu mają takie działania, jak obsługa wspólnych projektów badawczo-rozwojowych oraz regularne konsultacje przedsiębiorców z instytucjami naukowymi i badawczymi. Celem jest tutaj zwiększenie poziomu innowacji poprzez określenie wymagań rynku i przede wszystkim szybkie udostępnianie wiedzy naukowej i technologicznej dla wykorzystywania jej w działalności operacyjnej firm. Dzięki temu można osiągnąć przewagę konkurencyjną, wynikającą z posiadania patentów, wczesnej penetracji rynku i osiągnięcia pozycji przedsiębiorstwa – lidera innowacji. Koordynatorem w tym procesie jest Izba Gospodarcza, która udostępnia bazy danych infrastruktury badawczej i wytyczne dotyczące współpracy, a także służy pomocą w znalezieniu organizacji partnerskich wśród instytucji nauki wraz z agencjami finansującymi i klastrami, współpracując w tym względzie z Funduszem na rzecz Wspierania Badań Naukowych (Der Wissenschaftsfonds – FWF). Organizacja ta zajmuje ważne miejsce w relacjach świata biznesu ze światem nauki w Austrii. Jest ona centralną austriacką instytucją zajmującą się promocją badań podstawowych. Misją tej instytucji jest „wspieranie rozwoju nauki na wysokim międzynarodowym poziomie, a także przyczynianie się do rozwoju kulturalnego, do ekspansji społeczeństwa opartego na wiedzy, a tym samym do zwiększania dobrobytu w Austrii” (*FWF Der Wissenschaftsfonds*, 2021, 21 lutego). Działalność FWF ma na celu zwiększenie atrakcyjności Austrii jako lokalizacji naukowej, przede wszystkim przez promowanie badań naukowych, a także przez przyczynianie się do poprawy konkurencyjności instytucji badawczych i systemu nauki. Poza tym instytucja ta ma na celu ułatwianie komunikacji i rozszerzenie interakcji między nauką a wszystkimi innymi instytucjami życia kulturalnego, gospodarczego i społecznego. Działa także na rzecz promocji badań naukowych (Portal FWF, 2021, 21 lutego). Usługi oferowane przez FWF obejmują kompleksowe zarządzanie programem badań, w ramach którego ma miejsce także wybór ekspertów naukowych.

Istotna jest również rozwijana w Austrii koncepcja tworzenia stref innowacji (*Die WKO-Innovationsstrategie für Österreich*, 2020). Strefa innowacji to ograniczony przestrzennie obszar, na którym działalność przedsiębiorstw jest skoordynowana ze specyfiką danego regionu pod względem zapotrzebowania na innowacje i potencjał naukowo-badawczy oraz system prawny.

Wśród działań o charakterze motywacyjnym, których celem jest kształtowanie postaw proinnowacyjnych, w Austrii Federalne Ministerstwo Cyfryzacji i Rozwoju Przedsiębiorczości (das Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort – BMDW) przyznaje państwową nagrodę za innowacje (*Staatspreis Innovation*, 2021, 21 lutego).

Ma ona już dość długą tradycję, ponieważ pierwszą nagrodę przyznano w 1979 r. Procedura wyboru najbardziej innowacyjnej firmy oparta jest na konkursach regionalnych. Przedsiębiorstwa, które w poszczególnych krajach związkowych Austrii zostają uznane za najbardziej innowacyjne, są oceniane przez komisję centralną z ramienia Austriackiego Stowarzyszenia na rzecz Wsparcia Gospodarczego (Austria Wirtschaftsservice Gesellschaft – AWS). Oprócz nagrody głównej w konkursie przyznawane są nagrody specjalne. Należą do nich nagroda ECONOVIUS, która jest przyznawana najbardziej innowacyjnym mikro-, małym lub średnim przedsiębiorstwom, oraz „VERENA powered by VERBUND” przyznawana firmom, które wraz z uczelniami lub pozauniwersyteckimi instytucjami badawczymi zrealizowały projekty innowacyjne w obszarach efektywności zarządzania energią, odnawialnych źródeł energii, e-mobilności i systemów energetycznych. W konkursie mogą uczestniczyć austriackie firmy, które opracowały innowacyjne produkty, procesy lub usługi i wprowadziły je na rynek (Portal Staatpreis Innovation, 2021, 21 lutego). Zwycięzcy otrzymują nagrody pieniężne, a wszyscy nominowani do nagrody uzyskują certyfikaty i mogą liczyć na szeroko zakrojoną promocję.

Podsumowanie

System instytucjonalnego wsparcia innowacji przedsiębiorstw w Austrii charakteryzuje się określonymi atrybutami, ale także ma swoje słabości. Jego słabymi stronami są mimo wszystko, patrząc na rankingi międzynarodowe, dość małe efekty w stosunku do wysokich nakładów na badania i rozwój oraz rozbudowane wsparcie oparte na triadzie biznes – nauka – administracja publiczna (*Die WKO-Innovationsstrategie für Österreich*, 2020). Natomiast cechami decydującymi ow efektywności systemu wsparcia innowacji przedsiębiorstw w Austrii są: duże nakłady finansowe na inwestycje w badania i rozwój, ugruntowana kultura współpracy między nauką a przemysłem, duża liczba innowacyjnych mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw, kultura kształcenia ze szczególnym uwzględnieniem kształcenia dualnego oraz na podstawie indywidualnych predyspozycji, promocja uczenia się przez całe życie, wysoka świadomość roli branży kreatywnej w pobudzaniu innowacji przedsiębiorstw, świadomość wkładu nowych form współpracy w ramach strategii otwartych innowacji, dostęp do kapitału w finansowaniu kredytowym dla MŚP, ponadprzeciętne zaangażowanie podmiotów austriackich w projekty badawczo-rozwojowe, dość klarowny system instytucjonalny z instytucją koordynującą działania na rzecz podnoszenia innowacyjności gospodarki i przedsiębiorstw w postaci Austriackiej Federalnej Izby Gospodarczej, a także znaczne zaangażowanie się państwa w promocję innowacyjności. Istotne jest również pobudzanie innowacyjności firm przez nawiązywanie współpracy przedsiębiorstw z instytucjami naukowo-badawczymi i instytucjami administracji publicznej.

Omówione w artykule obserwowane w Austrii czynniki wspierania innowacyjności przedsiębiorstw pozwalają pozytywnie zweryfikować postawioną hipotezę badawczą, zgodnie z którą efektywność działań proinnowacyjnych zależy od organizacji systemu edukacyjnego oraz rozwiązań instytucjonalnych, które wymagają zaawansowanej koordynacji, a także integracji środowiska naukowego z przedsiębiorcami. Ważne są także instrumenty promowania i nagradzania działań o charakterze innowacyjnym. Jednak to, co szczególnie warto pokreślić, analizując system wsparcia innowacji przedsiębiorstw na przykładzie Austrii, to kształtowanie postaw społecznych, które oparte są na kreatywności

i w konsekwencji służą tworzeniu innowacji. Bardzo ważną rolę odgrywa w tym systemie nie tylko określona polityka gospodarcza państwa, ale też, co zostało podkreślone w artykule, organizacja i stabilność systemu edukacyjnego przygotowującego do elastycznego podejścia do różnych form i etapów kształcenia uwzględniających indywidualne predyspozycje i kompetencje, a w konsekwencji przygotowującego do funkcjonowania w złożonych i zmiennych warunkach otoczenia.

Literatura

References

- Anzahl der Patentanmeldungen und -erteilungen in Österreich von 2012 bis 2020.* (2021, 20 maja). Pozyskano z: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/305660/umfrage/patentanmeldungen-und-erteilungen-in-oesterreich/>
- Basisprogramm – Förderung, Bedingungen.* (2021, 21 lutego). Pozyskano z: <https://www.ffg.at/programm/basisprogramm>
- Die Wirtschaftskammer Österreich.* (2021, 21 lutego). Pozyskano z: <https://www.wko.at/service/oe/wirtschaftskammer.html>
- Die WKO-Innovationsstrategie für Österreich.* (2020). Pozyskano z: <https://www.wko.at/site/innovate-austria/innovationsstrategie/wko-innovationsstrategie.pdf>
- Digital Innovation Hubs.* (2021, 21 lutego). <https://www.ffg.at/dih>
- Digital Pro Bootcamps.* (2021, 21 lutego). <https://www.bmdw.gv.at/Themen/Wirtschaftsstandort-Oesterreich/KMU/Digital-Pro-Bootcamps.html>
- FWF Der Wissenschaftsfonds.* (2021, 21 lutego). Pozyskano z: <https://www.fwf.ac.at/de/ueber-den-fwf/leitbild>
- Ideen Lab 4.0.* (2021, 21 lutego). Pozyskano z: <https://www.ffg.at/ideenlab>
- Impact Innovation – Förderung, Bedingungen.* (2021, 21 lutego). Pozyskano z: <https://www.ffg.at/programm/impactinnovation>
- Innovation im Unternehmenssektor.* (2021, 21 lutego). Pozyskano z: https://www.statistik.at/web_de/statistiken/energie_umwelt_innovation_mobilitaet/forschung_und_innovation/innovation_im_unternehmenssektor/index.html
- Innovationsscheck mit Selbstbehalt.* (2021, 21 lutego). Pozyskano z: <https://www.ffg.at/programme/InnovationsscheckmitSelbstbehalt>
- Jasiński, A.H. (2014). *Innowacyjność w gospodarce Polski. Modele, bariery, instrumenty wsparcia.* Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego.
- Kalinowski, T. (2010). *Innowacyjność przedsiębiorstw a systemy zarządzania jakością.* Warszawa: Wolters Kluwer business.
- Portal FWF. (2021, 21 lutego). <https://www.fwf.ac.at>
- Portal Staatspreis Innovation.* (2021, 21 lutego). <https://www.staatspreis.at>
- Prystrom, J. (2012). *Innowacje w procesie rozwoju gospodarczego. Istota i uwarunkowania.* Warszawa: Difin.
- Rankingi innowacyjności 2019.* (2021, 21 lutego). Pozyskano z: https://ec.europa.eu/poland/news/190617_innovations_pl
- Staatspreis Innovation.* (2021, 21 lutego). Pozyskano z: <https://www.aws.at/staatspreis-innovation>
- Studia w Austrii.* (2021, 21 lutego). Pozyskano z: <https://www.eurodesk.pl/mobilnosc/eurostudia/studia-w-austrii>
- Szwankowska-Antol, K. (2020). *System szkolnictwa w Austrii.* Pozyskano z: <https://wenedi.eu/pl/po-radzimy/system-szkolnictwa-w-austrii-edukacja-w-austrii>
- Zarys szkolnictwa w Austrii.* (2021, 21 lutego). Pozyskano z: <https://pracaikariera.e-magnes.pl/artykuly/austria/szkola/zarys-szkolnictwa-w-austrii>

Robert Majkut, dr, Wyższa Szkoła Bankowa we Wrocławiu. Socjolog gospodarki oraz organizacji i zarządzania, zajmujący się badaniami dotyczącymi przedsiębiorczości, jej uwarunkowań i czynników. Uczestniczył w ponad 10 projektach badawczych, w tym projekcie dotyczącym analizy *Strategii rozwoju województwa dolnośląskiego*. Oprócz dorobku naukowego charakteryzuje się osiągnięciami organizacyjnymi, m.in. związanymi z implementacją rozwiązań podnoszących poziom jakości kształcenia stanowiących efekt doświadczeń wyniesionych z Franklin University w Columbus w stanie Ohio w USA.

Robert Majkut, PhD, WSB University in Wrocław. He is a sociologist of economy and organisation and management, involved in research on entrepreneurship, its conditions and factors. His research output includes participation in 10 research projects, including an analysis for the Development Strategy of the Lower Silesian Voivodship. Apart from his academic achievements, he is characterised by organisational achievements, including those related to the implementation of solutions aimed at improving the quality of education, which are the result of his experience at Franklin University in Columbus, Ohio, USA.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4181-512>

Adres/Address:

Wyższa Szkoła Bankowa we Wrocławiu
ul. Fabryczna 29–31
53-609 Wrocław, Poland
e-mail: robert.majkut@wsb.wroclaw.pl

DOROTA OKRASIŃSKA

Fundacja Gotowi na Zmiany, Kraków, Polska ■ Foundation Ready for Changes, Kraków, Poland

Kontinuum wartości pedagogicznych – metody i narzędzia na przykładzie modelu greckiego w warunkach zmienności – analiza kognitywna

Continuum of pedagogical values – methods and tools based on the example of the Greek model under variation conditions – cognitive analysis

Streszczenie: Celem niniejszego artykułu jest wskazanie możliwości kształtowania młodego pokolenia przez kontynuację ponadczasowych postaw pedagogicznych w świetle aktualnego kryzysu gospodarczego. Przedmiotem analizy jest sprecyzowanie i dostosowanie dostępnych metod oraz narzędzi współczesnego pedagoga w myśl greckich systemów filozoficzno-etycznych względem towarzyszących ograniczeń i zmienności. Jako empiryczną metodę badań nad problematyką przedstawionych zagadnień wybrano analizę kognitywną. Analiza ta zyskuje na znaczeniu w kontekście aktualnych problemów gospodarczych oraz transformacji globalnych wywołanych pandemią, a tym samym zmianą mechanizmów nauczania na hybrydowy i zdalny. W niniejszym rozważaniach skoncentrowano się na roli wartości pedagogicznych na podstawie założeń greckich filozofów jako prekursorów myśli pedagogicznej w celu zdiagnozowania aktualnych potrzeb oraz czerpania inspiracji z ich dorobku metodycznego. W wyniku analizy wskazano metody i narzędzia pracy z uczniem nad komunikacją, indywidualnością i doświadczaniem przez inicjowanie społecznych kontaktów z kulturą oraz językiem. Nadano także znaczenie relacji między nauczycielem a uczniem, opartej na partnerstwie i empatii, co daje wymierne korzyści w procesie kształtowania jednostki i chroni ją przed wykluczeniem.

Abstract: The aim of this article is to indicate the possibility of shaping the young generation by continuing the timeless pedagogical attitudes in the light of the current economic crisis. The subject of the analysis is to specify and adjust the available methods and tools of a modern pedagogue according to Greek philosophical and ethical systems in relation to the accompanying limitations and variability. A form of cognitive analysis has been chosen as an empirical method of research into the issues presented. This analysis becomes increasingly important in the context of current economic issues and global transformations caused by pandemics, and thus the change in learning mechanisms to hybrid and remote learning. Thus, this consideration focuses on the role of pedagogical values based on the assumptions of Greek philosophers as precursors of pedagogical thought in order to diagnose current needs and draw

inspiration from their methodological achievements. As a result of the analysis, methods and tools for working with students on communication, individuality and experience by initiating social contacts with culture and language were identified. The importance of the relationship between teacher and student, based on partnership and empathy, was also given, which gives tangible benefits in the process of shaping the individual, protecting him/her from exclusion.

Słowa kluczowe: edukacja; heurystyka; kryzys, model grecki; wartości pedagogiczne

Keywords: crisis; education; heuristics; pedagogical values; the Greek model

Otrzymano: 11 lutego 2021

Received: 11 February 2021

Zaakceptowano: 25 maja 2021

Accepted: 25 May 2021

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Okraśińska, D. (2021). Kontinuum wartości pedagogicznych – metody i narzędzia na przykładzie modelu greckiego w warunkach zmienności – analiza kognitywna. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 17(1), 115–125. <https://doi.org/10.24917/20833296.171.9>

Wstęp

Niniejszy artykuł jest próbą określenia metod i narzędzi wraz z wartościami, które mogą wpłynąć na proces kształtowania młodego pokolenia w obliczu narastającego kryzysu gospodarczego. Metodyka pracy, narzędzia i indywidualna postawa pedagoga wydają się być kluczowe w sytuacji odwrócenia się społeczeństwa od wielowiekowych wartości, wzorców oraz tradycji. W procesie wychowania ważnym punktem odniesienia staje się zwrócenie do indywidualności ucznia oraz zaakceptowanie jego autonomii.

Ocena niniejszej sytuacji wraz ze zbiorem rozważań została ujęta w formie analizy kognitywnej, co zwraca uwagę na aspekt poznawczy artykułu oraz interdyscyplinarność problemu. Kogniwiastyka jako nauka opiera się na obserwacji i analizie, które stanowią narzędzia do badań empirycznych (Thagard, 2014; Zalta, 2017). Opracowanie ma ponadto charakter studiów literaturowych opartych na danych wtórnych. Posłużono się w nim następującą metodą badawczą celem uaktualnienia przyjętych założeń: oryginalne idee greckich filozofów na przełomie ostatniej dekady stały się inspiracją, na przykładzie której nowoczesna literatura odnajduje aktualne przesłanie, nadając nowe znaczenie poznanyim tezom. Dane wtórne, które wykorzystano, odwołują się do znanych mistrzów greckich, m.in. Hezjoda czy Sokratesa, których dorobek poddano wielopłaszczyznowej interpretacji oraz wznowieniu. Tym samym poddano analizie elementy kulturowe w zestawieniu z tłumaczeniami, co daje szerszy obraz wiedzy z czasów antycznych (Zalewska-Jura, 2021).

Dla niniejszej analizy istotną wartość mają kluczowe punkty odniesienia na przestrzeni literackiego dorobku Greków. W literaturze dokonano klasyfikacji literatury greckiej na przełomie V–VI w. p.n.e. na szkołę soficką, sokratejską oraz platońską. Ich wspólnym punktem było traktowanie edukacji jako przywileju, a jednocześnie okazji do samopoznania oraz ukształtowania indywidualnej tożsamości (Giovanni, 2000).

Warto wskazać ważne punkty w kulturze hellenistycznej, które wyszczególniono w analizie. Jednym z nich było wyodrębnienie ideału piękna i dobroci – tzw. *kalokagathia* – co stanowiło archetyp pojęcia arystokratycznego ideału człowieka jako istoty wszechstronnej (Litak, 2010). Wzorzec ten oparto na komplementarności zainteresowań

– poezja, sztuka, muzyka, co zestawiono z rozeznaniem w świecie polityki, bogatą retoryką oraz posłuszeństwem bogom i kultem ciała.

Kolejnym kluczowym wzorcem istotnym w aspekcie pedagogiki jest ideał etyczny *areté*, a więc określenie natury człowieka, co często w literaturze błędnie utożsamiane jest z cnotą. Narzędziami do określenia jego natury są wiedza i poznanie. Zatem człowiek nabywa cnotę wraz z samopoznaniem *areté* (Giovanni, 2000: 326).

Wymienione wzorce oddawały istotę głównego założenia greckiej edukacji, w myśl którego najważniejszym zadaniem pedagoga jest pielęgnowanie duszy ucznia. Tym samym następuje poznanie oparte na prawdzie, naturze człowieka, cnocie i autonomii, co stanowi warunki do nabycia wiedzy.

Niniejszy artykuł jest próbą odpowiedzi na pytanie: jakie postawy pedagogiczne – z perspektywy metod i wartości – warto kontynuować w nawiązaniu do modelu greckiego w warunkach kryzysu i zmienności. Nasuwają się tym samym pytania pomocnicze do dalszej eksploracji badawczej, zwracające uwagę na możliwości czerpania z dorobku Greków: Które z wybranych założeń mają szansę na przeniesienie do aktualnej sytuacji gospodarczej? Jakimi priorytetami warto się kierować zgodnie z wybranymi rozwiązaniami? Na podstawie tych pytań zwrócono uwagę na potrzeby ucznia oraz narzędzia pracy nauczyciela korzystającego z idei greckich filozofów. Metody te usytuowano także w systemie współczesnej edukacji ze wskazaniem na jej potrzeby i możliwości.

Refleksje mistrzów nad samodzielnym doświadczaniem

Dziedzictwo Sokratesa ukształtowało początki pedagogiki wychowania, której korzenie stanowią nauki filozoficzne kontynuatorów idei sokratejskich. Sokrates w swojej filozofii wyznaczył etyczne filary człowieczeństwa będące konstruktem dla nauk o wychowaniu. Cyceeron zwrócił uwagę na poglądy mistrza, wskazując, że jako pierwszy zwrócił on swoją filozofię w stronę rodziny wraz z kwestią obyczajowości, a tym samym rozróżnienia dobra i zła (Śmigaj, 2010: 4–10). Przyjął on wartości istotne dla życia zgodnego z umiejętnościami sklasyfikowanymi przez niego do sfery rozumu: dysponowanie samym sobą (*enkrateia*), wolność (*eleutheria*) i samowystarczalność (*autarkia*) (Łażewska, 2011: 36). Funkcje te miały zagwarantować etyczne postrzeganie świata przez jednostkę i jej samodzielność. W myśl tego założenia możliwość samostanowienia o sobie i zaradność stanowią fundament procesu kształcenia. Sokrates zwrócił także uwagę na ideę samej duszy, zaznaczając, że „człowiekiem jest jego dusza” (Giovanni, 2000: 316). Stanowi ona element jego „świadomego ja, jest intelektualną i moralną osobowością” (Giovanni, 2000: 317). Podobne spostrzeżenia opisywał uczeń Sokratesa, Platon, w *Liście VII* napisanym do Syrakuzy Dionizosa, którego edukował. Platon wskazywał w nim na nadrzędną rolę duszy w drodze do wiedzy i rozumienia (Dembiński, 2000: 96). Tym samym pogłębiało to ideę sokratejską, zwracającą uwagę na tożsamość dziecka jako jednostki, co daje początek rozwijania jej w obliczu możliwości do intelektualnego rozwoju. Z syntezy tych założeń wynika, że można wydobywać potencjał z dziecka jako istoty autonomicznej głównie w warunkach sprzyjających pogłębianiu świadomości człowieka oraz w poszanowaniu jego suwerenności. Czy zatem sytuacje kryzysowe na przestrzeni dziejów, takie jak głód, wojna, kryzys gospodarczy bądź pandemia i zachwianie gospodarką światową, nie stanowią zagrożenia dla możliwości rozwoju dziecka w kontekście ograniczenia swobód i kontaktów międzyludzkich?

Istotnym komponentem niniejszej analizy jest wskazanie nowej perspektywy postrzegania nauki i wychowania w opozycji do systemowego i strukturalnego modelu współczesnej edukacji, opartego na programach oraz wynikach. Warto tutaj wskazać przykład szkoły platońskiej, której założenia skoncentrowane były na idei pojmowania nauki jako wspólnego dobra. Uczniowie natomiast uznawani byli za braci odpowiedzialnych za zbiorowość, a proces edukacji traktowano jako przywilej i sekret dostępny tylko dla adeptów, co dodatkowo podnosiło rangę nauki. Edukację opierano także na budowaniu cnoty i erudycji (Jacko, 2017). Współczesna szkoła oddala się od idei prestiżu czy wspólnoty na rzecz struktury zdominowanej przez liczebność klas i nadmiar programu, co nie pozostawia wiele miejsca na pielęgnowanie jakości. W sytuacji ograniczenia nauki stacjonarnej jakość edukacji, a wraz z nią stymulacja ucznia, relacja z nim, jak i analiza jego potrzeb wydają się być utrudnione. Konieczność nauki zdalnej wymusza tym samym obowiązek korzystania z komputerów, co wyklucza poczucie jednostki jako członka zbiorowości wspólnej idei, a w następstwie sprowadza rolę nauki do zautomatyzowanej czynności i obowiązku.

Podobne postulaty wyrażał Arystoteles w swojej teorii państwa, która zakłada, że człowiek z natury jest stworzony do życia w społeczeństwie (Łażewska, 2011: 60), natomiast wychowanie jest formą sztuki narodu (Wasilewski, 2017: 168). Zgodnie z tym założeniem, tylko ten konstrukt umożliwia ukształtowanie człowieka wraz z jego cnotami. Warto dodać, że Arystoteles każdy byt określa mianem „substancji”, której podporządkowane są pewne cechy – „przypadłości”, co podkreśla znaczenie roli indywidualizmu ucznia (Wasilewski, 2017). Siła woli stanowiła według niego podstawowy przymiot w zarządzaniu swoimi potrzebami czy też słabościami (Szyrwińska-Hörig, 2021). Tym samym uznawał on twórczą naturę człowieka za moc kreacji, która jest w stanie wznieść się ponad dorobek tradycji (Kwietniewska, 2020). W świetle współczesnej edukacji aspekty dostrzeżenia autonomii w jednostce wraz z jednoczesnym zapewnieniem jej rozwoju w strukturze społeczeństwa stanowią podstawowy składnik kompetencji pedagoga.

Trzeba tu z całą stanowczością powiedzieć, że zjawisko kryzysu gospodarczego, a więc brak równowagi pomiędzy globalną podażą a popytem, znacząco redefiniuje obraz współczesnej edukacji (Marek, Szymańska-Wieczorek, 2011: 228). Sam Arystoteles zaznaczał w teorii państwa, że najbardziej znaczącą warstwą w społeczeństwie jest klasa średnia. W sytuacji wyhamowania gospodarczego, kiedy poszczególne branże są pośrednio „zamrażane”, następuje lawinowy wzrost bezrobocia oraz pomniejszanie sektorów małych i średnich przedsiębiorstw. Prowadzi to do izolacji społeczeństwa oraz przerw względem wymiany wiedzy i doświadczeń pomiędzy strukturami. Zważywszy na fakt, że kryzysy współczesne przyjmują na ogół wymiar globalny, do problemu edukowania społeczeństwa jako wrażliwej tkanki zbiorowości należy podchodzić ze stoickim wyważeniem i umiejętnym doborem narzędzi dydaktycznych (Marek, Szymańska-Wieczorek, 2011: 234). Troska o autonomię jednostki z jednoczesnym zapewnieniem jej warunków rozwojowych i bytowych szczególnie zyskuje tu na znaczeniu w kontekście poglądów Pitagorasa, który podkreślał wielką rolę uszlachetniania duszy przez poezję czy muzykę (Jodłowska, 2016: 88). Dochodzimy tu zatem do znaczenia kultury w zakresie kształtowania tożsamości ucznia. Szukanie prawdy oraz zapewnienie indywidualizacji nauczania było kontynuacją jego założeń. Zgodnie z tym, umożliwienie uczniowi ćwiczenia nabytych umiejętności w praktyce stanowiło podstawowe kluczowe zadanie pedagoga (Wasilewski, 2017: 226). Tak przyjęty paradygmat konstruktywistyczny zakładał indywidualne

poznanie oraz naukę poprzez suwerenne doświadczenie. Tym samym praktyczne przeżycie ma odniesienie w kontekście jednostki, co podnosi rangę pedagoga do roli mentora, który swoje działania metodyczne w myśl idei greckich powinien opierać na wyznaczeniu suwerennej ścieżki dydaktycznej każdemu uczniowi.

Moralność i wielokulturowość a kryzys

Istotnymi komponentami edukacji greckiej były wartości moralne, które należało pielęgnować w trosce o kształtowanie cnoty i dobrego wychowania młodego pokolenia. Grecy są prekursorami tzw. filozofii moralnej, będącej zbiorem powszechnych ustaleń i zależności dla ludzi. Równie istotna była wiara w opatrność oraz sprawiedliwość w kontekście owej moralności (Teodorovich, 2021). Ta refleksja etyczna miała już swoje początki w dziełach Homera – *Iliadzie* i *Odysei* (Giovanni, 2000). Fundamentalne dla wartości pedagogicznych cechy, takie jak bohaterstwo Achillesa czy też postawa Penelopy, którą można uznać za archetyp lojalności i wierności, stanowią wzór wychowawczy dla młodego pokolenia. Szerszą perspektywę w aspekcie moralności zaproponował Hezjod, propagujący życie wiejskie, zgodne z naturą, religijność oraz kult pracy. Zagadnienia te zwinął on w swoim dziele etyczno-dydaktycznym pt. *Prace i dni* (Giovanni, 2000: 225), które zachęcało do umiarkowania, życzliwości i cnoty, co nadawało znaczenie edukacji Hellenów. Wątek moralności podejmowany był także przez sofistów, tzw. wędrownych nauczycieli, którzy uznawali cnotę za fundament wiedzy.

Wskazane w opracowaniu myśli natury etycznej w świetle współczesności prowadzą do wniosków, których transformację należy podkreślić w skali makrospołecznej. L. Zarzycki w *Teoretycznych podstawach wychowania* dokonał klasyfikacji czynników mających wpływ na przeformułowanie znaczenia wartości moralnych. Zaproponował on ujęcie krytyczne dla przyjętej rzeczywistości, w którym zwrócił uwagę na rozwój „dzikiego kapitalizmu” w Polsce oraz „prawo dzungli” po upadku państwa socjalistycznego, co może implikować oszustwa gospodarcze, walkę o wpływy, a tym samym przekładać się na indywidualną sytuację rodzin oraz wychowanie (Zarzycki, 2012: 119). Kryzys materialny związany jest nieuchronnie z kryzysem moralnym, co prowadzi pedagoga na płaszczyznę wychowawczą w obliczu potrzeb dzieci. Braki materialne i etyczne młodego pokolenia w kontekście rzeczywistości opartej na kulcie władzy wymagają podejścia bardziej empatycznego i indywidualizowanego niż dotychczas. Kompetencje pedagoga w tym ujęciu katalizują tym samym rozwój umiejętności miękkich.

Kolejne znaczenie warto nadać kwestii wielojęzyczności oraz wielokulturowości. Przemiany systemowe wraz z uzyskaniem członkostwa Polski w Unii Europejskiej przyspieszyły procesy migracyjne, co upowszechniło w społeczeństwie naukę języków obcych (Czekańska-Mirek, 2016: 1). Za czasów Imperium Rzymskiego nauka języków koncentrowała się na triadzie: rzymski, grecki oraz łacina. Język wówczas stał się także implikacją kultury oraz stanowił gwarancję jej dziedzictwa. Jeden z czołowych greckich mówców, uczeń Sokratesa – Izokrates – stał się twórcą szkoły ukierunkowanej na kulturę języka. Tak narodziła się retoryka wraz z krytycznym postrzeganiem jakości wypowiedzi (Gaj, 2020). Izokrates wyodrębnił język prozy od języka poezji, przykładał też ogromną wagę do wartości wymowy. Zwrócił również uwagę na kwestię wiarygodności wizerunku oraz przekazu werbalnego, który powinien być oparty na przyzwoitości etycznej, zasadach dobroci i piękna (Danek, 2020). Na przestrzeni wieków nauka ta zyskała na znaczeniu

także w aspekcie tożsamości narodowej, którą w przestrzeni edukacji kształtowano równoległe z pielęgnowaniem języka i patriotyzmem. Tak wielopłaszczyznowe wychowanie patriotyczne przejawia się dzisiaj przez inicjatywy pedagoga w postaci omawianych czy świętowanych rocznic, pielęgnowaniu flagi narodowej oraz dziedzictw kultury w formie wycieczek edukacyjno-kulturowych (Zarzycki, 2012: 127). Inspirującą ideą może być także organizacja spotkań z kombatantami, co nadaje wychowaniu patriotycznemu wymiar moralny.

Rola indywidualizacji ucznia

Istotnym aspektem w rozwoju samodzielności oraz przedsiębiorczości uczniów jest stwarzanie nowych ścieżek nauczania opartych na pitagorejskim doświadczaniu oraz nurcie konstruktywistycznym. Na Litwie wyróżnia się szkoła Romuvos w Szawlach, gdzie uczniowie klas V–VIII sami wybierają moduły kształcenia, prowadząc jednocześnie te czki indywidualnej ścieżki edukacyjno-zawodowej oraz współdecydując o swoim rozwoju (Chrzanowska, Szumski, 2019: 35).

Podobna inicjatywa występuje w Polsce w wielu autorskich szkołach o tzw. alternatywnym profilu edukacji. Przykładem może być ALA, czyli wrocławskie Autorskie Liceum Artystyczne, które funkcjonuje jako eksperymentalna szkoła skoncentrowane na indywidualnym rozwoju ucznia. Zgodnie z założeniami dyrektora metodycznego, Mariusza Budzyńskiego, uczniowie mają tutaj możliwość wyboru wychowawcy i tutora, szkoła nie stosuje tradycyjnych dzwonek ani ocen niedostatecznych, natomiast wychowankowie sami kreują własny zindywidualizowany tok nauczania (Budzyński, 2021). ALA umożliwia także uczniom kształcenie w zakresie przedmiotów artystycznych. W takim układzie nauczyciel wchodzi w rolę eksperta, który wspiera ucznia w jego planach, pełniąc podobną funkcję do mistrza greckiego jako niezależnego facylitatora i mentora.

Współczesne szkoły eksperymentalne i alternatywne nawiązują do kultury humanistycznej zapoczątkowanej przez sofistów w V w. p.n.e. Jak pisze R. Giovanni, nauczano wówczas retoryki, sztuki, wychowania, polityki, języka oraz etyki (Giovanni, 2000: 239). Etap ten uznaje się za początki wyodrębnienia kultury hellenistycznej przez zainteresowanie naturą człowieka, wraz z jego wychowaniem i umiejętnościami. Sokrates dokonał rozwinięcia kultury humanistycznej, a swoją wiedzę przekazał uczniom, co zbudowało solidny konstrukt pedagogiki wychowania w kontekście dziedzictwa międzynarodowego. Warto jednak zwrócić uwagę na fakt, że nie zawsze był on postrzegany jako mistrz; Epikurejczycy początkowo oskarżali go o deprawowanie młodzieży oraz bezbożność (Frodeman, Briggie: 2016). Dopiero w latach 70. dorobek Sokratesa stał się przedmiotem badań interdyscyplinarnych w świecie nauki (Delikonstantinidou, 2020).

Jedną ze współczesnych teorii nauczania czerpiących inspirację z idei Sokratesa oraz indywidualizmu jest model progresywny edukacji wg D. Brandes i P. Ginnisa (Brandes, Ginnis, 1994: 47). Teoria ta w centrum uwagi stawia ucznia oraz koncentrowała się na nauce przez doświadczanie za pomocą stawianych pytań i popełnionych błędów. Otwarta dyskusja, kręgi, burze mózgow, współpraca i partnerstwo to fundamenty modelu progresywnego (Brandes, Ginnis, 1994). Istotną kwestią jest także obniżenie rangi autorytetu nauczyciela oraz zaakceptowanie prawa ucznia do błędów i niewiedzy. Twórcy tej teorii zaakcentowali dodatkowo znaczenie relacji i kontaktu we wzajemnej komunikacji, uwzględniając nawet wartość przywitania za pomocą uścisku (Brandes, Ginnis, 1994: 57).

Rycina 1. Model progresywny w edukacji według D. Brandes i P. Ginnisa

Teoria progresywna kształcenia	Indywidualność
Prawo do błędów i pytań	
Doświadczenie	

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Brandes, Ginnis (1994)

Model ten zyskuje na znaczeniu także w aspekcie powszechnej obecnie edukacji zdalnej, która z racji swej specyfiki utrzymuje sferę kontaktów w przestrzeni wirtualnej, a tym samym pozostawia komunikację na poziomie powierzchniowym i biernym. Teoria progresywna stoi więc w opozycji do tradycyjnego modelu edukacji, opartego na zbiorowości i zasadach, przypominając o hellenistycznym wspieraniu poczucia autonomii oraz budowaniu relacji.

Współczesna heurystyka w perspektywie podmiotowości

Heurystyka (gr. *heuresis* – ‘odnalezienie’) jest dziedziną zapoczątkowaną przez Sokratesa, określaną jako metoda poszukująca, która pozwala odnajdywać, określić zależności oraz rozwiązywać problemy w sposób samodzielny (Wojnowski, 2002: 284). Metoda heurystyki skupia się przede wszystkim na zadawaniu pytań zarówno przez uczniów, jak i przez nauczyciela (Ogłóza, 2000: 90). Prowadzi ona tym samym do rozumienia, które według czołowych greckich filozofów stanowi narzędzie na drodze odnalezienia prawdy (Koutsoyiannis, Mamassis, 2021). To właśnie pytania zadawane przez dydaktyka powinny zaktywizować ucznia do postawienia kolejnego pytania bądź też do szukania komplementarnej odpowiedzi.

Tak zwany dialog sokratejski, wpisujący się w koncepcję heurystyki, zwany też metodą sokratejską, stanowi rozmowę bez arbitra, opartą na prawach równorzędności nauczyciela z uczniem (Jodłowska, 2016). Proces ten pomaga również w odnajdywaniu indywidualnej ścieżki rozwoju przez kierowanie uwagi ucznia na własne potrzeby, intuicyjny wgląd do błędów oraz ustalenie priorytetów. Według R. Maliszewskiego, teorię Sokratesa uznaje się za formę dialogu edukacyjnego, gdzie metodą poszukiwań uczeń dochodzi do sedna problemu (Maliszewski, 2019: 100). Dla filozofa teoria ta stanowiła tym samym możliwość dokonania transferu pogłębienia, otwarcia na nowe perspektywy poznania oraz zredukowania błędnego stanowiska (Maliszewski, 2019: 103).

W dialogu sokratejskim wyszczególniono dodatkowo dwie metody działania ze względu na dialektykę: metodę elenktyczną i metodę majeutyczną (Maliszewski, 2019: 104). Metoda elenktyczna, zwana także etapem negatywnym, polegała na przyjęciu przez

nauczyciela perspektywy rozmówcy poprzez pozorne zaakceptowanie jego tezy w celu wywołania u niego własnych wniosków i obserwacji na drodze zadawania kolejnych pytań. Następowo wówczas stopniowe „zbijanie” rozmówcy z jego punktu widzenia, co miało prowadzić do „oczyszczenia” (Giovanni, 2000: 377). Celem tego podejścia było zmuszenie ucznia do myślenia oraz weryfikacji własnych poglądów i zasadności postawionych tez. Wymagało to jednocześnie umiejętności wychodzenia ponad „ego” i przyzwolenia na błąd.

Metoda majeutyczna, traktowana czasem jako kolejny etap po próbie elenktycznej (etap pozytywny), polegała na wydobywaniu z podświadomości ucznia prawdziwej wiedzy, a tym samym na „narodzinach” nowego człowieka i dotarciu do prawdy (Krońska, 2001: 70). Sokrates nie podsuwał nigdy gotowych rozwiązań, był jedynie pomocnikiem na drodze do prawdziwego poznania.

Należy podkreślić, że twórca tej dialektyki stworzył owe metody dialogu w trosce o podmiotowość i prawdę, co stanowiło główny trzon jego idei. Kult podmiotowości był kontynuacją rozważań sokratejskich na temat duszy w myśl ideałów etycznych *kalokagathii* oraz *areté*. Celem Sokratesa nigdy nie było stworzenie narzędzia do ewaluacji i weryfikacji wiedzy, natomiast ukazanie przestrzeni do dialogu inicjującego samopoznanie.

Dialektyka Sokratesa we współczesnej heurystyce może być kluczem do przeformułowania warunków edukacji. Jego metoda pozwala utrzymywać ucznia w interakcji z jednoczesnym zachowaniem etyki, szacunku oraz prawa do autonomii. Tym samym stwarza przestrzeń do indywidualnych rozważań i wniosków u osoby nabywającej wiedzę. W sytuacji kryzysu gospodarczego dialog sokratejski wydaje się być realną metodą utrzymywania komunikacji w warunkach izolacji społecznej.

Nauka w systemie zdalnym, jak zaznacza Danuta Morańska, powinna opierać się na dialogicznej konfrontacji z innymi uczniami oraz na indywidualnym planowaniu edukacji w zakresie tempa, treści, następnie samokontroli oraz samooceny. Uczeń powinien mieć prawo do samodzielnej ewaluacji efektów swojej pracy oraz do monitorowania postępów (Morańska, 2017). Istotna jest także dbałość o standardy techniczne, takie jak posiadanie kamery internetowej czy też mikrofonu, aby zapobiec ewentualnemu poczuciu wykluczenia. Gwarancja dialogu w sytuacji nauczania zdalnego stanowi niezbędne ogniwo do rozwoju życia społecznego oraz podtrzymania relacji. Nie można jednak zapominać o dbałości w zakresie jakości merytorycznej i technicznej takiej metody komunikacji, w której centrum zainteresowania zawsze powinien stać uczeń, a nie założenia programowe. Edukacja zdalna wymaga więcej troski ze strony nauczyciela, kreatywności oraz panowania nad własnym ego, aby wzajemny kontakt stanowił przestrzeń do rozwoju, akceptacji i szacunku. Komunikacja zdalna tylko wtedy ma sens, jeżeli zapewnia warunki komfortu i interaktywności społeczno-edukacyjnej. W przeciwnym razie prowadzi do obciążenia, odtwórczości, co ciągnie za sobą ryzyko braku motywacji i poczucie wykluczenia.

Umiejętna postawa dialogiczna może zachęcać więc ucznia do wzięcia udziału w dyskusji edukacyjnej oraz skłaniać go do refleksji nawet w systemie edukacji zdalnej i w warunkowaniach technologicznych. Metoda sokratejska kształtuje także umiejętności retoryczne, logiczne czy dialektyczne równoległe ze zdolnością nieidentyfikowania się z ego. Następuje wówczas poszerzanie horyzontów i punktów widzenia, co przyspiesza proces edukacji. Efektem dodatkowym staje się wzrost świadomości ucznia.

Podsumowanie

Niniejszy artykuł przedstawił ponadczasowe metody wraz z przynależnymi im wartościami, które mogą mieć wpływ na ustabilizowanie edukacji oraz poprawę jej kondycji. W myśl popularnego sofickiego aforyzmu – *gnôthi sautón* – ‘poznaj samego siebie’ – naczelną zasadą nauczania powinno być umożliwienie samopoznania jednostce (Krokiewicz, Domański, 2007). W kontekście powyższych analiz tylko w warunkach zachowania prawa do autonomii, doświadczania, kontaktu z innymi ludźmi i kulturą, człowiek posiada łatwość nabywania wiedzy. W perspektywie kryzysu gospodarczego oraz zdevaluowania pojęcia moralności istotne jest zwrócenie się pedagoga w stronę dialogu, empatii i poszanowania prawa do indywidualności. Równoległe niezbędnym czynnikiem staje się umożliwienie uczniom wymiany międzykulturowej i językowej wraz z pielęgnowaniem postaw patriotycznych. Stabilizowanie młodego pokolenia w obszarze moralności równoległe z uwrażliwianiem na sztukę stwarza przestrzeń do szacunku i elitarności. Ważnym aspektem jest także komunikacja, której istotnymi składnikami są zaakceptowanie prawa ucznia do błędów oraz stworzenie mu perspektyw do poszukiwań, eksperymentów i autorefleksji. Tym samym następuje zwrot do zasady partnerstwa i wzajemności w relacji, obniżający rangę autorytetu nauczyciela i skracający dystans. Inspiracje hellenistyczne w szkołach edukacji alternatywnej, eksperymentalnej i progresywnej poszerzają dodatkowo możliwości współczesnego nauczania.

Niniejsze opracowanie pomogło wskazać obszary do pracy nauczyciela w aspekcie możliwości i braków. Odpowiednia postawa dydaktyczna może zminimalizować skutki zmian i kryzysów poprzez pielęgnowanie wzajemnej komunikacji, wartości oraz dostrajanie do potrzeb jednostki. Wydaje się to możliwe mimo utrudnień w aspekcie edukacji zdalnej oraz przeniesienia relacji do sfery wirtualnej. Tylko wysoka jakość merytoryczna, zasoby empatii, szacunku i zrozumienia mają szansę złagodzić zagrożenia wynikające z transformacji gospodarczych. Obserwacje te prowadzą do konkluzji, iż dziedzictwo greckich mistrzów pozostawiło nauce ponadczasowe myśli i wzorce, do których warto wracać.

Literatura

References

- Brandes, D., Ginnis, P. (1994). *A Guide to Student - Centred Learning*. Hemel Hempstead: Simon & Schuster Education, 36–57.
- Budzyński, M. (2021; 20 stycznia). *Wychowanie do samowychowania i samoedukacji*. Pozyskano z: <https://ala.edu.pl/koncepcja>
- Chrzanowska, I., Szumski, G. (red.). (2019). *Edukacja włączająca w przedszkolu i szkole*. Warszawa: FRSE.
- Czekańska-Mirek, B. (2016). *Elementy coachingu jako narzędzie procesu nauczania i oceniania w dydaktyce języka obcego*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Danek, Z (2020). Lider o słabym głosie, czyli wizerunek własny Izokratesa. *Meander*, 75 (2020), 3–25.
- Delikonstantinidou, A. (2020). Socrates Now or The Apology Project: From Greek Roots to Transnational Routes. *Ex-centric Narratives: Journal of Anglophone Literature, Culture and Media*, 4, 206–219.
- Demiński, B. (red.). (2000). *W kręgu filozofii klasycznej*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.

- Frodeman, R., Briggles, A. (2016). *Socrates tenured : the institutions of twenty-first-century philosophy*. London: Rowman & Littlefield International.
- Jacko, J.F. (2017). *Klasyczny ideał kształcenia a potrzeby społeczne*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Jodłowska, B. (2016). Wokół początków pedagogiki. W trosce o powrót do Pedagogiki Sokratejskiej. *Polska Myśl Pedagogiczna*, 2, 83–99.
- Gaj, B. (2020). Styl łacińskich traktatów Firmicusa Maternusa i Filastra z Brescii (IV w. p.n.e.). *Stylistyka*, 29, 411–423.
- Giovanni, R. (2000). *Historia filozofii starożytnej*. Lublin: Katolicki Uniwersytet Lubelski.
- Koutsoyiannis, D. Mamassis, N. (2021). From mythology to science: the development of scientific hydrological concepts in Greek antiquity and its relevance to modern hydrology. *Hydrology and Earth System Science*, 25. Pozyskano z: <http://www.hess.copernicus.org>
- Krokiewicz, A., Domański, J. (2007). *Gnothi seauton – Poznaj siebie!*. *Meander*, 62(3–4), 197–210.
- Krońska, I. (2001). *Myśli i ludzie – Sokrates*. Warszawa: Wiedza Powszechna.
- Kwietniewska, M. (2020). Plato and Aristotle in the light of research on Indo-European culture. *Kultura i Wartości*, 29, 113–137.
- Litak, S. (2010). *Historia wychowania*. Tom I. Kraków: WAM.
- Łażewska, D. (2011). *Filozofia dla pracujących*. Józefów: WSGE.
- Maliszewski, R. (2019). Rola dialogu w procesie wychowawczym. *Pedagogika Społeczna*, 1(71), 100–104. doi: 10.35464/1642-672X.PS.2019.1.06
- Marek, S., Szymańska-Wieczorek, A. (2011). Przyczyny i przewidywane skutki kryzysu finansowego XXI wieku. *Studia i Prace Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania*, 21, 228–234.
- Morańska, D. (2017). Refleksyjne uczenie się w akademickiej edukacji zdalnej. *Edukacja – Technika – Informatyka*, 1(19).
- Ogłóza, E. (2000). *Metody nauczania w kształceniu literackim*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Śmigaj, J. (2010). *Rozmowy tuskulańskie – Cyceron*. Tom V. Warszawa: Agora.
- Szyrwińska-Hörig, A. (2021). Problem słabości woli w filozofii Leibniza w kontekście wczesno nowożytnych indeterministycznych teorii wolności. *Studia z Historii Filozofii*, 1(12), 7–24.
- Teodorovich, Z.B. (2021). O logosie w pismach Filona z Aleksandrii – ewolucja tematyki o logosie według doktryny metafizycznej Filona w starożytnej filozofii greckiej. *Colloquium Journal*, 1(88), 26–32.
- Thagard, P. (2014). Kogniwiastyka. W: Zalta, E.N. (red.). *Cognitive Science*. Stanford University. Pozyskano z: <https://www.wikiwand.com/pl/Kogniwiastyka#/Przypisy>
- Wasilewski, M. (2017). *Pedagogika grecka – od Protagorasa do Posejdoniosa*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Wojnowski, J. (2002). *Wielka encyklopedia*. Tom 11. Warszawa: PWN.
- Zalewska-Jura, H. (2021). Sekret Chloris, czyli o greckich antroponimach w Pieśniach Horacego. *Między oryginałem a przekładem*, 1(51), 125–138.
- Zalta, E.N. (red.). (2017). *The Stanford Encyclopedia of Philosophy (Summer 2016 Edition)*. *The Metaphysics Research Lab*. Pozyskano z: <http://plato.stanford.edu/>
- Zarzycki, L. (2012). *Teoretyczne podstawowe wychowania*. Jelenia Góra: Karkonoska Szkoła Wyższa.

Dorota Okraśńska, absolwentka Wyższej Szkoły Kształcenia Zawodowego w Przemysłu, studiów podyplomowych – tutoring i coaching w edukacji, afiliacja Fundacji Gotowi na Zmiany. Ukończyła studia magisterskie na kierunku pedagogika, o specjalności zintegrowana edukacja wczesnoszkolna oraz studia podyplomowe zarządzanie oświatą – lider i manager (Wyższa Szkoła Biznesu i Przedsiębiorczości w Ostrowcu Świętokrzyskim, oddział KIRE w Krakowie). Jej zainteresowania badawcze i naukowe dotyczą pedagogiki, zarządzania, przedsiębiorczości i filozofii.

Dorota Okraśńska, graduate of postgraduate studies – Tutoring and coaching in education – at the Higher School of Professional Education in Przemysł; affiliated with the Ready for Changes

Foundation. She holds an MA degree in Pedagogy, specialising in Integrated Early School Education and has completed postgraduate studies in Educational Management – Leader and manager (University of Business and Entrepreneurship in Ostrowiec Świętokrzyski, KIRE branch in Krakow). Her research and scientific interests concern pedagogy, management, entrepreneurship and philosophy.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8629-7922>

Adres/Address:

Fundacja Gotowi na Zmiany
ul. Siewna 21c lok. 30
32-223 Kraków, Poland
e-mail: dorota.okrasinska@onet.eu

ZBIGNIEW CHODKOWSKI

Uniwersytet Rzeszowski, Polska ■ University of Rzeszów, Poland

Wpływ środowiska na motywację do wyboru studiów przez studentów rzeszowskich uczelni

Impact of the environment on the motivation to choose studies by university students in Rzeszów (Poland)

Streszczenie: Motywacja jest działaniem człowieka, które zależy od jego środowiska życia. Otoczenie rodziców, rodzeństwa, dziadków, przyjaciół i znajomych kształtuje postrzeganie świata przez dziecko, wpływa na podejmowanie przez nie różnych czynności życiowych, a także implikuje różne motywy kreowania ludzkich zachowań. Celem artykułu było poszerzenie wiedzy na temat znaczenia wpływu środowiska na motywację do wyboru kierunków studiów przez młodzież akademicką z uwzględnieniem podziału ze względu na płeć. Problemem badawczym była deklaracja respondentów w postrzeganiu wpływów: rodziców, tradycji rodzinnych, rówieśników, nauczycieli, mediów, doradcy zawodowego oraz łatwości dostania się na studia na wybór danego kierunku. Założono hipotezę zerową (H_0), stwierdzającą brak zróżnicowania badanych na poziomie istotności statystycznej według płci. Wykonane obliczenia nie wykazały zróżnicowania na poziomie istotności statystycznej. Wyższe wartości procentowe w zakresie wpływu rodziny, tradycji rodzinnych, nauczycieli, mediów, łatwości dostania się na studia i porad doradcy zawodowego, z wyjątkiem wpływu kolegów, uzyskały kobiety. Badania poszerzyły wiedzę o niewielkim wpływie środowiska szkolnego młodzieży, zwłaszcza doradcy zawodowego, na wybór kierunku studiów. Postuluje się zwiększenie możliwości pomocowych ze strony szkoły, zwłaszcza doradcy zawodowego, w celu zwiększenia świadomości młodzieży w zakresie właściwego doboru ścieżki kształcenia.

Abstract: Motivation is a human activity that depends on one's living environment. The environment of parents, siblings, grandparents, friends and acquaintances shapes the child's perception of the world, influences their taking various life activities, and also implies various motives for creating human behaviour. The article aimed to broaden the knowledge on the significance of said influence on the motivation to choose the fields of study of academic youth divided by gender. The research problem was the respondents' perception of the influence that parents, family traditions, peers, teachers, media, and career counsellor have when it comes to choosing a field of study, while also taking into account the ease of getting into a given field of study. A null hypothesis (H_0) was assumed, stating no differentiation of the subjects at the level of statistical significance by gender. The performed calculations did not show any

differences at the level of statistical significance. Higher percentages were obtained by women in terms of the influence of family, family traditions, teachers, media, ease of getting into university and career counsellor, except for the influence of acquaintances. The research broadened the knowledge about the small influence of the school environment of young people, especially the vocational counsellor, on the motivation to chose particular fields of study. It is postulated to increase the support possibilities on the part of the school, especially the vocational counsellor, to increase young people's awareness regarding the proper selection of their education path.

Słowa kluczowe: edukacja; doradca; motywacja; praca; rodzina; środowisko

Keywords: counsellor; education; environment; family; motivation; work

Otrzymano: 21 stycznia 2021

Received: 21 January 2021

Zaakceptowano: 24 maja 2021

Accepted: 24 May 2021

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Chodkowski, Z. (2021). Wpływ środowiska na motywację do wyboru studiów przez studentów rzeszowskich uczelni. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 17(1), 126–139. <https://doi.org/10.24917/20833296.171.10>

Wstęp

Środowisko życia dziecka wpływa na jego rozwój osobisty, zarówno fizyczny, jak i psychospołeczny. Y. Kim i współautorzy twierdzą za U. Bronfenbrennerem (2009), że rodzice odgrywają kluczową rolę w edukacji dzieci jako jeden z wielu wpływów społeczno-kulturowych, który obejmuje również szkołę i społeczność w różnych kontekstach (Kim, Mok, Seidel, 2020).

Autorki: M. Farnicka i H. Liberska (2014) wyjaśniają, że na każdym poziomie edukacji: kulturowym, relacyjnym i operacyjnym, jednostka zdobywa wiedzę i doświadczenie niezbędne do pełnienia ról społecznych, budowania swojej tożsamości i koncepcji własnego życia. W ten sposób na każdym poziomie uruchamianych jest wiele interakcji, które prowadzą do dalszych zmian zarówno w systemie, jak i u poszczególnych jednostek. Rodzina może inspirować dziecko do osiągania dobrych wyników w szkole. Przynależność do całej rodziny zwiększa pewność wykonania zadania i co więcej, zachęca do tworzenia pozytywnego stylu uczenia się w dalszych poszukiwaniach (Mantica, Moneva, Malbas, 2020). Kim i współautorzy (2020), dostrzegają potrzebę zwiększenia psychicznego i behawioralnego zaangażowania rodziców, albowiem to oni mają większy wpływ na dzieci pod względem edukacji i związanych z nią osiągnięć niż poziom Skali Samooceny Rosenberga (Rosenberg Self-Esteem Scale – SES).

J. Nadobnik i jego zespół przeprowadzili badania, podczas których porównali grupę badawczą według płci pod kątem motywacji do podjęcia studiów. Istotność statystyczną wykazały trzy predyktory: konieczność zdobycia wyższego wykształcenia, przeświadczenie, że łatwo jest dostać się na uczelnię oraz przekonanie przez znajomych lub rodzinę (Nadobnik, Tarnowski, Nowak, 2017). Inaczej podeszli do problemu L. Messineo i współautorzy (2019), ponieważ opisali oni rodzaje motywacji do wyboru studiów pielęgniarских oraz wymienili tradycje rodzinne w zakresie kontynuowania zawodów medycznych w danej rodzinie.

Reasumując, autorzy w swoich eksploracjach badawczych dostrzegają wagę i wpływ perswazji rodzinnej, tradycji rodzinnych, rówieśników i przyjaciół na wybór kierunku studiów.

Wpływ otoczenia na motywację do podjęcia nauki

Człowiek ma różną motywację wynikającą z potrzeb biologicznych i psychologicznych. T. Kocowski (1993) definiuje motywację jako całokształt procesów zachodzących w układzie nerwowym człowieka, które przejawiają tendencję lub są z nią sprzeczne. Procesy te wyzwalają i stymulują aktywność, tłumiąc inne tendencje lub sygnalizując satysfakcję lub niezadowolenie ze stopnia zaspokojenia potrzeb lub realizacji zadań. Natomiast zdaniem P.G. Zimbardo i współautorów motywacja to wszystkie procesy, które biorą udział w inicjowaniu, kierowaniu i utrzymywaniu ludzkiej aktywności fizycznej i psychicznej. Motywacja wymaga stymulacji oraz determinuje jedną z możliwych reakcji, które jednostka wywala w danej sytuacji. Każda motywacja obejmuje różne procesy umysłowe, które wpływają na nasze działania i dokonywanie różnych wyborów, towarzyszy też wielu zachowaniom ludzkim, które są mniej lub bardziej świadome (Zimbardo, Johnson, McCann, 2010). Z kolei J. Reykowski (1992) mówi o motywacji jako o procesie regulacji psychicznej, dzięki któremu aspiracje kształtują się jako skłonność do podejmowania ukierunkowanych działań dla określonego celu. Działaniom tym można zapobiegać, opóźniać je lub modyfikować. Z drugiej strony, funkcją dążeń jest takie kierowanie ludzkimi działaniami, aby prowadziły one do określonego skutku, zgodnego z intencją.

Procesy motywacyjne mogą stymulować aktywność zewnętrzną – wszystkie czynności ludzkie – a także aktywność wewnętrzną jako czynności umysłowe, w tym procesy umysłowe. Czasami mogą to być nawet działania odruchowe. Dopiero głębsza analiza zachowania może przybliżyć badacza do odkrycia pojedynczego motywu działania (Kocowski, 1993).

Motywacja jest ważnym czynnikiem w procesie edukacji, wzmacniającym osiągnięcie różnych celów obszaru wiedzy. Zimbardo i inni wskazują na motywację wewnętrzną i zewnętrzną. Motywacja wewnętrzna charakteryzuje się dobrowolnym wykonywaniem danej czynności przez jednostkę z poczuciem przyjemności, a nawet radości. Pochodzi z wnętrza osoby, która angażuje się w działania dla samego działania, również przy braku zewnętrznej nagrody. Ten rodzaj motywacji ma swoje źródło we właściwościach wewnętrznych, np. cechach osobowości lub szczególnych zainteresowaniach (Zimbardo, Johnson, McCann, 2010). Motywacja wewnętrzna to niezależna, autonomiczna wartość, która przynosi jednostce wiele satysfakcji, np. uczniowie o wysokim poziomie tej motywacji odnoszą większe sukcesy w szkole, a także mają większe osiągnięcia. Ponadto mają niski poziom lęku związany ze szkołą, nauczycielami i przedmiotami oraz pozytywnie oceniają własne kompetencje. Te wyniki badań są niezależne od poziomu wykształcenia, płci i grupy etnicznej (Tołwińska, 2009). Natomiast motywacja zewnętrzna obejmuje zachowania ukierunkowane na efekty zewnętrzne, np. uczniowie są zewnętrźnie zmotywowani do nauki m.in. przez nagrody, kary, oceny, pochwały związane z ich osiągnięciami lub z powodu przymusu (Zimbardo, Johnson, McCann, 2010). Rozróżnienie to przeciwstawia ludzkie motywy i popędy wynikające ze świadomej motywacji tym motywom i popędom, których źródła tkwią w nieświadomej motywacji, ponieważ zmotywowani ludzie mogą, ale nie muszą, być świadomi popędów lub motywów leżących u podstaw ich zachowania – tak jak pobudzenie

emocjonalne może pojawiać się świadomie lub na poziomie nieświadomym (Zimbardo, Johnson, McCann, 2010).

Z reguły ludzie kierują się wieloma motywami jednocześnie, których hierarchia ważności jest chwiejna i nie zawsze w pełni realizowana. Dostrzegalne realne potrzeby mieszają się z marzeniami, pozytywne emocje z negatywnymi emocjami, a pewność siebie – z niepewnością (Chodkowski, 2019a: 81).

Rodzina i szkoła wspólnie tworzą tzw. środowisko wychowawcze, w którym jednostki wpływają na rozwój psychiki i kształtowanie osobowości dzieci i młodzieży. Z jednej strony rodzina wpływa na tworzenie określonego systemu wartości (np. rozróżnianie dobra i zła). Natomiast nauczanie i wychowanie w szkole powierzone jest nauczycielowi, który towarzyszy uczniowi w rozwoju (Miciura, 2020).

Farnicka i Liberska (2014: 65–66) wskazują na model szkoły zwany Culturally Relevant Pedagogy (CRP), który zakłada, że edukacja ma znaczący związek ze środowiskiem (Brown-Jeffy, Cooper, 2011) i opiera się na pięciu elementach. Są to:

1. Identyfikacja tożsamości przedmiotów edukacyjnych i ich kulturowo oczekiwanych osiągnięć.
2. Ustalenie zasad rzetelnej oceny i równego dostępu do wiedzy.
3. Uwzględnienie potencjału rozwojowego uczniów, wykorzystanie narzędzi i sposobów pracy adekwatnych do ich rozwoju i potrzeb psychologicznych, np. stylów i technik uczenia się, a także umiejętności związanych z motywowaniem, angażowaniem, współpracą i komunikacją.
4. Filozofia edukacji – jako holistyczne podejście do nauczania „całego dziecka”, wspomagające rozwój i umożliwiające transfer wiedzy poza szkołę, integrujące środowisko szkolne z domowym i lokalnym, np. uznawane kulturowo umiejętności rozwojowe, m.in.: komunikacja interpersonalna, emocje, umiejętność współpracy.
5. Budowanie relacji i atmosfery w szkole i klasie na podstawie otwartości, zaufania i partnerskiego traktowania uczniów i ich rodziców.

Oprócz sprzyjającego środowiska szkolnego istotną rolę w budowaniu silnego kapitału intelektualnego odgrywają również uzdolnienia, kreatywność, cierpliwość i radość.

Metodologia badań własnych

Przedmiotem niniejszego opracowania jest analiza wpływu środowiska życia studentów kierunków humanistycznych Uniwersytetu Rzeszowskiego oraz studentów kierunków ścisłych Politechniki Rzeszowskiej na motywację do podjęcia przez nich studiów, z uwzględnieniem płci. Celem badania było poszerzenie wiedzy na temat znaczenia wpływu na wybór kierunku studiów przez młodzież akademicką zmiennej niezależnej, którą jest płeć.

W nawiązaniu do tematu eksploracji sformułowano następujący problem badawczy: Który kierunek studiów różnicuje deklaracje badanych studentów Uniwersytetu Rzeszowskiego i Politechniki Rzeszowskiej, podzielonych pod względem płci, w postrzeganiu wpływu: rodziców, tradycji rodzinnych, rówieśników, nauczycieli, mediów, doradcy zawodowego, łatwości dostania się na dany kierunek studiów.

Przyjęto hipotezę zerową (H_0), stwierdzającą brak zróżnicowania na poziomie istotności statystycznej między kobietami a mężczyznami w zakresie wpływu środowiska (rodziców, tradycji rodzinnych, rówieśników, nauczycieli, mediów, doradcy zawodowego) oraz łatwości dostania się na dany kierunek studiów na motywację do wyboru tego kierunku.

Badaniami objęto 400 studentów Uniwersytetu Rzeszowskiego i Politechniki Rzeszowskiej. Po weryfikacji ankiet 17 zostało odrzuconych z powodu niekompletnych odpowiedzi. Do kolejnego etapu zakwalifikowano 383 ankiety, w tym 239 studentek i 144 studentów.

Badania przeprowadzono na dwóch uczelniach w IV kwartale 2018 r. metodą sondażu diagnostycznego. Pytania do kwestionariusza ankiety badawczej przygotował autor artykułu, a odpowiedzi konstruowano na podstawie skali Likerta. W obliczeniach statystycznych wykorzystano test chi-kwadrat Pearsona. Studenci wypełniali ankiety dobrowolnie, bezpłatnie i anonimowo.

Wyniki badań

W tabeli 1 przedstawiono płeć respondentów według podziału na uczelnie. Na obu uczelniach zdecydowanie dominowały kobiety, które stanowiły średnio 62,45% ogółu badanych.

Tabela 1. Rozkład płci respondentów według uczelni

Uniwersytet	Płeć respondentów					
	Kobiety	%	Mężczyźni	%	Razem	%
Uniwersytet Rzeszowski	120	63,2	70	36,8	190	100
Politechnika Rzeszowska	119	61,7	74	38,3	193	100

Źródło: opracowanie własne

Wybór ścieżki życia według J. Poleszczuka (2017) zależy nie tylko od własnych preferencji, ambicji, umiejętności, wiedzy i informacji, ale także od środowiska, w którym żyjemy. Autor ten podkreśla, że duży wpływ na dokonywane wybory mają rodzice, nauczyciele i koledzy. Na podstawie badań własnych przeprowadzonych przez autora niniejszego artykułu w 2016 r. nad motywami wyboru kierunku studiów pedagogicznych stwierdzono, że istotnym czynnikiem w tym zakresie był wpływ środowiska rodzinnego, szkolnego i uniwersyteckiego (Chodkowski, 2019c).

W tabeli 2 przedstawiono wpływ rodziców na motywację wyboru studiów z uwzględnieniem płci ankietowanych, w badaniach przeprowadzonych w 2018 r.

Opierając się na wynikach badań przedstawionych w tabeli 2, można stwierdzić, że respondenci z obu grup najczęściej wskazali czynniki, które były zupełnie nieistotne – 37,7% dla kobiet i 41,0% dla mężczyzn. Drugie miejsce zajęły wartości czynników mało ważnych: 23,4% i 25,7%. Jednak decydujące czynniki o wpływie rodziców na motywację do wyboru kierunku studiów ukształtowały się na poziomie 5,0% i 8,3%. Należy zauważyć, że zsumowane wartości czynników, które w różnym stopniu wpływały na motywację do wyboru studiów, wyniosły: dla kobiet 38,9%, a dla mężczyzn – 33,4%. Można więc stwierdzić, że rodzice mają duży wpływ na dalszą edukację swoich dzieci, choć częściowo przejawia się to na różnych poziomach wyboru, a suma trzech czynników, które zadecydowały o wpływie wyboru studiów, jest nieznacznie większa dla kobiet – 38,9% niż dla mężczyzn – 33,4%. Można zatem wnioskować, że kobiety są bardziej podatne na wpływ rodziców na wybór dalszego etapu edukacji w przeciwieństwie do mężczyzn.

Tabela 2. Rodzice a motywacja wyboru studiów według płci respondentów

Wpływ rodziców na motywację wyboru studiów	Kobiety		Mężczyźni		Chi-kwadrat			
	N = 239	100%	N = 144	100%		Wartość	df	p
1. Czynniki, które były dla Ciebie zupełnie bez znaczenia	90	37,7	59	41,0	Chi-kwadrat Pearsona	5,080	4	0,279
					Iloraz wiarygodności	5,187	4	0,269
2. Czynniki, które były dla Ciebie mało ważne, ale jednak je dostrzegałeś, brałeś pod uwagę	56	23,4	37	25,7	Miary sumaryczne			
					Nominalna	Wartość	Istotność przybliżona	
3. Czynniki, które były średnio ważne	54	22,6	27	18,8	Phi	0,115	0,279	
4. Czynniki, które były ważne, ale niedecydujące	27	11,3	9	6,3	V Kramera	0,115	0,279	
5. Czynniki, które były decydujące	12	5,0	12	8,3	Współczynnik kontyngencji	0,114	0,279	

Źródło: opracowanie własne

Tabela 3. Tradycje rodzinne a motywacja wyboru kierunku studiów przez badanych respondentów według płci

Wpływ tradycji rodzinnych na motywację wyboru studiów	Kobiety		Mężczyźni		Chi-kwadrat			
	N = 239	100%	N = 144	100%		Wartość	df	p
1. Czynniki, które były dla Ciebie zupełnie bez znaczenia	198	82,8	112	77,8	Chi-kwadrat Pearsona	5,099	4	0,277
					Iloraz wiarygodności	5,112	4	0,276
2. Czynniki, które były dla Ciebie mało ważne, ale jednak je dostrzegałeś, brałeś pod uwagę	14	5,9	16	11,1	Miary sumaryczne			
					Nominalna	Wartość	Istotność przybliżona	

3. Czynniki, które były średnio ważne	15	6,3	11	7,6	Phi	0,115	0,277
4. Czynniki, które były ważne, ale niedecydujące	8	3,3	2	1,4	V Kramera	0,115	0,277
5. Czynniki, które były decydujące	4	1,7	3	2,1	Współczynnik kontyngencji	0,115	0,277

Źródło: opracowanie własne

Wyniki badań przedstawione w tabeli 3 pokazują, że wartości czynników zupełnie nieistotnych dla wpływu tradycji rodzinnych na wybór kierunku studiów wynoszą 82,8% dla kobiet i 77,8% dla mężczyzn. W przeciwieństwie do tego wartości czynników decydujących o motywacji do wyboru kierunku studiów wynoszą odpowiednio dla kobiet 1,7% i dla mężczyzn – 2,1%. Wynika z tego, że respondenci nie identyfikują się z rodzinnymi tradycjami w zakresie wyboru kierunku studiów i kariery zawodowej. Nawet jeśli widzą jakieś powiązania, to chcą rozwijać się zawodowo według własnego pomysłu i spróbować swoich sił w innym zakresie wykonywania pracy niż ich rodzice.

Tabela 4. Koledzy a motywacja wyboru kierunku studiów według płci respondentów

Wpływ kolegów na motywację wyboru studiów	Kobiety		Mężczyźni		Chi-kwadrat			
	N = 239	100%	N = 144	100%		Wartość	df	p
1. Czynniki, które były dla Ciebie zupełnie bez znaczenia	175	73,2	103	71,5	Chi-kwadrat Pearsona	6,083	4	0,193
					Iloraz wiarygodności	5,889	4	0,208
2. Czynniki, które były dla Ciebie mało ważne, ale jednak je dostrzegałeś, brałeś pod uwagę	36	15,1	20	13,9	Miary sumaryczne			
					Nominalna	Wartość	Istotność przybliżona	
3. Czynniki, które były średnio ważne	23	9,6	11	7,6	Phi	0,126	0,193	
4. Czynniki, które były ważne, ale niedecydujące	4	1,7	7	4,9	V Kramera	0,126	0,193	
5. Czynniki, które były decydujące	1	0,4	3	2,1	Współczynnik kontyngencji	0,125	0,193	

Źródło: opracowanie własne

Jak pisze Poleszczuk (2017), uczniowie aktywnie uczestniczą i funkcjonują w różnych grupach rówieśniczych. Nawiązują bliższe lub dalsze relacje międzyludzkie, które są związane z określoną rolą i pozycją w danej grupie. W ten sposób środowisko szkolne tworzy złożony i dynamiczny system.

Według danych z tabeli 4, wpływ kolegów okazał się nieistotny dla wyboru kierunku studiów przez ankietowanych. Najwyższe wartości uzyskano dla czynników zupełnie nieistotnych: 73,2% dla kobiet i 71,5% dla mężczyzn. Dla decydujących czynników odpowiedzi wyniosły odpowiednio 0,4% i 2,1%.

Należy założyć, że ludzie w naszym otoczeniu wpływają na motywy naszego działania w mniejszym lub większym stopniu – to zależy od naszej świadomości. Jednak w tym przypadku wpływ kolegów na wybór kierunku studiów nie był znaczący i dotyczył jedynie 0,4–2,1% respondentów.

Tabela 5. Nauczyciele a motywacja wyboru kierunku studiów według płci

Wpływ nauczycieli na motywację wyboru studiów	Kobiety		Mężczyźni		Chi-kwadrat			
	N = 239	%	N = 144	%	Wartość	df	p	
1. Czynniki, które były dla Ciebie zupełnie bez znaczenia	151	63,2	92	63,9	Chi-kwadrat Pearsona	3,069	4	0,546
					Iloraz wiarygodności	3,063	4	0,547
2. Czynniki, które były dla Ciebie mało ważne, ale jednak je dostrzegałeś, brałeś pod uwagę	36	15,1	26	18,1	Miary sumaryczne			
					Nominalna	Wartość	Istotność przybliżona	
3. Czynniki, które były średnio ważne	31	13	13	9	Phi	0,090	0,546	
4. Czynniki, które były ważne, ale niedecydujące	18	7,5	9	6,3	V Kramera	0,090	0,546	
5. Czynniki, które były decydujące	3	1,3	4	2,8	Współczynnik kontyngencji	0,089	0,546	

Źródło: opracowanie własne

Uczniowie funkcjonują w systemie szkolnym, w którym nauczyciel jest dla swoich uczniów wzorem do naśladowania i pełni funkcję inicjatora, a także przewodnika wspomagającego ucznia w poznawczym przetwarzaniu informacji i konstruowaniu osobistych struktur wiedzy. Często nauczyciel inspiruje ucznia, a także kontroluje i ocenia pod kątem kolejnej ścieżki edukacyjnej (Nowak, 2015: 67).

Na podstawie danych zawartych w tabeli 5 można wskazać, że odpowiedzi respondentów z dwóch grup uzyskały zbliżone wartości: 63,2% i 63,9%, przy czym czynniki nie miały większego wpływu na wybór uczelni i studiów. Z kolei małe wartości: 1,3% i 2,8% dotyczyły tych czynników, które zadecydowały o wyborze studiów. Wynika z tego, że nauczyciel nie odegrał w tym zakresie znaczącej roli, a w wielu przypadkach też nie przyciągał uczniów do swojego przedmiotu, nie zachęcał ich do jego wyboru, nie mobilizował ich i nie wspierał.

Tabela 6. Łatwość dostania się na studia a motywacja do wyboru studiów według płci respondentów

Łatwość dostania się na studia a motywacja do wyboru studiów	Kobiety		Mężczyźni		Chi-kwadrat			
	N = 239	100%	N = 144	100%		Wartość	df	p
1. Źródło: opracowanie własne. Czynniki, które były dla Ciebie zupełnie bez znaczenia	52	21,8	31	21,5	Chi-kwadrat Pearsona	4,358	4	0,36
					Iloraz wiarygodności	4,326	4	0,36
2. Czynniki, które były dla Ciebie mało ważne, ale jednak je dostrzegałeś, brałeś pod uwagę	41	17,2	36	25	Miary sumaryczne			
					Nominalna	Wartość	Istotność przybliżona	
3. Czynniki, które były średnio ważne	69	28,9	32	22,2	Phi	0,107	0,360	
4. Czynniki, które były ważne, ale nie decydujące	46	19,2	28	19,4	V Kramera	0,107	0,360	
5. Czynniki, które były decydujące	31	13	17	11,8	Współczynnik kontyngencji	0,106	0,360	

Źródło: opracowanie własne

Niż demograficzny jest widoczny na polskich uczelniach już od kilku lat. Uczelnie przygotowują różne oferty, aby przyciągnąć młodych ludzi zainteresowanych studiowaniem. Do najczęstszych ułatwień należą m.in.: łatwe dostanie się na studia, pomoc socjalna, internat, staże zagraniczne, staże specjalne czy nawet możliwość zatrudnienia po ukończeniu niektórych kierunków.

Analizując wyniki przedstawione w tabeli 6, można zauważyć, że najwyższe wartości uzyskano dla czynników o średnim znaczeniu dla kobiet – 28,9% i 22,2% dla mężczyzn. Po zsumowaniu trzech czynników ułatwiających wejście na uniwersytet wartości te wyniosły 61,1% dla kobiet i 53,4% dla mężczyzn. Łatwość rozpoczynania studiów jest więc ważną ofertą ze strony uczelni, mającą widoczny wpływ na wybór przez młodych ludzi kierunku studiów. W tym badaniu delikatna przewaga, w wysokości paru procent, uwidoczniła się po stronie kobiet.

Tabela 7. Media a motywacja wyboru studiów według płci respondentów

Wpływ mediów na motywację wyboru studiów	Kobiety		Mężczyźni		Chi-kwadrat			
	N = 239	100%	N = 144	100%		Wartość	df	p
1. Czynniki, które były dla Ciebie zupełnie bez znaczenia	123	51,5	76	52,8	Chi-kwadrat Pearsona	4,293	4	0,368
					Iloraz wiarygodności	4,489	4	0,344
2. Czynniki, które były dla Ciebie mało ważne, ale jednak je dostrzegałeś, brałeś pod uwagę	46	19,2	33	22,9	Miary sumaryczne			
					Nominalna	Wartość	Istotność przybliżona	
3. Czynniki, które były średnio ważne	46	19,2	19	13,2	Phi	0,106	0,368	
4. Czynniki, które były ważne, ale niedecydujące	19	7,9	15	10,4	V Kramera	0,106	0,368	
5. Czynniki, które były decydujące	5	2,1	1	0,7	Współczynnik kontyngencji	0,105	0,368	

Źródło: opracowanie własne

Media są potężnym źródłem wszelkich informacji, także tych z zakresu studiów zawodowych. Coraz więcej wiadomości pojawia się na stronach internetowych, które dotyczą rynku pracy, zawodów, zapotrzebowania na kwalifikacje, wysokości wynagrodzeń itp. W tym obszarze aktywne są również uczelnie, prezentując ofertę studiów wraz z możliwością zakwaterowania i wsparcia ekonomicznego. Ponadto szkoły wyższe czasami oferują również staże zagraniczne, a nawet zatrudnienie po ukończeniu studiów.

W kolejnym badaniu wpływu mediów na motywację wyboru szkoły wyższej odsetki czynników, które nie wpłynęły na decyzję o wyborze uczelni, kształtowały się na podobnym poziomie – 51,5% dla kobiet i 52,8% dla mężczyzn. Z drugiej strony, wartości czynników decydujących były znikome i wyniosły odpowiednio 2,1% dla kobiet i 0,7% dla mężczyzn.

Można stwierdzić, że młodzi ludzie, wybierając studia, nie kierowali się głównie przekazem medialnym. Należy jednak zaznaczyć, że suma trzech czynników o różnej sile ukształtowała się na poziomie 29,2% dla kobiet i 24,3% dla mężczyzn, a więc stanowiła prawie 30% w obszarze dotyczącym podejmowanych decyzji.

Potwierdziła się zatem zasada, że media wywierają potężny wpływ na naszą podświadomość, która jest odtwarzana na wiele różnych sposobów, przez co może mieć czasami znaczący wpływ na podejmowanie decyzji.

Tabela 8. Doradca zawodowy a motywacja do wyboru studiów według płci respondentów

Wpływ doradcy zawodowego na motywację wyboru studiów	Kobiety		Mężczyźni		Chi-kwadrat			
	N = 239	100%	N = 144	100%		Wartość	df	p
1. Czynniki, które były dla Ciebie zupełnie bez znaczenia	201	84,1	124	86,1	Chi-kwadrat Pearsona	0,478	4	0,976
					Iloraz wiarygodności	0,487	4	0,975
2. Czynniki, które były dla Ciebie mało ważne, ale jednak je dostrzegałeś, brałeś pod uwagę	21	8,8	10	6,9	Miary sumaryczne			
					Nominalna	Wartość	Istotność przybliżona	
3. Czynniki, które były średnio ważne	10	4,2	6	4,2	Phi	0,035	0,976	
4. Czynniki, które były ważne, ale niedecydujące	4	1,7	2	1,4	V Kramera	0,035	0,976	
5. Czynniki, które były decydujące	3	1,3	2	1,4	Współczynnik kontyngencji	0,035	0,976	

Źródło: opracowanie własne

Na podstawie wyników badań zawartych w tabeli 8 można stwierdzić, że ponad 84% respondentów z obu grup wybrało opcję, w której wpływ doradcy zawodowego na wybór kierunku studiów nie był istotny. Z drugiej strony niewiele, bo 1,3–1,4% uczniów rozważało pomoc doradcy w wyborze dalszej edukacji. Wyniki tego badania wskazują, że młodzi ludzie mają niską świadomość roli doradcy zawodowego w rozwoju osobistym i zawodowym. Prawdopodobnie problem zostanie nieco zminimalizowany w najbliższych latach dzięki *Rozporządzeniu Ministra Edukacji Narodowej z dnia 16 sierpnia 2018 r. w sprawie poradnictwa zawodowego*, które weszło w życie z dniem 1 września 2018 r. Rozporządzenie to określa treść programu, warunki, sposób realizacji i organizację poradnictwa zawodowego w szkołach i placówkach. Treść programu obejmuje cztery

obszary tematyczne: poznanie siebie, świata zawodów i rynku pracy, rynku edukacyjnego i uczenia się przez całe życie, a także planowanie własnego rozwoju oraz podejmowanie decyzji edukacyjnych i zawodowych (Dz.U. 2018, poz. 1675, zał. 1). Wprowadzenie poradnictwa zawodowego do obowiązku szkolnego na wszystkich etapach edukacji podstawowej i średniej stwarza szansę na zmianę wizerunku doradcy zawodowego w zakresie jego pomocy w rozwoju i planowaniu edukacji oraz kariery zawodowej.

Zakończenie

W podsumowaniu badań przedstawionych w niniejszym artykule należy zauważyć, że zdecydowaną większość respondentów stanowiły kobiety. Respondenci wskazywali na różny stopień wpływu środowiska rodzinnego i szkolnego na motywację do podjęcia studiów według przygotowanych pytań opartych na skali Likerta.

Na podstawie obliczeń statystycznych chi-kwadrat wykazano, że nie ma różnic na poziomie istotności statystycznej między kobietami a mężczyznami ($p > 0,05$). Dlatego też pozostawiono hipotezę zerową.

Można jednak zauważyć niewielkie różnice tylko w wartościach procentowych w zakresie postrzegania wpływu na motywację studentów ze względu na płeć na Uniwersytecie Rzeszowskim i Politechnice Rzeszowskiej w następujących obszarach:

- środowisko rodzinne: rodzice, tradycje rodzinne,
- środowisko szkolne: koledzy, nauczyciele, doradca zawodowy,
- środowisko uczelni: media, łatwość dostania się na niektóre kierunki studiów.

Analizując szerzej wartości procentowe, niewielki wpływ na motywację wyboru studiów mają czynniki, które były zupełnie nieistotne. Dotyczą one m.in.: doradcy zawodowego (84,1% kobiet, 86,1% mężczyzn), tradycji rodzinnych (82,8% kobiet, 77,8% mężczyzn), kolegów (73,2% kobiet, 71,5% mężczyzn), nauczycieli (63,2% kobiet, 63,9% mężczyzn) i media (51,5% kobiet, 52,8% mężczyzn). W tym przedziale tylko dwa badania uzyskały najniższe wartości procentowe: wpływ rodziców (37,7% dla kobiet, 41,0% dla mężczyzn) i łatwość dostania się na studia (21,8% – kobiety i 21,5% – mężczyźni). Oznacza to, że zarówno łatwość rozpoczęcia studiów, jak i zdanie rodziców były istotnymi motywami do podjęcia studiów dla badanych studentów.

Biorąc pod uwagę sumę trzech opcji odpowiedzi „tak” (z różnymi poziomami), wyższe odsetki uzyskały kobiety w badaniach dotyczących wpływu: rodziny, tradycji rodzinnych, nauczycieli, mediów, łatwości dostania się na studia i doradcy zawodowego. Największą różnicę w odsetkach uzyskały kobiety w badaniu opisanym w tabeli 6, które dotyczyło łatwości dostania się na studia, bowiem wyniosła ona 61,1% (a dla mężczyzn – 53,4%). Z drugiej strony mężczyźni uzyskali przewagę tylko w jednym badaniu dotyczącym wpływu kolegów na motywę wyboru studiów.

Wśród ofert uczelni wyższych „łatwość dostania się na studia” i „rodzina” są ważne dla studentów obojga płci i wpływają na motywację do wyboru kierunku studiów w szerokim zakresie.

Niepokojące może być to, że studenci nie potrzebowali konsultacji z doradcą zawodowym (ponad 80% wyborów). Prawdopodobnie chcieli rozwijać umiejętności zawodowe zgodnie z własnymi potrzebami i wyborami, choć nie zawsze były one prawidłowe. Dążyli również do realizacji indywidualnych celów, które stawiali sobie według własnego pomysłu i opracowania, bez żadnej pomocy i wsparcia w zakresie poradnictwa zawodowego. Nie zawsze taki wybór jest słuszny i prowadzi do sukcesu w kolejnych etapach życia

jednostki. Może okazać się, że w krótkim czasie pojawi się frustracja i brak motywacji do następnych aktywności (Chodkowski, 2019b).

Reasumując, na wybór kierunku studiów wpływ ma zarówno środowisko szkolne, jak i rodzinne. Motywacją są również własne zainteresowania, uzdolnienia oraz plany zawodowe tworzone przez pryzmat wysokiego bezrobocia, zwłaszcza na terenach wiejskich i w małych miastach. Powoduje to przymus migracji do aglomeracji, takich jak Kraków, Wrocław i Warszawa, bądź za granicę. Tendencja taka jest bardzo niekorzystna dla wielu obszarów, nie tylko górskich, ale także dla małych miejscowości, czy nawet średniej wielkości miast (Przemyśl, Tarnobrzeg) województwa podkarpackiego, w których notuje się proces systematycznego wyludniania się społeczności lokalnej (Janik, 2019).

Wyniki badań poszerzają wiedzę o wpływie środowiska młodzieży na motywację wyboru kierunków studiów. Istnieje pewna spójność między domem rodzinnym a środowiskiem szkolnym (nauczyciele, rówieśnicy). Nie bez znaczenia jest też wizerunek uczelni w mediach, a także ich oferta dająca duże możliwości rozwoju edukacyjnego i zawodowego. Nieco gorzej wypada znaczenie doradcy zawodowego, który wciąż jest niedoświadczany przez uczniów szkół podstawowych, średnich, a także wyższych.

Wskazane jest przeprowadzenie podobnych badań w celu dalszej diagnozy prozawodowych postaw młodych ludzi (nie tylko studentów) w zakresie wpływu środowiska na motywację do wyboru kierunku studiów i związanych z nimi planów zawodowych. Wyniki badań mogą być wykorzystywane przez doradców zawodowych i szkolnych, a także nauczycieli i rodziców. Poznanie motywacji uczniów może być również pomocne w tworzeniu nowych programów edukacyjnych, lepiej dostosowanych do potrzeb zmieniającego się rynku pracy.

Literatura

References

- Bronfenbrenner, U. (2009). *The ecology of human development: Experiments by Nature and design*. Harvard University Press: Cambridge.
- Brown-Jeffy, S., Cooper, J.E. (2011). Toward A Conceptual Framework Of Culturally Relevant Pedagogy. *Teacher Education Quarterly*, 38(1), 65–84.
- Chodkowski, Z. (2019a). *Adaptacja człowieka do środowiska pracy*. Rzeszów: Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego.
- Chodkowski, Z. (2019b). Autoocena własnych szans funkcjonowania zawodowego po ukończeniu studiów pedagogicznych. *Szkola – Zawód – Praca*, 17, 201–216. doi: 10.34767/SZP.2019.01.14
- Chodkowski, Z. (2019c). Plany zawodowe studentów pedagogiki Uniwersytetu Rzeszowskiego w kontekście miejsca ich zamieszkania. *Zarządzanie Publiczne*, 2(46), 171–187. doi: 10.4467/20843968ZP.19.011.10687
- Farnicka, M., Liberska, H., (2014). Tworzenie środowiska sprzyjającego uczeniu się – analiza wybranych czynników. *Teraźniejszość – Człowiek – Edukacja*, 67(3), 57–71.
- Janik, A. (2019, 19 lipca). *Podkarpacie się wyludnia. Mało się nas rodzi, za dużo migruje*. Pozyskano z: <https://plus.nowiny24.pl/podkarpacie-sie-wyludnia-malo-sie-nas-rodzi-za-duzo-migruje/ar/c1-14268967>
- Kim, Y., Mok, S.Y., Seidel, T. (2020). Parental Influences on Immigrant Students' Achievement-Related Motivation and Achievement: A Meta-Analysis, *Educational Research Review*, 30.
- Kocowski, T., (1993). Motywacja. W: W. Pomykało (red.), *Encyklopedia pedagogiczna*. Warszawa: Fundacja Innowacja, 384–389.
- Mantica, A., Moneva, J., Malbas, M. (2020). Family Status and Self-Motivation in Studies. *International Research in Education*, 8(1), 124–138.

- Messineo, L., Allegra, M., Seta, L. (2019). Self-reported motivation for choosing nursing studies: a self-termination theory perspective. *BMC Medical Education*, 19(192). doi: 10.1186/s12909-019-1568-0
- Miciura, B. (2020, 15 kwietnia). *Szkola jako środowisko wychowawcze*. Pozyskano z: <http://www publikacje.edu.pl/publikacje.php?nr=5836>
- Nadobnik, J., Tarnowski, M., Nowak, M.A. (2017). Motives for Choosing Studies as Predictors of Career Plans of Tourism and Recreation Students. *Central European Journal of Sport Sciences and Medicine*, 18(2), 107–118. doi: 10.18276/cej.2017.2-11
- Nowak, J. (2015). Środowisko uczące – (nie)doceniony obszar edukacji. *Lubelski Rocznik Pedagogiczny*, XXXIV(2), 63–75. doi: 10.17951/lrp.2015.34.2.63
- Poleszczuk, J. (2017). Decyzje edukacyjne maturzystów. Kontekst społeczny i indywidualne postawy młodzieży Białegostoku wobec wykształcenia wyższego. *Pogranicze. Studia Społeczne*, XXXI, 13–41. doi: 10.15290/pss.2017.31.01
- Reykowski, J. (1992). Procesy emocjonalne. Motywacja. Osobowość. W: T. Tomaszewski (red.), *Psychologia ogólna*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 16 sierpnia 2018 r. w sprawie poradnictwa zawodowego* (Dz.U. 2018, poz. 1675).
- Tołwińska, B. (2009). Motywacja dzieci do uczenia się (problemy dzieci, rola dorosłych). W: J. Izdebska, J. Szymanowska (red.), *Wielowymiarowość przestrzeni życia współczesnego dziecka*. Białystok: Trans Humana Wydawnictwo Uniwersyteckie, 195–203.
- Zimbardo, P.G., Johnson, R.L., McCann, V. (2010). *Psychologia. Kluczowe Koncepcje. Motywacja i uczenie się*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Zbigniew Chodkowski, dr nauk humanistycznych w zakresie pedagogiki. Pracuje na stanowisku adiunkta w Katedrze Badań Społecznych Instytutu Pedagogiki w Kolegium Nauk Społecznych Uniwersytetu Rzeszowskiego w Rzeszowie. Prowadził wykłady, ćwiczenia, seminaria licencjackie i magisterskie. Brał dwukrotnie udział w wyjazdach dydaktycznych z programu Erasmus+. Prowadził wykłady ze studentami z programu Erasmus+ z przedmiotów: andragogika i przystosowanie człowieka do środowiska pracy. Założył i prowadzi od maja 2017 r. Studenckie Koło Naukowe Andragogów przy Instytucie Pedagogiki. Zajmuje się następującymi obszarami badawczymi: edukacja, pedagogika pracy, zasoby ludzkie, a także adaptacja człowieka do środowiska pracy. Eksploruje badawczo wszelkie niebezpieczeństwa, które powodują zagrożenia w życiu osobistym i pracy zawodowej człowieka. Prowadził projekty badawcze lub w nich uczestniczył.

Zbigniew Chodkowski, PhD in Pedagogy. He works as an assistant professor at the Chair of Social Research of the Institute of Pedagogy at the College of Social Sciences of the University of Rzeszów in Rzeszów. He conducted lectures, exercises, undergraduate and graduate seminars. He has participated twice in educational trips as part of the Erasmus+ program. He gave lectures to Erasmus+ students in the following subjects: andragogy and human adaptation to the work environment. He has founded and he runs the Student Andragogues Scientific Circle at the Institute of Pedagogy. He deals with the following research areas: education, work pedagogy, human resources, as well as human adaptation to work environment. In addition, he researches all dangers that can pose threats to personal and professional life. He led and participated in research projects.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5114-2314>

Adres/Address:

Uniwersytet Rzeszowski
Kolegium Nauk Społecznych
Instytut Pedagogiki
Katedra Badań Społecznych
ul. ks. Jałowego 24
35-010 Rzeszów, Polska
e-mail: zchod@ur.edu.pl

ANITA KULAWIAK

Uniwersytet Łódzki, Polska ■ University of Lodz, Poland

Postawy przedsiębiorcze młodzieży w najmniejszych miastach regionu łódzkiego

Entrepreneurial attitudes of young people in the smallest towns of the Łódź region (Poland)

Streszczenie: Celem artykułu jest określenie i ocena potencjału przedsiębiorczego młodzieży oraz zwrócenie na tym tle uwagi na bariery, które potencjalnie, w przyszłości, mogą utrudnić młodym ludziom wejście w rolę przedsiębiorcy. Analiza ta opiera się na koncepcji postawy S. Nowaka (1973). W badaniu uwzględniono zatem jej trzy komponenty – poznawczy, emocjonalno-oceniający oraz behawioralny. Artykuł powstał na podstawie analizy literatury przedmiotu oraz badań terenowych z wykorzystaniem kwestionariusza ankiety. Grupę badawczą stanowiła młodzież szkół średnich z wybranych miast regionu łódzkiego, na terenie których znajduje się przynajmniej jedna publiczna szkoła średnia. Badania ujawniły, że respondentów cechował mocno zbilansowany poziom poszczególnych komponentów postawy, co oznacza, że zarówno poziom ich wiedzy na temat przedsiębiorczości oraz stosunek emocjonalny do tego zjawiska, jak i gotowość do podjęcia własnej aktywności jest na zbilansowanym poziomie. Największą barierą dla pełnego rozwinięcia postaw przedsiębiorczych młodzieży na badanym obszarze pozostaje środowisko lokalne.

Abstract: The aim of the article is to define and assess the entrepreneurial potential of young people and, against that background, to draw attention to barriers that potentially, in the future, may hinder young people from entering the role of entrepreneurs. This analysis is based on the concept of attitude by S. Nowak (1973). Therefore, the study took into account its three components – cognitive, emotional-evaluating and behavioural. The article is based on the analysis of the literature on the subject and field research with the use of a questionnaire. The research group consisted of high school students from selected cities of the Łódź region (Poland) where there is at least one public secondary school. The research revealed that the respondents are characterised by a well-balanced level of the individual components of their attitude, which means that both the level of their knowledge about entrepreneurship, their emotional attitude to this phenomenon, and the willingness to undertake their own activity are at a balanced level. The local environment remains the greatest barrier to the full development of entrepreneurial attitudes of young people in the study area.

Słowa kluczowe: młodzież szkół średnich; najmniejsze miasta regionu łódzkiego; postawa przedsiębiorcza; przedsiębiorczość

Keywords: entrepreneurial attitude; entrepreneurship; high school students; the smallest towns of the Łódź region

Otrzymano: 23 listopada 2021

Received: 23 November 2021

Zaakceptowano: 16 marca 2021

Accepted: 16 March 2021

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Kulawiak, A. (2021). Postawy przedsiębiorcze młodzieży w najmniejszych miastach regionu łódzkiego. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 17(1), 140–152. <https://doi.org/10.24917/20833296.171.11>

Wstęp

Przedsiębiorczość, niezależnie od sposobu jej definiowania, pełni bardzo ważną funkcję w wielu płaszczyznach życia społeczno-gospodarczego. Powszechnie uważana jest za jeden z najistotniejszych atrybutów rynkowego modelu gospodarowania we współczesnym świecie, ale wielu autorów podkreśla także, że odgrywa kluczową rolę w aktywowaniu wzrostu gospodarczego i tworzeniu impulsów do transformowania struktury gospodarczej oraz pozyskiwania nowych źródeł wzrostu wydajności pracy (Dorocki, Kilar, Rachwał, 2011). W świetle znaczenia, które przypisuje się przedsiębiorczości, inicjowanie i promowanie zachowań przedsiębiorczych stało się kluczowym i zarazem najważniejszym wyzwaniem zarówno na poziomie indywidualnym, jak i lokalnym, regionalnym czy krajowym.

Tworzenie środowiska przedsiębiorczości wymaga jednak spojrzenia na przedsiębiorczość z nieco szerszej niż ekonomiczna perspektywy. Jak zwróciła uwagę M. Mularska-Kucharek, „bycie przedsiębiorczym to nie to samo, co bycie przedsiębiorcą. Oznacza to, że działania promujące i wspierające przedsiębiorczość przyniosą wymierne korzyści, jeśli w założeniach zostanie uwzględniony aspekt nie tylko ekonomiczny, lecz także społeczno-psychologiczny” (2016: 166). Na szczególną rolę uwarunkowań psychologiczno-socjologicznych w kreowaniu przedsiębiorczości uwagę zwrócili także I. Sagan, M. Szmytkowska i G. Masik (2009). Autorzy ci słusznie zauważyli, że praktycznie we wszystkich warunkach można zaobserwować lukę pomiędzy różnego typu działaniami władz mającymi na celu pobudzenie przedsiębiorczości a faktycznym odzewem członków społeczności, do których te działania są adresowane. Ta rozbieżność pomiędzy proprzedsiębiorczą polityką a faktycznym zachowaniem aktorów na rynku może być w pełni zinterpretowana jedynie z wykorzystaniem wiedzy na temat psychologicznych uwarunkowań osobowości potencjalnego przedsiębiorcy.

W nawiązaniu do powyższych rozważań niniejszy artykuł podejmuje problematykę przedsiębiorczości, ale w jej społecznym aspekcie. W szczególności, skupiono się w nim na poznaniu cech składających się na postawę przedsiębiorczą młodzieży pochodzącej z wybranych szkół średnich zlokalizowanych na obszarze województwa łódzkiego. Wybór młodzieży na grupę badawczą nie był przypadkowy i wynikał z faktu, że w świetle badań empirycznych w ostatnim czasie nastąpił wzrost samooceny młodzieży dotyczącej

postawy przedsiębiorczej, a co za tym idzie – wzrosła jej skłonność do podjęcia w przyszłości pracy na własny rachunek (Borgiasz-Stepaniuk, 2019; Gabała, 2005; Kunasz, 2013). Nie bez wpływu na wybór tej grupy badawczej pozostał także fakt, że postawy przedsiębiorcze stanowią tę cechę zbiorowości ludzkiej, którą można kształtować w drodze edukacji (Borowiec, Rachwał, 2011). Rozpoznanie tych postaw w grupie młodzieży szkolnej stwarza zatem szansę na ich wczesne skorygowanie i zmianę w pożądanym kierunku. W przypadku osób dorosłych, które zakończyły już obowiązkową edukację szkolną, zmiana postaw i nawyków jest utrudniona i wymaga dużo większej samodyscypliny i indywidualnego zaangażowania. Monitorowanie postaw przedsiębiorczych młodzieży wydaje się zatem ważnym aspektem na drodze do budowania wysokiej jakości kapitału społecznego, w tym kreowania zachowań przedsiębiorczych w społeczności lokalnej.

W związku z powyższym, celem artykułu jest identyfikacja postawy przedsiębiorczej młodzieży szkolnej oraz zwrócenie uwagi na jej tle na bariery, które potencjalnie, w przyszłości, mogą utrudnić młodym ludziom wejście w rolę przedsiębiorcy. Artykuł powstał na podstawie literatury przedmiotu oraz badań empirycznych.

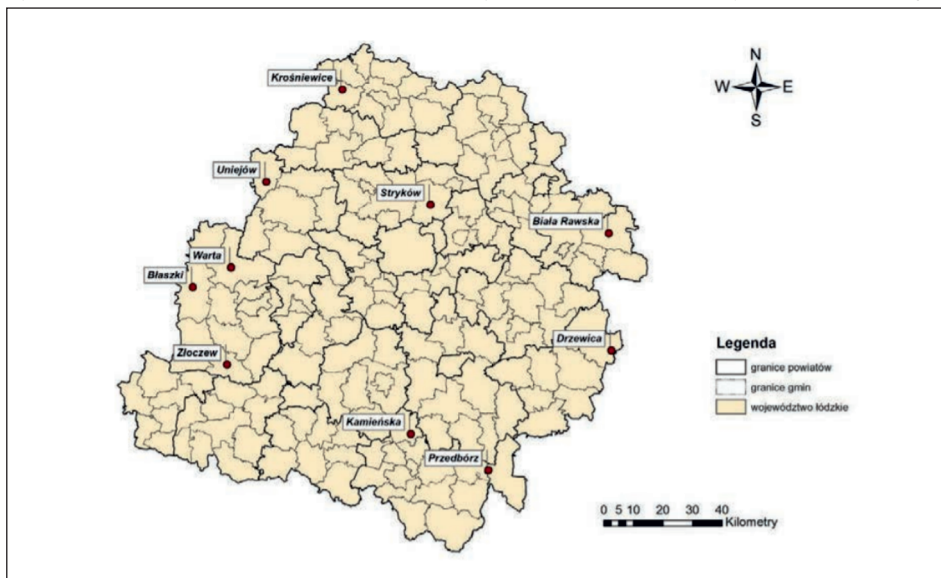
W pierwszej części artykułu dokonano przeglądu literatury, w drugiej zaprezentowano wyniki analiz danych pozyskanych podczas ankietyzacji respondentów, a także przedstawiono rekomendacje płynące z przeprowadzonych badań.

Postawa przedsiębiorcza i jej znaczenie w najmniejszych miastach regionu łódzkiego

Postawa przedsiębiorcza jest jednym z rodzajów postaw, które przejawia człowiek w stosunku do innych rzeczy, zjawisk, instytucji oraz ludzi. W naukach społecznych termin „postawa” definiowany jest jako nabyta i zarazem złożona struktura psychofizyczna wyrażająca stosunek emocjonalny człowieka (pozytywny lub negatywny), a także jego gotowość do określonego zachowania się. Do nauki termin ten wprowadziła psychologia amerykańska, gdzie od początku postawę opisywano, opierając się na trzech komponentach: uczuciach (pozytywnych bądź negatywnych), ocenach i działaniach. Zdaniem psychologów amerykańskich (m.in. D. Krecha i R.S. Crutchfielda), na postawę składały się bowiem procesy motywacyjne, emocjonalne, percepcyjne i poznawcze związane z życiem jednostki.

Postawa przedsiębiorcza w potocznym rozumieniu wyraża stosunek człowieka do szeroko pojmowanego zjawiska przedsiębiorczości. W literaturze przedmiotu najczęściej definiuje się ją jako określony zestaw cech, predyspozycji (poglądy, opinie, odczucia jednostki) sprzyjających twórczemu i aktywnemu dążeniu do ulepszania istniejących stanów rzeczy (Piecuch, 2013) lub gotowość do podejmowania nowych działań albo rozszerzania dotychczasowych, w celu poprawy warunków i jakości życia (Borowiec, Rachwał, 2011; Gabała, 2005; Kickul, Grundy, 2002; Wiatrak, 2003). Współcześnie wiele uwagi poświęca się postawie przedsiębiorczej, uważając ją niejako za remedium na przezwycięzenie niektórych problemów zarówno społecznych, jak i gospodarczych. W obecnej sytuacji kreowanie i wspieranie rozwoju przedsiębiorczości jest szczególnie istotne i pożądane w najmniejszych jednostkach osadniczych. Wynika to z faktu, że w obliczu globalizacji oraz postępującej metropolizacji wiele spośród nich utraciło swoje tradycyjne funkcje lokalne, pełnione na rzecz otaczających je obszarów wiejskich, lub też wyspecjalizowane funkcje usługowe (Korcelli, 2008). Sytuacja ta spowodowała, że małe miasta znalazły się

Rycina 1. Położenie miast o liczbie ludności do 5 tys. mieszkańców na tle województwa łódzkiego



Źródło: opracowanie własne

w trudnej sytuacji społeczno-gospodarczej. Dla wielu z nich postawienie na rozwój przedsiębiorczości jest zatem szansą na zażegnanie lub przynajmniej złagodzenie negatywnych skutków ich załamania gospodarczego. W takiej sytuacji znalazły się m.in. najmniejsze miasta regionu łódzkiego, za które arbitralnie uznano jednostki liczące do 5 tys. mieszkańców. W sumie na obszarze regionu łódzkiego znajduje się 10 miast o liczbie mieszkańców nieprzekraczającej 5 tys. (rycina 1). Stanowią one łącznie 23% ogólnej liczby miast województwa łódzkiego i koncentrują nieznacznie ponad 2% ogólnej liczby mieszkańców regionu. Miasta te, poza podobną liczbą ludności, cechuje także, z racji położenia w województwie o silnych tradycjach włókienniczych i wyraźnej dominacji stolicy województwa Łodzi, zbliżona geneza oraz w większości peryferyjne położenie na obrzeżach regionu, jednak w stosunkowo niedalekiej odległości (do 20 km) od miast powiatowych. Wszystkie z nich administracyjnie stanowią siedzibę gminy miejsko-wiejskiej. Ponadto cechuje je podobna sytuacja pod względem społecznym i gospodarczym. We wszystkich tych miastach na przestrzeni ostatnich 10 lat odnotowano wyraźny spadek liczby ludności. Wszystkie one należą też do ośrodków starzejących się i o ujemnym saldzie migracji. Pod względem gospodarczym spełniają rolę przede wszystkim lokalnych ośrodków organizujących życie społeczno-gospodarcze społeczności wiejskich (Kulawiak, 2016; Suliborski, Walkiewicz, 2009). We wszystkich z nich podstawę struktury gospodarczej stanowi sektor usług oparty głównie na działalności handlowej, a w mniejszym stopniu – na transporcie i spedycji. W strukturze własności podmiotów gospodarczych wyraźnie dominują firmy prywatne, w tym osób fizycznych, których udział w każdym z omawianych miast wynosi ponad 90% (Kulawiak, 2016). Dane te wskazują na to, że lokalna przedsiębiorczość stanowi bardzo ważne źródło utrzymania miejscowej ludności. Tym samym zasadne wydaje się nie tylko podejmowanie działań wspierających istniejącą już przedsiębiorczość, ale także rozwijających chęci podejmowania takich zachowań wśród młodszego pokolenia.

Jest to tym ważniejsze, że w świetle literatury przedmiotu na decyzję o wejściu w rolę przedsiębiorcy w jednakowym stopniu wpływają zarówno uwarunkowania wewnętrzne (endogeniczne), związane z wrodzonym potencjałem intelektualnym i wychowaniem, jak i uwarunkowania zewnętrzne (egzogeniczne), związane z otoczeniem społeczno-gospodarczym (Czapliński, Kibych, 2017). Oznacza to, iż odpowiednie działania podjęte na gruncie środowiska lokalnego (np. w ramach zajęć szkolnych) mogą zniwelować braki wynikające z cech psychofizycznych jednostki.

Założenia metodyczne badań

W świetle aktualnej literatury przedmiotu badania postaw przedsiębiorczych najczęściej opierają się na dwóch różnych podejściach (koncepcjach badawczych), aczkolwiek oba z nich mają swoje źródło w naukach społecznych (socjologii i psychologii). Z jednej strony badania te prowadzone są na podstawie istniejących już w literaturze skal przedsiębiorczości, przy czym jedną z najczęściej stosowanych jest skala przedsiębiorczości J. Jerschiny (2000), którą pierwotnie wykorzystano w badaniu dotyczącym orientacji na przedsiębiorczość (Mularska-Kucharek, 2016). Z drugiej zaś strony autorzy identyfikują ją na podstawie samooceny respondentów (Eider i in., 2012; Gabała, 2005; Korpysa, 2007; Targalski, Kosała, Pichur, 2008).

W niniejszym artykule wykorzystano drugi z przedstawionych schematów postępowania. W warstwie teoretycznej praca odwołuje się do koncepcji postawy opisanej przez S. Nowaka (1973), zgodnie z którą na postawę człowieka względem określonej cechy, rzeczy, przedmiotu składają się trzy komponenty – **poznawczy**, **emocjonalny** oraz **behawioralny**. Pierwszy komponent obejmuje wiedzę, opinie i poglądy jednostki, drugi – uczucia pozytywne i negatywne, upodobania, uprzedzenia względem przedmiotu postawy, oparte na doświadczeniach jednostki bądź innych, a trzeci – określone reagowanie, zachowanie jednostki względem danego przedmiotu, prowadzące do aktywności, działania (Turowski, 2001).

Empiryczną podstawę pracy stanowiły materiały i informacje zebrane w trakcie badań terenowych przeprowadzonych od października do grudnia 2019 roku we wszystkich publicznych szkołach średnich (liceach i technikach), zlokalizowanych w miastach województwa łódzkiego liczących do 5 tys. mieszkańców. W sumie badaniem objęto 15 szkół średnich, z których 33% stanowiły technika (łącznie 5 szkół). Badania prowadzono na obszarze 8 miast (tabela 1). Badaną próbę stanowili uczniowie wszystkich klas trzecich, niezależnie od profilu szkoły i klasy, co było podyktowane chęcią zbadania postawy przedsiębiorczej uczniów, którzy ukończyli już kurs w zakresie podstaw przedsiębiorczości. Badanie przeprowadzono metodą wywiadu kwestionariuszowego na grupie 432 uczniów, w tym 56% stanowiły kobiety.

Kwestionariusz ankiety został podzielony na trzy części, zgodnie z wyróżnionymi powyżej komponentami postawy, w ramach których sformułowano następujące pytania wskaźnikowe:

- **komponent poznawczy** – Jaki jest wpływ szkoły i najbliższego otoczenia na kształtowanie postaw przedsiębiorczych młodzieży?, Jaką wiedzę mają uczniowie na temat osób przedsiębiorczych oraz czy identyfikują w swoim najbliższym otoczeniu zachowania przedsiębiorcze i przedsiębiorców?
- **komponent afektywny (oceniająco-emocjonalny)** – Jaki jest stosunek uczniów do wybranych wartości życiowych? Jak uczniowie oceniają cechy osobowościowe

kolegów i koleżanek oraz jaki jest ich stosunek do przedstawionych charakterystyk osób przedsiębiorczych;

- **komponent behawioralny** – Jaka jest aktywność edukacyjna uczniów (uczestnictwo w dodatkowych zajęciach), aktywność społeczna (udział w wyborach szkolnych i krajowych) oraz aktywność zawodowa (doświadczenie z pracą zawodową oraz aspiracje edukacyjne i zawodowe)?

Tabela 1. Miasta, w których przeprowadzono badania

Miasto	Liczba mieszkańców (w tys.)
Krośniewice	4375
Drzewica	3844
Przedbórz	3572
Złoczew	3384
Warta	3263
Biała Rawska	3197
Kamieńsk	2782
Błaszki	2122

Źródło: opracowanie własne

Wyniki badań

Charakterystyka komponentu poznawczego

Analiza ankiet w zakresie komponentu poznawczego ujawniła, że respondenci mają ogólną wiedzę o przedsiębiorczości, potrafią zdefiniować, czym jest przedsiębiorczość oraz określić, kim jest osoba przedsiębiorcza. Ponadto badania ujawniły, że młodzież cechuje się potrzebą posiadania wiedzy i umiejętności przedsiębiorczych. Odpowiedzi na pytania sprawdzające wiedzę respondentów o tym zjawisku pokazały bowiem, że ponad 80% badanych potrafiło wymienić co najmniej trzy cechy osoby przedsiębiorczej, przy czym najczęściej wymieniano te, które wskazywane są w literaturze przedmiotu, głównie: kreatywność, innowacyjność, otwartość na nowe wyzwania/ zmiany oraz odporność na stres. Nieco większą trudność sprawiło natomiast młodzieży wymienienie umiejętności potrzebnych w działalności przedsiębiorczej. Choć w ankiecie poproszono o wymienienie co najmniej trzech z nich, warunek ten spełniło tylko 23% osób. Najwięcej osób (66%) potrafiło natomiast wymienić jedynie dwie z nich. Najczęściej wymieniano takie umiejętności, jak: dokonywanie trafnych wyborów oraz właściwa ocena ryzyka i swoich możliwości. Ponadto, choć już nieco rzadziej, pojawiały się: umiejętność właściwej organizacji czasu oraz szybkiego rozwiązywania problemów (tabela 2).

Badanym nie sprawiło również problemu zdefiniowanie terminu przedsiębiorczość. Wprawdzie ponad połowa respondentów (51%) zjawisko to utożsamiała jedynie z zakładaniem i prowadzeniem własnego biznesu, ale kolejne 47% wiązało ją także z cechami charakteru człowieka. Prawie co drugi badany potrafił zatem zdefiniować ten termin zgodnie z obowiązującą we współczesnej nauce koncepcją przedsiębiorczości, w której przybiera ona postać zarówno procesu, jak i atrybutu człowieka.

Tabela 2. Cechy i umiejętności osoby przedsiębiorczej

Cechy osobowościowe	Umiejętności
gotowość do działania	umiejętność dokonywania trafnych wyborów
zorientowanie na sukces i osiąganie celów	umiejętność do samoorganizacji pracy i czasu
otwartość na wyzwania i zmiany	umiejętność logicznego i samodzielnego myślenia
skłonność do podejmowania ryzyka	umiejętność wcielania pomysłów w czyn
kreatywność, innowacyjność	umiejętność rozwiązywania problemów
zaradność	umiejętność wykorzystywania kapitału społecznego i współpracy
optymizm	umiejętność wczuwania się w sytuację i rozumienia innych ludzi

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych

W świetle badań ankietowych okazało się, że respondenci wiedzą o przedsiębiorczości czerpią głównie ze szkoły. Tylko 10% z nich dodatkowo wymieniło inne źródła, takie jak: rodzinne doświadczenia (głównie przykład rodziców) czy media. Badani nie uczestniczyli również w żadnych pozalekcyjnych zajęciach poświęconych przedsiębiorczości, co miało jednak związek głównie z brakiem ich wiedzy o miejscach, gdzie takie zajęcia się odbywają (52% z nich), w mniejszym zaś stopniu z brakiem chęci uczestniczenia w zajęciach dodatkowych (pozaszkolnych) w ogóle (38%). W kontekście uzyskanych odpowiedzi ciekawych wniosków dostarczyło pytanie o potrzebę posiadania tego typu wiedzy i umiejętności we współczesnym świecie. W ich opinii jest to bowiem jedna z najważniejszych kompetencji, jakie powinien posiadać człowiek. Takie zdanie wyraziło aż 95% badanych. W świetle uzyskanych odpowiedzi można zatem stwierdzić, że młodzież z najmniejszych miast regionu łódzkiego dostrzega wagę i znaczenie zagadnienia przedsiębiorczości, posiada też podstawową wiedzę na jej temat oraz czuje potrzebę jej rozwijania.

Wiedzę respondentów na temat lokalnej przedsiębiorczości ujawniło także pytanie dotyczące ich poglądów na temat osób, które w ich najbliższym otoczeniu zasługują na miano przedsiębiorczych i zarazem stanowią wzorzec do naśladowania. Ponad połowa uczniów (62%) dostrzegała bowiem w swoim otoczeniu osoby przedsiębiorcze, przy czym najczęściej były to osoby z najbliższego otoczenia, głównie ich rodzice i/lub ktoś z rodziny – ciocia, wujek (42%). Jeszcze mniej ankietowanych (21%) jako przykład takiej osoby wskazywali lokalnego biznesmena – właściciel sklepu lub punktu usługowego. Warto jednak dodać, że co 10 badany uczeń za osoby przedsiębiorcze uważa także swoich rówieśników. Taki rozkład odpowiedzi wskazuje zatem, że środowisko lokalne nie jest pozbawione wzorców, z których młodzież może czerpać inspirację. Stwarza ono również okazję do podglądania zachowań przedsiębiorczych, a tym samym – do ich naśladowania. Nie są to zatem środowiska pozbawione dobrych praktyk.

Charakterystyka komponentu emocjonalno-oceniającego

O postawie przedsiębiorczej badanych dużo mówi także ich stosunek do różnych aspektów życia. W tym przypadku ankietowanych zapytano o ich stosunek do: ściągania na klasówkach, kupowania prac zaliczeniowych w celu uzyskania lepszej oceny, nielegalnego kopiowania prac z różnych źródeł, sprzedawania nielegalnych towarów i usług,

oszukiwania klientów w celu zwiększenia sprzedaży swoich produktów i korzystania z luk prawa w celu zarobienia większej ilości pieniędzy. Przeprowadzona analiza pokazała, że większość respondentów nie akceptowała wyżej wymienionych zachowań. Co ciekawe, niezależnie od wyrażonej oceny niektóre z tych zachowań zostały uznane za zachowania przedsiębiorcze. Najwięcej respondentów za przejaw przedsiębiorczości uznało przede wszystkim: korzystanie z luk prawa, w celu zarobienia większej ilości pieniędzy (54%), oszukiwanie klientów w celu zwiększenia sprzedaży swoich produktów (41%) oraz sprzedawanie nielegalnych towarów i usług (20%). Warto przy tym dodać, że większe przyzwolenie na tego typu zachowania wykazali mężczyźni niż kobiety, co można wytłumaczyć tym, że mężczyźni wykazują większą determinację w realizacji swoich celów i tym samym są w stanie podjąć każde działanie, które im to umożliwi i zapewni, nawet jeżeli jest ono niezgodne z ogólnie przyjętymi normami społecznymi. Akceptacja dla powyższych działań, jak wskazuje literatura, m.in. J. Górniewicz (1996), może mieć różne źródła. Może być ona wynikiem ogólnego kryzysu moralnego, którego cechą jest upadek jednego systemu wartości i zarazem brak wykształcenia, czy akceptacji, innego, alternatywnego systemu. Opracowanie nowych wartości wymaga czasu i doświadczenia, gdyż formowanie się nowego systemu jest procesem długotrwałym i trudnym. W świecie przełomów, pełnym sprzeczności, młodzież czuje się zatem zagubiona i niepewna, co znajduje odzwierciedlenie w wyznawanych przez nią poglądach i opiniach.

Badaną młodzież poproszono także o ustosunkowanie się do przeciwstawnych twierdzeń, z których jedno odzwierciedlało przedsiębiorcze wartości (tabela 3).

Tabela 3. Wykaz twierdzeń wykorzystanych w badaniu ankietowym do identyfikacji wartości przedsiębiorczych młodzieży

Twierdzenie	Twierdzenie przeciwstawne
zdolność głoszenia własnych poglądów nawet kosztem urażenia innych osób	dobre relacje z innymi, nawet kosztem tłumienia własnych opinii
możliwość realizacji własnych marzeń, nawet kosztem wysiłku i stresu	życie bez stresu i ryzyka, nawet kosztem rezygnacji ze swoich ambicji
zmiany, które czynią świat lepszym, nawet jeśli przebiegają gwałtownie i są bardzo radykalne	stabilność, przewidywalność, przyszłość dająca tzw. święty spokój
wykształcenie jako możliwość samorozwoju	wykształcenie jako „papiererek”, formalność ułatwiająca znalezienie pracy

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych

Analiza danych wskazała, że w większości przeważały odpowiedzi ukierunkowane na postawę przedsiębiorczą i indywidualizm. Najwięcej wskazań otrzymały bowiem twierdzenia, które wiążą się z cechami silnie kojarzonymi z przedsiębiorczością: ambicja, samorozwój, zorientowanie na sukces, gotowość do działania, pracowitość. Wartościami, z którymi utożsamiano się najbardziej, były: dążenie do realizacji własnych marzeń nawet kosztem ciężkiej pracy (62%) oraz wykształcenie jako możliwość samorozwoju (56%). Ponadto, również często (42%) respondenci wybierali: wolność głoszenia własnych poglądów nawet za cenę urażenia innych osób. Wyniki potwierdzają, zaobserwowaną wcześniej w społeczeństwie polskim, tendencję, polegającą na spadku znaczenia umiejętności i chęci współpracy z innymi kosztem wzrostu poziomu indywidualizmu (Boguszewski i in., 2014).

W ramach identyfikacji afektywnego komponentu postawy przedsiębiorczej poproszono także o wymienienie cech, które badani u rówieśników lubią najlepiej. Pytanie to miało zweryfikować, czy wśród wymienionych cech pojawią się cechy kojarzone z przedsiębiorczością. Jak wynika z badań, ludzie preferują oraz szukają u innych cech podobnych do swoich. Założono zatem, że wskazania badanych mogą pośrednio ujawnić cechy, które oni sami posiadają. Analiza odpowiedzi ujawniła ciekawą tendencję. Respondenci u swoich rówieśników w niemal jednakowym stopniu preferowali cechy, które powszechnie przypisywane są przedsiębiorcom (48%), jak i takie, które nastawione są na drugiego człowieka (52%). W większości młodzież u swoich rówieśników lubiła bowiem takie cechy, jak: poczucie humoru, koleżeństwo, uczciwość, oddanie. Pozytywnie oceniła także umiejętność samoorganizacji, zorientowanie na sukces, kreatywność i pomysłowość.

W świetle badań tego komponentu postawy przedsiębiorczej można stwierdzić, że młodzież wykazuje pozytywny stosunek zarówno do samego zjawiska, jak i do osób przedsiębiorczych.

Charakterystyka komponentu behawioralnego

W ramach poznania ostatniego z komponentów postawy w pierwszej kolejności zidentyfikowano aktywność edukacyjną młodzieży, uznając, że podnoszenie kompetencji w procesie uczenia się przez całe życie może zaowocować wieloma korzyściami, nie tylko w obszarze życia zawodowego, ale również – życia osobistego. Cykliczne badania Bilansu Kapitału Ludzkiego (BKL) pokazują, że w 2017 roku odsetek Polaków w wieku 18–64 lata, którzy podnosili swoje kwalifikacje, zarówno w formie edukacji formalnej, jak i nieformalnej, wynosił 37% i był stały od 2010 roku. W grupie osób młodych, tj. między 18 a 24 rokiem życia, odsetek ten także był mały, gdyż wynosił zaledwie 18% (Portal PARP, 2020, 12 listopada).

Uzyskane w drodze badań wyniki również potwierdzają tę niekorzystną tendencję, ale zarazem wskazują, że źródło niepodejmowania takiej aktywności nie zawsze leży po stronie ucznia. W grupie badanych udział w zajęciach pozaszkolnych, rozwijających wiedzę i dodatkowe umiejętności, zadeklarowała blisko połowa uczniów (49%) i najczęściej była to nauka języka obcego (68% badanych). Na drugim miejscu badani (33%) wskazali zajęcia sportowe, a na trzecim – (12%) naukę gry na instrumencie. Warto jednak podkreślić, że osoby, które zadeklarowały brak udziału w zajęciach pozaszkolnych, najczęściej motywowały to brakiem czasu w związku z innymi obowiązkami (42%), brakiem środków finansowych (25%) oraz brakiem interesującej oferty takich zajęć (10%). Rzadko natomiast wśród powodów pojawiały się: lenistwo (12%) czy brak zainteresowania takimi zajęciami w ogóle (11%). Wyniki te wskazują, że młodzież ma świadomość ciągłego dokształcania się i poszerzania swojej wiedzy, która to w przyszłości może zaowocować lepiej płatną pracą. Warto zauważyć, że deklarowane przez uczniów stanowisko jest spójne z wyrażoną przez nich opinią dotyczącą zorientowania na osiągnięcie celów kosztem ciężkiej pracy.

W ramach identyfikacji komponentu behawioralnego zapytano także młodzież o jej aspiracje edukacyjne. Badania ujawniły ciekawe spostrzeżenie. Otóż z jednej strony respondenci deklarowali chęć kontynuowania nauki w szkole wyższej (69% z nich), a z drugiej strony preferowali kierunki powszechnie uważane za łatwiejsze, takie jak: socjologia, psychologia, gospodarka przestrzenna i pedagogika (łącznie 59%), rzadziej zaś kierunki ekonomiczne, prawnicze czy politechniczne (39%). Taki rozkład odpowiedzi

wskazuje, że młodzież nie jest pozbawiona aspiracji, ale zarazem cechuje ją słabszy niż młodzież z dużych miast poziom samooceny i poczucia pewności siebie. W opinii tych młodych ludzi edukacja w ośrodkach lokalnych wciąż bowiem jest gorsza aniżeli ta w największych miastach. Dlatego też młodzi z najmniejszych ośrodków wybierają raczej te uczelnie, na które łatwiej się dostać. W kontekście postawy przedsiębiorczej pozytywnym aspektem jest jednak to, że uczniowie wykazują chęć dalszego rozwijania swojej wiedzy, a co za tym idzie – podnoszenia swoich kompetencji i umiejętności. Jako grupę w większości cechuje ich zatem aktywność społeczna. To, że przejawiają aktywną postawę, potwierdziło również pytanie o ich aspiracje i plany związane z przyszłą karierą zawodową. Analiza odpowiedzi na nie ujawniła, że choć w grupie dominują osoby, które marzą o pracy na etacie (58%), najlepiej w administracji samorządowej lub firmie prywatnej, to jednak znaczny odsetek stanowią też ci, którzy planują otworzyć własny biznes (40%). Pozostałe 2% nie chciało ujawnić swoich planów. Warto zatem podkreślić, że choć ukończenie studiów wyższych w opinii badanych nie zawsze idzie w parze z uzyskaniem satysfakcjonującej i dobrze płatnej pracy, to jednak nie zamierzają oni pogodzić się z gorszymi warunkami życia. W świetle badań deklarowana chęć założenia własnej firmy jest bowiem wynikiem chęci zarobienia większej ilości pieniędzy (54%), zapewnienia sobie wyższego niż dotychczas poziomu życia (25%), realizacji marzeń (12%) i w końcu – osiągnięcia niezależności (7%).

Badania ujawniły również, że młodzież z regionu łódzkiego cechuje znaczna aktywność społeczna i zawodowa. Pracę na rzecz społeczności (zaangażowanie w samorządzie szkolnym, wolontariacie itp.) zadeklarowało bowiem 48% badanych. Ponadto niemal 37% przyznało, że ma już pierwsze doświadczenia zawodowe. Najwięcej osób pomagało rodzicom w prowadzeniu własnego biznesu (78%), pozostałe osoby zadeklarowały prace dorywcze w postaci pomocy dziadkom podczas żniw czy w restauracji w czasie wakacji. Badania wskazały, że już od najmłodszych lat respondenci mają szansę nabyć cechy pożądane dla osoby przedsiębiorczej, czyli: pracowitość, punktualność, odporność na stres, umiejętność organizacji czasu pracy, szacunek do pieniądza. Tym samym w swoim najbliższym otoczeniu mogą też kształtować w sobie tak potrzebną współcześnie postawę przedsiębiorczą.

Wnioski i rekomendacje

Celem artykułu była identyfikacja i ocena postawy przedsiębiorczej młodzieży pochodzącej z najmniejszych miast regionu łódzkiego oraz określenie na tym tle barier utrudniających wejście w rolę przedsiębiorcy. Analiza danych dotyczących wyróżnionych komponentów postawy pozwoliła na skonstruowanie wskaźników syntetycznych (indexów) wyrażających poziom każdego z nich w postaci wartości liczbowej, znajdującej się w przedziale od 0 do 1, gdzie 0 oznacza niski poziom danego komponentu, a wartość 1 – wysoki poziom. Syntetyczny indeks każdego komponentu uzyskano przez zsumowanie wartości wybranych pytań wskaźnikowych. Celem uzyskania porównywalnych wyników z każdego komponentu wybrano po trzy pytania. Przyjęta procedura ujawniła, że średnie wartości wszystkich komponentów postawy przedsiębiorczej w badanej populacji wykazały podobną wielkość i oscylowały na średnim poziomie. Najniższą średnią wartość uzyskał komponent poznawczy – 0,45, a najwyższą – 0,68 – komponent emocjonalno-oceniający. Trzecia z wyróżnionych kategorii – komponent behawioralny – uzyskała wartość 0,51.

Przyjęta metoda syntetyzacji wyników, choć mocno zgeneralizowana, pozwala jednak stwierdzić, że badaną grupę cechował bardzo zbilansowany poziom poszczególnych komponentów postawy. Brak wyraźnej dominacji jednego z nich oznacza, że zarówno poziom ich wiedzy na temat przedsiębiorczości, stosunek emocjonalny do tego zjawiska, jak i gotowość do podjęcia własnej aktywności jest na zbilansowanym poziomie. Znajduje to również odzwierciedlenie w wartości średniej poziomu indeksu postawy przedsiębiorczej uwzględniającej łącznie wszystkie wyróżnione w badaniach komponenty, który wyniósł 0,55. W świetle badań, respondentów cechuje przeciętny poziom postawy przedsiębiorczej, aczkolwiek posiadają oni predyspozycje i potencjał do wykształcenia w sobie wysokiego poziomu postawy przedsiębiorczej. Przede wszystkim wyraża się to w ich pozytywnym nastawieniu do zjawiska przedsiębiorczości, dostrzeganiu w swoim otoczeniu osób przedsiębiorczych, czy też w deklarowanej dość powszechnie aktywności społecznej zarówno na forum szkolnym, jak i poza szkołą. Badania wskazują także, że dla osiągnięcia zamierzonych celów są oni w stanie wskrzesić w sobie energię do działania. Biorąc pod uwagę fakt, że w świetle literatury przedmiotu postawę przedsiębiorczą kształtują czynniki dwojakiego rodzaju – wewnętrzne, związane z wrodzonym potencjałem intelektualnym, który może być wzmocniony dzięki odpowiednim działaniom wychowawczym, oraz zewnętrzne, których źródłem jest otoczenie społeczno-ekonomiczne, można stwierdzić, że większą barierą blokującą działania przedsiębiorcze młodzieży stanowią głównie drugie z nich. Chodzi tu przede wszystkim o brak aktywności środowiska lokalnego, w tym władz lokalnych, na rzecz budowania zainteresowania tym zagadnieniem oraz realnego promowania tego typu zachowań, np. przez organizowanie zajęć pozaszkolnych rozwijających umiejętności przedsiębiorcze, czy też organizowanie spotkań z lokalnymi biznesmenami lub z osobami znanymi i aktywnymi w lokalnym środowisku. Przeprowadzona w trakcie badań terenowych kwerenda pozwoliła zauważyć, że w żadnym z badanych miast nie podejmuje się żadnych z wyróżnionych powyżej działań. Warto dodać, iż zaobserwowany w grupie respondentów poziom postawy przedsiębiorczej zasadniczo nie odbiega od poziomu postawy reprezentowanej przez młodzież z innych polskich miast. Wprawdzie prowadzone w tym zakresie badania dotyczyły głównie studentów, rzadziej młodzieży szkół średnich, niemniej jednak również ujawniły one średni potencjał postaw przedsiębiorczych (Borgiasz-Stepaniuk, 2019; Gabała, 2005; Płaziak, Rachwał, 2014; Pichur, Kosała, 2008; Wach, Rachwał, 2016). Po części wskazuje to zatem na małe znaczenie wskazywanego przez niektórych badaczy czynnika kulturowego w kreowaniu postaw przedsiębiorczych. Badani pochodzili bowiem z różnych stron Polski i niezależnie od miejsca pochodzenia wyróżniała ich duża skłonność do zakładania w przyszłości własnego biznesu, ale zarazem mała wiara we własne możliwości. Pośrednio przeprowadzone badania wskazały także na konieczność stałego monitorowania postaw przedsiębiorczych. Systematyczna identyfikacja postaw społeczności względem zjawiska przedsiębiorczości może być bowiem bardzo pomocna w ich właściwym kształtowaniu. Warto mieć to na uwadze tym bardziej, że w świetle najnowszych badań, zdolność człowieka do kreatywnego myślenia, w tym również do zachowań przedsiębiorczych, tylko w 1/3 uwarunkowana jest odpowiednimi genami. Pozostała część to wynik procesu uczenia się (analizy, zrozumienia własnych umiejętności, ich praktykowania, eksperymentowania, zdobywania zaufania do swoich zdolności itp.) (Danilewicz, 2014), a także bodźców płynących z otoczenia.

Literatura

References

- Boguszewski, R., Feliksiak, M., Gwiazda, M., Kalka, J. (2014). Młodzież o sobie: wartości, obyczajowość, grupy odniesienia. W: *Młodzież 2013*. Warszawa: CBOS, 106–153.
- Borgiasz-Stepaniuk, M. (2019). Postawy przedsiębiorcze wśród młodzieży. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 15(1), 47–60.
- Borowiec, M., Rachwał, T. (2011). Kształtowanie postaw przedsiębiorczych na lekcjach geografii wyznaniem edukacyjnym w procesach globalizacji. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 7, 321–332.
- Czapliński, P., Kibych, I. (2017). Postawy abiturientów wobec rynku pracy. Szczecin i Czerniowice – studium przypadku. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 13, 405–416.
- Danilewicz, D. (2021). Wewnętrzne i zewnętrzne determinanty kształtujące postawę przedsiębiorczą. W: A. Postuła, B. Glinka, J. Pasieczny (red.), *Oblicza przedsiębiorczości*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego.
- Dorocki, S., Kilar, W., Rachwał, T. (2011). Założenia i cele Projektu „Krok w przedsiębiorczość” dla nauczycieli szkół ponadgimnazjalnych. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 7, 308–320.
- Eider, J., Sieńko-Awierianow, E., Stępień-Słodkowska, M. (2012). Postawy przedsiębiorcze studentów. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne Problemy Usług*, 2(98), 37–49.
- Gabała, J. (2005). Kształtowanie postaw przedsiębiorczych uczniów. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 1, 145–152.
- Gibb, A.A. (1993). Enterprise Culture and Education: Understanding Enterprise Education and Its Links with Small Business, Entrepreneurship and Wider Educational Goals. *International Small Business Journal*, 11(3), 11–34.
- Górniewicz, J. (1996). *Teoria wychowania. Wybrane problemy*. Toruń-Olsztyn: SKU, Glob.
- Jerschina, J. (2000). Postawy przedsiębiorczości w Polsce na tle krajów Europy Środkowej i Wschodniej. Elity i społeczeństwa (kontynuacja). *Przegląd Socjologiczny*, 49(1).
- Kickul, J., Grundy, L. (2002). Prospecting for Strategic Advantage: The Proactive Entrepreneurial Personality and Small Firm Innovation. *Journal of Small Business Management*, 40, 85–97.
- Korcelli, P. (2008). System osadniczy Polski – tendencje i uwarunkowania przemian. *Studia KPZK*, 31, 30–42.
- Korpysa, J. (2007). Uwarunkowania przedsiębiorczości studentów – rezultaty badań. W: D. Kopycińska (red.), *Wykorzystanie zasobów pracy we współczesnej gospodarce*. Szczecin: Wydawnictwo Naukowe Katedry Mikroekonomii Uniwersytetu Szczecińskiego, 228–236.
- Kulawiak, A. (2016). Przedsiębiorczość w najmniejszych miastach regionu łódzkiego. *Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis. Studia Geographica*, 10, 153–165.
- Kunasz, M. (2013). Determinanty przedsiębiorczości w gospodarkach unijnych. Szczecin: Volumina.
- Mularska-Kucharek, M. (2016). Społeczne uwarunkowania postaw przedsiębiorczych. *Edukacja Ekonomistów i Menadżerów*, 3(41), 165–177.
- Nowak, S. (1973). Wstęp. W: S. Nowak (red.), *Teorie postaw*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Piecuch, T. (2013). *Przedsiębiorczość. Podstawy teoretyczne*. Warszawa: C.H. Beck.
- Pichur, A., Kosała, M. (2008). Powstawanie oporów wobec innowacji oraz sposoby ich przełamywania w zarządzaniu przedsiębiorstwem. *Zeszyty Naukowe. Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie*, 799, 87–98.
- Plaziak, M., Rachwał, T. (2014). Kształcenie w zakresie przedsiębiorczości w polskich uniwersytetach na studiach nieekonomicznych (na przykładzie kierunku geografia). *Horyzonty Wychowania*, 13(26), 249–266.
- Portal PARP. (2020, 12 listopada). <https://www.parp.gov.pl>

- Postawy przedsiębiorcze a strategia lizbońska.* (2008; 2020, 11 listopada). <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUri>
- Sagan, I., Szymkowska, M., Masik, G. (2009). Postawy przedsiębiorcze mieszkańców Gdyni. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 5, 229–243.
- Suliborski, A., Walkiewicz, D., (2009). Współczesne zróżnicowanie społeczno-gospodarcze województwa łódzkiego. W: K. Badziak, M. Łapa (red.), *Województwo łódzkie 1919–2009. Studia i materiały.* Łódź: Polskie Towarzystwo Historyczne, 243–250.
- Targalski, J., Kosała, M., Pichur, A. (2007). Postawy przedsiębiorcze wśród studentów kierunku ekonomia Akademii Ekonomicznej w Krakowie. Analiza wyników badań. W: P. Wachowiak, M. Dąbrowski, B. Majewski (red.), *Kształtowanie postaw przedsiębiorczych a edukacja ekonomiczna.* Warszawa: Fundacja Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych.
- Turowski, J. (2001). *Socjologia. Małe struktury społeczne.* Lublin: Towarzystwo Naukowe Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego.
- Wach, K., Rachwał, T. (2016). Badanie intencji przedsiębiorczych młodego pokolenia: wyniki ankiety zacji wśród studentów kierunków nieekonomicznych. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 12, 229–243.
- Wiatrak, A.P. (2003). Pojęcie przedsiębiorczości, jej cele i rodzaje. W: K. Jaremczuk (red.), *Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości – szanse i zagrożenia.* Tarnobrzeg: PWSZ, 26–38.

Anita Kulawiak, dr, adiunkt Uniwersytetu Łódzkiego, zatrudniona w Katedrze Geografii Regionalnej i Społecznej. Zainteresowania badawcze autorki oscylują wokół wielu problemów związanych z szeroko rozumianą geografiami społeczną oraz regionalną i dotyczą problematyki przedsiębiorczości zarówno od strony procesualnej (zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej, jej rozmieszczenia), jak i atrybutywnej – rozumianej jako cecha ludzka. W tym przypadku przedmiotem zainteresowania autorki są postawy przedsiębiorcze oraz motywy podejmowania własnej inicjatywy gospodarczej.

Anita Kulawiak, PhD, assistant professor at the University of Lodz, employed in the Department of Regional and Social Geography. The author's research interests oscillate around many problems related to broadly understood social and regional geography. First of all, they relate to the issues of entrepreneurship both in terms of processes (establishing and running a business), its spatial diversity and factors determining its distribution, but also attributive entrepreneurship understood as a human trait. In this case, the author is interested in entrepreneurial attitudes and motives for starting one's own economic initiative. Apart from the issues of entrepreneurship, the author's works also oscillate around issues related to the city's public space, market squares and territorial identity.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7458-0330>

Adres/Address:

Uniwersytet Łódzki
Katedra Geografii Regionalnej i Społecznej
ul. Kopcińskiego 31
90-142 Łódź, Poland
e-mail: anita.kulawiak@geo.uni.lodz.pl

JACEK BRDULAK

Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Polska ■ SGH Warsaw School of Economics, Poland

EWELENA FLORCZAK

Uczelnia Łazarskiego, Warszawa, Polska ■ Lazarski University, Warsaw, Poland

TOMASZ GARDZIŃSKI

Uczelnia Łazarskiego, Warszawa, Polska ■ Lazarski University, Warsaw, Poland

Prospołeczność w gospodarce jako czynnik zmian współczesnej ekonomii

Prosociality in the economy as a factor of changes in contemporary economics

Streszczenie: Artykuł dotyczy problematyki zmian zachodzących we współczesnej ekonomii. Autorzy stawiają tezę, że ekonomia humanizuje się i poszukuje nowego ładu w kreowaniu rozwoju społeczno-gospodarczego. Na początku autorzy określają uwarunkowania współczesnego kapitalizmu i przedstawiają jego cechy w kontekście zjawiska globalizacji. Następnie autorzy wprowadzają zagadnienie kosztów ograniczeń kapitalizmu. Istotą artykułu jest problematyka prospołeczności w gospodarce kapitalistycznej w świetle zmian paradygmatu w ekonomii. Wprowadzanie aspektu prospołeczności jest związane ze zmianą paradygmatu w ekonomii. W tym kontekście przedstawione zostały m.in. przedsiębiorstwo społeczne i społeczna gospodarka rynkowa jako kierunek zmian w postrzeganiu rynku i działalności gospodarczej. Jak wskazują autorzy, wzrost roli prospołeczności w gospodarce osłabi występujące konflikty życia społeczno-gospodarczego, może przyczynić się do redukcji napięć kapitalistycznych stosunków produkcji i – zarazem – do systematycznej redukcji kosztów globalnej gospodarki oraz życia społecznego.

Abstract: The article deals with the issues of changes taking place in modern economics. The authors argue that the economy is humanising and is looking for a new order in creating socio-economic development. First, the authors define the conditions of contemporary capitalism. Its features are presented in the context of the phenomenon of globalisation. Next, the issue of the cost of constraints of capitalism is introduced. The essence of the article is the issue of prosociality in the capitalist economy in the light of paradigm changes in the economy. Introducing the aspect of prosociality is associated with a paradigm shift in economics. In this context, social enterprise and social market economy were presented as a direction of changes in the perception of the market and economic activity. As the authors point out, the increased role of prosociality in the economy will weaken the existing conflicts in social and economic life, may contribute to the reduction of tensions in capitalist production relations and, at the same time, to the systematic reduction of the costs of the global economy and social life.

Słowa kluczowe: kapitalizm; paradygmat w ekonomii; przedsiębiorstwo społeczne; społeczna gospodarka rynkowa

Keywords: capitalism; paradigm in economy; social enterprise; social market economy

Otrzymano: 15 października 2020

Received: 15 October 2020

Zaakceptowano: 13 maja 2021

Accepted: 13 May 2021

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Brdulak, J., Florczak, E., Gardziński, T. (2021). Prospołeczność w gospodarce jako czynnik zmian paradygmatu współczesnej ekonomii. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 17(1), 153–164. <https://doi.org/10.24917/20833296.171.12>

Wstęp

Mamy możliwość, a może także przywilej, obserwacji niezwykle ciekawych, coraz bardziej skutkujących w nie zawsze pozytywny sposób procesów rozwoju życia społeczno-gospodarczego. W wymiarze osobistym, lokalnym, regionalnym, międzynarodowym i ostatecznie – globalnym ludzkość szybko rozwija się ilościowo, ale jednocześnie postęp naukowo-techniczny pozwala nam coraz lepiej komunikować się ze sobą. Rośnie globalna świadomość społeczna i przestrzenna pojawiających się napięć rozwojowych. Życie społeczno-gospodarcze wokół nas staje się coraz bardziej skomplikowane i ciągle przyspiesza. Globalizacja jest coraz bardziej nieograniczonym ruchem: ludzi, kapitału, czynników produkcji, towarów, usług, technologii, informacji, wiedzy i idei (Kuciński, 2015: 453). W wymiarze ekonomicznym zjawisko to jest definiowane jako „proces poszerzenia i pogłębienia się współzależności między krajami i regionami wskutek rosnących przepływów międzynarodowych oraz działalności korporacji transnarodowych, co prowadzi do jakościowo nowych powiązań między firmami, rynkami i gospodarkami” (Liberska, 2002: 20). Wydaje się, że tylko jakiś niewyobrażalny kataklizm mógłby zakłócić te procesy (np. globalny konflikt termonuklearny, katastrofa kosmiczna, pandemia). Biorąc pod uwagę te zagrożenia, autorzy stawiają tezę, że ekonomia humanizuje się i poszukuje nowego ładu w kreowaniu rozwoju społeczno-gospodarczego. Przejawia się to zarówno w specyfice uwarunkowań współczesnego kapitalizmu, jak i w postępujących przejawach prospołeczności w naukach ekonomicznych oraz w praktyce gospodarczej.

Uwarunkowania współczesnego kapitalizmu

Siłą sprawczą globalizacji procesów społeczno-gospodarczych pozostają kapitalistyczne stosunki produkcji. Jeżeli nawet są na świecie kraje, które deklaratywnie uważają, iż ich gospodarek to nie dotyczy (Korea Płn., Wenezuela, Kuba), to mają one obecnie jedynie charakter względnie izolowanych enklaw społeczno-gospodarczych. W związku z dynamicznie zmieniającą się sytuacją kapitalizm staje przed poważnymi wyzwaniami rozwojowymi, które w najbliższej przyszłości przesądzą o jakości życia ludzkości. Poszukiwanie dróg rozwoju kapitalizmu oraz sposobów jego społecznie akceptowanego rekonfigurowania wywołuje coraz większe zainteresowanie naukowców i praktyków gospodarczych (Brdulak, Florczak, Gardziński, 2019a: 66–87; Brdulak, Florczak, Gardziński, 2019c: 74). Chodzi przy tym o identyfikację najważniejszych zagrożeń rozwojowych i poszukiwanie racjonalnych sposobów przeciwdziałania ich negatywnym skutkom.

Cechą współczesnego kapitalizmu jest długookresowe utrzymywanie się strukturalnej nadpodaży produkcji. Dotyczy to centrów aktywności gospodarczej w Europie Zachodniej, Ameryce Północnej i na Dalekim Wschodzie, w tym w Japonii, Korei Płd., a także Chin. W globalnej gospodarce wykształciła się kategoria nadwyżki ekonomicznej, która oznacza różnicę między tym, co wytwarza społeczeństwo, a ilością produkcji koniecznej do reprodukcji tegoż społeczeństwa (Wrenn, 2018: 149). Cykl akumulacji napędza wszystkie systemy kapitalistyczne i dzieje się to paradoksalnie przy głębokim zróżnicowaniu warunków egzystencjalnych społeczeństw. W interesie przedsiębiorstw leży nieustanne rozszerzanie produkcji. Kapitał pozwala zarobić, jeżeli jest dobrze wydawany. Nie ma obecnie większych ograniczeń przy zdobywaniu przez przedsiębiorstwa, a szczególnie korporacje transnarodowe, finansowych środków inwestycyjnych. Czynnikiem sprzyjającymi inwestycjom są, obok finansjeryzacji życia gospodarczego, także postęp naukowo-techniczny, rozwój technologii, robotyzacja i automatyzacja procesów wytwórczych, ich wirtualizacja redukująca koszt odległości przestrzennej, brak większych barier współpracy międzynarodowej.

Występowanie nadwyżki ekonomicznej prowadzi do strukturalnej nierównowagi między mocami wytwórczymi a granicami konsumpcji. W społeczeństwach bogatych i średnio zamożnych obserwujemy swoiste przesuwanie kapitału z bezpośrednich inwestycji produkcyjnych w sferę usług mających zapewnić zbywalność wytwarzanych produktów (marketing z agresywną reklamą i promocją, obsługa konsumencka, kształtowanie wzorców konsumpcji i in.). Jak podaje współczesna literatura naukowa, nadwyżka ekonomiczna „podważa zarazem podstawowe założenia porządku neoliberalnego, który przyjmuje racjonalne dostosowanie się aktywności gospodarczej do wymogów rynku i kształtujących się na nim cen. Okazuje się, że ani nie jesteśmy tak racjonalni w decyzjach produkcyjno-inwestycyjnych, ani ruch cen nie przebiega bez ingerencji producentów [...]” (Brdulak, Florczak, Gardziński, 2019b: 75). Jeżeli dodać do omawianych faktów opóźnienia i trudności w kosztownym ograniczaniu mocy wytwórczych, to oznacza, że gospodarka kapitalistyczna w skali globalnej boryka się od wielu lat z problemem stagnacji. Wiąże się to z wysokim stopniem jej monopolizacji, a raczej – oligopolizacji, co dodatkowo utrwała utrzymywanie się dysproporcji rozwojowych globalnej gospodarki (por. Palley, 2012).

Problemy nadwyżki ekonomicznej, marnotrawstwa, stagnacji i utrzymujących się dysproporcji rozwojowych globalnej gospodarki są ściśle związane z innymi narastającymi problemami rozwojowymi świata. Wzrastająca konsumpcja w najzamożniejszych państwach nabiera cech marnotrawczego konsumpcjonizmu. Rozwój produkcji wymaga zasobów, a te są ograniczone i już zaznaczają się dotkliwe ich deficyty (np. brak metali rzadkich, niezbędnych w najnowocześniejszych dziedzinach wytwórczości przemysłowej). Typ zasobowego wzrostu gospodarczego, w którym kraje opierają swoją przewagę konkurencyjną na eksploatacji surowców mineralnych lub rozległych areałów rolnych, przechodzi powoli do historii. Zależy nam na inwestycyjnym i przede wszystkim innowacyjnym wzroście gospodarczym, ale jednocześnie T. Piketty zwraca uwagę na rosnącą rolę w bogatych społeczeństwach tzw. wzrostu dobrobytowego. Polega on na wykorzystywaniu skumulowanego historycznie i pokoleniowo bogactwa (Piketty, 2015: 749), a nie na tworzeniu inwestycyjnym nowych miejsc pracy i szybszego zwiększania produktu krajowego brutto (PKB). Ten typ wzrostu gospodarczego nie należy do najbardziej efektywnych i niestety zbyt często utrwała konsumpcjonistyczny, egoistyczny społecznie model życia.

Uspołecznienie kosztów ograniczeń kapitalizmu

Przewycięzanie współczesnych ograniczeń kapitalizmu można ostatecznie sprowadzić do swoistego, wspólnego mianownika, którym pozostaje jakość kapitału ludzkiego. Wyraża się ona w kulturze, a więc zachowaniu ludzkim, świadomości otaczających uwarunkowań, wiedzy, nagromadzonych doświadczeniach, inteligencji – w tym emocjonalnej, przedsiębiorczości, umiejętnościach komunikacyjnych, gotowości do partycypacji w zmianach. Te czynniki i wiele innych umykały przez setki lat uwadze naukowców próbujących zrozumieć rzeczywistość gospodarczą i zamykających ją w modelowych uproszczeniach. Ludzie traktowani byli w procesach wytwórczych i zarządczych jako reprodukcją się siła robocza, stawali się elementem taśmy produkcyjnej, konkurowali z maszynami. Druga połowa ubiegłego wieku przyniosła największe, wprost wstydlive odkrycie. To człowiek jest hegemonem, to on swoimi decyzjami buduje stosunki rynkowe i nadaje kształt różnym odmianom kapitalizmu. Nie ma żadnych uniwersalnych praw ekonomicznych (Drucker, 1994). Ludzie wypełniają decyzjami lepsze lub gorsze propozycje intelektualne naukowców i czasami udaje się je praktycznie zweryfikować. Najczęściej jednak bywamy zaskakiwani przejawami praktyki społeczno-gospodarczej.

Obecny wiek przynosi potwierdzenie powyższych, rewolucyjnych konstatacji. Obserwujemy humanizację ekonomii. Dokonuje się ona wielopłaszczyznowo. Przedmiotem poważnych analiz staje się sama praca ludzka. W niedalekiej przyszłości prawdopodobnie będziemy inaczej pracować i nie wszystkie zmiany muszą oznaczać redukcję miejsc pracy, robotyzację lub automatyzację procesów wytwórczych, czy też narastanie obaw przed zmianami. Należy sądzić, że zmiany rynków pracy w skali globalnej będą przyspieszać (Dirksen, 2018: 1–6). Głębokie zmiany dokonują się w praktycznej sferze podejmowania decyzji zarządczych. Skoro w życiu społeczno-gospodarczym decyzje są domeną ludzi z ich nieprzewidywalnością, emocjami, kulturowymi wyobrażeniami, to praktyka gospodarcza uwarunkowana jest przede wszystkim czynnikami pozaekonomicznymi, takimi jak: kultura, psychologia, psychologia społeczna, polityka społeczna i gospodarcza, socjologia. Skutki podejmowania decyzji gospodarczych i konkurencyjność związana z ich jakością zmuszają do uwzględniania szeroko rozumianych uwarunkowań humanistycznych, behawioralnych (por. Leśniewski, 2015: 1–256; Miroński, 2013: 1–190).

Prospołeczność w gospodarce kapitalistycznej w świetle zmian współczesnej ekonomii

Nawiązując do poprzednich rozważań, kluczowym problemem w niniejszym artykule jest element prospołeczności podmiotów gospodarczych odpowiadających na wspomniane konflikty i napięcia gospodarcze. W literaturze odnosimy się obecnie do takich pojęć, jak ekonomia społeczna, społeczna gospodarka rynkowa, przedsiębiorstwa społeczne, społeczna odpowiedzialność biznesu, ekonomia wartości, ekonomia współdzielenia. Wszystkie te pojęcia i zagadnienia mają wspólny mianownik, mianowicie akcentują podmiotowość człowieka jako uczestnika procesów społeczno-gospodarczych. Na przestrzeni lat perspektywa nauki ekonomicznej stale się zmieniała. Mowa tu o zmianach w głównych założeniach ekonomii, umiejscowienia w jej analizach problemu produkcji, konsumpcji, inwestycji, podmiotów gospodarujących, a także znaczenia uwarunkowań otoczenia gospodarczego i umiejscowienia społecznych elementów i interpretacji zjawisk ekonomicznych.

Odnosząc się krótko do historycznych zmian w założeniach ekonomii, należy zauważyć, że w epoce merkantylizmu celem działalności gospodarczej była produkcja. Merkantyści akcentowali powiększanie bogactwa narodów przez eksport w wymianie handlowej. A. Smith – przedstawiciel szkoły klasycznej analizował w głównej mierze wzrost gospodarczy i rynki konkurencyjne. D. Ricardo w znacznej części swoich analiz zajmował się problemem podziału dochodu. Już za czasów J.S. Milla, w II poł. XIX w., w epoce rozwoju humanistyki zaznacza się rozróżnienie na ekonomię pozytywną i normatywną. Z kolei K. Marks zwracał uwagę na centralizację kapitału w ręku coraz to mniejszej liczby osób. Twórcy ekonomii neoklasycznej W.S. Jevons, C. Menger, L. Warla, opierali się na analizie marginalnej w teorii popytu i rozwijali zagadnienie użyteczności krańcowej. Natomiast już A. Marshall starał się połączyć metody matematyczne z określonym kontekstem historycznym, aby stworzyć narzędzie badawcze przynoszące użyteczność w zmieniających się czasach. Twierdził, że również jego rozwiązania staną się nieaktualne, ponieważ powstają nowe teorie adaptujące się do zmian społeczno-gospodarczych (Landreth, Colander, 2005: 310). Kolejnym etapem w rozwoju założeń ekonomii była szkoła instytucjonalna i heterodoksyjna krytyka ekonomii neoklasycznej, która interpretuje zjawiska gospodarcze w wielu aspektach (społecznych, politycznych, psychologicznych, historycznych itp.). Jej przedstawicielami są m.in. J. Schumpeter, M. Kalecki, F.A. Hayek, L. Mises i J.K. Galbraith.

W przedstawionej analizie widoczne jest, iż im bliżej czasów współczesnych, tym bardziej doceniany jest element podmiotowości człowieka i uwzględniania czynników pozaekonomicznych wpływających na funkcjonowanie jednostek gospodarczych. Jest to tak znaczące, iż wpływa na zmiany paradygmatu w naukach ekonomiczno-społecznych.

Jak zaznacza się w literaturze naukowej, paradygmatu danej dziedziny nie podważa się, dopóki właściwie określa, definiuje ten aspekt rzeczywistości, którego dotyczy. Stawiane są zatem pytania o to, w jakim stopniu ekonomia jako nauka społeczna właściwie przedstawia działalność człowieka w ramach zjawisk społeczno-gospodarczych oraz w jakim stopniu współczesne teorie ekonomii właściwie określają świat i rzeczywistość społeczno-gospodarczą (Filek, 2017: 48). Z całą pewnością należy zaznaczyć wprowadzenie praw człowieka i obywatela w obszar życia gospodarczego. Wyjaśnić to można na przykładzie różnic, które warunkują działalność przedsiębiorstw komercyjnych i tzw. przedsiębiorstw społecznych (czyli nastawionych na realizację celu społecznego) (Brdulak, Florczak, 2016: 29):

1. **Motywy powstania:** Przedsiębiorstwo społeczne cechuje się tym, iż powoływane zostaje z powodu i dla celów społecznych, do realizowania zmiany społeczno-ekonomicznej otoczenia. W przypadku przedsiębiorstw komercyjnych motywem powstania są względy maksymalizacji zysku i ekspansji rynkowych.
2. **Misja:** Dla przedsiębiorstw społecznych realizowanie celów społecznych jest jednoznacznie połączone z misją przedsiębiorstwa, a zysk jest narzędziem do realizacji tych celów. Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw komercyjnych jest nierzadko działaniem akcesoryjnym, mającym na celu również względy marketingowe prowadzące do maksymalizacji zysków finansowych przedsiębiorstwa.
3. **Podwójny rachunek wartości ekonomiczno-społecznej:** Przedsiębiorstwa społeczne dążą do realizacji zysków mających parametry społecznej użyteczności i społecznego oddziaływania pośredniego i bezpośredniego.

4. **Ostateczny cel:** Cele w przypadku przedsiębiorstw społecznych i przedsiębiorstw komercyjnych różnią się akcentami. Dla przedsiębiorstw społecznych priorytetem jest cel społeczny, przy pomocniczym procesie realizacji zysków. Przedsiębiorstwa komercyjne dążą do realizacji celów finansowych, uzupełniając ten cel względami społecznymi.

Działalność przedsiębiorstw jest jednym z przejawów prospołeczności w gospodarce. W kontekście szerszego spektrum prospołeczności we współczesnej praktyce ekonomicznej akcentuje się również rolę społecznej odpowiedzialności biznesu. Ewolucja społecznej odpowiedzialności biznesu polega na tym, że z jednej strony odnosi się do działalności przedsiębiorstwa indywidualnie ujętej na podstawie jego strategii, struktury klientów, interesariuszy, branży, w której funkcjonuje, ale z drugiej strony obserwujemy szersze odwoływanie się do ogólnego poziomu rozwoju społeczno-gospodarczego w ramach założeń koncepcji zrównoważonego rozwoju (Brdulak, Florczak, 2016: 29).

W dyskusji na temat paradygmatu ważna jest koncepcja Kuhna, dla którego zmiana paradygmatu wiąże się nie tylko z jakościową zmianą w dziedzinach nauki, ale także z wzbogaceniem teorii o nowe fakty i nowe ich ujęcie, czyli teorie. Zmiana paradygmatu dotyczy więc właściwego, aktualnego dostosowania nauki do opisywanej rzeczywistości. Obserwowanie współczesnej prospołeczności w gospodarce polega na dostrzeganiu zmian przede wszystkim jakościowych i świadomościowych w prowadzeniu działalności gospodarczej. Już nie tylko jest to działalność nastawiona na maksymalizację zysków i uwzględnianie jedynie ekonomicznych czynników kształtujących rynek. Tak jak kluczową koncepcją liberalizmu ekonomicznego jest indywidualizm metodologiczny, tak społecznotwórcza rola podmiotów gospodarczych polega nie tylko na produkcji dóbr i usług, ale też na pewnym udziale w rozwiązywaniu problemów społecznych.

Ważne stanowisko w tej sprawie zajmuje G. Kołodko, którego zdaniem „Ekonomia w dotychczasowej ortodoksyjnej postaci (ekonomia głównego nurtu) wyczerpuje swoje możliwości poznawcze i aplikacyjne. Ekonomia w jej ujęciu poznawczym w zasadzie dotyczy przeszłości, natomiast problemy, które ma rozwiązać, rodzą się współcześnie i oddziałują na przyszłość” (Kołodko, 2017: 59). Szczególnie istotne są tu dwie kwestie. Po pierwsze, w tzw. starej ekonomii czynniki pozaekonomiczne nie były ujmowane jako znaczące dla naukowych założeń i nie wchodziły w zakres analiz metodologicznych. Po drugie, starą ekonomię tworzyły gospodarki narodowe – systemy gospodarcze w dużym stopniu odrębne i niezależne od siebie, nieuwzględniające globalizacyjnych zależności i uwarunkowań społeczno-gospodarczych, które globalizacja implikuje. Dlatego duże znaczenie ma bieżąca analiza praktyki gospodarczej w celu dostosowania narzędzi i założeń badawczych do współczesnych trendów i zachowań w środowisku społeczno-gospodarczym. Z tego też względu założenia ekonomii w rozumieniu nowego pragmatyzmu powinny dążyć do tworzenia struktury społeczno-gospodarczej opartej na zasadach zrównoważonego rozwoju, w ujęciu ekonomicznym, społecznym i ekologicznym. W tym znaczeniu ekonomia staje się nauką różnokierunkową i wielopłaszczyznową.

Ciekawy kierunek interpretacji współczesnych przemian i kształtowania się nowego paradygmatu wprowadziła analiza tzw. megatrendów. Za twórcę tego pojęcia uznaje się J. Naisbitta, który w publikacji z 1982 r. określił 10 zjawisk oraz procesów społecznych i gospodarczych zachodzących w amerykańskiej gospodarce, a będących początkiem istotnych zmian w życiu społeczno-gospodarczym:

- od społeczeństwa przemysłowego do społeczeństwa informacyjnego; przemiany te wiązały się z aktywnym uczestnictwem poszczególnych jednostek społeczeństwa, a także z oparciem rozwoju na wiedzy i innowacji,
- od technologii siłowej do ultratechnologii/ultrastyku, gdzie istotnego znaczenia nabierają reakcje i relacje społeczne,
- od gospodarki narodowej do gospodarki globalnej, czyli gospodarki powiązanej z innymi państwami ekonomicznie, a także społecznie i kulturowo,
- od myślenia krótkofalowego do długookresowego, a także myślenia wielopłaszczyznowego,
- od centralizacji do decentralizacji, a także oddolnej społecznej organizacji,
- od pomocy zinstytucjonalizowanej do samopomocy – jest to związane również z rozwojem przedsiębiorczości społecznej,
- od demokracji przedstawicielskiej do uczestniczącej i zwiększonej bezpośredniej partycypacji społeczeństwa obywatelskiego,
- od hierarchii do sieci, zarówno w życiu gospodarczym, jak i społecznym,
- z Północy na Południe, co związane jest z otwieraniem się na dotychczas separowane obszary na świecie,
- od schematu „albo-albo” do wielokrotnego wyboru, i łączenia wielu celów i motywów (Naisbitt, 1982).

Megatrendy, zwane też trendami globalnymi, ogólnosięciowymi czy cywilizacyjnymi, wpływają na zmiany jakościowe w wymiarze ekonomicznym, społecznym, socjologicznym lub strukturalnym. Ponadto zaobserwować można zmiany w specyfice aktywności podmiotów gospodarujących (zarówno przedsiębiorstw, jak i gospodarstw domowych i konsumentów). W związku z tym niezaprzeczalny jest fakt, że współczesna metodologia badawcza ekonomii powinna z jednej strony uwzględnić te uwarunkowania, a z drugiej strony tak zmodyfikować narzędzia i metody badawcze, aby właściwie rozpoznawały zależności przyczynowo-skutkowe w dzisiejszej przestrzeni społeczno-gospodarczej. Niewątpliwie znaczenie ma tutaj rozwój nurtu ekonomii instytucjonalnej. W opinii instytucjonalistów, z T. Veblenem na czele, aktywność jednostek – w ujęciu ekonomicznym – jest ściśle powiązana z uwarunkowaniami społecznymi i kulturowymi. Nawet sformalizowane zasady i działania, czy legislacyjne reguły funkcjonowania, mają swoje źródło w otoczeniu społecznym, a normy społeczne, wartości i zwyczaje wpływają na sposób kształtowania kultury organizacji. W związku z tym instytucje społeczne, czyli sposoby, mechanizmy myślowe czy schematy określania zjawisk, które kierują ludzkim życiem, pochodzą z przeszłości. Tutaj pojawia się kolejne wyzwanie dla stworzenia właściwego aparatu zależności między praktyką gospodarczą a teoriami ekonomii odnoszącymi się do jej funkcjonowania – zarówno w aspekcie pozytywnym, jak i normatywnym. Zdaniem D.C. Northa, „wzrost idący w parze z rozwojem jest możliwy tylko wówczas, gdy społeczeństwo posiada zdolność do tworzenia norm współpracy i prezentuje postawy kreatywności” (North, 1997: 6).

Jak podaje literatura przedmiotu, powodem wyłaniania się instytucji jest określony sposób reagowania jednostek i społeczeństw na zmieniające się uwarunkowania życia społeczno-gospodarczego (Miszewski, 2018: 85). Dlatego ważnym elementem faz rozwoju i zmian systemu instytucjonalnego jest „dojrzewanie i starzenie się” instytucji. Proces ten ma obiektywny, oddolny, naturalny wymiar. W tym kontekście warto zwrócić uwagę na zmiany o charakterze społecznym, które mają wpływ na działalność gospodarczą

– dotyczy to prospołecznej roli państwa, prospołecznych motywów aktywności gospodarczej przedsiębiorstw i prospołecznej postawy gospodarstw domowych i konsumentów.

Zmiana ujęcia prospołeczności dotyczy wymiarów gospodarowania. I tak np. zmiana podejścia środowiska i otoczenia społecznego do kwestii społecznej odpowiedzialności biznesu doprowadziła do przekierowania debaty z dyskusji na temat celowości idei CSR, na kwestie rzeczywistych zachowań i aktywności jednostek gospodarczych. W konsekwencji w miejsce doktryny społecznej odpowiedzialności biznesu pojawiła się koncepcja społecznego reagowania (*corporate social responsiveness* – CRS2), a następnie koncepcja społecznego wkładu (*corporate social performance* – CSR3). W wymiarze teorii ekonomii odnieść się można do ekonomii behawioralnej i jej definicji zaproponowanej przez M. Nogę: „Ekonomia behawioralna wszystkie prawa i kategorie ekonomii głównego nurtu analizuje przez filtr wyników badań (praw) socjologii i psychologii, co powoduje, że odkrywane są nowe prawa ekonomiczne lub/i modyfikowane są «stare» prawa ekonomiczne. W ten sposób powstaje nowy zmodyfikowany paradygmat ekonomii głównego nurtu” (Noga, 2017: 48). Podsumowując, człowiek i jednostki gospodarcze w swojej aktywności zdeterminowane są istniejącymi w społeczeństwie i gospodarce: kulturą, instytucjami, nieformalnymi i formalnymi ograniczeniami.

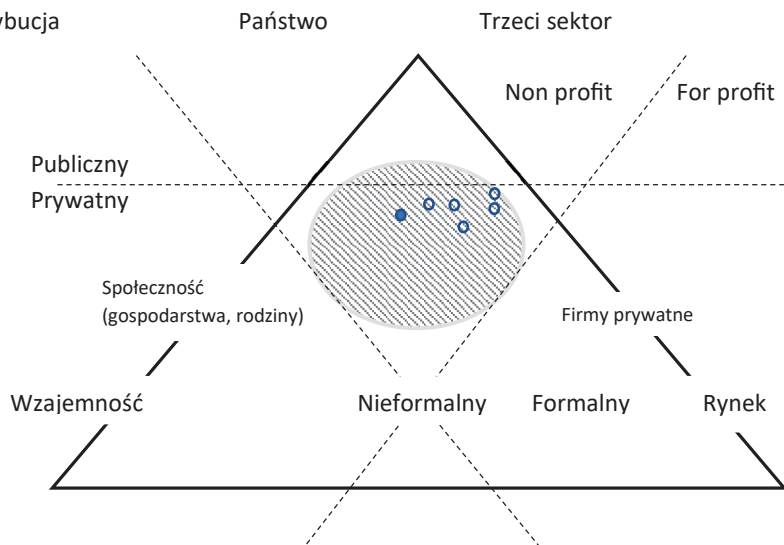
Przedsiębiorstwo społeczne i społeczna gospodarka rynkowa jako kierunek zmian w postrzeganiu rynku i działalności gospodarczej

Na zmiany w paradygmacie ekonomii wpływają bieżąca praktyka gospodarcza, a także uwarunkowania i bodźce, które oddziałują na kierunek jej rozwoju. Autorzy w tym zakresie zwracają uwagę na zjawisko występowania prospołeczności w postaci przedsiębiorstwa społecznego i gospodarki społecznej. Wzrost roli prospołeczności w gospodarce osłabi występujące konflikty życia społeczno-gospodarczego, może przyczynić się do redukcji napięć kapitalistycznych stosunków produkcji i zarazem do systematycznej redukcji kosztów globalnej gospodarki oraz życia społecznego.

Europejską definicję podaje J. Defourny, dla którego przedsiębiorstwo społeczne to działalność gospodarcza, która wyznacza sobie cele ściśle społeczne i która inwestuje ponownie nadwyżki zależnie od tych celów w działalności lub we wspólnotę, zamiast kierować się potrzebą osiągnięcia maksymalnego zysku na rzecz akcjonariuszy lub właścicieli (Defourny, 2008: 13). Koncepcja przedsiębiorstwa społecznego w tym ujęciu rozpatrywana jest z punktu widzenia trzech biegunów, tj. państwa, rynku i społeczeństwa obywatelskiego, w którym zachodzą interakcje prowadzące do utworzenia przedsiębiorstwa społecznego generujące relacje „wzajemności” (rycina 1).

Zmiany paradygmatu w interpretacji ekonomii dotyczą zarówno celów funkcjonowania podmiotów gospodarczych, jak również systemu relacji w budowaniu przestrzeni rynkowej. Nietrwałość neoliberalnego paradygmatu dwubiegunowego (rynek-państwo) uformowała optykę, gdzie aktorami jest tylko rynek i państwo (rycina 1). Jak słusznie zauważa C. Borzaga, rynkowi powierzona była rola produkcji i alokacji dóbr prywatnych, a następnie dystrybucji zasobów zgodnie z zasadą wkładu indywidualnego, [...] a państwo było odpowiedzialne za produkcję dóbr publicznych i dóbr, których nie mógł wytworzyć rynek, z czego często jak wiemy nie mogło się wywiązać, [...] dlatego też potrzebny jest nowy paradygmat, który umiejscowi obywatelskie działania na rzecz dobra ogólnego obok działań państwa, rynku i rodziny (Borzaga, 2007: 81–92). W zmianie paradygmatu

Rycina 1. Miejsce przedsiębiorstw społecznych w gospodarce



Źródło: Defourny (2008: 85)

może pomóc kluczowy motyw działania przedsiębiorczego, zwłaszcza przedsiębiorczości społecznej, którym jest misja. Jak potwierdza P. Drucker: „Organizacje istnieją dzięki swej misji i dla niej. Istnieją po to, by zmienić coś w społeczeństwie, w życiu jednostki. Istnieją, bo istnieje ich misja” (Drucker, 1995: 59). Stąd w polskiej literaturze definicja przedsiębiorstwa społecznego jako organizacji lub innego przedsięwzięcia, dążących do realizacji misji społecznej przez działanie przedsiębiorcze, zorientowane na wypracowanie własnego dochodu (Herbst, 2008: 9–10).

Przedsiębiorstwo społeczne usytuowane jest w ordoliberalnym ładzie jako „subład” – ekonomii (gospodarki) społecznej. W tym miejscu przedsiębiorstwo społeczne według J. Hausnera, N. Laurisza i S. Mazura jest kluczowym ogniwem ekonomii społecznej, ponieważ jego funkcją nie jest tylko wytwarzanie określonych dóbr i usług, ale też mobilizacja kapitału społecznego, generowanie innowacyjności oraz poszerzanie rynku przez włączanie do uczestnictwa w nim osób dotychczas wykluczonych. Mimo że jest ono częścią gospodarki rynkowej, to jednak lokuje swoją misję i cele poza rynkiem (Florczak, 2016: 27–38; Hausner, Laurisz, Mazur, 2007: 9). Cel przedsiębiorstwa rynkowego również leży poza rynkiem, tj. poza obrębem swojego biznesu. Jak podaje Drucker: musi on leżeć w samym społeczeństwie, skoro przedsiębiorstwo jest organem społeczeństwa. Stąd jedyna poprawna definicja celu biznesu to „tworzenie klienteli”. Umieszczenie przedsiębiorstwa społecznego i zależności pomiędzy społeczeństwem obywatelskim, ekonomią społeczną a gospodarką rynkową obrazuje rycina 1, gdzie istotne jest zastrzeżenie, że nie można utożsamiać podmiotów ekonomii społecznej z organizacjami pozarządowymi. Trzeci sektor obejmujący tu zasięgiem organizacje pozarządowe jest obszarem konwergencji koncepcji sektora niedochodowego (*non profit*) i gospodarki społecznej. Gospodarka społeczna stanowi nowe narzędzie rozwoju społeczno-gospodarczego na szczeblu lokalnym, komplementarne wobec sektora prywatnego i publicznego. Instytucje

gospodarki społecznej, m.in. organizacje obywatelskie i spółdzielczość, przyczyniają się do tworzenia nowych usług i nowych miejsc pracy w ramach przedsięwzięć łączących w sobie ekonomiczne i społeczne aspekty aktywności obywatelskiej.

W ostatnich latach obserwujemy również zmianę w sposobie postrzegania gospodarki rynkowej. Zmiana ta jest spowodowana nowymi rozwiązaniami instytucjonalnymi w powoływaniu podmiotów gospodarki społecznej. W przypadku przedsiębiorstw społecznych i podmiotów gospodarki rynkowej obserwujemy znaczną różnorodność form odnoszących się do aspektów organizacyjno-prawnych (i zakresu ich działalności), uwarunkowaną przyjętymi rozwiązaniami prawnymi, sytuacją społeczno-gospodarczą, jak również tradycją. Dlatego tak ważną rolę odrywa identyfikacja w praktyce gospodarczej podmiotów realizujących cele społeczne i funkcjonujących w oparciu o pozarynkowe uwarunkowania.

Zakończenie

Artykuł miał na celu zdiagnozowanie problemu zmian w naukach ekonomicznych, które są współczesną odpowiedzią na problemy życia społeczno-gospodarczego. Biorąc pod uwagę skomplikowanie zjawisk gospodarczych i ich uwarunkowań, autorzy stawiają tezę, że ekonomia humanizuje się i poszukuje nowego ładu w kreowaniu rozwoju społeczno-gospodarczego. Przejawia się to zarówno w specyfice uwarunkowań współczesnego kapitalizmu, jak i w postępujących przejawach prospołeczności w naukach ekonomicznych oraz w praktyce gospodarczej. Niezaprzeczalny jest fakt podążania we współczesnych naukach ekonomicznych w kierunku wartości jakościowych i rozwiązywania problemów społecznych zarówno w przestrzeni makro-, jak i mikroekonomicznej. W kontekście takich potrzeb została zaproponowana formuła przedsiębiorstwa społecznego i gospodarki społecznej jako zjawisk gospodarczych, które mogą wpłynąć zarówno na praktykę gospodarczą, jak i na kierunki rozwoju myśli ekonomicznej. Poszukiwanie prospołeczności w ekonomii wymaga przeprowadzania badań w skali makro- i mikroekonomicznej, a także w różnych obszarach życia gospodarczego. Niniejszy artykuł nie wyczerpuje w pełni wyodrębniającego się tematu prospołeczności, dlatego autorzy zamierzają kontynuować rozważania naukowe, badania empiryczne i obserwację praktyki gospodarczej przedstawionej problematyki. Wyrażają jednocześnie nadzieję, że postawiona na wstępie teza została udowodniona, a ranga sygnalizowanego problemu humanizacji ekonomii stanowić będzie przesłankę dalszej dyskusji naukowej.

Literatura

References

- Borzaga, C. (2007). Nowe trendy w partycypacji obywatelskiej: rosnąca rola zachowań społecznie odpowiedzialnych w konsumpcji, oszczędzaniu i produkcji. *Zeszyty Gospodarki Społecznej*, 2, 79–100.
- Brdulak, J., Florczak, E. (2016). *Uwarunkowania działalności przedsiębiorstw społecznych w Polsce*. Warszawa: Oficyna Uczelni Łazarskiego w Warszawie.
- Brdulak, J., Florczak, E., Gardziński, T. (2019a). The Socialization of Capitalism through Social Enterprises. *International Journal of Small and Medium Enterprises and Business Sustainability*, 2(4), 68–87.

- Brdulak, J., Florczak, E., Gardziński, T. (2019b). Uspołecznienie kapitalizmu w Europie Środkowo-Wschodniej. *Mysł Ekonomiczna i Polityczna*, 1(64), 61–77.
- Defourny, J. (2005). Przedsiębiorstwo społeczne w poszerzonej Europie: koncepcja i rzeczywistość. W: „*Ekonomia społeczna*” II Europejska Konferencja Ekonomii Społecznej, Kraków 2004: materiały (Ministerstwo Polityki Społecznej), Warszawa 2005, 43–65.
- Defourny, J. (2006). *Social Enterprises in Western Europe: Some Insights from the EMES Experience*. UNDP/EMES Regional Workshop on Social Enterprises in CEE and CIS. Brussels, December 11–12.
- Dirksen, U. (2018). *Die Zukunft der Arbeit beginnt jetzt!*. Friedrich–Ebert–Stiftung.
- Drucker, P.F. (1994). *Praktyka zarządzania*. Warszawa: „Nowoczesność” Sp. z o.o.
- Drucker, P.F. (1995). *Zarządzanie organizacją pozarządową. Teoria i praktyka*. Fundusz Współpracy. Program Phare Dialog Społeczny – NGOs, Warszawa.
- Filek, J. (2017). Czy koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu może być inspiracją dla nowego paradygmatu ekonomii?. W: E. Mączyńska, J. Sójka (red.), *Etyka i ekonomia. W stronę nowego paradygmatu*. Warszawa: PTE, 45–59.
- Florczak, E. (2016). Nierówności społeczno-ekonomiczne a cele przedsiębiorstwa społecznego. *Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie*, 4, 27–38.
- Hausner, J. (red.). (2008). *Przedsiębiorstwa społeczne w Polsce. Teoria i praktyka*, t. 4. Kraków: Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie.
- Hausner, J., Laurisz, N., Mazur, S. (2007). *Przedsiębiorstwo społeczne – konceptualizacja*. W: J. Hausner (red.), *Zarządzanie podmiotami ekonomii społecznej*, t. 2, Kraków: Małopolska Szkoła Administracji Publicznej Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie.
- Herbst, J. (2008). Wstęp – pole przedsiębiorczości społecznej. W: J. Dąbrowska (red.), *Od trzeciego sektora do przedsiębiorczości społecznej – wyniki badań ekonomii społecznej w Polsce*. Warszawa: Stowarzyszenie Klon/Jawor.
- Kołodko, G.W. (2017). Nowy pragmatyzm i jego znaczenie dla uczciwego gospodarowania. W: E. Mączyńska, J. Sójka (red.), *Etyka i ekonomia. W stronę nowego paradygmatu*. Warszawa: PTE.
- Kuciński, K. (red.). (2015). *Geografia ekonomiczna*. Warszawa: Oficyna Wolters Kluwer business.
- Landreth, H., Colander, D.C. (2021). *Historia myśli ekonomicznej*. Warszawa: PWE.
- Leś, E., Ołdak, M. (red.). (2007). *Przedsiębiorstwo społeczne w rozwoju lokalnym. Zeszyty Gospodarki Społecznej*, 2.
- Leśniewski, M.A. (2015). *Konkurencyjność miękką przedsiębiorstw*. Warszawa: Difin.
- Liberska, B. (red.). (2002). *Globalizacja. Mechanizmy i wyzwania*. Warszawa: PWE.
- Miroński, J. (2013). *Homo administratus, czyli człowiek w naukach o zarządzaniu*. Warszawa: SGH.
- Miszewski, M. (2018). Zmiana instytucjonalna a współczesne państwo. W: A. Ząbkowicz, M. Miszewski, P. Chmielnicki, S. Czech (red.), *Zrozumieć kapitalizm. Podejście ewolucyjno-instytucjonalne*. Sosnowiec: Oficyna Wydawnicza „Humanitas”.
- Naisbitt, J. (1982). *Megatrends. Ten New Directions Transforming Our Lives*. New York.
- Noga, M. (2017). *Neuroekonomia a ekonomia głównego nurtu*. Warszawa: Wydawnictwo CeDeWu.
- North, D.C. (1997). *Prologue*. W: J.N. Drobak, J.V. Nye, *The Frontiers of the New Institutional Economics*. San Diego.
- Palley, T.I. (2012). *From Financial Crisis to Stagnation*. Cambridge: Cambridge University.
- Piketty, T. (2015). *Kapitał w XXI wieku*. Warszawa: Wydawnictwo Krytyki Politycznej.
- Wrenn, M.V. (2018). *Absorpcja nadwyżki i marnotrawstwo w neoliberalnym kapitalizmie monopolistycznym*. W: G. Konat, P. Wielgosz (red.), *Realny kapitalizm. Wokół teorii kapitału monopolistycznego*. Warszawa: IW Książka i Prasa, 147–174.

Jacek Brdulak, dr hab., prof. Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, pracownik Kolegium Nauk o Przedsiębiorstwie. Zainteresowania naukowe: ekonomika transportu, rozwój przestrzenny infrastruktury technicznej gospodarki narodowej, gospodarka społeczna ze szczególnym uwzględnieniem roli przedsiębiorstw społecznych.

Jacek Brdulak, professor at the SGH Warsaw School of Economics in the Collegium of Business Administration. His research interests include: economics of transport, spatial development of technical infrastructure of national economy, socio-economy with particular emphasis on the role of social enterprises.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7881-1303>

Adres/Address:

Szkoła Główna Handlowa w Warszawie
Katedra Geografii Ekonomicznej
ul. Rakowiecka 24, budynek A
02-521 Warszawa, Poland
e-mail: jacek.brdulak@sgh.waw.pl

Ewelina Florczak, dr, wykładowca Uczelni Łazarskiego w Warszawie. Zainteresowania naukowe: polityka społeczno-gospodarcza, społeczna gospodarka rynkowa, przedsiębiorczość społeczna, zarządzanie projektami, zarządzanie jakością.

Ewelina Florczak, PhD, lecturer at the Lazarski University in Warsaw. Her research interests include: socio-economic policy, social market economy, social entrepreneurship, project management, quality management.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5958-7163>

Adres/Address:

Wydział Ekonomii i Zarządzania
Katedra Zarządzania i Marketingu
ul Świeradowska 43
02-662 Warszawa, Poland
e-mail: ewelina.florczak@gmail.com

Tomasz Gardziński, mgr, wykładowca akademicki Uczelni Łazarskiego w Warszawie. Zainteresowania naukowe: społeczna gospodarka rynkowa, przedsiębiorczość społeczna. Menadżer sprzedaży w sektorze IT/Telco.

Tomasz Gardziński, MA, lecturer at the Lazarski University in Warsaw. His research interests include: social market economy, social entrepreneurship. He is a sales manager in IT/Telecommunications industry.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8491-187X>

Adres/Address:

Wydział Ekonomii i Zarządzania
Katedra Zarządzania i Marketingu
ul Świeradowska 43
02-662 Warszawa, Poland
e-mail: tg.gardek@gmail.com

DOROTA MURZYN
Pedagogical University of Krakow, Poland

Social entrepreneurship and selected elements of the entrepreneurship ecosystem

Abstract: The article aims to analyse the development of social entrepreneurship in the entrepreneurial ecosystem's context based on the example of three countries: Poland, Italy and North Macedonia. The theoretical framework for the analysis and interpretation of the results is determined by new institutional economics and entrepreneurship theories. In turn, the empirical part is based on the analysis of selected indicators on the development of social entrepreneurship; a diagnostic survey has also been carried out among stakeholders (representatives of entities related to social entrepreneurship), and young people in Poland, Italy and North Macedonia. The analysis allows for the of the leading research hypothesis which assumes that one of the most essential and basic elements of the social entrepreneurship ecosystem is knowledge, and its low level within society is a barrier to its development. To make the most of its potential, and increase employment in social enterprises, it is essential to integrate social entrepreneurship with mainstream entrepreneurship and business education.

Keywords: entrepreneurial ecosystem; entrepreneurship; social enterprises; social entrepreneurship

Received: 22 October 2020

Accepted: 12 February 2021

Suggested citation:

Murzyn, D. (2021). Social entrepreneurship and selected elements of the entrepreneurship ecosystem. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 17(1), 165–176. <https://doi.org/10.24917/20833296.171.13>

Introduction

Social entrepreneurship is a practice that has been dynamically developing in recent years and has become an area of growing interest in academic circles. This situation is influenced by many factors, including actions taken at a European level. When the European Commission launched the Social Business Initiative in 2011, one of its priorities was to increase the social enterprise business model's visibility and recognition. Following that

initiative, member states have adopted specific legislation in this area, and some have developed formal strategies or policies to support the development of social enterprises. The level of maturity in this area and the understanding and acceptance of the concept of a social enterprise by policymakers, practitioners, and researchers vary considerably between EU member states and beyond.

The article aims to analyse the development of social entrepreneurship in the entrepreneurial ecosystem's context based on the example of three countries: Poland, Italy and North Macedonia. These are countries with different histories, different levels of socio-economic development and different levels in social entrepreneurship development. The preliminary analysis has allowed the central research hypothesis to be formulated. It assumes that one of the most essential and basic elements of the social entrepreneurship ecosystem is knowledge, but its low level within society is a barrier to its development.

The theoretical framework for the analysis and interpretation of the results is defined by new institutional economics and entrepreneurship theories. In turn, the empirical part is based on an analysis of selected indicators of social entrepreneurship development and a diagnostic survey carried out among stakeholders (representatives of entities related to social entrepreneurship) and the young in Poland, Italy and North Macedonia¹.

Social entrepreneurship – interpretative contexts

Social entrepreneurship has become an increasingly important dynamic over recent decades in most European countries. However, social enterprises are still viewed very differently by national legislations and policies, academics and the social entrepreneurs themselves, not to mention society as a whole.

Social entrepreneurship, at its most basic level, means conducting business for social purposes. Thus, the concept of 'social enterprise' combines two attributes: 'entrepreneurship' (activities that involve economic risk and economic verification of their effects) and 'society' (its operation is aimed at achieving social goals) (Hausner, Laurisz, 2008: 9). It is also how social enterprises are defined by the European Research Network EMES, emphasising that initiatives which fit in with social entrepreneurship should be characterised by meeting both economic and social criteria (Defourny, Nyssens, 2008) (Figure 1).

Figure 1. Definition of a social enterprise (EMES)



Source: author, based on Defourny, Nyssens (2008: 37)

¹ These studies were carried out as part of the project "INN@SE – Innovative social entrepreneurship with youth engagement" co-financed by the European Union (2019-3-PL01-KA205-077684).

Based on EMES's research, further attempts were made to operationalise the definition of 'social enterprise'. In line with a concept based on the Social Business Initiative (SBI) promoted by the European Commission, a social enterprise relates to three dimensions. Social enterprises carry out commercial activities (entrepreneurial – the economic dimension) to achieve a social or common good (the social dimension) and have an organisation or ownership system that reflects their mission (inclusive management – the ownership dimension) (European Commission, 2020a: 28).

A social enterprise is a company that allows social problems to be solved with the help of business tools. While entrepreneurship aims to start and run a new enterprise to create economic wealth, social entrepreneurship focuses on setting up a business venture to create social capital and make a profit that is going to be used primarily to achieve social goals.

In organisational terms, social entrepreneurship covers a diverse group of entities and initiatives. Social enterprises can operate in various forms such as social cooperatives, non-profit organisations (e.g. associations, voluntary organisations, charities or foundations). For example, in Poland, the National Program for the Development of the Social Economy (2019) included entities operating in the field of public benefit (non-governmental organisations conducting economic activity), economic organisations (cooperatives, non-profit companies), reintegration entities (e.g. professional activity establishments, social integration centres), social enterprises, and also informal initiatives (e.g. cooperatives, student cooperatives). Social entrepreneurs are often associated with various sectors and non-profit organisations, but this does not eliminate the need to profit as social enterprises need capital to run their businesses and bring positive change to society.

Social entrepreneurs represent an innovative approach to solving critical and neglected social problems, mobilising ideas, abilities and the social resources necessary for lasting social change (Bornstein, 2004). As Schumpeter wrote, they are reformers and revolutionaries but have a social mission (Dees, 2001). Sometimes social entrepreneurship is defined as the economic activity of creating new models for the delivery of products and services to meet the basic human needs of the most impoverished social strata that remain unmet by current economic or social institutions (Seelos, Mair, 2005).

Initially, most social enterprises aim to create jobs for specific groups such as the disabled or the long-term unemployed. However, over the last thirty years, an understanding of social entrepreneurship has developed, which creates jobs for disadvantaged groups and produces goods and services, thus addressing a wide variety of issues important to society. Based on recent research by the European Commission, the definitions of social enterprises that are most commonly used in the EU member states can be divided into:

- organisational definitions, focusing on the intrinsic characteristics of social enterprises and using specific features common to all eligible entities;
- sectoral definitions, covering only certain types of organisations working in the field of social inclusion, mainly by facilitating the integration of those excluded from the labour market; such definitions are usually policy-based and linked to funding programmes (mainly those resulting from the implementation of the European Social Fund) and policies aimed at promoting social inclusion (European Commission, 2020a).

The sector definition is a sub-component of the organisational definition, narrowing down the field of activity and the type of social impact. A social enterprise's potential stems from its specific characteristics, hence the definition of a social enterprise is far

from 'neutral' and has important policy implications (e.g. access to finance). It is worth underlining that definitions in EU legislation are adopted to implement specific incentives and not to propose a definition to be used by member states in their legislation.

Knowledge of social entrepreneurship in Poland, Italy and North Macedonia

Due to the lack of a consistent definition of a social enterprise, it is often misunderstood by the general public; there are also significant differences between countries. It is confirmed by research conducted among the so-called stakeholders (those associated with the social entrepreneurship sector) and young people from Italy, Poland and North Macedonia².

The research sample was selected intentionally. The respondents were young people aged 18 to 35, youth workers and other stakeholders from Poland, Italy and North Macedonia. In total, 420 young people and 35 stakeholders completed the questionnaires. The young people involved in the study were mainly under 25 (68.2%), living in rural areas or small towns (60.2%) and female (64.2%). Most of them were students (48%), followed by those employed in enterprises (19%), interns/volunteers (12%), those employed in public administration (5%), in non-governmental organisations (4%), entrepreneurs (4%), as well as the unemployed (12%). Stakeholders involved in the study were mainly aged 36–50 (67.4%), living in large cities (over 500 000 inhabitants – 34.8%; from 100 000–500 000 inhabitants – 30.4%), male (56.5%). They came from different backgrounds and had differing professional status (entrepreneurs, social entrepreneurs, those employed in non-governmental organisations, those employed in public administration – related to supporting social entrepreneurship, those employed in enterprises). However, all of them were related to the social economy sector and/or were working with young people. Online surveys were prepared separately for young people and stakeholders. The surveys were distributed over the internet and collected in June and July 2020.

Stakeholders were asked about their understanding of social entrepreneurship and to identify three main features of a social enterprise – typical features that distinguish it from traditional business (open-ended question). The responses varied widely. Most of the respondents indicated achieving social goals (12 responses), reinvesting profits (12), social impact (10), solving social problems (10), and acting and responding to the needs of the local community (10 responses). Stakeholders indicated many other features (e.g. employing people at risk of social exclusion, reinvesting profits, innovative approaches, mission, joint action, participatory management, solidarity, inclusiveness), but these responses appeared much less frequently. Thus, there is no one clear association, one feature that would be considered the most important by all for a social enterprise. Interestingly, Polish respondents indicated the social goal of the activity more often, Italians – the social impact, while the respondents from North Macedonia most often referred to solving social problems.

In the same survey, respondents (both stakeholders and young people) were asked to indicate what type of enterprise/organisation they consider to be a social enterprise.

² These studies also included Jordan, but due to the specificity of this country and difficulties in accessing other data, including statistical ones, Jordan is not the subject of this article. The full research report is available at <https://innose.up.krakow.pl/results/>.

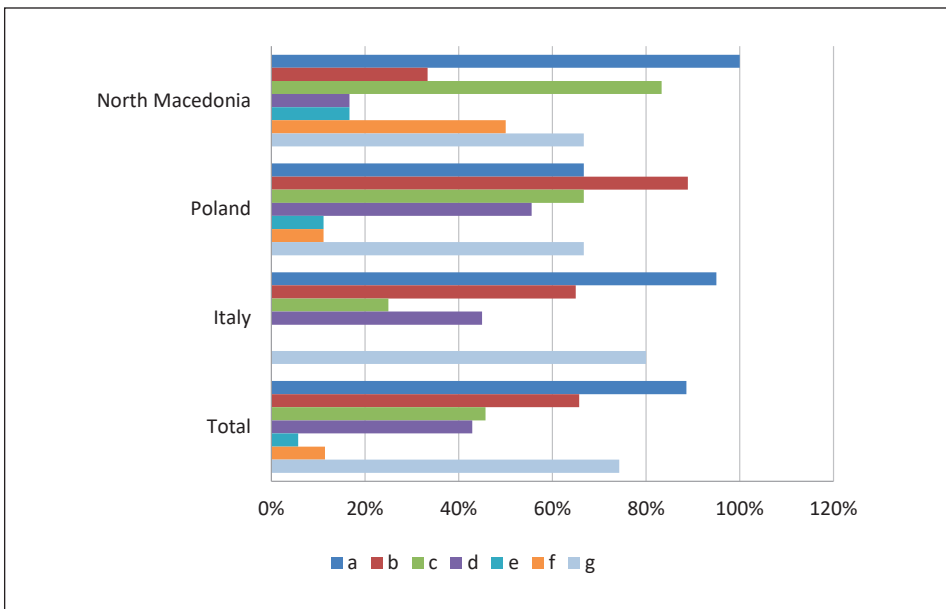
The following options were available (multiple choice):

- businesses solving social problems (e.g. combating poverty and social exclusion),
- an enterprise that employs people with fewer opportunities (e.g. disability, educational difficulties, cultural differences, health problems, economic, social and geographical obstacles),
- an enterprise allocating profits for social purposes,
- non-profit organisations,
- an enterprise financed by subsidies,
- an enterprise that donates part of its profit to charity,
- businesses whose primary purpose is to exert social influence while remaining profitable.

The distribution of responses selected by stakeholders and young people from these three surveyed countries is presented in Figures 2 and 3.

Stakeholders most often indicated: (a) businesses solving social problems (89% of all respondents), (g) businesses whose primary goal is to generate some social impact while maintaining profitability (74%), (b) an enterprise employing people with fewer opportunities (66%). Surprisingly many people indicated answer (d) 'non-profit organisation'. It may indicate that many people equate social enterprises with the non-profit sector (this answer was chosen particularly often by Polish respondents).

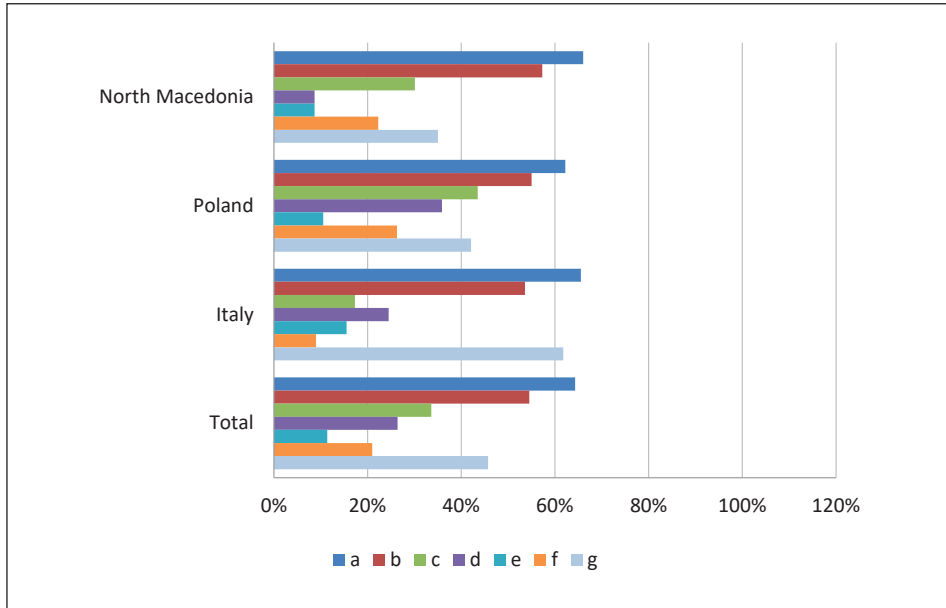
Figure 2. Stakeholders – which of the following do you consider a social enterprise? (multiple answers possible; a percentage of respondents who indicated a given option)



Key: a. business solving social problems; b. enterprise that employs people with fewer opportunities; c. enterprise allocating profits for social purposes; d. non-profit organisation; e. subsidised enterprise; f. enterprise that donates part of its profits to charity; g. business whose primary goal is to make social impact while remaining profitable

Source: author

Figure 3. Young people – which of the following do you consider a social enterprise? (multiple answers possible; a percentage of respondents who indicated a given option)



Key: a. business solving social problems; b. enterprise that employs people with fewer opportunities; c. enterprise allocating profits for social purposes; d. non-profit organisation; e. subsidised enterprise; f. enterprise that donates part of its profits to charity; g. business whose primary goal is to make social impact while remaining profitable.

Source: author

The responses to the same question among young people were slightly different. Young people perceive social enterprises mainly as businesses solving social problems, but the percentage of respondents who chose this answer was as much as 25 percentage points lower than among stakeholders. The biggest difference in relation to the stakeholders can be seen in (g) ‘businesses whose main goal is to generate social impact while maintaining profitability’ – young respondents indicated this answer much less often (46%). The social impact generated by social enterprises is much less noticeable among young people. Interestingly, this was not the case for Italy where this option was chosen most often. Another difference is that an enterprise that donates part of its profit to charity and a subsidy-funded enterprise were treated as social enterprises – young people were more likely to point to this option. It can be concluded that their understanding of social entrepreneurship is intuitive, not supported by actual knowledge

Social entrepreneurship ecosystems in Italy, Poland and North Macedonia

Social entrepreneurship and the social economy are unevenly developed around the world. This is due to many factors ranging from the general level of socio-economic development in individual countries to a specific development stage in the concept of social economy itself in given countries. There are those where social entrepreneurship is

a fairly young concept that has appeared in public debate only in recent years (e.g. North Macedonia). There are also countries such as Italy where social entrepreneurship is a concept that has been around for a long time, but is regulated in various ways. Finally, Poland is somewhere in the middle and clearly differs from the countries mentioned above.

The history of social enterprises in Italy is closely linked to the characteristics and evolution of its welfare system. It covers nearly 40 years and shows diverse trends in the different organisation types that make up the spectrum of social enterprises. The concept of 'social enterprise' was introduced in Italy earlier than elsewhere – in the late 1970s – to denote the first 'social solidarity cooperatives' which arose on the voluntary initiative of groups of citizens to undertake economic activities as part of a social project (Borzaga, Fazzi, Galera, 2016). After more than ten years of unregulated development, this new cooperative was recognised in 1991 under Law 381/1991 on 'social cooperatives'. This law not only recognised a new form of cooperative that had developed since the 1970s but introduced a new type of enterprise with a clear social purpose. Act 381 regulates two social cooperatives: Type A provides social, health and educational services; Type B involves people with special needs. The gradual recognition of voluntary organisations and social cooperatives, and the growth and diversification of needs that arise in a society increasingly attract public money. As a result, the number of such initiatives has increased dramatically over the years, stimulating a collective debate on the most appropriate organisational solution to guarantee an adequate supply of social services and harness the contribution of civil society.

Polish social enterprises have their roots in voluntary involvement and cooperative movements long before the Second World War. These traditions survived despite the communist regime and then revived after the democratic breakthrough of 1989, enabling the development of associations and foundations in the following years (Giza-Poleszczuk, Hausner, 2008). The concept of social entrepreneurship appeared in public discourse in Poland in connection with accession to the EU and its related policies. Poland's accession and access to funds from the organisation's budget played a key role in stimulating the development of social enterprises (Murzyn, 2018). This has led to two parallel processes: the evolution of traditional legal forms, such as foundations and associations, towards market orientation and the legal recognition of new types such as social cooperatives.

On the one hand, Poland is characterised by an increase in the number of social enterprises but, on the other, by their relatively poor development. A study conducted by Eurofund questioned the sustainability of social enterprises (Eurofund, 2019: 21). The respondents indicated that many operate only as long as they receive financial support for their activity (including remuneration). The development of social enterprises is also prone to a kind of 'stigmatisation', i.e. perceiving them only through the prism of difficulties experienced by their employees, and not the quality of their offer. This makes integration with the mainstream economy difficult.

The history of social enterprise practice in North Macedonia is, in turn, closely related to socialist self-government cultivated during the Yugoslav era and the emergence of various forms of economic cooperation, promoting solidarity and mutual aid (Sivcev, Randelovic, 1966). The initiatives identified during the socialist era can be seen as a positive legacy (Klekovski et al., 2011) that paved the way for the emergence of today's social enterprises. In North Macedonia, social enterprise and social entrepreneurship appeared in third sector discourse in 2009–2010, but there is conceptual confusion when discussed

in public. There is no accepted definition of a social enterprise between stakeholders and the government. The general understanding of the concept among policymakers, the donor community, civil society and social enterprises is limited to work-integrated enterprises (aimed at integrating people in more complex life situations and at risk of social exclusion). The ongoing process of EU integration has played a crucial role in boosting social enterprises' development in North Macedonia. This process has resulted in two key reforms that fostered social enterprises' emergence, namely in the market-oriented associations' sector and in the welfare system, adopting a decentralised approach (European Commission, 2018).

These diverse experiences of individual countries are reflected in the number and degree of social enterprises' acceptance (Table 1).

Table 1. Estimated number and acceptance level of social enterprises (SE) in Italy, Poland and North Macedonia

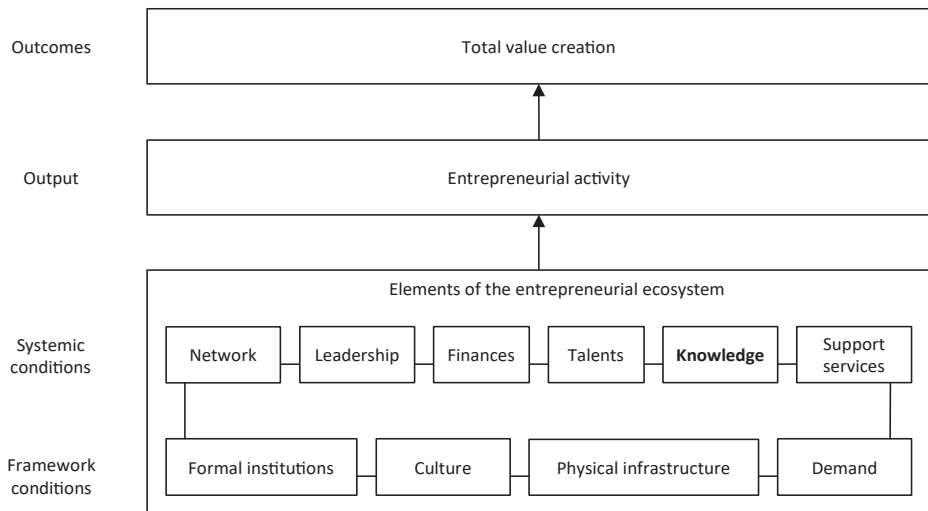
State	Year	Estimated number of SE	Number of SE per million population	Estimated number of employees	The degree of data reliability	Applying and accepting the SE concept
Italy	2017	102 461	1 694	894 800	very high	very high
Poland	2016–2019	29 535	768	428 700	high	medium
North Macedonia	2013–2015	551	266	no data	low	low

Source: author – based on the European Commission 2020a

Considering the range of social enterprises operating in Italy, this phenomenon turns out to be numerically significant irrespective of their legal form. Based on the available data on social cooperatives, social enterprises and associations and foundations operating in the market, the estimated number in 2017 was over 102 000, representing almost 900 000 paid workers and an annual turnover of EUR 42 700 million (European Commission, 2020b). Italy also has the most significant cooperative sector in Europe, generating around EUR 150 billion in annual revenues (CICOPA, 2017). There are no official estimates of the number of social enterprises in Poland. Based on available data on individual types, the total number is estimated at 29 535. They employ 428 700 people, but their employment potential measured as full-time jobs is lower (European Commission, 2020c). Estimating the number of social enterprises in North Macedonia is even more difficult due to the multiplicity of legal forms (associations, sheltered workshops, cooperatives) under which such enterprises try to operate, and the lack of specific data on which of these entities fully correspond to the definition of a social enterprise. According to estimated data collected for the European Commission, about 550 entities can be included in this category, while there is no data on employment level (European Commission, 2018).

The environment is vital for developing social entrepreneurship, confirmed by the research and analyses conducted so far (Kerlin, 2017; Roy et al., 2015). The institutional environment is of particular importance, i.e. “various social, cultural and political norms (institutions) that determine the way social actors operate” (North, 2017: 6). At the same time, the concept of the entrepreneurial ecosystem has emerged, which is considered to

Figure 4. Key elements, outputs and outcomes of the entrepreneurial ecosystem



Source: Stam (2015: 1765)

be a set of interdependent actors and factors managed in such a way as to enable productive entrepreneurship in a given territory (Stam, 2015). The entrepreneurial ecosystem elements that can be distinguished are 'framework' and 'system conditions' (Figure 4). Framework conditions include social conditions (informal and formal institutions) and physical conditions that enable or restrict interpersonal interactions.

Moreover, access to a more or less exogenous demand for new goods and services is also of great importance. System conditions are at the heart of the ecosystem and include entrepreneurial networks, leadership, finance, talent, knowledge and support services. The presence of these elements and the interaction between them largely determine the success of an ecosystem.

The entrepreneurial activity that results from the entrepreneurial ecosystem is increasingly seen as an essential driver of economic growth and development. There is evidence that the relationship between entrepreneurship and growth varies systematically between groups of regions, and these differences are related to regional characteristics that can be linked to the quality of a region's entrepreneurial ecosystem (Content et al., 2020). For example, there is evidence that better local institutions help small and medium-sized enterprises increase their productivity. Besides, the influence of institutions interacts with specific company characteristics such as size, age, human capital and productivity levels, as well as the sector in which it operates (Agostino et al., 2020).

The social enterprise ecosystem in Italy is shaped by the interplay between key actors who have contributed to the recognition of the specificity of social enterprises, developed support policies and measures to support their replication and scaling, and have played a role in making social enterprise visible (European Commission, 2020b). Key actors are national and local policymakers, research and education providers, social enterprise networks and financial intermediaries.

Several key actors are part of the social enterprise ecosystem in Poland. They operate at all administrative levels, i.e. national (Ministry for Social Policy), regional and local (Social Economy Support Centres, or *Ośrodki Wsparcia Ekonomii Społecznej* – OWES) to create policy programmes for social enterprises and support their legal, financial and know-how development. OWES is intended to provide a wide range of support to existing social enterprises as well as organisations or groups of people interested in starting one. Polish social enterprises are entitled to benefit from support aimed at the organisation of the social economy. In particular, it is organised as part of the National Program for the Development of the Social Economy, which is the basic document defining the direction of development of the social economy and social enterprises in Poland

By contrast, in North Macedonia, public policy efforts until recently have been primarily geared towards overcoming the weaknesses and internal barriers of social enterprises, rather than developing a supporting ecosystem. A continuing challenge is the lack of cooperation between the stakeholders who are part of this ecosystem. There is no clear division of power, and no specific responsibilities and connections between government, investors, the business sector and educational institutions.

In 2016, the Thomson Reuters Foundation (2020), in cooperation with Deutsche Bank, published a ranking, based on research among experts from 45 countries, which assessed the environment for social entrepreneurs' activities. Six key areas were taken into account: public support, the attraction of qualified staff, social understanding, the opportunity to earn a living, development and gaining momentum, access to investment. This study was repeated in 2019 and according to its results, the best conditions for development were in Canada, Australia and France, in that order. Italy took 18th place, while Poland was 35th. Both countries had worsened their position compared to 2016 (then Italy was 12th, Poland – 18th). North Macedonia was not included in this survey.

Conclusions

The importance of and interest in social entrepreneurship has increased in recent years and is becoming an important factor in regional and local development. However, public knowledge of social enterprise ideas, social entrepreneurship and the social economy is still limited. The results of this research confirm it. Young people understand social entrepreneurship quite intuitively. In turn, even the stakeholders themselves, i.e. people related to social entrepreneurship, define a social enterprise differently. There are also visible differences in this respect between countries. Additionally, the variety of legal forms in which social enterprises operate creates confusion regarding the understanding of the concept itself.

Knowledge is an essential element of the entrepreneurial ecosystem and is one of the key areas considered by the Thomson Reuters Foundation in the research on the surroundings of social enterprises' activities. Therefore, for social entrepreneurship to develop, it is necessary to raise awareness of this phenomenon. It is crucial in the case of young people who have to choose their career path. If they are to make informed choices, it is essential to integrate social entrepreneurship into mainstream entrepreneurship education.

There are considerable differences between countries in terms of origin, historical and cultural traditions, the size and diffusion of social enterprises, the activities carried out, and the legal and policy arrangements to improve the environment in which they operate.

These various social entrepreneurship ecosystems are also closely related to the level of socio-economic development in individual countries. It is seen in the three countries analysed in this article. How the research sample was selected, and its size means that the research conclusions are not representative. Nevertheless, they allow attention to be drawn to a significant problem: the deficiencies in knowledge about social entrepreneurship and the ambiguity of this phenomenon's definitions.

References

- Agostino, M., Tommaso Di, M.R., Nifo, A., Rubini, L., Trivieri, F. (2020). Institutional quality and firms' productivity in European regions. *Regional Studies*, 54(9), 1275–1288. doi: 10.1080/00343404.2020.1712689
- Bornstein, D. (2004). *How to change the world: Social entrepreneurs and the power of new ideas*. New York: Oxford University Press.
- Borzaga, C., Fazzi, L., Galera, G. (2016). Social enterprise as a bottom-up dynamic: part 1. The reaction of civil society to unmet social needs in Italy, Sweden and Japan. *International Review of Sociology*, 26(1), 1–18. doi: 10.1080/03906701.2016.1148332
- CICOPA. (2017). *Cooperatives and employment: Second global report*. Brussels: CICOPA.
- Content, J., Bosma, N., Jordaan, J., Sanders, M. (2020). Entrepreneurial ecosystems, entrepreneurial activity and economic growth: new evidence from European regions. *Regional Studies*, 54(8), 1007–1019. doi: 10.1080/00343404.2019.1680827
- Dees, J.G. (2001). *The meanings of 'social entrepreneurship'*. Working paper. Stanford University.
- Defourny, J., Nyssens, M. (2008). Social Enterprise in Europe: recent trends and developments. *EMES Working Paper*, 08/01.
- Eurofound. (2019). *Cooperatives and social enterprises: Work and employment in selected countries*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- European Commission. (2020a). *Social enterprises and their ecosystems in Europe. Comparative synthesis report*. (Authors: C. Borzaga, G. Galera, B. Franchini, S. Chiomento, R. Nogales, C. Carini). Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- European Commission. (2020b). *Social Enterprises and their ecosystems in Europe. Country Report: Italy*. (Author: C. Borzaga). Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- European Commission. (2020c). *Social enterprises and their ecosystems in Europe. Updated country report: Poland*. (Author: A. Ciepiewska-Kowalik). Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- European Commission. (2018). *Social enterprises and their ecosystems in Europe. Country fiche: Former Yugoslav Republic of Macedonia*. (Authors: K. Ilijevski, A. Iloska). Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- Giza-Poleszczuk, A., Hausner, J. (2008). Wprowadzenie – ekonomia społeczna i rozwój. In: A. Giza-Poleszczuk, J. Hausner (ed.), *Ekonomia społeczna w Polsce: osiągnięcia, bariery rozwoju i potencjał w świetle wyników badań*. Warszawa: Fundacja Inicjatyw Społeczno-Ekonomicznych, 11–40.
- Hausner, J., Laurisz, N. (2008). Czynniki krytyczne tworzenia przedsiębiorstw społecznych. Przedsiębiorstwo społeczne. Konceptualizacja. In: J. Hausner (ed.), *Przedsiębiorstwa społeczne w Polsce. Teoria i praktyka*. Kraków: Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, 9–31.
- Kerlin, J.A. (2017). *Shaping social enterprise: Understanding institutional context and influence*. Bingley: Emerald Publishing Limited.
- Klekovski, S., Stojanova, D., Jakovlevska, G., Nuredinoska, E. (2011). *Civic engagement – long road to go*. Skopje: Macedonia Center for International Cooperation.
- Krajowy Program Rozwoju Ekonomii Społecznej do 2023 roku. *Ekonomia Solidarności Społecznej*. (2019). Annex to Resolution No. 11 of the Council of Ministers of January 31, 2019 (item 214).

- Murzyn, D. (2018). Ekonomia społeczna jako przykład działań na rzecz rozwoju inkluzywnego. In: D. Murzyn, J. Pach (eds.), *Ekonomia społeczna – między rynkiem, państwem a obywatelem*. Warszawa: Difin, 348–367.
- North, D.C. (2017). *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*. New York: Cambridge University Press.
- Roy, M.J., McHugh, N., Huckfield, L., Kay, A., Donaldson, C. (2015). The most supportive environment in the world? Tracing the development of an institutional ‘ecosystem’ for social enterprise. *Voluntas*, 26(3), 777–800.
- Seelos, C., Mair, J. (2005). Social entrepreneurship: Creating new business models to serve the poor. *Business Horizons*, 48(3), 241–246.
- Sivcev, B., Randelovic, V. (1966). *The cooperative movement in Yugoslavia*. Belgrade.
- Stam, E. (2015). Entrepreneurial Ecosystems and Regional Policy: A Sympathetic Critique. *European Planning Studies*, 23(9), 1759–1769. doi: 10.1080/09654313.2015.1061484
- Thomson Reuters Foundation. (2019; 2020, October 17). *The best countries to be a social entrepreneur 2019*. Retrieved from: <https://poll2019.trust.org/>

Dorota Murzyn, PhD, Pedagogical University of Krakow, Institute of Law and Economics, Department of Entrepreneurship and Social Innovation. Economist and political scientist. Her expertise mainly covers the issue of EU cohesion policy and its impact on Poland’s socio-economic development, and her research interests focus on: European integration, economic policy, regional development, social innovation, social economy and social entrepreneurship.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2032-8401>

Address:

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie
Instytut Prawa i Ekonomii
Katedra Przedsiębiorczości i Innowacji Społecznych
ul. Podchorążych 2/224
30-084 Kraków, Polska
e-mail: dorota.murzyn@up.krakow.pl

Project “INN@SE – Innovative social entrepreneurship with youth engagement” is financed by the European Union as part of the Erasmus+ Programme, KA2, Strategic Partnerships, Cooperation for innovation.

SEBASTIAN KUBALA
Cracow University of Economics, Poland

CHRYSYAN FIRLEJ
University of Agriculture in Krakow, Poland

Self-sufficiency in cereal and potato production in Central and Eastern Europe: 2005–2019

Abstract: The article's main objective is to discuss changes in self-sufficiency levels in cereal and potato production in eleven selected Central and Eastern European (CEE) countries belonging to the EU, defined as the ratio of domestic consumption of certain agricultural products to domestic production. The research period covered the years 2005 to 2019. The article focuses on the technical and economic self-sufficiency of the countries analysed. It was found that CEE countries show a significant degree of diversity in terms of self-sufficiency of cereal and potato production. The most successful in these terms were Lithuania and Poland while the least – Slovenia.

Keywords: agricultural development; food security; food self-sufficiency; plant production

Received: 21 October 2020

Accepted: 12 February 2021

Suggested citation:

Kubala, S., Firlej, Ch. (2021). Self-sufficiency in cereal and potato production in Central and Eastern Europe: 2005–2019. *Przedsiębiorczość – Edukacja* [Entrepreneurship – Education], 17(1), 177–188. <https://doi.org/10.24917/20833296.171.14>

Introduction

The traditional food security concept is to achieve the greatest possible self-sufficiency in food production in a given country. However, in conditions of progressive globalisation, this has been replaced by a strategy based on economic security. This situation applies in particular to highly developed countries whose share in the global market is significant. Therefore, the current globalisation processes may lead countries to abandon their production favouring external supply (Kowalczyk, Sobiecki, 2011). However, some countries, especially underdeveloped ones, emphasise the food supply's internal sources that require maintaining agricultural production at a sufficiently high level (Borch, Kjaernes, 2016; Wilkin, 2001).

The financial and economic crisis of 2006–2009, which triggered a significant increase in food prices, was of great significance for the deepening of hunger in the world. This made food security a key challenge for agriculture in the EU since, according to the estimates of the UN Food and Agriculture Organization, demand for food is going to double by 2050 (Lyon, 2010).

The present-day development of the global economy and that of the EU places great emphasis on maintaining food security. In the EU, food security policy covers a whole chain of actions, which include animal breeding, promoting food hygiene, disseminating food information, preventing food contamination, taking care of plant health and animal welfare, and producing food for consumption.

In Poland, one of the main objectives of the *Strategy for Sustainable Development of Rural Agriculture and Fisheries 2030* is also to ensure food security and is related to enabling farms to be capable of restoring production potential and maintaining non-productive functions (*Strategia zrównoważonego rozwoju wsi...*, 2030).

The primary measure related to food security is food self-sufficiency which has been dealt with by many researchers, among others: F. Kapusta (2011), A. Baer-Nawrocka (2014), J.C. Bureau and J. Swinnen (2018), and S. Kubala (2018). Studying the level of self-sufficiency is extremely important for several reasons. C. Servolin (2005) indicated that sufficient food is the most basic need in all national economies and indicates the degree of agricultural development. This, in turn, implies the need for enterprising management of farms that will be able to restore production potential and maintain essential non-production functions. At the same time, a significant event in the EU's history was the enlargement of its structure to include countries located in the central-eastern part of Europe. This made it possible to open new markets for producers while at the same time increasing the level of competition between individual markets. Therefore, this article's main objective is to examine self-sufficiency levels in cereal and potato production in selected CEE EU countries.

Food security in a theoretical perspective

The concept of food security appeared in the early 1970s in texts on food policy (FAO, 2003). Food security includes food self-sufficiency and its physical and economic availability (Grębowiec, 2012). The changing approach to defining this concept has arisen, among other things, from the variability of food policy at both national and international levels (Mikuła, 2012).

The official definition of 'food security' was first proposed at the 1974 World Food Conference in Rome. According to it, food security is the "availability at all times of adequate, nourishing, diverse, balanced and moderate world food supplies of basic foodstuffs to sustain a steady expansion of food consumption and to offset fluctuations in production and prices" (FAO, 2003). In 1996, at the World Food Summit held in Rome, it was agreed that "food security, at the individual, household, national, regional and global levels [...] exists when all people, at all times, have physical and economic access to sufficient, safe and nutritious food to meet their dietary needs and food preferences for an active and healthy life" (*Rome Declaration...*, 1996).

In Poland, food security issues have been included in the national security strategy which defines them as "a situation in which all households have real access to the food

needed by all people and are not at risk of losing this access” (*Sektorowa strategia bezpieczeństwa...*, 2008). In 2019 Poland was ranked 24th on the Global Food Security Index with 75.6 points, which is an advance from 26th position in 2018 (75.4 points) (Global Food Security Index, 2020).

Every society should strive for food security in three dimensions: international, state and household (Johnson, 2002; Kapusta, 2012). Considerations here concern the dimension of state food security. According to Kapusta, for state food security to be guaranteed, four conditions must be simultaneously met (Kapusta, 2012):

1. physical availability of food – the national food economy ensures that the minimum physiological demand is covered; the task of imports is to provide food beyond the minimum demand,
2. durability and reliability of food supply,
3. economic availability of food – that the economically weakest households and their members have access to necessary food (thanks to various forms of food aid),
4. health suitability of each food type and the quantity consumed (necessary energy level, proportions of nutrients, no unacceptable impurities).

One of the most critical aspects of food security is the physical availability of food. This comes down mainly to ensuring an adequate supply of this strategic commodity. Hence, it is a series of products necessary to meet a state’s inhabitants’ minimum physiological needs. Food self-sufficiency in this context is understood as balancing trade in foreign agricultural and food products while covering the demand for basic products on its own (Carletto, Zezza, Banerjee, 2013; Nietupski, Szybga, 2002).

Food security is dependent on many factors, all of which influence its level. The most frequently mentioned include the level of agricultural development, nature of demographic processes, fluctuations in food and energy markets, technical progress, labour productivity in agriculture, rapid development of biofuels, infrastructure, natural and climatic conditions and occurrences of natural disasters, limited land availability, loss of biodiversity, food waste, changes in consumption patterns, increased global demand for food, political instability, inequality before the law and corruption (Krasiuk, 2013; Kwasek, Obiedzińska, 2013). F. Burchi, J. Fanzo and E. Frison point to three main determinants for food security and food safety, presented in Table 1.

Table 1. Food security and food safety determinants

Food and nutrition security		
food availability	food access	food utility
<ul style="list-style-type: none"> – food production – food imports – food aid – storage and processing 	<ul style="list-style-type: none"> – household incomes – food prices – social transfers and loans – functioning of markets – transport/distribution 	<ul style="list-style-type: none"> – quality of nutrition (knowledge, tradition) – housing and sanitary conditions – quality of healthcare – quality of childcare

Source: Burchi, Fanzo, Frison (2011: 358–373)

Food self-sufficiency as a measure of food security

Food self-sufficiency has long been synonymous with food security and used as one of its measures, but its importance in ensuring food security has changed over the years due to changes in individual countries' economic life (Anderson, Strut, 2012; Baer, 2002). The EU's Common Agricultural Policy (CAP) was an EU programme that from the very beginning had social objectives and focused on helping agricultural producers (Tomczak, 2009), and was initially related to ensuring food self-sufficiency for the societies of European countries (Poczta, 2011). Intensification of agricultural production in the EU contributed to achieving this goal (Sadowski, Girzycka, 2012).

In the literature, food self-sufficiency can be understood as:

1. the possibility of covering food needs from national resources alone, with a total elimination of imports,
2. satisfying the food needs of the population from domestic production even with large-scale imports, which should be compensated for by appropriate exports. (The population should be guaranteed basic food products from domestic production, and the missing food and agricultural raw materials should be purchased abroad balancing imports with exports) (Gulbicka, Kwasek, Obiedzińska, 2015)

Food self-sufficiency can also be considered on a global scale. It depends not only on agricultural production and freedom of trade but also on processing and distribution developments. Today, food production in the world is sufficient to feed its population (Bne Saad, 2013). In some regions, however malnutrition is caused by imperfect food distribution and unfavourable political and institutional conditions (Skrzypczyńska, 2011).

Food self-sufficiency can be understood differently in the context of an open or a closed economy. In a 'closed' economy, it is defined as an economy's ability to produce all or most of the food required. It is measured by the relation between the national production of agri-food products and its domestic consumption (Hałasiewicz, 2011). In countries with an 'open' economy, food self-sufficiency can mean the economic and physical availability of food on the internal market, regardless of whether it comes from domestic production or imports. It is most often measured by the balance of trade in agri-food products (Szczepaniak, 2012).

The importance of food self-sufficiency was recognised during the economic crisis in 2006–2007. As a result, a return to a high self-sufficiency policy is to be achieved by equating food consumption with domestic production. Particular attention was paid to the adverse effects of the dependence of a national population's nutrition on importing basic food products, contributing to a reduction in the degree of national food security (Gulbicka, 2009).

Sources and research methodology

Eleven countries from the CEE region were used as a research area: Bulgaria (BG), Croatia (HR), Czechia (CZ), Estonia (EE), Lithuania (LT), Latvia (LV), Poland (PL), Romania (RO), Slovakia (SK), Slovenia (SI) and Hungary (HU). The article considers two agricultural markets, cereal and potato, which are two of the largest production areas of agricultural raw materials of plant origin in the CEE region.

The research used simplified self-sufficiency indicators based on the measures proposed by K. Szybiga (2013) and F. Kapusta (2011) with a focus on technical and economic self-sufficiency. The first one was based on research into the foreign trade balance in terms of volume, calculation of indicators representing the volume of production in terms of the number of inhabitants, and the volume of consumption relative to production volume. Economic self-sufficiency was based on research into the foreign trade balance in terms of value.

The research was conducted in the CEE countries concerned for 2005–2019. Concerning indicators relating to the volume of consumption, it was limited to 2005–2017, due to the lack of statistical material. The statistical sources used come from Eurostat and World International Trade databases.

Results of the research

In the first stage of the research, an evaluation was made of the two agricultural raw materials' production volume as a per capita indicator in the selected CEE countries. The calculated values indicate significant disproportions (Table 2).

The cereal market has a relatively high production per capita volume, with average values for 2005–2019 ranging from 620 kg/person to 1170 kg/person. Smaller volumes are found on the potato market, where the average ranges from 75 kg/person to 138 kg/person.

While making a detailed analysis, it can be noticed that in the case of cereals, the index values are above the average in Hungary, Lithuania (except 2006), Bulgaria (except 2005 and 2007), Latvia (except 2005–2006 and 2008–2011), and Romania (except 2007–2009, 2012 and 2015). In other countries, these values were either higher than the average in individual years only (Croatia, Czechia, Estonia, Poland) or such cases were not recorded at all (Slovakia, Slovenia). There is much greater homogeneity in the potato market. Values higher than the average are reached by four countries every year: Lithuania, Latvia, Poland and Romania (of which since 2009 the highest level has been in Poland). On the other hand, the lowest values can be found in most of the research period in Bulgaria and Slovakia.

By studying changes between 2005 and 2019, various trends can be seen depending on the agricultural market in question. In practically all countries on the cereal market, there is an increase in production volume per capita with the highest values in Latvia, Lithuania and Estonia (increasing by 182.01%, 122.46% and 119.33% respectively). Romania is also characterised by a relatively high growth (increase in the index value by 70.96%). In Czechia and Hungary, however, there are downward trends. There is a fall in production per capita on the potato market in all countries between 2005 and 2019. The most significant decrease is recorded in Latvia and Slovenia (by 60.18% and 56.22% respectively), while the lowest in Romania and Croatia (by 19.97% and 32.97% respectively). The main reason for this was the increasing competitive pressure on countries exporting potatoes from Western Europe and limiting the fodder use of potatoes (Firlej, Kubala, 2018).

Other indicators showing the level of self-sufficiency are those relating to the foreign trade balance. On the cereal market (Table 3), most CEE countries export cereals rather than import, and this is how cereal harvest surpluses are used in the EU. The only

exception is Slovenia which in all the years analysed had a negative trade balance in terms of value and by unit. In Poland, imports exceeded exports in 2006–2008 and 2011. Comparing 2005 and 2019 in terms of value, all the countries improved trade balance, with Estonia and Romania to the greatest extent. In quantitative terms, a deterioration of the foreign trade balance was recorded only in Czechia.

Table 2. Production volume index per capita in individual CEE countries: 2005–2019 (kg/person)

Cereal market											
	BG	HR	CZ	EE	HU	LV	LT	PL	RO	SK	SI
2005	760	713	751	559	1606	584	838	705	905	667	289
2006	725	710	625	458	1436	520	565	571	741	545	246
2007	433	592	698	655	959	695	928	712	370	520	265
2008	959	871	809	645	1676	771	1065	726	815	770	288
2009	885	805	751	654	1355	769	1196	782	728	619	262
2010	981	699	657	509	1224	677	890	704	824	477	278
2011	1045	659	790	580	1370	681	1057	691	1032	689	297
2012	981	623	628	748	1044	1039	1550	737	638	562	280
2013	1286	745	714	739	1374	963	1506	735	1044	631	222
2014	1335	699	835	928	1677	1113	1741	825	1107	869	315
2015	1212	657	777	1168	1431	1521	2083	723	973	702	303
2016	1250	829	815	710	1688	1373	1773	772	1101	893	309
2017	1371	645	705	997	1427	1381	1782	825	1382	641	265
2018	1434	796	657	697	1523	1064	1424	692	1616	742	289
2019	1590	864	718	1226	1595	1648	1864	749	1547	761	309
Potato market											
	BG	HR	CZ	EE	HU	LV	LT	PL	RO	SK	SI
2005	49	63	99	109	65	293	261	272	175	56	72
2006	51	64	68	77	56	247	138	235	189	49	53
2007	39	69	80	101	56	291	176	309	176	54	65
2008	47	59	74	59	68	307	221	265	177	46	50
2009	31	63	72	67	56	243	206	246	196	40	51
2010	34	42	64	83	49	.	150	215	162	23	49
2011	32	39	77	83	60	119	190	239	202	40	47
2012	21	35	63	77	55	117	181	238	123	31	39
2013	26	38	51	70	49	117	142	187	164	30	30
2014	18	38	66	63	57	105	157	195	176	33	47
2015	23	41	48	61	46	103	134	162	136	27	44
2016	18	46	66	48	44	103	119	227	136	33	41
2017	32	38	65	48	35	107	81	236	159	28	37
2018	37	44	55	44	34	101	103	193	155	31	35
2019	28	43	59	61	34	117	118	171	140	34	32

Source: authors

Table 3. Balance of foreign trade in cereals in individual CEE countries in terms of value and by unit: 2005–2019

Value (million euro)											
	BG	HR	CZ	EE	HU	LV	LT	PL	RO	SK	SI
2005	162	-12	188	2	424	34	102	37	50	51	-42
2006	163	17	123	12	593	30	61	-39	102	120	-54
2007	38	42	171	28	1108	49	119	-278	-114	75	-82
2008	377	-19	200	26	1155	123	241	-461	331	4	-64
2009	300	71	276	14	838	116	233	209	378	160	-36
2010	494	61	220	20	1017	135	202	60	643	88	-37
2011	635	28	409	20	1231	72	182	-119	731	145	-67
2012	762	88	436	75	1373	313	435	253	960	172	-29
2013	1129	71	377	64	1165	233	499	511	1669	163	-52
2014	859	40	440	65	1044	233	515	668	1691	199	-55
2015	813	78	477	128	1193	337	547	836	1468	242	-35
2016	969	105	473	91	1016	279	549	729	1506	273	-32
2017	813	97	465	131	1359	281	565	490	1551	255	-30
2018	973	118	337	85	1003	160	337	419	1836	182	-32
2019	1293	136	290	177	1192	374	635	414	2190	184	-24
By unit (thousand tonnes)											
	BG	HR	CZ	EE	HU	LV	LT	PL	RO	SK	SI
2005	1852	-64	2086	43	3991	345	973	972	712	471	-330
2006	1725	178	1432	124	4931	258	565	135	1066	1225	-394
2007	368	274	1085	109	6870	268	531	-1600	-693	.	-401
2008	2266	51	1202	168	5837	650	1277	-1853	2120	.	-297
2009	2657	645	2449	154	6092	767	1687	1916	3053	806	-230
2010	3320	413	1713	141	6171	814	1207	795	4078	387	-196
2011	3322	168	2233	99	5177	345	824	-190	3477	400	-283
2012	3524	463	2308	315	5723	1350	1650	1359	3930	762	-126
2013	6187	447	2027	330	4858	1054	2213	2932	7959	884	-221
2014	5154	313	2797	398	4833	1233	2722	4154	8816	1202	-236
2015	4817	631	3158	758	6574	2010	2960	5000	7617	1475	-138
2016	6245	787	3568	602	.	1751	3328	4934	8515	1826	-135
2017	5108	743	3318	807	.	1614	3184	3289	8880	1707	-154
2018	5840	834	2253	424	.	780	1756	2738	10485	1046	-151
2019	7696	1103	1846	998	.	2089	3246	2847	.	1109	-72

Source: authors

In the EU, the leading exporters of potatoes are those in the North-Western Europe region (Firlej, Kubala, 2018). This is mainly due to its characteristics, as figures for crops harvested are relatively stable due to an increase in the volume of potato production despite the declining area of cultivation. In turn, these surpluses are mainly exported to CEE countries' markets, and therefore must have a negative balance in foreign trade. In value terms, the only countries with a surplus of exports over imports were Estonia (in 2010–2011), Latvia (2010) and Lithuania (2010–2015 and 2018). Specifically, such

a situation occurred in Czechia (2007), Estonia (2011 and 2013), Latvia (2010), Lithuania (2010–2019) and Slovakia (2006–2007). When analysing foreign trade balances between 2005 and 2019, a downward trend is observed in terms of value and by unit. In the first, the trade balance improved only in Lithuania, whereas in the remaining countries it deteriorated, with Czechia and Hungary experiencing the most significant deterioration (by 5670% and 738.46% respectively). On the other hand, the situation improved in Croatia, Estonia and Lithuania.

Table 4. Foreign trade balance for potatoes in individual CEE countries in terms of value and by unit: 2005–2019

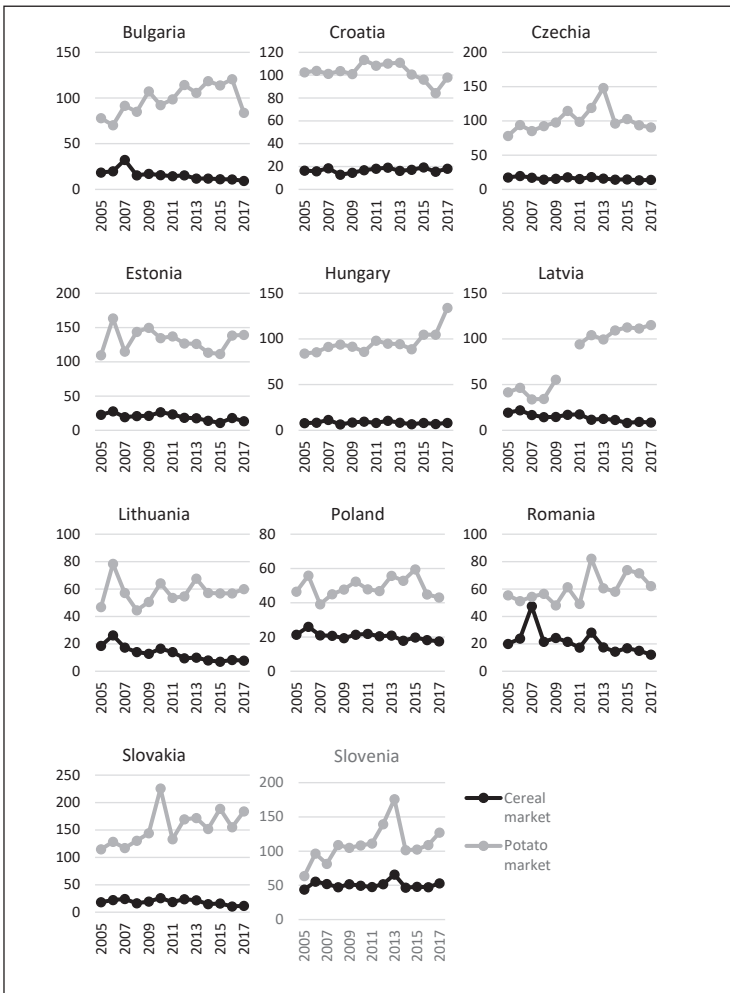
Value (million euro)											
	BG	HR	CZ	EE	HU	LV	LT	PL	RO	SK	SI
2005	-3	-7	-1	-1	-3	-1	-3	-20	-9	-5	-4
2006	-3	-11	-12	-1	-6	-1	-6	-28	-16	-11	-9
2007	-5	-10	-22	-1	-10	-2	-8	-58	-11	-15	-11
2008	-4	-10	-9	-1	-5	-1	-5	-25	-13	-7	-9
2009	-3	-7	-10	-1	-5	-2	-2	-25	-9	-9	-8
2010	-4	-9	-18	0	-9	0	1	-41	-10	-19	-7
2011	-5	-10	-29	0	-12	-2	1	-59	-21	-28	-8
2012	-4	-8	-5	-1	-4	-1	0	-24	-15	-12	-6
2013	-7	-14	-31	0	-7	-1	5	-32	-17	-22	-12
2014	-6	-9	-25	-1	-7	-2	2	-37	-18	-20	-9
2015	-6	-11	-21	-1	-7	-2	0	-25	-15	-17	-6
2016	-7	-12	-34	-1	-14	-3	0	-37	-32	-26	-8
2017	-9	-7	-28	-2	-16	-3	0	-23	-26	-21	-12
2018	-8	-11	-28	-2	-21	-3	1	-32	-27	-21	-12
2019	-13	-14	-58	-1	-22	-4	-2	-82	-64	-30	-11
By unit (thousand tonnes)											
	BG	HR	CZ	EE	HU	LV	LT	PL	RO	SK	SI
2005	-29	-25	-6	-10	-13	-3	-16	-75	-95	-54	-11
2006	-14	-36	-22	-3	-21	-3	-24	-99	-140	12	-24
2007	-26	-26	29	-3	-28	-6	-28	-157	-39	373	-23
2008	-17	-22	-41	-2	-21	-3	-15	-48	-45	-24	-21
2009	-22	-15	-66	-7	-23	-10	-9	-98	-46	-45	-22
2010	-18	-25	-104	0	-33	1	4	-199	-44	-82	-16
2011	-15	-17	-115	2	-33	-7	4	-166	-78	-70	-17
2012	-24	-16	-56	-1	-20	-6	3	-73	-155	-35	-17
2013	-35	-27	-122	1	-17	-1	26	-61	-125	-56	-28
2014	-31	-13	-171	-2	-27	-7	6	-150	-109	-58	-22
2015	-37	-21	-181	-1	-33	-8	6	-125	-106	-61	-17
2016	-33	-26	-167	-2	.	-12	7	-111	-162	-57	-21
2017	-47	-14	-163	-7	.	-13	6	-73	-116	-54	-31
2018	-39	-23	-166	-7	.	-11	9	-111	-136	-56	-20
2019	-39	-19	-200	-4	.	-10	8	-246	.	-57	-21

Source: authors

Differentiation in the consumption of particular agricultural products in relation to production for 2005–2017 is presented in Figure 1. In the production of cereals, only one third is intended for human consumption with the remaining used as animal feed. There is a chance to produce enough (not including beer) from domestic production in all the countries on this market.

Those with a surplus of potatoes every year were Poland, Lithuania and Romania. Until 2014 this was found in Hungary too, until 2013 (except 2010 and 2012) in Latvia, and until 2007 in Slovenia. After 2015 desirable indicator values (below 100) were found in Croatia; after 2016 in Czechia and 2017 in Bulgaria. In Estonia and Slovakia, annual values are above 100, which indicates that these countries did not meet local needs by domestic production. Since 2008, this situation has been found in Slovenia as well.

Figure 1. Consumption volume index per production volume in individual CEE countries: 2005–2017 (kg/kg)



Source: authors

Conclusions

Observing the changes taking place in the cereal and potato markets is extremely important due to the need to create or modify concepts that can significantly affect farm businesses' growth. Research on self-sufficiency has allowed the following conclusions to be drawn:

- CEE countries show a significant degree of diversity in terms of self-sufficiency in cereals and potatoes;
- on the cereal market, a secure food situation is found in practically all CEE countries covered by the analysis, except Slovenia which has a negative trade balance as well as the lowest production volume index value per capita;
- the most secure potato situation is found in such countries as Lithuania, Poland and Romania. These countries can satisfy demand with their production. A high level of self-sufficiency is also present in Latvia. A characteristic feature of the potato market is a decrease in the volume of production per capita, mainly due to increased competition with potato producers from Western Europe;
- taking both cereal and potato markets into account, Lithuania and Poland are the most successful in self-sufficiency. A relatively secure situation is found in Latvia and Romania. There is a great natural and economic potential in these countries that may increase competitiveness in individual agricultural markets. The opposite situation is found in Slovenia.

It should be remembered that despite the good position of Poland and other EU countries, food security and food self-sufficiency must be continuously checked and analysed appropriately. Governments should take appropriate action to prevent undesirable events, and the Common Agricultural Policy should remain the basis of the EU's food security policy. It is recommended that agricultural expenditure be maintained at a stable level, giving farmers a fair income and ensuring producers are protected from price volatility. It is also becoming essential to prevent food waste in the entire agri-food chain in the EU.

References

- Anderson, K., Strut, A. (2012). Agriculture and Food Security in Asia by 2030. *ADB Working Article*, 368.
- Baer, A. (2002). Wpływ rozszerzenia Unii Europejskiej na samowystarczalność żywnościową na tle poziomu konsumpcji. *Roczniki Naukowe SERiA*, 4(2), 12–17.
- Baer-Nawrocka, A. (2014). Zmiany w spożyciu i stopniu samowystarczalności żywnościowej w Unii Europejskiej. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 360, 19–27. doi: 10.15611/pn.2014.360.02
- Bne Saad, M. (2013). *The Global Hunger Crisis: Tackling Food Insecurity in Developing Countries*. London: Pluto Press.
- Borch, A., Kjaernes, U. (2016). Food security and food insecurity in Europe: An analysis of the academic discourse (1975–2013). *Appetite*, 103, 137–147.
- Burchi, F., Fanzo, J., Frison, E. (2011). The Role of Food and Nutrition System Approaches in Tackling Hidden Hunger. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 8(2), 358–373.
- Bureau, J.C., Swinnen, J. (2018). EU policies and global food security. *Global Food Security*, 16, 106–115.

- Carletto, C., Zezza, A., Banerjee, E. (2013). Towards better measurement of household food security: Harmonising indicators and the role of household surveys. *Global Food Security*, 2(1), 30–40.
- FAO. (2003). *Trade Reforms and Food Security. Conceptualising the linkages*. Rome: FAO, 26–27.
- Firlej, K., Kubala, S. (2018). Asymetria samowystarczalności produkcji ziemniaków w krajach Unii Europejskiej. *Roczniki Naukowe SERiA*, 20(2), 37–45. doi: 105604/01.3001.0011.8113
- Global Food Security Index 2019. (2020). Retrieved from: <https://foodsecurityindex.eiu.com/Downloads>
- Grębowiec, M. (2012). Wpływ integracji Polski z Unią Europejską na zmiany w podejściu do zapewnienia jakości produktów żywnościowych. *Zeszyty Naukowe SGGW w Warszawie, Problemy Rolnictwa Światowego*, 12(27), 63–74.
- Gulbicka, B. (2009). Problemy wyżywienia w krajach rozwijających się. *Publikacje Programu Wieloletniego 2005–2009*, 124, 33–78.
- Gulbicka, B., Kwasek, M., Obiedzińska, A. (2015). Z badań nad rolnictwem społecznie zrównoważonym [33]. Analiza bezpieczeństwa żywnościowego Polski. *Monografie Programu Wieloletniego*, 19.
- Hałasiewicz, A. (2011). *Rozwój obszarów wiejskich w kontekście zróżnicowań przestrzennych w Polsce i budowania spójności terytorialnej kraju*. Ekspertyza wykonana dla Ministerstwa Rozwoju Regionalnego. Warszawa.
- Johnson, R. (2002). Dietary Intake – How Do We Measure What People Are Really Eating? *Obesity*, 10(11), 63–68.
- Kapusta, F. (2011). Zboża w rolnictwie i gospodarce Polski. *Wies Jutra*, 3–5.
- Kapusta, F. (2012). *Agrobiznes*. Warszawa: Difin.
- Kowalczyk, S., Sobiecki, R. (2011). Europejski model rolnictwa wobec wyzwań globalnych. *Zagadnienia Ekonomiki Rolnej*, 4(329), 35–58.
- Kraciuk, J. (2013). Suwerenność żywnościowa a procesy globalizacji w rolnictwie. *Folia Pomeranae Universitatis Technologiae Stetinensis*, 70, 122–123.
- Kubala, S. (2018). Changes in Self-Sufficiency in Beef and Pork in Selected Central and Eastern Europe Markets. *Problemy Zarządzania*, 6(79), 96–107. doi: 10.7172/1644-9584.79.4
- Kwasek, M., Obiedzińska, A. (2013). Spożycie żywności a środowisko. In: Z badań nad rolnictwem społecznie zrównoważonym [20]. Wybrane zagadnienia zrównoważonego rozwoju rolnictwa. *Publikacje Programu Wieloletniego 2011–2014*, 93, 139–152.
- Lyon, G. (2010). *Report on the future of the Common Agricultural Policy after 2013*. Belgium: European Parliament, Committee on Agriculture and Rural Development, (2009/2236(INI)).
- Mikuła, A. (2012). Bezpieczeństwo żywnościowe Polski. *Roczniki Ekonomii Rolnictwa i Rozwoju Obszarów Wiejskich*, 99(4), 39–40.
- Nietupski, T., Szybica, K. (2002). Bilans żywnościowy województwa dolnośląskiego. *Roczniki Naukowe SERiA*, 4(1), 138–141.
- Poczta, W. (2011). Wspólna Polityka Rolna Unii Europejskiej po 2013 roku – wizje zmian. In: A. Czyżewski, W. Poczta (eds.), *Projekty inwestycyjne w agrobiznesie a zasady Wspólnej Polityki Rolnej po 2013 roku*. Poznań: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, 62–77.
- Rome Declaration on World Food Security and World Food Summit Plan of Action. (1996). World Food Summit, 13–17 November 1996, Rome Italy. Retrieved from: <http://www.fao.org/3/w3613e/w3613e00.htm>
- Sadowski, A., Girzycka, W. (2012). Charakterystyka gospodarstw korzystających ze wsparcia inwestycji modernizacyjnych i dostosowawczych na tle innych form pomocy Unii Europejskiej. *Journal of Agribusiness and Rural Development*, 1(23), 124–125.
- Sektorowa strategia bezpieczeństwa w działach administracji rządowej rolnictwo, rozwój wsi, rynki rolne, rybołówstwo. (2008). Warszawa: Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi.
- Servolin, C. (2005). Gospodarka rolna – między polityką a ekonomią. *Wies i Rolnictwo*, 4(129).
- Skrzypczyńska, J. (2011). Międzynarodowe aspekty reform Wspólnej Polityki Rolnej Unii Europejskiej. *Przegląd Prawa Rolnego*, 1(8), 89–108.

Strategia zrównoważonego rozwoju wsi, rolnictwa i rybactwa 2030. (2020, 27 July). Retrieved from: <https://www.gov.pl/web/rolnictwo/strategia-zrownowazonego-rozwoju-wsi-rolnictwa-i-rybactwa-2030>

Szczepaniak, I. (2012). Samowystarczalność żywnościowa Polski. *Przemysł Spożywczy*, 2, 2–3.

Szybiga, K. (2013). Asymetria spożycia i produkcji wybranych artykułów żywnościowych w ujęciu przestrzennym. *Zagadnienia Ekonomiki Rolnej*, 1, 104–117.

Tomczak, F. (2009). Ewolucja wspólnej polityki rolnej UE i strategia rozwoju rolnictwa polskiego. *Publikacje Programu Wieloletniego 2005–2009*, 125.

Wilkin, J. (2001). Polskie rolnictwo wobec procesu globalizacji. *Roczniki Naukowe SERiA*, 3(1), 9–20.

Sebastian Kubala, MA, is a PhD candidate, speciality economics sciences and the author or co-author of about twenty scholarly contributions. His research interests centre around the food industry, particularly research related to land economy, prices on food markets, and the EU's agricultural policy. A significant part of his interest is focused on issues of business management.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4021-9173>

Address:

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie
Kolegium Ekonomii, Finansów i Prawa
Katedra Rozwoju Organizacji
ul. Rakowicka 27
31-510 Kraków, Polska
e-mail: kubalas@uek.krakow.pl

Chrystian Firlej, MA, graduate of the Cracow University of Economics, currently an employee and doctoral student of the University of Agriculture in Krakow. He completed post-graduate studies at Cracow Business School, part of the Cracow University of Economics, in the eurozone field. He deals with academic and research issues in the functioning of companies belonging to the *WIG Spożywczy* index on the Warsaw Stock Exchange and is an author or co-author of publications in this area. His main research interests are in the agri-food market in Poland and the EU.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7724-5717>

Address:

Uniwersytet Rolniczy w Krakowie
Wydział Rolniczo-Ekonomiczny
Katedra Zarządzania i Ekonomii Przedsiębiorstw
al. Adama Mickiewicza 21
33-332 Kraków, Polska
e-mail: c.firlej@urk.edu.pl

The article is financed within the subsidy granted to the Cracow University of Economics (Program Potencjał No 13/EER/202/POT).

GABRIELA CZAPIEWSKA
Pomeranian University in Słupsk, Poland

Integration into agricultural producer groups as a manifestation of rural entrepreneurship

Abstract: Entrepreneurship is an integral part of rural development contributing to activation, competitiveness and innovation. One manifestation of rural entrepreneurship is farmers associating into producer groups. The article aims to analyse the determinants of rural entrepreneurship and the functioning of integration processes in agriculture based on Poland's example of agricultural producer groups. The paper presents the theoretical basis for developing collective entrepreneurship in rural areas and agricultural producer groups' current state. The goals and motives for the operation of such producer groups and their benefits are presented. Their formation is the result of integration processes taking place in agriculture, both horizontal and vertical. This study is theoretical, based on the literature and the analysis of legal structures and desk research with secondary sources of information from the Agency for the Restructuring and Modernization of Agriculture. The issues discussed constitute a starting point for further research.

Keywords: agriculture; farm producer group; integration; rural entrepreneurship

Received: 12 November 2020

Accepted: 2 March 2021

Suggested citation:

Czapiewska, G. (2021). Integration into agricultural producer groups as a manifestation of rural entrepreneurship. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 17(1), 189–202. <https://doi.org/10.24917/20833296.171.15>

Introduction

Over the last dozen years, a notion of an economic resource has been re-evaluated. Moreover, the importance of knowledge, creativity, innovation and entrepreneurship has increased. Nowadays, these have become critical factors in the development of enterprises, local environments, regions and the entire national economy (Janasz, 2004; Rak, 2006; Sikorska-Wolak, Krzyżanowska, 2010).

Entrepreneurship, both in agricultural and non-agricultural activities, is an integral part of and condition for rural development. For the most part, it results from a policy of multifunctional rural development. It is treated by many authors as a fundamental

element in the process of sustainable development in rural areas, as a result of which changes occur in the socio-occupational structure of rural residents, and consequently the scale and effects of unemployment are reduced (Duczowska-Piasecka, 1998; Hunek, 1995; Kawa, 2005; Rak, 2006).

Developing entrepreneurship among farmers is an essential issue for the entire economy because it generates benefits for the farmer, stimulates greater activity, enhances the imitation of other sectors, and increases agricultural production level. It should be emphasised that in rural environments, entrepreneurship is understood mainly as an activity aimed at earning money.

One manifestation of rural entrepreneurship is the association of farmers into producer groups. According to J. Małyś (1996), the idea of collective action plays an increasingly important role in the modern world and agricultural producer groups are an essential element of the structure of a well-functioning agricultural market. They play essential roles in the agricultural product marketing system, and at the same time, constitute one of the most important ways of gaining a competitive advantage for a farm (Chlebicka, Fałkowski, Wołek, 2008; Lemanowicz, 2004; Hasiński, 2010; Szpon, 2007; Tomczak, 2009; Zawisza, Szkatulski, 2010; Zielińska-Szczepkowska, Kisiel, 2016).

The exploration of these issues aims to analyse the conditions for the development of rural entrepreneurship and the functioning of integration processes in agriculture based on Poland's agricultural producer groups. This exploration is presented as a social science topic, and several research questions are posed:

- What are the foundations of integration processes in agriculture?
- How do agricultural producer groups operate in Poland today?
- What are the goals, motives and effects of these groups?

The research methods used in the evaluation include a comparative and descriptive analysis of the literature, an analysis of legal structures and secondary sources of information, mainly from the Agency for the Restructuring and Modernization of Agriculture (Pol. Agencja Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa). In the presentation of the research results, descriptive-analytical, dynamic-comparative and statistical methods are used. For the sake of clarity of interpretation, the statistical material is presented in tabular summaries.

The first part presents the idea of integration processes (definition and historical perspective), while the second outlines the current state and level of development of agricultural producer groups and the goals and benefits of collective activity. The issues discussed will constitute a starting point for further in-depth research.

The idea of agricultural integration: definition and historical approach

Integration is a concept denoting processes combining the activities of various economic entities. The concept is applied to advanced institutional and material links, while their initial stages are treated more simply as cooperation. There are two primary forms of integration, vertical and horizontal, although sometimes diagonal is discussed (Wyrzykowska, 2004). Horizontal integration consists in the gradual joining of interdependent economic units and tightening the links between them, while vertical integration consists in combining independent economic entities from various phases of the production and distribution process (Małyś, 1996; Zalewski, 1989). The main tasks of integration in the food industry, agriculture and trade, are primarily:

- a) increasing the efficiency of production and sales, e.g. by adjusting supply (quantity, quality and place) to the consumers' requirements,
- b) reducing risk by guaranteeing the supply of the factors of production to the participants of the integrated process of food production, sale of raw materials and final food products,
- c) improving the market position of individual participants (Laskowska, Pieniążek, Zdyb, 1987).

The concept of a producer group is integral to the essence of competitiveness concerning agricultural production and trade in agricultural products. One of the first definitions explaining the essence of agricultural producer groups' functioning was formulated by Małysz (1996: 13–14). In his opinion, "a producer group is an association established on a voluntary and bottom-up basis to sell its produce collectively." K. Kubiak (1997: 25) similarly defines a producer group, "producer organisations (unions, groups) are free associations established to conduct joint activities, most often selling their production". This author also emphasises the entirely voluntary and bottom-up nature of such producer groups. According to W. Boguta (2006: 10), "the modern concept of a producer group is nothing less than cooperatives associating agricultural producers, established for joint sales". E. Pudełkiewicz (1999) emphasises that a producer group's primary task is to carry out joint production of one or more types of goods and, after appropriate preparation and standardisation, sell large batches at favourable prices. This cooperation covers four agricultural activity areas: supply of produce, the production itself, marketing and the common use of machinery.

The legal definition is regulated by the law of 15 September 2000 on agricultural producer groups and their association. It strictly defines the principles and conditions for granting financial aid from public funds related to their organisation and operation. It is based on a long-standing economic tradition of farmer cooperation and defines the rules for organising agricultural producers into groups and their registration procedure. These issues are also regulated from 19 April 2016 by the Ministry of Agriculture and Rural Development based on a list of products and producer groups.

Based on these definitions, it can be concluded that agricultural producers' organisation into groups is entrepreneurial behaviour. Farmers adopt active attitudes to adapt their farms to constantly changing market conditions (Nowak, Gąsior, 2017; *Podniesienie konkurencyjności...*, 2012; Zawisza, Szkatulski 2010).

Entrepreneurship among farmers is a historical phenomenon. Peasants always displayed certain elements characteristic of entrepreneurship resulting from the specificity of agriculture, family farm or local rural community. In the past, neighbourly help was intensively used to exchange human resources, tools and machines and, with the development of technology and the organisation of agricultural production, more advanced forms of cooperation have developed (Prus, Wawrzyniak, 2010; Sikorska-Wolak, Krzyżanowska, 2010).

Therefore, collective activity in rural areas has a long tradition. The first forms of agricultural cooperation, existing in the period of serfdom, include rural grain stores, loan and savings institutions (so-called carbony), various forms of neighbourly self-help, and the introduction of ideas of progress in peasant agriculture, and others (Parzonko, 2010). Cooperation between farmers organised by themselves and not landowners appeared after serfdom was abolished. Usually, these took the form of

agricultural 'circles' and later, these significantly impacted peasant cooperatives' formation (Janczyk, 1976).

Associations of producer and marketing groups and machine-sharing were among the earliest forms of farmers' organisation, first in the EEC and then in the EU. In Poland, producer groups appeared in the early 1990s in connection with the economic transformation, which had become particularly difficult for agriculture. In the conditions of a command-and-control economy, agricultural producers were assured of their products' sale while the entire sphere of economic life in the countryside and social life was often organised by the commune cooperative (Gołaszewska, 2004; Oleszko-Kurzyna, 2007; Pudelkiewicz, 1999). Between 1990 and 2000, Agricultural Advisory Centres also took active steps to integrate agricultural producers. While the idea of establishing producer groups arose in the early 1990s, it was only at the end of the decade that they became standard. It resulted from an increasing awareness of farmers' necessity to take such action to improve their competitive position on the market.

The emerging groups of agricultural producers started their activities without specific legislation on organising collective forms of management. Only the law on agricultural producer groups and associations at the end of 2000 and the Ministry of Agriculture and Rural Development's relevant regulations made it possible to start the economic process of integration.

The current state and development of agricultural producer groups in Poland

Agricultural producer groups operate based on the provisions of the EU and national law. The primary acts regulating the essence of the creation and functioning of agricultural producer groups are:

- Regulation No 1305/2013 of the European Parliament and the EU Council of 17 December 2013 on support by the European Agricultural Fund for Rural Development (EAFRD) and repealing Regulation (EC) No 1698/2005;
- Act of 20 February 2015 on supporting rural development with the participation of the European Agricultural Fund for Rural Development under the Rural Development Program for 2014–2020 (Journal of Laws of 2015, item 349, as amended);
- Act of 27 May 2015 on financing the common agricultural policy (Journal of Laws of 2015, item 1130);
- Ordinance of the Ministry of Agriculture and Rural Development of 2 August 2016 on the detailed conditions and procedure for granting payment and return of financial aid for the creation of producer groups and producer organisations covered by the Rural Development Program for 2014–2020 (Journal of Laws of 2016, item 1284);
- Act of 15 September 2000 on agricultural producer groups and their associations and the amendment of other acts (Journal of Laws No. 88, item 983, as amended);
- Ordinance of the Ministry of Agriculture and Rural Development of 19 April 2016 on the list of products and producer groups which may be created, the minimum annual volume of commercial production and the minimum number of members of the group (Journal of Laws of 2016, item 577);
- Regulation of the Ministry of Agriculture and Rural Development of 18 February 2016 on the requirements to be met by a business plan for an agricultural producer group (Journal of Laws of 2016, item 237);

- Commission Regulation (EU) No 651/2014 of 17 June 2014 declaring certain types of aid compatible with the internal market according to Art. 107 and 108 of the Treaty.

Agricultural producers may collaborate (as a group) in a legal form of their choice, i.e. an association, cooperative or capital company (limited liability or joint-stock). Currently, in Poland, the vast majority are cooperatives (61.7%), followed by limited liability companies (34.8%), and only 3.5% are associations (Table 1). The vast majority of producer groups currently operating have between 5 and 9 members. The essence of companies, cooperatives or other collective forms of running a business is the combination of dispersed (individual) capital and knowledge to achieve expected benefits (Kubiak, 1997; Łobos-Kotowska, 2003; Szalczyk, 1999). In this context, the economic motives for creating such groups of agricultural producers should be considered. In addition to the potential benefits resulting from cooperation, groups can also count on additional financial support from the EU funds (Żochowska, 2016; Warmińska, 2017).

As of the end of September 2020, there were 740 producer groups in Poland (Table 1). It is worth adding that every third group was established in Wielkopolskie Voivodeship (253 producer groups) with the lowest in the Świętokrzyskie (3) and Śląskie (9) voivodeships. It is not the number but the size and specialisation of farms that significantly impact farmers' cooperation.

Table 1. Number and legal forms of agricultural producer groups in Poland

Voivodeships	Agricultural producer groups				Legal form		
	total registered in 2001–2020*		as of 31 October 2020		limited liability company	cooperative	association
	number	%	number	%			
Dolnośląskie	210	9.7	66	9.0	55	9	2
Kujawsko-pomorskie	187	8.6	45	6.1	28	17	–
Lubelskie	54	2.5	14	1.9	4	7	3
Lubuskie	85	3.9	20	2.6	12	7	1
Łódzkie	120	5.6	86	11.7	7	79	–
Małopolskie	27	1.3	12	1.6	3	6	3
Mazowieckie	120	5.6	68	9.2	33	26	9
Opolskie	190	8.6	75	10.0	32	43	–
Podkarpackie	62	2.9	22	3.0	4	16	2
Podlaskie	52	2.4	11	1.5	6	4	1
Pomorskie	105	4.9	25	3.4	18	7	–
Śląskie	37	1.7	9	1.2	6	3	–
Świętokrzyskie	21	0.9	3	0.4	2	–	1
Warmińsko-mazurskie	120	5.6	17	2.3	7	10	–
Wielkopolskie	678	31.2	253	34.2	28	221	4
Zachodniopomorskie	100	4.6	14	1.9	12	2	–
Total	2168	100	740	100	257	457	26

* The data are for the number of agricultural producer groups registered as of 31 October 2020

Source: author based on registers of agricultural producer groups kept by the Agency for Restructuring and Modernization of Agriculture (Agencja Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa (2020, 6 September)

Table 2. Development of agricultural producer groups in 2001–2020

Years	Number of producer groups created in individual voivodeships														Total		
	Dolnośląskie	Kujawsko-pomorskie	Lubelskie	Lubuskie	Kódzkie	Matopolskie	Mazowieckie	Opolskie	Podkarpackie	Podlaskie	Pomorskie	Śląskie	Świętokrzyskie	Warmińsko-mazurskie		Wielkopolskie	Zachodnio-pomorskie
2001	a	3	1	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1	1	7
	b	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	1
2002	a	1	5	-	1	-	3	1	-	-	2	-	-	-	3	-	18
	b	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	1
2003	a	3	1	2	-	1	2	1	3	1	-	-	1	2	4	1	26
	b	1	-	1	-	-	-	-	1	1	-	-	1	-	-	-	5
2004	a	1	5	6	1	1	2	2	4	4	2	-	-	-	5	-	35
	b	-	-	-	-	-	2	-	1	-	-	-	-	-	-	-	3
2005	a	1	8	2	2	-	1	2	1	-	1	-	-	1	7	2	29
	b	-	1	-	-	-	1	-	-	-	1	-	-	1	-	-	3
2006	a	101	7	2	1	-	-	7	2	-	2	1	1	2	11	5	52
	b	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1	4	6
2007	a	16	9	1	4	1	4	7	2	-	17	2	-	10	15	14	104
	b	1	-	-	2	-	1	-	-	-	1	-	-	-	2	1	8
2008	a	22	20	3	11	3	6	17	4	8	4	8	2	9	28	10	156
	b	7	1	-	1	1	2	2	-	1	-	1	-	1	4	2	23
2009	a	25	15	6	6	3	2	12	1	2	4	2	1	12	29	13	133
	b	2	1	1	1	-	-	-	-	-	1	1	-	1	5	2	15
2010	a	16	15	3	5	5	6	18	4	12	7	5	5	14	35	6	157
	b	3	-	-	1	1	2	2	3	2	-	2	2	2	5	-	26

2011	a	23	31	7	13	3	1	16	15	10	1	14	3	2	13	69	13	224
	b	6	5	-	3	-	-	2	3	4	-	5	-	-	-	13	1	41
2012	a	1	16	4	17	7	2	22	11	8	12	7	3	5	19	88	15	251
	b	4	1	3	2	3	-	11	1	2	3	-	-	-	2	20	2	54
2013	a	42	26	10	16	18	9	33	36	16	10	32	10	4	26	190	17	495
	b	12	9	1	3	3	8	20	12	6	3	8	2	-	3	27	1	119
2014	a	-	1	2	2	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	4	-	10
	b	-	-	2	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4
2015	a	3	-	1	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	4	1	12
	b	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
2016	a	3	3	1	1	39	2	13	20	5	-	2	1	-	7	43	2	142
	b	2	3	1	1	39	-	12	16	3	-	1	1	-	3	31	1	114
2017	a	2	2	2	-	17	-	0	11	1	1	1	1	-	2	3	-	52
	b	2	2	2	-	17	-	8	11	1	-	1	1	-	2	3	-	50
2018	a	13	5	1	-	3	-	2	9	-	1	6	1	-	1	64	-	106
	b	13	5	1	-	3	-	2	7	-	1	4	1	-	1	64	-	102
2019	a	8	11	1	1	12	-	6	9	1	-	3	-	-	1	37	-	90
	b	8	11	1	1	12	-	6	9	1	-	3	-	-	1	37	-	90
2020*	a	4	6	-	2	7	-	2	12	-	-	1	-	-	-	38	-	72
	b	4	6	-	2	7	-	2	12	-	-	1	-	-	-	38	-	72
Total	a	210	187	54	85	120	27	120	190	62	52	105	32	21	1217	678	100	2168
	b	66	45	14	20	86	12	68	75	22	11	25	9	3	253	253	14	740

* Data as of 31 October 2020

a – total number of agricultural producer groups registered in 2001–2020*; b – number of agricultural producer groups in operation as of 31 October 2020

Source: author based on registers of agricultural producer groups kept by the Agency for Restructuring and Modernization of Agriculture (Agencja Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa (2020, 6 September))

Currently, 737 agricultural producer groups operate in Poland, with producers of pigs (live pigs, piglets, weaners, pork meat – fresh and chilled) constituting 38.6% and producers of cereals oilseeds, mainly rapeseed, 26.7% (Table 3). Figures for producers of milk were 10.0% (cow, sheep, goat milk), poultry (live poultry, fresh and frozen meat) at 8.7%, and cattle (livestock and beef) at 6.9%. Single groups dealt with the cultivation of plants intended for herbal and pharmaceutical production and breeding rabbits.

Table 3. Agricultural producer groups in Poland by produce (as of 31 October 2020)

Voivodeships	Producer groups												
	Cereal grains and/or oilseeds	Potatoes	Sugar beets	Tobacco leaves	Pigs	Cattle	Poultry	Eggs	Milk	Organic farming products	Ornamental horticultural plants	Seed material or seedlings	Others
Dolnośląskie	46	10	4	–	–	1	–	–	1	2	1	–	–
Kujawsko-pomorskie	14	4	–	1	14	5	2	–	3	–	–	1	1
Lubelskie	3	–	–	3	7	–	–	–	–	1	–	–	–
Lubuskie	10	–	–	–	2	–	6	1	1	–	–	–	–
Łódzkie	1	1	–	–	73	1	2	1	6	–	1	–	–
Małopolskie	4	–	–	2	2	–	3	1	–	–	–	–	–
Mazowieckie	5	1	–	–	34	1	14	2	11	–	–	–	–
Opolskie	40	2	3	–	21	1	5	2	–	–	–	1	–
Podkarpackie	12	1	–	1	3	1	3	–	1	–	–	–	–
Podlaskie	2	–	–	1	1	–	5	2	–	1	–	–	–
Pomorskie	5	1	–	–	8	1	6	–	3	–	–	1	–
Śląskie	2	–	–	–	1	–	3	1	2	–	–	–	–
Świętokrzyskie	–	–	–	1	–	–	2	–	–	–	–	–	–
Warmińsko-mazurskie	6	–	–	–	3	2	5	–	1	–	–	–	–
Wielkopolskie	33	3	9	–	118	39	7	1	42	–	–	–	1
Zachodniopomorskie	12	–	–	–	–	–	1	–	1	–	–	–	–
Total	195	23	16	9	287	52	64	11	72	4	2	3	2

Source: author based on registers of agricultural producer groups kept by the Agency for Restructuring and Modernization of Agriculture (Agencja Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa, 2020, 6 September)

Goals, motives and effects of the collective activity of agricultural producers

Experience to date shows that collective economic activity in agriculture is conditioned by multiple endogenous factors (which describe farmers and their farms) and exogenous factors (impulses coming from immediate and more distant surroundings).

When deciding on group entrepreneurship, farmers are most often guided by motives to achieve a stable situation in complex farming conditions or even maintain an association for the future. Such a situation was found in breakthrough moments. One of them was the economic transformation when the liberation of agricultural markets brought large fluctuations in prices for agricultural produce and means of production, problems with selling farm produce, and maladjustment in terms of quality and quantity to the requirements of agri-food enterprises. Another one was Poland's accession to the EU which forced agricultural producers to introduce several changes to adjust to the EU requirements (Kania, Bogusz, 2009; Krzyminiewska, 2006; Parzonko, 2010).

The main goal of each group of producers (Table 4) is to introduce products from the farms of its members to the market, while the specific rules of the group's operation allow for payment in proportion to the level of shared services used (Kania, 2008; Krzyżanowska, 2001; Wiatrak, 2006; Zawisza, Szkatulski, 2010; see Table 4). For economic reasons, two general goals can be formulated: striving to achieve long-term economic benefits (increase in income) for individual agricultural producers through collective activities and the use of flat-rate financial aid from the EU funds depending on sales volume (Goszka, 2010; Siemiński, Żukovskis, Senkus, 2018).

Among the crucial goals for creating producer groups, the following need to be mentioned: establishing cooperative groups to take over various links of the technological process using the experience of individual producers; conducting joint investments that usually exceed the capabilities of a single producer; performing integrated agricultural production (in terms of area, animal breeds, crop varieties, and others); as well as creating marketing channels integrated with agri-food processing enterprises (Boguta, 2006; Chorób, 2010; Mierzwa, 2007).

The main effects of agricultural group entrepreneurship include increasing the allocation of resources, reducing production costs thanks to economies of scale and scope, and obtaining greater bargaining power by consolidating the efforts of all producers (Makarowski, 2000; Halicka, Rejman, 2001; Turski, Witosław, 2004; Chlebicka, 2011; *Promocja tworzenia...* 2011). Horizontal integration in agriculture also contributes to better use of available resources and increases human capital. Farm owners, acting as a group, have easier access to market and scientific information, external financing sources and greater investment opportunities (Zawisza, 2010; Nowak, Gąsior, 2017; Kozłowska-Burdziak, Przygodzka, 2019).

Table 4. Goals and effects of agricultural producer groups

Objectives of agricultural producer groups	Effects of agricultural producer groups
<ul style="list-style-type: none"> - jointly selling products or groups of farm produce of the group members - creating cooperative groups that take over various links of the technological process, using the experience of individual producers - improvement of management efficiency <ul style="list-style-type: none"> - integrated agricultural production (in terms of area, breeds, varieties etc.) - adapting agricultural production to market conditions 	<ul style="list-style-type: none"> - limiting the number of intermediaries - a single manager - reducing the costs of agricultural production, - having a larger and uniform batch of high-quality goods - joint (wholesale) purchase of production means cheaper fertilisers, plant protection chemicals, transport, etc. - joint preparation of appropriate batches of products (storage, drying, packaging and labelling)

<ul style="list-style-type: none"> - joint supply of working assets for current agricultural production - organising collective storage activities - supply concentration - increasing farmers' income by reducing costs, planning and preparing large, homogeneous batches of high-quality products - creating marketing channels integrated with agri-food processing enterprises - natural environment preservation 	<ul style="list-style-type: none"> - building permanent cooperative relations with consumers ready to pay a higher price for products with established quality standards, ensuring continuity of deliveries of a specific batch size - partnership cooperation, resulting in the strengthening of market position and better monitoring (access to information) - joint investments (capital, loans, machines, warehouses, cold stores, etc.) and the introduction of new technologies - conducting training and marketing activities (joint product promotion) - exchange of experience and market information - spreading risk among all group members, solving problems together and the use of consultants
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Source: author based on Chlebicka (2011), Halicka, Rejman (2001), *Promocja tworzenia...* (2011), Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich (2020)

Conclusions

Entrepreneurship in rural areas is a significant factor in their socio-economic development, triggering many initiatives and activity for the inhabitants. One aspect is the integration of farm owners into groups of agricultural producers. In Poland, their dynamic development took place after integration with the EU, resulting from increased competition on the European market, to which the fragmented Polish agriculture was subjected, and financial aid for the functioning and formal registering of producer groups. The entrepreneurial attitudes of farmers are currently supported by funds from the Common Agricultural Policy, which included Polish agriculture after integration in 2004. It took place under the Rural Development Plan in the programming period covering the years 2004–2006 and then continued under Rural Development Programs for 2007–2013 and 2014–2020.

The formation of agricultural producer groups results from ongoing integration in agriculture, both horizontal and vertical. Therefore, the market economy's progressive development forces agricultural producers to take action aimed at horizontal integration between the producers themselves and integration with other agribusiness institutions supporting agriculture.

Economic factors are the most critical element when producers make decisions about collective activities. Horizontal integration of farmers, based on joint action, makes it possible to meet the market economy's challenges; however, despite the clear benefits of horizontal integration in agriculture, there has been a visible decline in the number of agricultural producer groups. One important reason is the reluctance of the rural population to undertake new initiatives, resulting from a lack of legal knowledge. The issue of farmers' reluctance to associate into producer groups, especially in recent years, or resignation from such a form of cooperation, requires in-depth research and systemic solutions under the Common Agricultural Policy for 2021–2027. It is necessary to introduce new,

more favourable and appropriate legal solutions (especially for producers with small and medium production potential), greater financial support and a guarantee of assistance in the integration process. The collective activity is of particular importance in a long-term perspective because, as research shows, it favours the implementation of new production technologies, improvement of product quality and the economic effects of farming, as well as strengthening the market position of individual entities (Kozłowska-Burdziak, Przygodzka, 2019; Szpon, 2004, 2007; Warmińska, 2017; Zawisza, Szkatulski, 2010).

The future of agricultural producer groups may be in closer cooperation and with established unions of such groups. With a more significant production potential, the rational direction of a group's activity would be to develop primary processing, either through their plants or through outsourcing. It is to be hoped that competition from the EU agriculture, combined with significant financial aid in coming years, will also stimulate new producer groups in Poland.

The functioning of agricultural producer groups is of fundamental importance for further developing the entire agribusiness sphere. Insufficient development of joint forms of management reduces agriculture's competitiveness and limits rural areas and agriculture's further development. Current conditions for this sector's development require farmers to be more economical, exceeding current standards. The analyses in this work converge with other authors' research and constitute a platform for further exploring the integration issues in agriculture.

References

- Agencja Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa. (2020, 6 September). <https://www.arimr.gov.pl>
- Boguta, W. (ed.). (2006). *Organizacja i funkcjonowanie grup producentów rolnych*. Warszawa: Krajowa Rada Spółdzielcza.
- Chlebicka, A., Fałkowski, J., Wolek, T. (2008). *Powstawanie grup producentów rolnych a zmienność cen*. Warszawa: FAPA.
- Chlebicka, A. (2011). Czynniki wpływające na sukces grup producentów rolnych. *Journal of Agribusiness and Rural Development*, 4(22), 31–39.
- Chorób, R. (2010). Marketingowe grupy producentów rolnych jako determinanta rozwoju obszarów wiejskich. *Więś i Rolnictwo*, 2(147), 158–172.
- Duczowska-Piasecka, M. (1998). Przedsiębiorczość na wsi. In: A. Woś (ed.), *Encyklopedia agrobiznesu*. Warszawa: Fundacja Innowacja, 634–639.
- Gołaszewska, B. (2004). Szanse i bariery funkcjonowania grup producentów rolnych w Polsce. *Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu*, 6(1), 55–61.
- Goszka, W. (2010). Prawno-ekonomiczne uwarunkowania działalności grup producentów rolnych. In: S. Zawisza (ed.), *Perspektywy rozwoju grup producentów rolnych – szanse i zagrożenia*. Bydgoszcz: Wydawnictwo UTP, 39–47.
- Halicka, E., Rejman, K. (2001). Przedsiębiorczość rolników wobec integracji z Unią Europejską – tworzenie grup producentów rolnych. In: K. Gutkowska, J. Ozimek (ed.), *Rozwój przedsiębiorczości wiejskiej w perspektywie integracji z Unią Europejską*. Warszawa: Wydawnictwo SGGW, 38–43.
- Hasiński, W. (2010). Integracja pozioma gospodarstw rolnych w Polsce ze szczególnym uwzględnieniem województwa dolnośląskiego. In: S. Ciok, P. Migoń (ed.), *Przekształcenia struktur regionalnych – aspekty społeczne, ekonomiczne i przyrodnicze*. Wrocław: Wydawnictwo UW, 349–359.
- Hunek, T. (1995). Drobna przedsiębiorczość (*small business*) na terenach wiejskich. Systemowe uwarunkowania rozwoju. *Więś i Rolnictwo*, 4, 126–138.

- Janasz, W. (red.). (2004). *Innowacja w rozwoju przedsiębiorczości w procesie transformacji*. Warszawa: Difin.
- Janczyk, T. (1976). *Spółdzielczość polska – geneza, rozwój, perspektywy*. Warszawa: Zakład Wydawnictw CRS.
- Kania, J. (2008). Razem możemy więcej, czyli jak wspólnie działać w grupach producentów rolnych. *Zagadnienia Doradztwa Rolniczego*, 4, 16–28.
- Kania, J., Bogusz, M. (2009). Społeczno-ekonomiczne aspekty funkcjonowania grup producentów rolnych w województwie małopolskim. In: S. Zawisza (ed.), *Rozwój przedsiębiorczości i zespołowej działalności gospodarczej w rolnictwie w świetle integracji z Unią Europejską*. Bydgoszcz: Wydawnictwo UTP, 181–197.
- Kawa, M. (2005). *Grupy producentów rolnych jako forma przedsiębiorczości zespołowej*. Rzeszów: Wydawnictwo UR.
- Kozłowska-Burdziak, M., Przygodzka, R. (2019). *Grupy producentów rolnych – szanse i bariery rozwoju*. Białystok: Wydawnictwo UwB.
- Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich. (2020, 6 September). <http://ksow.pl/grupy-producentow-rolnych.html>
- Krawczyk, P. (2007). Integracja pozioma w rolnictwie. In: R. Jabłonka (ed.), *Grupy producentów w wybranych gałęziach produkcji rolniczej*. Siedlce: Wydawnictwo AP, 10–29.
- Krzyminiwski, G. (2006). Społeczno-ekonomiczne determinanty rozwoju przedsiębiorczości wiejskiej. In: A. M. Rak (ed.), *Przedsiębiorczość w rozwoju obszarów wiejskich*. Siedlce: Wydawnictwo AP, 13–22.
- Krzyżanowska, K. (2001). Grupy producenckie jako forma współpracy gospodarstw rodzinnych. In: *Rola i miejsce gospodarstw rodzinnych w systemie rolnictwa polskiego i Europejskiego*. Bydgoszcz: Wydawnictwo UTR, 96–108.
- Kubiak, K. (1997). *Formy organizacyjno-prawne jednostek gospodarczych działających w rolnictwie i ogrodnictwie oraz organizacje producentów*. Warszawa: COBRO, 10–25.
- Laskowska, I., Pieniążek, K., Zdyb, E. (1987). *Formy integracji przemysłu spożywczego i rolnictwa w niektórych krajach Europy*. Ekspertyza. Warszawa: IERiGŻ.
- Lemanowicz, M. (2004). Grupy producenckie i marketingowe i ich wpływ na pozycję konkurencyjną rolników na rynku. *Acta Scientiarum Polonorum, Oeconomia*, 3(1), 103–115.
- Łobos-Kotowska, D. (2003). Prawna forma organizacji i funkcjonowanie grup producentów rolnych. *Studia Iuridica Agraria*, 2, 99–110.
- Małyż, J. (1996). *Procesy integracyjne w agrobiznesie. ABC integracji*. Poznań: CDiEwR.
- Makarski, S. (2000). Integracja pionowa w agrobiznesie (ze szczególnym uwzględnieniem rolnictwa). In: A.P. Wiatrak (ed.), *Kierunki i możliwości zmian w organizacji gospodarstw i przedsiębiorstw rolniczych w procesie modernizacji obszarów wiejskich w Polsce*. Warszawa: Wydawnictwo SGGW, 167–175.
- Mierzwa, D. (2007). Aktualny stan i perspektywy rozwoju zespołowych form gospodarowania na wsi. *Zagadnienia Doradztwa Rolniczego*, 3/4, 49–59.
- Nowak, A., Gąsior, R. (2017). Integracja pozioma producentów rolnych – możliwości i bariery. *Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska, LI(1)*, 63–73.
- Oleszko-Kurzyna, B. (2007). Postawy rolników wobec grup producentów rolnych. *Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska, XLI(41)*, 161–176.
- Otrębowska, K. (2017; 2020, 1 September). *Podstawy prawne funkcjonowania grup producentów rolnych*. Retrieved from: http://grupyproducentow.pl/artykuly/a_38,podstawy-prawne-funkcjonowania-grup-producentow-rolnych
- Parzonko, A.J. (2010). Rozwój przedsiębiorczości zespołowej na wsi oraz psychologiczne i ekonomiczne aspekty funkcjonowania grup producentów rolnych. In: K. Krzyżanowska (ed.), *Przedsiębiorczość na obszarach wiejskich. Stan i perspektywy rozwoju*. Warszawa: Wydawnictwo SGGW, 103–123.
- Piasecki, B. (1999). *Ekonomika i zarządzanie małą firmą*. Warszawa: PWN.

- Podniesienie konkurencyjności gospodarstw rolnych poprzez zrzeszanie się rolników ze szczególnym uwzględnieniem formy spółdzielczej.* (2012). Warszawa: Krajowa Rada Spółdzielcza.
- Promocja tworzenia grup producentów rolnych.* (2011). Warszawa: MRiRW.
- Prus, P., Wawrzyniak, B.M. (2010). Rola Unii Europejskiej w rozwoju grup producentów rolnych w Polsce. In: S. Zawisza (ed.), *Perspektywy rozwoju grup producentów rolnych – szanse i zagrożenia*. Bydgoszcz: Wydawnictwo UTP, 49–58.
- Pudelkiewicz, E. (1999). *Spółdzielczość wiejska*. Warszawa: FAPA.
- Rak, A.M. (red.) (2006). *Przedsiębiorczość w rozwoju obszarów wiejskich*. Siedlce: Wydawnictwo AP.
- Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1305/2013 z dnia 17 grudnia 2013 roku w sprawie wsparcia rozwoju obszarów wiejskich przez Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich (EFRROW) i uchylającego rozporządzenie Rady (WE) nr 1698/2005 (Dz.U. UE, 2013, L. 347/487)*
- Rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 18 lutego 2016 r. w sprawie wymagań, jakie powinien spełniać plan biznesowy grupy producentów rolnych, § 1 ust. 1 pkt 8 (Dz.U. z 2016 r., poz. 237).*
- Rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 2 sierpnia 2016 roku w sprawie szczegółowych warunków i trybu przyznawania, wypłaty oraz zwrotu pomocy finansowej w ramach działania „Tworzenie grup producentów i organizacji producentów” objętego Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020 (Dz.U. z 2016 r., poz. 1284).*
- Siemiński, P., Żukovskis, J., Senkus, P. (2018). Regional Diversification of the Effects of Support for Agricultural Producer Groups in Poland. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Przyrodniczo-Humanistycznego w Siedlcach. Administracja i Zarządzanie*, 46, 119, 35–42.
- Sikorska-Wolak, J., Krzyżanowska, K. (2010). Przedsiębiorczość w ujęciu teoretycznym i w praktyce. In: K. Krzyżanowska (ed.), *Przedsiębiorczość na obszarach wiejskich. Stan i perspektywy rozwoju*. Warszawa: Wydawnictwo SGGW, 39–57.
- Szalczyk, Z. (1999). Dlaczego grupy producenckie. *Poradnik Gospodarski*, 2, 4–7.
- Szpon, J. (2007). Integracja pozioma w rolnictwie jako szansa poprawy wyników ekonomicznych produkcji rolnej. *Folia Universitatis Agriculturae Stetinensis. Oeconomica*, 252(46), 67–74.
- Tomczak, P. (2009). Grupy producentów rolnych jako nowe formy zespołowego działania na polskiej wsi. *Studia Obszarów Wiejskich*, XVII, 201–212.
- Turski, J., Witosław, K. (2004). Grupy producentów rolnych polskiego rolnictwa. *Biuletyn Informacyjny ARR*, 2(152), 62–65.
- Ustawa z dnia 20 lutego 2015 roku o wspieraniu rozwoju obszarów wiejskich z udziałem środków Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich w ramach Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020 (Dz.U. z 2015 r., poz. 349 z późn. zm.).*
- Ustawa z dnia 27 maja 2015 roku o finansowaniu wspólnej polityki rolnej (Dz.U. z 2015 r., poz. 1130).*
- Uchwała Nr 163 Rady Ministrów z dnia 25 kwietnia 2012 r. w sprawie przyjęcia „Strategii zrównoważonego rozwoju wsi, rolnictwa i rybactwa” na lata 2012–2020. (Monitor Polski. Dz.U. Rzeczypospolitej, 2012, poz. 839).*
- Ustawa z dnia 11 września 2015 r. o zmianie ustawy o grupach producentów rolnych i ich związkach oraz o zmianie innych ustaw oraz ustawy o wspieraniu rozwoju obszarów wiejskich z udziałem środków Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich w ramach Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020 (Dz.U. poz. 1888).*
- Warمیńska, A. (2017). Czynniki motywujące członków grup producentów rolnych do wzrostu zaangażowania w działania podejmowane przez grupę. *Zarządzanie, Zeszyty Naukowe Politechniki Częstochowskiej*, 25, 41–49.
- Wiatak, A.P. (2006). Grupy producentów rolnych – istota działania i zarządzania nimi. *Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu*, VIII(4), 361–365.
- Wyrzykowska, B. (2004). Rodzaje powiązań integracyjnych w agrobiznesie. *Ekonomika i Organizacja Gospodarki Żywnościowej. Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego*, 53, 57–76.

- Zalewski, A. 1989. *Problemy gospodarki żywnościowej w Polsce*. Warszawa: PWN.
- Zawisza, S., Szkatulski, M. (2010). *Znaczenie grup producentów rolnych w rozwoju wsi i rolnictwa*. In: S. Zawisza (ed.), *Perspektywy rozwoju grup producentów rolnych – szanse i zagrożenia*. Bydgoszcz: Wydawnictwo UTP, 9–21.
- Zielińska-Szczepkowska, J., Kisiel, R. (2016). Zrzeszanie się producentów rolnych jako przykład współdziałania w sektorze rolnictwa – doświadczenia wybranych krajów członkowskich Unii Europejskiej. *Problemy Rolnictwa Światowego*, 16(XXXI/2), 372–386.
- Żochowska, A. (2016). Nowe warunki udzielania wsparcia finansowego grupom producentów rolnych w ramach Wspólnej Polityki Rolnej. *Studia Iuridica Agraria*, 14, 401–418.

Gabriela Czapiewska, PhD, assistant professor, Pomeranian University in Słupsk, Institute of Socio-Economic Geography and Tourism. Research issues and publication themes concentrate on agriculture's problems and the multifunctional and sustainable development of rural areas. The author's research also covers issues related to regional geography.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5638-9831>

Address:

Akademia Pomorska w Słupsku
Instytut Geografii Społeczno-Ekonomicznej i Turystyki
ul. Partyzantów 27
76-200 Słupsk, Polska
e-mail: gabriela.czapiewska@apsl.edu.pl

MATEUSZ ĆWIKŁA
University of Humanities and Economics in Lodz, Poland

The delimitation of functional areas in Świętokrzyskie Voivodeship (Poland) concerning social, financial and economic as well as spatial and infrastructural criteria

Abstract: The article presents current trends in delimiting an area by function and covers various research issues. The main goal of the work was achieved through the author's method of delimiting functional areas in Świętokrzyskie Voivodeship, taking into account social, financial and economic, and spatial and infrastructural criteria. Among all 18 diagnostic features, the following indicators were the most useful: population density, net migration of permanent commune residents per 1000 population, non-working age population per 100 working-age, number of national economy entities on the REGON register per 1000 working-age population, number of dwellings per 1000 inhabitants, and proportion of commune agricultural land to total area. The starting point for creating a fixed classification for communes was the functional typology developed by J. Bański in 2009 at the special request of the Ministry of Regional Development. As a result of the delimitation, the following functional areas in Świętokrzyskie Voivodeship were designated: urban (5), diversified urban (7), tourist and spa (2), tourism and recreation (7), agricultural and horticultural (4), agricultural production (22), semi-subsistent smallholdings (30) and multifunctional (25).

Keywords: delimitation; functional areas; typology

Received: 16 December 2020

Accepted: 28 May 2020

Suggested citation:

Ćwikła, M. (2021). The delimitation of functional areas in Świętokrzyskie Voivodeship (Poland) concerning social, financial and economic as well as spatial and infrastructural criteria. *Przedsiębiorczość – Edukacja* [Entrepreneurship – Education], 17(1), 203–219. <https://doi.org/10.24917/20833296.171.16>

Introduction

Delimitation means identifying and spatially determining an area. It is a special type of classification that consists of setting boundaries by using two methods. The first is

typology, based on finding homogeneous units or groups of units based on similarities or differences. The second is regionalisation, characterised by dividing larger parts into smaller ones due to differences and their boundaries or similarities (Śleszyński, 2016). In typology, designated classes are called 'types': a systematic (taxonomic) term denoting a group of tested objects with similar properties or characteristics. The similarity of the features that characterise a given phenomenon demonstrates that it belongs to a given type. The occurrence of given types is possible in the same area at different times and simultaneously but in different areas (Stola, 1987).

Typologies and territorial classifications are widely used, including in rural studies. The current EU financial plan for 2014–2020 justifies a division into different types, as the distribution of funds depends on qualifying for a given one. There are many typological concepts of rural areas in the literature, usually based on diagnostic indicators. Particular typologies are based on a specific grouping of determinants, and a basic one is a structural, locational and combinational approach (Bański, 2014).

The primary purpose of the discussion here is to develop the author's method of delimiting functional areas and is applied in Świętokrzyskie Voivodeship, taking into account social, financial and economic, as well as spatial and infrastructural criteria. The starting point for creating a fixed classification for communes was the functional typology developed by J. Bański in 2009 at the special request of the Ministry of Regional Development.

Concepts of typology and the classification of functional areas in the literature

Determining functional areas is highly diverse in terms of methodology and is most often related to the purpose of the research. Functional administrative areas in Poland include urban, rural and urban-rural communes (Heffner, 2015). Creating any classification based on spatial units will reveal various types of a functional, morphological or structural nature. The primary purpose is a systematising description that could be used for a cause-and-effect diagnosis of development processes. Issues of interpretation directly influenced the decision not to use IGiPZ PAN statistical research and analyses favouring the author's flexible classification. The divisions commonly used and recognised by the Central Statistical Office (GUS) are constructed according to rigid administrative criteria. The concepts developed in recent decades, however, are based on typologies of rural communes mainly developed by researchers such as W. Stola (1987), J. Bański (2014) and the functional urban typologies represented by K. Dziewoński (1962), P. Korcelli (1976), and P. Śleszyński (2013, 2016). The development of various typologies and classifications has also taken place in such research and development units as IRWiR PAN (Siemiński, 1979; Rosner, 1999; Heffner and Rosner, 2005; Stanny, 2013), and IGP UW (Swianiewicz, 1989; Śleszyński and Komornicki, 2016).

In Marburg in Germany, geographers considered a typology based on segmentation, demonstrating functionality in their work on tourism management in protected areas. As a marketing tool, it served those responsible for supervising tourism in geographically delimited areas under protection or special development (Bild, Opp, 2013). The spatial differentiation of rural areas and their development is dealt with by the economists I. Hodge (University of Cambridge) and P. Midmore (University of Aberystwyth). Based on experience from the UK, they proposed several models (local, territorial, sectoral) that describe the complex interactions and dependencies present in rural areas today (Hodge,

Midmore, 2008). In Belgium, sustainable development issues, ecology, and spatial planning have been taken up by geographers from the University of Ghent. As part of the research, a graded and large-scale landscape typology considering supra-regional integration was developed (Van Eetvelde, Antrop, 2009).

A large-scale and multi-dimensional typology of urban centres was based on variable socio-economic, environmental and land use data by A. Krehl and S. Siedentop (2018). In turn, researchers from Salzburg identified existing urban structural types and proposed a new typology, paying particular attention to buildings' form and their external appearance (Lehner, Blaschke, 2019).

The location concept is based on an analysis of distance from centre to periphery (the urban-rural continuum principle). The most common criterion identifying a given type is measuring the travel time necessary for residents to reach the centre. This approach distinguishes cities and their zones of influence from traditional rural and peripheral areas. Location conditions play an essential role in the typology constructed by T. Komornicki and Śleszyński (2009), which considers functional connections and urban-rural relations (Bański, 2014).

Combinational typology is a complex form and is created by bringing together elements present in the structural and locational approaches. An example is a typology developed by Bański (2012) commissioned by the Ministry of Regional Development. It essentially refers to the functional types in KPZK 2030, and its research result is the identification of two types of rural area: those which play an active part in the development and those requiring support for such development (Bański, 2014).

Methods of identifying the functional classification of the communes studied

Structural typology makes it possible to group rural areas according to their socio-economic characteristics, and following from this, leading economic functions are essential and are assigned an appropriate functional type. This typology in Poland was developed in Stola's habilitation thesis (1987) and later modified by Bański and Stola (2002) by synthetically capturing the leading sectors of economic activity in the socio-economic structure of a given area. Their determination is based on a set of diagnostic features that describe various elements in a reference unit, including economic functions such as industry, trade, services, transport, tourism and recreation, agriculture, and forestry. Having a significant number of features theoretically allows several dozen functional types to be created, but only a few are considered (Bański, 2014).

In 2013, Śleszyński and Komornicki made a functional classification of Polish communes to monitor spatial planning using the deductive-inductive method by identifying detailed criteria on a local scale through a so-called functional typology. The research methodology for this study used a classification procedure consisting of selecting and establishing the hierarchy of the unit (commune), the selection of criteria appropriate for a given category of commune, assigning communes based on detailed criteria, and dividing (internal differentiation) of categories into subcategories (Śleszyński, Komornicki, 2016).

For this work, a critical role is played by the functional typology of communes developed by Bański in 2009 for the needs of the Ministry of Regional Development. It comprised ten standardised statistical measures characterising socio-economic development for 2002–2007. Bański's functional structure for communes (2010) distinguishes

the following eight types: urban, urbanised, multifunctional transitional, highly agricultural, agriculture dominant, tourist and recreational, forest, mixed (Bański, 2014).

For research and analyses conducted in Świętokrzyskie Voivodeship, the relative criteria were referenced against characteristics from all 102 communes. The statistical data was homogeneous and covered 2010. The diagnostic features taken into account when constructing the functional structure considered the following criteria: social, financial, economic, spatial and infrastructural (Table 1).

Table 1. Diagnostic features used to determine the functional structure of communes

Criterion	Diagnostic features
social	population density
	birth rate
	commune migration balance for permanent residents per 1000 population
	proportion of registered unemployed in the working-age population
	non-working age population per 100 working-age
financial and economic	revenue and expenditure balance per capita for communes and urban areas
	number of entities from the national economy in the REGON register per 1000 working-age population
	proportion of farms running agricultural activity out of all agricultural farms
	proportion of farms producing mainly for the market
	number of tourists staying in tourist accommodation
	the number of permanent patients in health resort treatment facilities to the total population
spatial and infrastructural	number of dwellings per 1000 population
	number of year-round bed places in collective tourist accommodation
	number of fixed monuments
	proportion of forests in the commune total
	proportion of protected areas in the commune total
	proportion of agricultural land in a commune to the total area
	the proportion of orchards in the total agricultural land area

Source: author

The broad spectrum of the diagnostic features analysed results from the necessity to construct a reliable, functional structure of communes, which will be used later to assess the activities of local government in Świętokrzyskie Voivodeship considering environmental protection tasks.

Comparability within individual diagnostic features was possible through standardisation constructed according to the following scheme:

$$\text{Stand} = \frac{W_{dcd} - W_{mincd}}{W_{maxcd} - W_{mincd}} \times 100$$

where:

Stand – standardisation reference for a given indicator

W_{dcd} – value of a given diagnostic feature

W_{mincd} – value of the minimum diagnostic feature

W_{maxcd} – value of the maximum diagnostic feature

The analysis of statistical material, including those for selected measures, made it possible to determine eight main functional types of commune. Each of the 102 local government units underwent an assessment to be allocated to a type using five diagnostic features, taking into account the need to choose them from all three types of criterion. The choice of diagnostic features was determined both substantively and statistically and partially determined the analysed area. The diagnostic features considered in the functional structure had to show high variability and have no correlation with other variables. Thus, features with low variability and those that could be potentially correlated with other variables and would provide similar information were eliminated.

Additionally, in most cases (the minimum for the first three indicators), specific necessary indicator scales for key diagnostic parameters were defined depending on a given functional type. The exceptions were the multifunctional areas designated finally, and all administrative units that did not meet any predefined criteria were classified into this group. Determining threshold values within a given functional type was possible thanks to the empirical distribution of the indicators.

The work here attempts to quantify individual types and make a qualitative assessment allowing the development of a hierarchy within types through a synthetic index. It took into account the key diagnostic features for a given functional structure and was calculated based on the following formula:

$$W_{\text{sum}} = \frac{\text{Ref1} * r_1 + \text{Ref2} * r_{0.8} + \text{Ref3} * r_{0.6} + \text{Ref4} * r_{0.4} + \text{Ref5} * r_{0.2}}{5}$$

where:

W_{sum} – standardised sum

Stand_{n+1} – indicator size after standardisation

$r_{1-0.2}$ – ranking factor

The ranking factor was introduced to differentiate the importance of diagnostic features depending on the dominant factor in a given functional type. Its value ranged from 1 to 0.2, at 0.2 intervals. The larger the number, the more critical the diagnostic feature in a given functional structure.

Analysis of the frequency of use of individual diagnostic features to construct a functional structure allows for a broader look at the qualitative use of the indicators (Table 2).

Determining the level of importance of a given indicator was possible because the ranking factor was included in the research. In this case, the sum of the ranks of the indicators used in the delimitation was then divided by the number of diagnostic features present. In the case of fractions, the number was rounded up to one decimal place. In this respect, the most important features were the number of permanent patients in health resort treatment establishments to the total population, the proportion of farms producing mainly for the market, population density, and the number of tourists staying in tourist accommodation establishments. It is worth noting that a high position was associated with a specialised feature with the lowest frequency of use. In the next stage of the analysis, the level of indicator usefulness was taken into account. The relationship was as follows: the more significant the frequency of using a given diagnostic feature, the higher the level of usefulness (closer to 1).

Table 2. Analysis of the usefulness of the diagnostic features used to determine the functional structure of communes

Criterion type	Diagnostic feature	Frequency of use and rank	Importance level of indicator	Usefulness level of indicator
social	population density	1M, 2ZM, 3RN	2	1
	birth rate	4RP, 2W	3	2
	commune migration balance for permanent residents per 1000 population	4M, 5TU, 5TR	4.7	1
	proportion of the registered unemployed in the working-age population	5RS, 4W	4.5	2
	non-working age population per 100 working-age	4RS, 5RP, 5RN	4.7	1
financial and economic	revenue and expenditure balance per capita for communes and urban areas	5ZM, 1W	3	2
	number of entities from the national economy in the REGON register per 1000 working-age population	3M, 1ZM, 5W	3	1
	proportion of farms running agricultural activity out of the total number of farms	3RP, 2RN	2.5	2
	proportion of farms producing mainly for the market	2RS, 1RP	1.5	2
	number of tourists staying in tourist accommodation	3TU, 1TR	2	2
	the number of permanent patients in health resort treatment facilities to the total population	1TU	1	3
spatial and infrastructural	number of dwellings per 1000 population	2M, 4ZM, 3W	3	1
	number of year-round bed places in collective tourist accommodation establishments	2TU, 3TR	2.5	2
	number of fixed monuments	5M, 2TR	3.5	2
	proportion of forest in the total commune area	4TU, 3RS	3.5	2
	proportion of protected areas in the total commune area	3TR	1	3
	proportion of agricultural land in a commune to the total area	3ZM, 2RP, 2RN	2.3	1
	the proportion of orchards in the total agricultural land area	1RS, 4RN	2.5	2

Source: author

The most useful diagnostic features were population density, the balance of commune migration for permanent residents per 1000 population, non-working-age population per 100 working-age, number of entities of the national economy in the REGON register per 1000 working-age population, number of dwellings per 1000 population, and the proportion of agricultural land in the commune to its total area.

The ranking factor runs from highest to lowest. When classifying individual areas, the principle of exclusivity was applied, which meant that only a single type was assigned to a given commune. Thus, previously classified communes were not taken into account when classifying the following type, resulting in standardisation. The final value of this synthetic index was influenced by components of the actual scale of diagnostic features, expressed by standardisation to a reference scale from 0 to 100. A higher index determined the achieved result in the functional structure. However, in some justified cases, the inverse of the index was used. It happened where a higher index did not positively indicate the existence of certain phenomena (e.g. unemployment) or a situation where the identified area could be characterised by an inverse relationship, e.g. low population density.

Functional types of communes in Świętokrzyskie Voivodeship

Urban areas

Communes classified as urban areas (M) have the highest population density (over 700 per km²), the number of dwellings per 1000 population is 280 or more, and a relatively large (over 150) number of entities from the national economy on the REGON register per 1000 working-age population. In addition, these areas show a negative balance of commune migration for permanent residents per 1000 population, and the presence of fixed monuments in their area.

The use of specific diagnostic features made it possible to delimit the urban areas which included the largest cities in Świętokrzyskie Voivodeship with voivodeship and powiat rank: Kielce, Ostrowiec Świętokrzyski, Starachowice, Sandomierz, Skarżysko-Kamienna (Table 3).

Table 3. Urban areas

Commune	Population density	Stand	Number of dwellings	Stand	Number of entities from the national economy	Stand	Commune migration balance	Stand	Number of fixed monuments	Stand	Wsum
Kielce	1846	100.00	287.7	31.48	216.1	96.9	-5.5	77.92	88	100.00	218.46
Starachowice	1650	89.21	350.5	58.98	151.0	59.9	-3.9	71.25	6	6.82	201.10
Ostrowiec Świętokrzyski	1591	85.97	315.3	43.56	172.2	71.9	-4.5	73.75	7	7.95	193.80
Sandomierz	870	46.29	333.1	51.36	221.7	100.0	-7.7	87.08	58	65.91	184.86
Skarżysko-Kamienna	756	40.01	347.2	57.53	177.4	74.9	-5.5	77.92	1	1.14	162.19

Source: author based on GUS data

Communes classified as this type show high urbanisation and industrialisation, as evidenced by the dense transport infrastructure and building levels. Thus, urban areas show the absence of such features as agricultural land and protected areas.

Diversified urban areas

In classifying diversified urban areas, relatively high indicators were of great importance, such as the number of entities from the national economy in the REGON register per 1000 working-age population (over 100). Additionally, other features turned out to be important: population density (over 100 per km²) and the number of dwellings per 1000 population (over 290).

In communes classified as this type, the proportion of agricultural land to the total area was lower than 40%, and the balance of income and expenditure per capita of communes and urban areas was negative. It was assumed that urban areas delimited above would not undergo further classification.

The diversified urban areas included the following seven administrative units: Suchedniw, Sitkwka-Nowiny, Konskie, Miedziana Gora, Zagnansk, Masww and Morawica (Table 4).

Table 4. Diversified urban areas

Commune	Number of entities from the national economy	Stand	Population density	Stand	Proportion of agricultural land	Stand	Population	Stand	Balance of income and expenditure	Stand	Wsum
Suchedniw	146.6	87.0	144	85.82	3.67	100.00	360.3	63.27	-582.35	61.99	243.49
Sitkwka-Nowiny	138.7	80.3	163	100.00	19.60	87.30	338.9	53.90	-826.34	71.73	237.06
Konskie	148.4	88.6	148	88.81	24.04	83.76	290.4	32.66	-477.14	57.78	225.32
Miedziana Gora	136.8	78.7	150	90.30	33.08	76.56	306.6	39.75	-526.97	59.77	215.13
Zagnansk	116.6	61.2	103	55.22	16.54	89.74	404.4	82.57	-734.13	68.05	195.01
Masww	131.9	74.4	121	68.66	28.60	80.13	302.4	37.92	-448.16	56.63	194.86
Morawica	129.4	72.3	104	55.97	33.89	75.91	307.0	39.93	-1030.01	79.87	181.78

Source: author based on GUS data

The communes in this group are diversified in size, ranging from 46 km² (Sitkwka-Nowiny) to 250 km² (Konskie). Thus, the largest population is in Konskie commune (37 109 inhabitants), and the lowest in Sitkwka-Nowiny commune (7420 inhabitants). In other communes, numbers range from 10 324 to 14 634 inhabitants. Diverse urban areas are a transitional form between urbanised (urban) and rural areas.

Tourist and spa areas

When delimiting tourist and spa areas, it was necessary to consider a specific diagnostic feature, the number of patients in spa treatment facilities, and the total population (a limit of at least 1000 was adopted). Additionally, this was confirmed by year-round accommodation in collective tourist accommodation establishments (over 400); the number of tourists staying in tourist accommodation establishments (over 10 000); the proportion of forest in the total area of the commune (minimum level of 30%) and a positive balance of commune migration for permanent residents per 1000 population.

The administrative units classified into this group are Busko-Zdrój and Solec-Zdrój (Table 5). In Świętokrzyskie Voivodeship, curative waters (chloride, sulphide and iodine) are used in spas located in these communes. In addition, belonging to this group may be evidenced by the special status of spa communes, which function in Poland under the Act of 28 July 2005 on spa treatment, health resorts and spa protection areas, and spa communes (Journal of Laws of 2016, item 879).

Table 5. Tourist and spa areas

Commune	Number of patients	Ref	Accommodation places	Stand	Tourists using accommodation	Stand	Proportion of forests	Stand	Migration balance	Stand	Wsum
Busko-Zdrój	34 085	100.00	1387	100	33 313	100	38.60	54.37	0.5	71.52	264.61
Solec-Zdrój	2193	6.43	490	35	11 685	35	30.60	43.10	2.3	82.91	76.30

Source: author based on GUS data

Spa treatment has an essential impact on the economy of Świętokrzyskie Voivodeship, as evidenced by qualifying health tourism and the sub-area of spa tourism to the intelligent specialisation of Świętokrzyskie Voivodeship. There are 11 sanatoriums with 1491 beds in the voivodeship and three spa hospitals with 534 beds (7th highest in Poland) (Bubula et al., 2011).

Tourism and recreation areas

Administrative units classified as tourism and recreational areas (TR) should have several features in terms of infrastructure and historical and natural conditions.

For this group, the following diagnostic features were taken into account: the number of tourists staying in tourist accommodation establishments (over 4000 people); the number of fixed monuments (3 or more); the number of year-round bed places in collective tourist accommodation establishments (over 150); a minimum of 85% protected areas in

the commune total and the balance of commune migration for permanent residents per 1000 population.

The following communes are classified as tourist and recreational areas: Chęciny, Górnó, Pińczów, Bodzentyn, Szydłów, Nowa Słupia and Bodzechów (Table 6). It is worth adding that within these administrative units there are the greatest tourist attractions of Świętokrzyskie Voivodeship which include the Royal Castle in Chęciny, Cedzyna Reservoir, the Amusement and Miniature Park "Sabat Krajno", Łysica and Łysa summits, Holy Cross Basilica, Krzemionki Opatowskie, the ruins of the 14th century royal castle in Szydłów, Świętokrzyska Narrow-Gauge Railway "Ciuchcia Ekspres Poniidzie".

Table 6. Tourism and recreation areas

Commune	Number of tourists using accommodation	Stand	Fixed monuments	Stand	Proportion of protected areas	Stand	Year-round bed places	Stand	Migration balance	Stand	Wsum
Chęciny	14 401	78	45	100.00	89.07	82.55	268	72	2.2	82.28	239.31
Górnó	18 578	100	4	8.89	100.16	92.82	370	100	4.7	98.10	206.73
Pińczów	5 032	27	22	48.89	99.97	92.65	235	64	-4.1	42.41	148.89
Bodzentyn	4 519	24	13	28.89	100.91	93.52	233	63	-0.5	65.19	131.34
Szydłów	6 173	33	12	26.67	99.66	92.36	156	42	-1.2	60.76	129.27
Nowa Słupia	6 956	37	5	11.11	103.39	95.82	189	51	-2.4	53.16	126.38
Bodzechów	5 263	28	3	6.67	99.70	92.40	155	42	1.4	77.22	108.95

Source: author based on GUS data

Tourism is perceived in the voivodeship as one of the essential branches of the economy due to strong linkages to other sectors and areas of life such as culture. The implementation of the tourism development strategy for 2007–2013 contributed to significant changes resulting in the development of the product, marketing and investment offer. The development of tourism in Świętokrzyskie Voivodeship consists of many factors, including afforestation (Świętokrzyski National Park), geology (Świętokrzyskie Mountains, fossil marine and land environments), and history (archaeological and iron-working sites). All these elements create natural and cultural value demonstrating the high attractiveness of the region (Baran et al., 2015).

Agriculture and horticultural areas

The following factors were taken into account when classifying agricultural and horticultural areas (RS): the proportion of orchards in the total agricultural area (over 40%);

the proportion of farms producing mainly for the market (above 15%); and the proportion of forests in the total area of the commune (at a level of at least 25%). Additionally, social aspects were considered: non-working-age population per 100 working-age (over 60) and the proportion of registered unemployed in the working-age population (below 10%).

In Świętokrzyskie Voivodeship, several communes have been classified as agricultural and horticultural in the eastern part of the voivodeship: Obrazów, Samborzec, Koprzywnica and Łoniów (Table 7). Fruit growing is a branch of agricultural production that is undergoing intensive changes today due to technological progress in the field of fruit production and storage (Traczyk, Wójcik, 2016).

Table 7. Agriculture and horticultural areas

Commune	Proportion of orchards	Stand	Proportion of farms producing mainly for the market	Stand	Proportion of forest	Stand	Non-working age population	Stand	Unemployment	Stand	Wsum
Obrazów	80.27	100.00	54.40	77.1	12.20	82.82	64.50	79.15	7.12	84.46	246.38
Samborzec	64.65	80.54	53.86	76.3	15.30	78.45	61.00	65.64	7.68	81.11	218.15
Koprzywnica	48.93	60.96	24.88	35.0	24.40	65.63	61.00	65.64	8.96	73.42	157.54
Łoniów	40.27	50.17	16.35	22.9	3.90	94.51	61.50	67.57	7.93	79.61	155.38

Source: author based on GUS data

Agricultural production areas

Agricultural production areas (RP) showed the following features: the proportion of farms producing mainly for the market (over 40%); proportion of agricultural land area to the total area of the commune (over 40%); the proportion of farms running agricultural activity in the total number of farms (over 40%); negative population growth and non-working-age population per 100 working-age. Agricultural production areas covered 22 communes (Table 8).

In 2010, there were changes in the land use on farms related to intensified modernisation and specialisation. The development of agriculture, and thus the occurrence of farms producing for the market, depends mainly on the soil quality. In this respect, Świętokrzyskie Voivodeship is above the national average. Spatially, there is an evident polarisation between the south-eastern part of the voivodeship (soil valuation classes I–III) and the north-western part (soil valuation classes IV–VI) (Bielewicz-Kosińska, 2012).

Table 8. Agricultural production areas

Commune	https://doi.org/	Stand	Proportion of agricultural land	Stand	Proportion of farms running agricultural activity	Stand	Birth rate	Stand	Non-working age population	Stand	W sum
Działoszyce	70.51	100.00	58.90	69.87	70.51	100.00	-46	85.23	69.1	96.91	253.86
Skalbmierz	60.61	85.9	81.80	100	60.61	85.91	-31	75.17	64.2	77.99	250.64
Czarnocin	57.40	81.3	77.05	93.75	57.40	81.33	-29	73.83	65.1	81.47	237.92
Sadowie	54.99	77.9	79.50	96.98	54.99	77.90	-17	65.77	63	73.36	231.47
Złota	59.60	84.5	65.13	78.06	59.60	84.48	-32	75.84	63.3	74.52	230.93
Opatowiec	53.41	75.7	68.26	82.18	53.41	75.66	-27	72.48	62	69.50	218.58
Bejsce	48.50	68.7	70.22	84.76	48.50	68.67	-46	85.23	62.4	71.04	214.61
Kazimierza Wielka	42.29	59.8	76.83	93.47	42.29	59.83	-68	100.00	56.6	48.65	212.44
Wojciechowice	51.89	73.5	67.13	80.70	51.89	73.50	-14	63.76	64.0	77.22	210.74
Lipnik	49.00	69.4	70.03	84.51	49.00	69.38	-24	70.47	60.9	65.25	209.42
Nowy Korczyn	49.68	70.4	62.05	74.01	49.68	70.35	-33	76.51	65.1	81.47	205.63
Pacanów	44.23	62.6	68.16	82.05	44.23	62.59	-48	86.58	69.6	98.84	204.37
Wilczyce	51.86	73.5	59.37	70.49	51.86	73.46	-23	69.80	59.9	61.39	204.30
Michałów	48.46	68.6	63.63	76.09	48.46	68.62	-29	73.83	68.3	93.82	203.94
Wodzisław	48.46	68.6	67.48	81.16	48.46	68.61	-14	63.76	65.2	81.85	203.48
Waśniów	47.28	66.9	69.40	83.68	47.28	66.93	-5	57.72	64	77.22	200.21
Baćkowice	50.05	70.9	62.64	74.80	50.05	70.88	-9	60.40	61.2	66.41	200.06
Wiślica	46.78	66.2	63.33	75.69	46.78	66.21	-32	75.84	61.4	67.18	199.52
Imielno	47.14	66.7	63.20	75.53	47.14	66.73	-10	61.07	66.5	86.87	195.09
Słupia (Jędrzejowska)	45.09	63.8	66.03	79.25	45.09	63.81	-9	60.40	67.8	91.89	193.33
Słupia (Konecka)	50.34	71.3	44.51	50.93	50.34	71.28	-7	59.06	66	84.94	181.82
Moskorzew	40.77	57.7	53.35	62.57	40.77	57.66	-14	63.76	65.6	83.40	171.16

Source: author based on GUS data

Semi-subsistence areas

The following features determined classification as semi-subsistent smallholdings areas (RN): the proportion of agricultural land in the commune to the total area (more than 30%); the proportion of farms running agricultural activity in the total number of farms (over 80%); population density (less than 100); the proportion of orchards in the total agricultural area and the number of non-working age population per 100 working-age. Thirty communes were classified as semi-subsistent smallholdings areas (Table 9).

Table 9. Semi-subsistence areas

Commune	Proportion of agricultural land	Stand	Proportion of farms running agricultural activity	Stand	Population density	Stand	Proportion of orchards	Stand	Non-working age population	Stand	W sum
Zawichost	53.26	66.68	90.83	89.1	59	77.27	27.68	92.67	63.9	76.83	224.47
Stopnica	59.84	75.93	99.00	99.3	63	74.24	11.58	38.77	61.4	67.18	218.14
Klimontów	65.00	83.17	93.44	92.4	86	56.82	13.61	45.57	64.2	77.99	212.51
Łubnice	60.65	77.06	99.47	99.9	52	82.58	1.08	3.61	69.9	100	211.99
Oksa	58.93	74.64	98.47	98.7	53	81.82	0.15	0.50	67	88.80	206.42
Gnojno	55.21	69.41	93.10	92.0	48	85.61	4.97	16.62	67.5	90.73	204.62
Tarłów	38.76	46.31	97.67	97.7	34	96.21	14.10	47.21	66.5	86.87	204.53
Nagłowice	51.35	63.99	99.53	100	45	87.88	0.37	1.22	67.9	92.28	200.90
Ożarów	50.43	62.70	92.12	90.7	62	75.00	9.64	32.27	54.1	39.00	194.74
Iwaniska	53.55	67.08	98.35	98.5	67	71.21	1.98	6.62	62.1	69.88	194.07
Tuczępy	41.83	50.62	98.62	98.9	46	87.12	4.06	13.59	68.3	93.82	191.17
Kije	43.45	52.89	99.32	99.7	45	87.88	1.22	4.08	65.4	82.63	190.34
Łągów	50.27	62.47	91.60	90.1	62	75.00	2.76	9.23	63.5	75.29	186.23
Sobków	48.19	59.56	93.19	92.1	58	78.03	0.62	2.07	58.4	55.60	183.07
Pierzchnica	40.22	48.35	92.15	90.8	46	87.12	4.44	14.87	65.1	81.47	182.44
Radków	33.62	39.08	96.84	96.6	29	100	0.78	2.60	66.9	88.42	180.96
Łopuszno	42.60	51.70	90.76	89.0	51	83.33	0.33	1.11	60	61.78	175.82
Kluczewsko	38.49	45.92	89.33	87.2	39	92.42	0.55	1.84	65.6	83.40	175.23
Bałtów	33.14	38.41	88.02	85.6	36	94.70	3.70	12.40	64.7	79.92	171.85
Bogoria	45.75	56.12	81.57	77.5	65	72.73	3.63	12.15	65.9	84.56	170.00
Małogoszcz	45.42	55.66	92.31	91.0	81	60.61	0.47	1.56	56.8	49.42	167.40
Sędziszów	51.87	64.72	86.64	83.9	89	54.55	0.83	2.79	54.3	39.77	167.25
Osiek	37.70	44.82	85.54	82.5	61	75.76	4.70	15.72	64.4	78.76	165.70
Oleśnica	47.15	58.09	83.10	79.4	74	65.91	0.87	2.93	63.2	74.13	165.32
Włoszczowa	42.94	52.18	89.12	87.0	80	61.36	1.10	3.67	56.9	49.81	162.02
Krasocin	36.95	43.75	85.23	82.1	56	79.55	0.39	1.32	61.1	66.02	160.33
Chmielnik	37.99	45.22	88.95	86.8	81	60.61	4.22	14.13	59.6	60.23	159.05
Mirzec	40.03	48.09	86.77	84.0	76	64.39	1.21	4.06	61.9	69.11	158.33
Radoszyce	39.02	46.67	80.94	76.7	63	74.24	0.33	1.11	58.8	57.14	155.32
Mniów	49.32	61.14	81.04	76.8	99	46.97	0.36	1.21	57	50.19	153.28

Source: author based on GUS data

According to the 2010 agricultural census, the number of farms in Świętokrzyskie Voivodeship was 141 900, almost all in the private sector. Out of 103 100 farms with over one ha of agricultural land, practically 100% were independent. In 2010 the

Table 10. Multifunctional areas

Commune	Balance of income and expenditure	Stand	Birth rate	Stand	Number of dwellings	Stand	Unemployed	Stand	Number of entities of the national economy	Stand	Wsum
Staszów	-260.88	72.17	7	48.61	352.6	87.31	7.7	98.3	147.7	100.0	81.27
Połaniec	-585.99	53.74	74	95.14	322.7	64.86	7.4	100.0	102.1	45.4	71.84
Daleszyce	-149.97	78.45	81	100	274.8	28.90	10.2	79.6	117.2	63.5	70.09
Piekoszów	-131.35	79.51	52	79.86	319.3	62.31	9.8	83.2	98.0	40.5	69.08
Jędrzejów	-182.26	76.62	8	49.31	287.0	38.06	9.2	87.2	135.3	85.2	67.28
Raków	28.23	88.56	-12	35.42	324.5	66.22	11.8	68.3	98.2	40.7	59.85
Strawczyn	-1533.87	0.00	42	72.92	355.7	89.64	8.2	94.6	95.2	37.2	58.86
Opatów	-252.11	72.66	-48	10.42	313.8	58.18	12.6	62.5	138.5	89.0	58.54
Rytwiany	-521.95	57.37	-18	31.25	329.3	69.82	8.9	89.7	100.4	43.4	58.30
Smyków	-781.87	42.63	14	53.47	347.6	83.56	13.5	56.1	109.7	54.6	58.07
Wąchock	-531.69	56.81	-33	20.83	369.5	100.00	12.9	60.5	106.5	50.7	57.75
Pawłów	-720.29	46.12	21	58.33	319.2	62.24	10.2	79.6	79.8	18.7	53.00
Bieliny	-515.12	57.75	62	86.81	236.3	0.00	9.3	86.8	87.1	27.4	51.76
Stąporków	-344.49	67.43	-46	11.81	353.2	87.76	15.5	41.4	106.0	50.1	51.68
Skarżysko Kościelne	-651.53	50.02	-5	40.28	347	83.11	17.6	26.4	90.7	31.7	46.30
Brody	230.11	100.00	-24	27.08	257.2	15.69	13.5	56.0	88.0	28.5	45.47
Łączna	-190.81	76.14	-21	29.17	297.9	46.25	14.4	49.3	85.3	25.4	45.24
Secemin	-617.38	51.96	-36	18.75	334.8	73.95	11.5	70.7	71.1	8.3	44.71
Fałków	-237.27	73.50	-13	34.72	282.3	34.53	11.5	70.4	64.2	0.0	42.64
Gowarczów	-499.70	58.63	-10	36.81	284.6	36.26	15.4	42.0	86.5	26.8	40.08
Dwikozy	-731.67	45.48	-44	13.19	275.7	29.58	9.1	87.8	83.5	23.1	39.82
Ćmielów	-273.45	71.45	-63	0.00	273.6	28.00	13.6	55.3	100.6	43.7	39.68
Kunów	-634.49	50.99	-34	20.14	295.5	44.44	14.4	49.6	90.5	31.5	39.34
Ruda Maleniecka	-1000	30.27	-35	19.44	325.6	67.04	15.4	42.3	83.2	22.8	36.38
Bliżyn	-231.58	73.83	-10	36.81	249.6	9.98	21.2	0.0	97.1	39.5	32.02

Source: author based on GUS data

average area of agricultural land per farm was 3.88 ha, but in recent years, the number of farms has been decreasing, which applies especially to the smallest, which should be considered favourable from an economic perspective. The smallest farms (up to one ha) accounted for 16.5% of all farms but used only 1.8% of the total agricultural area (Bielewicz-Kosińska, 2012).

Multifunctional areas

When establishing the hierarchy of multifunctional areas, the following types of diagnostic feature were taken into account: revenue and expenditure balance per capita for communes and urban areas; birth rate; the number of dwellings per 1000 population; the proportion of registered unemployed in the working-age population; the number of entities from the national economy on the REGON register per 1000 working-age population. Multifunctional areas included 25 communes (Table 10).

Classification as a multifunctional area showed that these communes have varying functions without any clearly defined specialisation. A significant variation in the diagnosed social, financial, and economic features is noticeable within these areas, similar to spatial and infrastructural features. Mixed functions are because this group consists of those areas that meet none of the previously mentioned criteria.

Conclusions

In research, it is imperative to strive for the most precise understanding of a specific process's complexity, its functioning, and how it influences local and regional self-government. Developing empirically verified theoretical concepts that comprehensively capture the functioning and development of economic conditions seems to be necessary (Zioło, 2016).

The decision to select indicators identifying the functional structure of communes was based on several elementary assumptions. First of all, they must represent a broad spectrum of socio-economic factors equally. The indicators should be based on statistical data available at the commune level, and the availability of the data itself should enable an analysis of phenomena at similar time intervals. Adopting spatial aggregation at the commune level is essential for application reasons, as it is the lowest level of administrative division in which regional development policy is implemented. In addition, a commune is the smallest unit for which databases are widely available that enable a selection of indicators that satisfactorily describe the socio-economic characteristics of a given area (Mazur et al., 2015). It is possible to obtain the minimum statistical information set useful in delimitation (Śleszyński, 2013).

When trying to designate functional areas, methodological assumptions are fundamental, and significant roles are played by objectivity and the repeatability of a procedure. The relativism adopted in the classification criteria determines the universality of the method over a more extended time (Mazur et al., 2015). Bański (2014) indicates a few fundamental disadvantages when drawing up this typology, including arbitrariness in the selection of diagnostic features and class intervals for individual statistical measures; relying on subject-limited statistical analysis that is usually not comparable over the same period; subjectivism in the selection of indicators determining socio-economic structure (Bański, 2014). These imperfections in the new functional typology drawn up here have been minimised or even eliminated through the use of a large number of statistical measures (17), characterised by a lack of significant correlation with each other and by the use of time and spatially homogeneous statistical material covering data for all 102 communes of Świętokrzyskie Voivodeship in 2010. The delimitation of the designated functional areas in Świętokrzyskie Voivodeship considered social, financial and economic, and spatial and infrastructural criteria.

The advantage of a typology based on an analysis of functional structure compared to the location approach results from the practical possibilities of formulating and analysing phenomena and processes within such territorial units as communes. In the functional approach, it is possible to indicate the dominant sectors of economic activity synthetically in a given commune by utilising diagnostic features (Bański, 2014).

The fundamental problem in developing the delimitation lies in the methodology, as there is no universal method that could unequivocally produce comparability. Due to the historically formed and diversified socio-economic position and size of a given commune, additional critical assumptions regarding delimitation concerning ease of interpretation, usefulness and flexibility were included (Śleszyński, 2013). Among the many researchers dealing with typology, many demonstrate the need for further work. M. Mazur, Bański, K. Czapiewski, Śleszyński (2015), in a publication devoted to an attempt at a methodical delineation of rural areas and boundaries, indicated that “current classifications do not exhaust the complexity of the characteristics of rural areas and their modification and extension are proposed”. The delimitation presented in this article is a new look at identifying specific areas in terms of economic or socio-economic features in Świętokrzyskie Voivodeship. The methodological assumptions adopted are objective and characterised by repetition of the procedure, which means they can be used when classifying communes in other voivodeships.

References

- Bański, J. (2014). Współczesne typologie obszarów wiejskich w Polsce – przegląd podejść metodologicznych. *Przegląd Geograficzny*, 86(4), 441–470.
- Baran, E., Kiniorska, I., Noga, M. (2015). Rozwój funkcji turystycznej obszarów wiejskich województwa świętokrzyskiego. *Studia Komitetu Przestrzennego Zagospodarowania Kraju*, 163, 252–266.
- Bielewicz-Kosińska, B. (2012). *Charakterystyka gospodarstw rolnych w województwie świętokrzyskim. Powszechny Spis Rolny 2010*. Kielce: Zakład Wydawnictw Statystycznych.
- Bild, Ch., Opp, Ch. (2013). *Tourist typology research in protected areas*. 5th Symposium for Research in Protected Areas, Conference Volume, 53–56.
- Bubula, B., Gawron, M., Janczy, M., Król, D., Smoleń, M. (2011). *Lecznictwo uzdrowiskowe w Polsce w latach 2000–2010*. Kraków: Urząd Statystyczny w Krakowie.
- Dziewoński, K. (1962). Zagadnienia typologii morfologicznej miast w Polsce. *Czasopismo Geograficzne*, 33(4), 441–457.
- Heffner, K. (2015). Obszary funkcjonalne miast – problemy z kształtowaniem i funkcjonowaniem obszarów wiejskich. *Studia KPZK PAN*, 161, 59–74.
- Heffner, K., Rosner, A. (2005). Zróżnicowanie przestrzenne rozwoju gospodarczego na obszarach wiejskich w Polsce. *Studia Obszarów Wiejskich*, 229–241.
- Hodge, I., Midmore, P. (2008). Models of rural development and approaches to analysis, evaluation and decision-making. *Economie Rurale*, 307, 23–38.
- Korcelli, P. (1976). Aglomeracje miejskie w systemach osadniczych. Wybrane hipotezy i perspektywy badawcze. *Przegląd Geograficzny*, 48(4), 589–599.
- Krehl, A., Siedentop, S. (2018). Towards a typology of urban centres and subcenters – evidence from German city regions. *Urban Geography*, 40(1), 58–82.
- Lehner, A., Blaschke, T. (2019). A Generic Classification Scheme for Urban Structure Types. *Remote Sensing*, 11(2), 1–21.
- Mazur, M., Bański, J., Czapiewski, K., Śleszyński, P. (2015). Wiejskie obszary funkcjonalne – próba metodyczna wyznaczenia ich obszarów i granic. *Studia Obszarów Wiejskich*, 37, 7–36.

- Rosner, A. (ed.). (1999). *Typologia wiejskich obszarów problemowych. Problemy Rozwoju Wsi i Rolnictwa. Ustawą z dnia 28 lipca 2005 r. o lecznictwie uzdrowiskowym, uzdrowiskach i obszarach ochrony uzdrowiskowej oraz o gminach uzdrowiskowych* (Dz.U. 2016, poz. 879).
- Stanny, M. (2013). *Przestrzenne zróżnicowanie rozwoju obszarów wiejskich w Polsce*. Warszawa: Instytut Rozwoju Wsi i Rolnictwa PAN.
- Stola, W. (1987). *Klasyfikacja funkcjonalna obszarów wiejskich Polski. Próba metodyczna*. Wrocław: PAN, IGiGP.
- Śleszyński, P. (2016). *Naukowe podstawy i praktyczne problemy klasyfikacji i delimitacji obszarów metropolitalnych*. In: J. Szlachetko, R. Gajewski (eds.), *Instytucjonalne formy współdziałania jednostek samorządu terytorialnego na obszarach metropolitalnych*. Gdańsk: Instytut Metropolitalny, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, 71–87.
- Śleszyński, P. (2013). Delimitacja miejskich obszarów funkcjonalnych stolic województw. *Przegląd Geograficzny*, 85(2), 173–197.
- Śleszyński, P., Komornicki, T. (2016). Klasyfikacja funkcjonalna gmin Polski na potrzeby monitoringu planowania przestrzennego. *Przegląd Geograficzny*, 88(4), 469–488.
- Siemiński, J. (1979). *Typologia gmin i typologiczny opis wybranych przykładów (typologia funkcjonalna gmin)*. Warszawa: Instytut Rozwoju Wsi i Rolnictwa PAN.
- Swianiewicz, P. (1989). Społeczno-ekonomiczna typologia miast i gmin w Polsce. *Rozwój Regionalny. Rozwój Lokalny. Samorząd Terytorialny*, 19.
- Traczyk, A., Wójcik, M. (2016). Innowacje w przemianach organizacyjno-przestrzennych sadownictwa rejonu grójeckiego. *Społeczno-ekonomiczny Wymiar Innowacyjności na Obszarach Wiejskich*, 173, 41–50.
- Van Eetvelde, V., Antrop, M. (2009). A stepwise multi-scaled landscape typology and characterisation for trans-regional integration, applied on the federal state of Belgium, *Landscape and Urban Planning*, 91(3), 160–170.
- Zioło, Z. (2016). Przedsiębiorczość w rozwoju układów lokalnych. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 12, 6–17.

Mateusz Ćwikła, PhD Eng., graduate of doctoral studies at the Faculty of Social Sciences of the Pedagogical University in Krakow, completed post-graduate studies at the Faculty of Law of the University of Economics, Law and Medical Sciences in Kielce, post-graduate studies at the Faculty of Civil Engineering and Architecture, graduate and undergraduate studies at the Faculty of Mathematics and Natural Sciences of Jan Kochanowski University in Kielce and engineering studies at the Faculty of Civil Engineering and Environmental Engineering of the Kielce University of Technology. He is licensed as an internal auditor of the ISO 14001 Environmental Management System (DEKRA) and the ISO 45001 Occupational Health and Safety Management System (URS). He completed the Theory of Solving Innovative Tasks course and has an international certificate of 1st degree TRIZ-MAN. The owner of a consulting company that provides services to institutions and companies in environmental protection regulations.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7490-4307>

Address:

Akademia Humanistyczno-Ekonomiczna w Łodzi
Wydział Zarządzania i Ekonomii
ul. Sterlinga 26
90-212 Łódź, Polska
e-mail: mcwikla@ahe.lodz.pl

MAGDALENA LESIAK
Uniwersytet Łódzki, Polska ■ University of Lodz, Poland

Istota analizy wskaźnikowej – ujęcie edukacyjne

The essence of index analysis – educational approach

Streszczenie: Celem artykułu jest charakterystyka narzędzi analizy wskaźnikowej na podstawie analizy literatury przedmiotu. Zastosowana metoda ilościowa ma istotne znaczenie dla określenia kondycji finansowej przedsiębiorstwa ze względu na możliwość przeprowadzenia syntetycznej oceny efektywności finansowej badanego podmiotu. Na szerokie możliwości aplikacyjne analizy wskaźnikowej wskazuje fakt, iż obejmuje ona obszary płynności, rentowności, zadłużenia oraz sprawności działania, czyli tzw. obrotowości, co bezpośrednio przyczynia się do kompleksowej oceny standingu finansowego przedsiębiorstwa. Potwierdza to również dokonana wivisekcja literatury, której wyniki jednoznacznie unaocznily, że analiza wskaźnikowa umożliwia określenie zjawisk świadczących zarówno o sile, jak i o słabościach badanej jednostki gospodarczej. Ponadto nie tylko stwarza możliwość określenia kondycji finansowej, ale także stanowi podstawę do podejmowania decyzji o charakterze finansowo-inwestycyjnym. Tym samym znajduje szerokie i praktyczne zastosowanie na różnych szczeblach zarządzania jednostką.

Abstract: The purpose of the article is to characterise the tools of index analysis based on the literature of the subject. This quantitative method is important for determining the financial condition of an enterprise due to the possibility of carrying out a synthetic assessment of the financial efficiency of the audited entity. The wide application possibilities of index analysis are indicated by the fact that it covers the areas of liquidity, profitability, debt and efficiency, i.e. the so-called turnover, which directly contributes to a comprehensive assessment of the financial standing of the company. This is also confirmed by the vivisection of the literature, the results of which have clearly shown that index analysis makes it possible to identify phenomena indicating both the strengths and weaknesses of the economic unit under investigation. Moreover, it provides an opportunity to not only determine the financial condition, but also provides the basis for financial and investment decisions. It thus finds wide and practical application at different levels of management of the unit.

Słowa kluczowe: analiza wskaźnikowa; płynność finansowa; rentowność; sprawność działania przedsiębiorstwa; zadłużenie

Keywords: debt; financial liquidity; operational efficiency of enterprises; profitability; ratio analysis

Otrzymano: 17 października 2020

Received: 17 October 2020

Zaakceptowano: 2 marca 2021

Accepted: 2 March 2021

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Lesiak, M. (2021). Istota analizy wskaźnikowej – ujęcie edukacyjne. *Przedsiębiorczość – Edukacja* [Entrepreneurship – Education], 17(1), 220–233. <https://doi.org/10.24917/20833296.171.17>

Wstęp

Analiza wskaźnikowa według L. Szyszko i J. Szczepańskiego (2003) stanowi rozwinięcie wstępnej analizy bilansu, rachunku zysków i strat oraz sprawozdania z przepływów środków pieniężnych. Analiza ta opiera się na ustaleniu relacji pomiędzy pozycjami bilansu i rachunku zysków i strat oraz porównaniu ich z poziomami przyjętymi powszechnie za pożądane lub graniczne albo z ich poziomem w innych firmach danej branży. M. Jerzemowska (2004) uważa, że celem analizy wskaźnikowej jest pogłębienie i uszczegółowienie wyników badań uzyskanych dzięki przeprowadzeniu wstępnej analizy sprawozdań finansowych. Pozwala ona w głównej mierze na:

- ocenę minionych i teraźniejszych wyników działalności przedsiębiorstwa oraz i antycypowanie przyszłych wyników,
- identyfikację tych obszarów, które są niewłaściwie zarządzane i potencjalnie niebezpieczne,
- ocenę kondycji finansowej przedsiębiorstwa.

Należy zwrócić uwagę na fakt, iż wskaźniki finansowe można sklasyfikować bardzo odmiennie. Przykładowo w publikacji A. Pieloch-Babiarz oraz A. Sajnog (2016) można odnaleźć m.in. sposób pogrupowania wskaźników finansowych na:

- wskaźniki płynności finansowej,
- wskaźniki rentowności,
- wskaźniki sprawności działania,
- wskaźniki zadłużenia i zdolności przedsiębiorstwa do obsługi długu.

Wskaźniki płynności finansowej

Płynność finansową utożsamia się ze zdolnością przedsiębiorstwa do terminowego regulowania zobowiązań bieżących (Burzykowska, Duraj, 2009). Ma ona istotne znaczenie dla bieżącego funkcjonowania jednostki gospodarczej. Jej niski poziom często jest skutkiem błędnych decyzji kierownictwa bądź jest wywoływany czynnikami zewnętrznymi.

Warto podkreślić, że od pojęcia płynności finansowej należy odróżnić takie terminy, jak: zdolność płatnicza, płynność majątku i wypłacalność. W literaturze przedmiotu odnaleźć można różne ujęcia powyższych pojęć. Jednak dla celów tej pracy najbardziej adekwatne wydają się ujęcia K. Prędkiewicza (2007), J.G. Siegela, J.K. Shima, S.W. Hartmana (1995) oraz M. Sierpińskiej i D. Wędzkiego (2010).

Prędkiewicz uznaje, że wypłacalność to trwała zdolność przedsiębiorstwa do generowania wpływów na pokrycie niezbędnych wydatków związanych z prowadzoną działalnością (Prędkiewicz, 2007: 233).

Płynność majątku to możliwość i tempo zmiany poszczególnych składników majątku na pieniądź bądź inną, łatwiej wydatkowaną formę aktywów bez lub z nieznaczną uratą wartości (Siegel, Shim, Hartman, 1995).

Zdolność płatnicza jest zdolnością kredytową rozumianą jako zdolność do spłaty zaciągniętego kredytu łącznie z odsetkami w terminach określonych w umowie (Pieloch-Babiarz, Sajnog, 2016).

Wskaźniki płynności finansowej przedstawić można w ujęciu:

- statycznym – na dany moment bilansowy; dane czerpane są z bilansu przedsiębiorstwa,
- dynamicznym – za dany okres; analiza oparta jest na danych z rachunku przepływów pieniężnych (Sierpińska, Wędzki, 2010).

W ujęciu statycznym płynności finansowej wskaźniki prezentuje się w trzech poziomach płynności, oznaczanych numerami I–III.

Wskaźnik płynności bieżącej (*current ratio*), który wylicza się na III poziomie płynności finansowej, obrazuje zdolność przedsiębiorstwa do spłacenia wszystkich jego zobowiązań bieżących przez upłynnienie posiadanych zasobów majątku obrotowego (Pieloch-Babiarz, Sajnog, 2016). Optymalna wartość tego wskaźnika jest różna dla poszczególnych branż i przedsiębiorstw, które mogą mieć odmienny okres zwrotu należności czy spłaty zobowiązań. Normą wartości wskaźnika płynności jest przedział 1,2–2,0. Oznacza to, że wartość bieżących aktywów powinna być około dwukrotnie większa niż bieżące zobowiązania. Za minimum bezpieczeństwa finansowego przyjmuje się wskaźnik o wartości 1,2. Wartość wskaźnika mniejsza niż 1,2 i większa niż 2 świadczy o złej sytuacji w przedsiębiorstwie (ING Securities, 2020, 15 września).

Wylicza się go ze wzoru (Dębski, 2013: 78):

$$CR = \frac{CA}{CL}$$

gdzie:

CA – aktywa obrotowe, bez należności z tytułu dostaw i usług o okresie płynności powyżej roku (aktywa bieżące),

CL – zobowiązania bieżące, bez zobowiązań z tytułu dostaw i usług o okresie wymagalności powyżej roku.

Na poziomie II płynności finansowej wylicza się wskaźnik płynności szybkiej (*quick ratio*), który pokazuje stopień pokrycia zobowiązań krótkoterminowych aktywami o dużym stopniu płynności (Bień, 2010: 106–107):

$$QR = \frac{CA - I - STDA}{CL}$$

gdzie:

I – zapasy,

STDA – krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe, pozostałe oznaczenia jw.

Porównywanie wskaźnika płynności bieżącej ze wskaźnikiem płynności szybkiej informuje o stanie zapasów. Im większa różnica między wartością wskaźnika płynności bieżącej a wskaźnikiem płynności szybkiej, tym większe jest zamrożenie kapitału w zapasach

(Pieloch-Babiarz, Sajnog, 2016). Podkreślić należy, iż wskaźnik ten jest znacznie dokładniejszy niż wskaźnik bieżącej płynności. W praktyce za zadowalający przyjmuje się poziom wskaźnika płynności szybkiej z przedziału 1,0–1,3 (ING Securities, 2020, 15 września).

Natomiast na I poziomie wyznacza się wskaźnik wypłacalności gotówkowej nazywany także mnożnikiem gotówkowym (MR) (Buk, Duraj, 2007: 173):

$$MR = \frac{CASH}{CL}$$

gdzie:

CASH – środki pieniężne i ich ekwiwalenty,
pozostałe oznaczenia jw.

Obrazuje on możliwość spłaty zobowiązań bieżących najbardziej płynną częścią majątku obrotowego, czyli gotówką w kasie, pieniędzmi na rachunku bankowym i innymi środkami pieniężnymi (weksle płatne do trzech miesięcy od daty wystawienia) (Pieloch-Babiarz, Sajnog, 2016).

Wskaźnik natychmiastowej wypłacalności ukazuje, czy przedsiębiorstwo może spłacić swoje zobowiązania w dniu, na który te płatności przypadają (Pieloch-Babiarz, Sajnog, 2016). Wylicza się go z następującego wzoru (Jerzemowska, 2004: 139):

$$IS = \frac{ACASH}{ICL}$$

gdzie:

ACASH – dostępne środki pieniężne,
ICL – natychmiast wymagalne zobowiązania,
pozostałe oznaczenia jw.

Odnosząc się do płynności finansowej, nie można pominąć terminu kapitału obrotowego netto (KON albo NWC), nazywanego kapitałem pracującym (*working capital*). Dysponowanie tym kapitałem odnosi się do gospodarowania aktywami obrotowymi i zobowiązaniami bieżącymi, aby zagwarantować odpowiednie funkcjonowanie, rozwój i wzrost wartości przedsiębiorstwa (Krajewski, 2006: 116). Ujmowany jest w dwóch podejściach, mianowicie w ujęciu kapitałowym albo majątkowym. W podejściu kapitałowym kapitał obrotowy netto jest częścią kapitału stałego, która finansuje majątek obrotowy (Pieloch-Babiarz, Sajnog, 2016).

Wyznacza się go wg następującej formuły (Sierpińska, Jachna, 2007: 51):

$$NWC = FC - FA$$

gdzie:

FC – kapitał stały,
FA – aktywa trwałe.

W ujęciu majątkowym wartość kapitału obrotowego netto wyznacza się zgodnie z wzorem (Grabowska, 2012: 35–39):

$$NWC = CA - CL$$

Odnieść należy się również do cyklu konwersji gotówki, który informuje o tym, jak długi odcinek czasu upływa od chwili wypływu środków pieniężnych z przedsiębiorstwa powiązanego z uregulowaniem zobowiązań wobec dostawców za zakupione produkty, usługi bądź materiały do chwili, w której pobierane są należności od odbiorców z tytułu sprzedaży wyrobów (Sierpińska, Jachna, 2007). Zatem jest on różnicą między cyklem operacyjnym a cyklem zobowiązań krótkoterminowych. Wyznaczany jest według następującej formuły (Burzykowska, Duraj, 2009: 67):

$$CCC = OC - STLC$$

gdzie:

CCC – cykl konwersji gotówki,

OC – cykl operacyjny,

STLC – cykl zobowiązań krótkoterminowych.

Natomiast cykl operacyjny to czas ukazujący liczbę dni, przez które zapasy są utrzymywane przez przedsiębiorstwo, zsumowany z czasem uzyskania należności krótkoterminowych. Tak więc cykl zapasów i cykl należności krótkoterminowych składają się na cykl operacyjny (Michalski, 2010: 19–28):

$$OC = IC - STRC$$

gdzie:

IC – cykl zapasów (w dniach),

STRC – cykl należności krótkoterminowych.

Odnosząc się do wskaźników płynności finansowej w ujęciu dynamicznym, trzeba zaznaczyć, że są one rozwinięciem i uzupełnieniem analizy płynności w ujęciu statycznym. Wyróżnia się trzy podstawowe grupy wskaźników:

- wskaźniki struktury przepływów pieniężnych,
- wskaźniki wystarczalności pieniężnej,
- wskaźniki wydajności pieniężnej (Wiśniewski, Skoczylas, 1997).

Tabela 1. Wskaźniki struktury przepływów pieniężnych

Wskaźnik	Wzór
Udział zysku netto w operacyjnej nadwyżce pieniężnej	$\frac{\text{Zysk netto}}{\text{Przeptywy pieniężne netto z działalności operacyjnej}}$
Udział amortyzacji w operacyjnej nadwyżce pieniężnej	$\frac{\text{Amortyzacja}}{\text{Przeptywy pieniężne netto z działalności operacyjnej}}$
Zależność od zewnętrznych źródeł finansowania	$\frac{\text{Wpływy z działalności finansowej}}{\text{Przeptywy pieniężne netto z działalności operacyjnej}}$

Pięiężnej samowystarczalności działalności finansowej	$\frac{\text{Wpływy z działalności finansowej}}{\text{Wydatki działalności finansowej}}$
-------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------

Źródło: Jerzemowska (2004: 144–152)

Tabela 2. Wskaźniki wystarczalności pieniężnej

Wskaźnik	Wzór	Opis
Wskaźnik ogólnej wystarczalności pieniężnej	$\frac{\text{Środki pieniężne netto z dz. operacyjnej}}{\text{Spłata zobowiązań długoterminowych} + \text{zakupy inwestycyjne} + \text{wyplata dywidend}}$	Zdolność przedsiębiorstwa do regulowania swoich zobowiązań wobec wierzycieli. Powinien wynosić 1 lub więcej
Wskaźnik wystarczalności pieniężnej operacyjnej na zakup środków trwałych	$\frac{\text{Środki pieniężne netto z dz. operacyjnej}}{\text{Wydatki na środki trwałe}}$	Zdolność do utrzymywania środków trwałych z wypracowanej gotówki

Źródło: Cicirko (2010: 105–106)

Tabela 3. Wskaźniki wydajności pieniężnej

Wskaźnik	Wzór	Opis
Wskaźnik pieniężnej wydajności sprzedaży	$\frac{\text{Środki pieniężne z dz. operacyjnej}}{\text{Przychody ze sprzedaży}}$	Relację wygenerowanych środków pieniężnych z działalności operacyjnej do wielkości sprzedaży
Wskaźnik pieniężnej wydajności zysku	$\frac{\text{Środki pieniężne z dz. operacyjnej}}{\text{Zysk z dz. gospodarczej}}$	Jaki procent zysku jest realizowany w gotówce
Wskaźnik pieniężnej wydajności majątku	$\frac{\text{Środki pieniężne z dz. operacyjnej}}{\text{Przeciętny stan aktywów}}$	Zdolność aktywów jednostki do generowania środków pieniężnych

Źródło: Cicirko (2010: 105–106)

Mierniki płynności finansowej zarówno w ujęciu statycznym, w którym odnoszą się do danych z bilansu oraz rachunku zysków i strat, jak i w ujęciu dynamicznym, w którym czerpią informacje z rachunku przepływów pieniężnych, umożliwiają zarządzanie poziomem płynności sprowadzającej się do utrzymywania odpowiedniej ilości środków pieniężnych w przedsiębiorstwie. Opóźnienia w spłacaniu zobowiązań skutkują utraceniem zaufania swoich partnerów biznesowych i utratą wiarygodności wobec instytucji finansowych, a w skrajnych przypadkach mogą doprowadzić przedsiębiorstwo do bankructwa. Natomiast zbyt wysoki poziom płynności naraża przedsiębiorstwo na ponoszenie nadmiernych kosztów przejawiających się w zamrożeniu kapitału obrotowego, a tym samym obniżeniu rentowności przedsiębiorstwa.

Wskaźniki zadłużenia i zdolności przedsiębiorstwa do obsługi długu

Analiza zadłużenia ukazuje znaczenie kapitałów obcych w finansowaniu przedsiębiorstwa. Określenie udziału kapitałów obcych w finansowaniu aktywów umożliwia ocenę, czy występująca struktura kapitału nie jest podstawą do stwierdzenia zagrożenia dla niezależności finansowej podmiotu gospodarczego. Zasadniczym celem analizy zadłużenia jest także określenie kosztów oraz opłacalności korzystania z kapitałów obcych. Wyniki analizy powinny pomóc w stwierdzeniu, czy polityka finansowa przedsiębiorstwa jest odpowiednia i czy jest ono w stanie uregulować swoje zobowiązania w odpowiednim terminie w wymaganej wielkości (Gabrusewicz, 2005).

Znamienny jest fakt, że dobierając wskaźniki, należy uwzględnić co najmniej jeden obrazujący poziom zadłużenia podmiotu oraz jeden wskaźnik informujący o jego zdolności do obsługi długu.

Wskaźnik ogólnego zadłużenia (GDR) wyraża udział kapitałów obcych w finansowaniu aktywów firmy. Z punktu widzenia wierzycieli jest on niezwykle ważny, ponieważ w przypadku ogłoszenia upadłości przedsiębiorstwa odzyskują swoje należności z jego majątku (Wypych, 1998: 216). Wskaźnik ten oblicza się ze wzoru:

$$D/E = \frac{TL}{TA}$$

gdzie:

TL – zobowiązania ogółem,

TA – aktywa ogółem.

Wartość wskaźnika powinna mieścić się w przedziale (0,5–0,7). Zbyt wysoka wartość wskaźnika, wyższa niż 0,7, informuje o nadmiernym uzależnieniu finansowym przedsiębiorstwa. Niski zaś poziom świadczy o znaczącej samodzielności finansowej (Pieloch-Babiarz, Sajnog, 2016).

Wskaźnik zadłużenia kapitału własnego uzupełnia ocenę zadłużenia firmy (Jerzewska, 2004: 158) i wyrazić go można jako:

$$D/E = \frac{TL}{E}$$

gdzie:

E – kapitał własny,

pozostałe oznaczenia jw.

Określa on stopień zaangażowania kapitału obcego w stosunku do kapitału własnego. Za normę dla tego wskaźnika uznaje się poziom 0,5. Poziom wskaźnika zadłużenia kapitału własnego jest istotną miarą siły finansowej firmy. W praktyce dość często używa się odwrotności tego wskaźnika, co wynika z jego lepszej komunikatywności. Wskaźnik będący odwrotnością pozwala ustalić, ile kapitału własnego przypada na jedną jednostkę pieniężną zobowiązań długoterminowych (ING Securities, 2020, 15 września).

Wskaźnik zadłużenia długoterminowego jest jednym z ważniejszych wskaźników wypłacalności. Przyjmuje następującą formułę (Skoczylas, 2013: 262):

$$\text{LDR} = \frac{\text{LTL}}{\text{E}}$$

gdzie:

LTL – zobowiązania długoterminowe,
pozostałe oznaczenia jw.

Wskaźnik ten często nazywany jest również wskaźnikiem długu. Odnosi się on do zobowiązań długoterminowych, a więc tych, które są spłacane w okresach dłuższych niż roczne. Zadowalający poziom tego wskaźnika oscyluje w przedziale (0,5–1,0). Górna racjonalna granica to 1,0, czyli sytuacja, w której zobowiązania długoterminowe są równe kapitałowi własnemu (ING Securities, 2020, 15 września).

Wskaźnik pokrycia obsługi długu (DSCR) przedstawia, jak wypracowany zysk pokrywa obsługę zobowiązań długoterminowych (Kurtys, 2002: 115 i nast.). Wyraża się go jako:

$$\text{DSCR} = \frac{\text{GP} + \text{I}}{\text{PI} + \text{I}}$$

gdzie:

GP – zysk brutto,
PI – rata kapitałowa.

Ukazuje on poziom zabezpieczenia obsługi zobowiązań długoterminowych. Przyjmuje się, że jego wartość powinna przekraczać 1 oraz z upływem czasu wzrastać, co dowodzi efektywnego wykorzystywania zaciągniętych kredytów, pożyczek, które przyczyniają się do rozwoju przedsiębiorstwa oraz wzrostu wpływów z inwestycji (Pieloch-Babiarz, Sajnog, 2016).

Wskaźniki sprawności działania (obrotowości)

Do określenia efektywności działania majątku stosuje się wskaźniki sprawności działania, inaczej nazywane wskaźnikami obrotowości majątkiem. Porównanie wybranych pozycji bilansowych z wartościami należącymi do rachunku zysków i strat zmusza do zastosowania średnich wartości składników majątku (Sierpińska, Jachna, 2007). Kluczowa jest ocena struktury wiekowej należności i zobowiązań przedterminowych. W przypadku gdy wskaźniki te znacznie odbiegają od przeciętnej z branży lub przekraczają 30 dni, należy wyjaśnić przyczyny takiego stanu. Porównuje się je z okresami tej samej wielkości.

Do najbardziej znanych wskaźników sprawności działania należą:

- wskaźnik rotacji aktywów całkowitych (TATA),
- wskaźnik rotacji majątku obrotowego,
- wskaźnik rotacji zapasów (IT),
- wskaźnik rotacji należności krótkoterminowych (RT) (Sierpińska, Jachna, 2007).

Wskaźnik rotacji aktywów całkowitych (TATA), przyjmuje postać (Czerny, 2006: 149):

$$TATA = \frac{NS}{ATA}$$

gdzie:

NS – przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów,
ATA – średni poziom aktywów całkowitych.

Wskaźnik rotacji majątku obrotowego z kolei informuje, ile razy w ciągu roku nastąpi odtworzenie aktywów obrotowych. Wylicza się go ze wzoru (Skoczylas, 2013: 242):

$$CAT = \frac{NS}{ACA}$$

gdzie:

ACA – średni poziom aktywów obrotowych.

Zwiększenie wartości tego wskaźnika w danym odcinku czasowym dowodzi coraz lepszego wykorzystaniu aktywów obrotowych. W celu sprecyzowania analizy dokonuje się dekompozycji tego wskaźnika na wskaźnik rotacji zapasów oraz rotacji należności krótkoterminowych (Pieloch-Babiarz, Sajnog, 2016).

Wskaźnik rotacji zapasów (IT) określa, ile razy w roku wystąpi odtworzenie zapasów. Opisuje się go, używając następującej formuły (Bednarski, 2007: 93; Dudycz, Wrzosek, 2000: 64–65):

$$IT = \frac{NS}{AI}$$

gdzie:

AI – średni poziom zapasów.

Badanie tego wskaźnika pomaga przeciwdziałać zarówno niedoborom, jak i nadwyżce zapasów. Im niższa wartość wskaźnika, tym bardziej niekorzystna jest sytuacja w przedsiębiorstwie. Oznacza to, iż kapitał jest zamrożony w zapasach przez długi czas (Pieloch-Babiarz, Sajnog, 2016).

Natomiast wskaźnik rotacji należności krótkoterminowych (RT) informuje, ile razy w ciągu roku przedsiębiorstwo odtworzyło stan należności. Ma on następującą postać (Bednarski, 2007: 94–95; Skoczylas, 2014: 242):

$$RT = \frac{NS}{ASTR}$$

gdzie:

ASTR – średni poziom należności krótkoterminowych.

Wartość owego wskaźnika powinna wahać w przedziale 7–10. Wartość mniejsza od 7 oznacza, że przedsiębiorstwo kredytuje swoich odbiorców przez znaczny czas, co oznacza, iż jego środki pieniężne są zamrożone w należnościach (Pieloch-Babiarz, Sajnog, 2016).

Wskaźniki rentowności

„Podstawowym i najważniejszym zadaniem każdego przedsiębiorstwa prowadzącego działalność gospodarczą jest zapewnienie opłacalności tej działalności” (Gabrusewicz, 2014: 296–297). „Określenie «rentowność» pochodzi od terminu «renta», oznaczającego w najogólniejszym ujęciu zysk od kapitału. Rentowność przedsiębiorstwa wykazuje zasadniczą różnicę w stosunku do oprocentowania wypożyczonego kapitału obcego, gdyż jest to rezultat połączenia kapitału i pracy związanej z jego właściwym wykorzystaniem. Przez rentowność rozumie się na ogół zjawisko osiągnięcia przychodów przewyższających koszty działalności, czyli zjawisko wypracowania zysku. Rentowność (zyskowność) jest związana z dodatnim wynikiem finansowym. Pojęciem przeciwstawnym do rentowności jest deficytowość, odnotowywana w przypadku występowania wyniku ujemnego czyli straty” (Jerzemska, 2004: 281). Oceniając rentowność, w szczególności należy przeanalizować, w jakim stopniu wyniki okresów historycznych rzutują na wyniki jednostki gospodarczej w przyszłości.

Rozpatrując tę kwestię, warto zwrócić uwagę na takie wskaźniki rentowności, jak:

- Wskaźnik rentowności brutto (<https://www.biznesplan.waw.pl/m/wskC.pdf>):

$$WZB = \frac{ZB}{SN} * 100\%$$

gdzie:

ZB – zysk brutto,

SN – sprzedaż netto.

Wskaźnik ten określa wartości zysku brutto, tzn. przed opodatkowaniem, przypadającego na każdą złotówkę sprzedanych produktów i towarów.

- Wskaźnik rentowności aktywów (ROA) oblicza się ze wzoru (Bzunek, 2019):

$$ROA = \frac{\text{Zysk netto}}{\text{Przeciętny stan aktywów}} * 100\%$$

Wskaźnik rentowności aktywów określa, ile złotych zysku generuje jedna złotówka majątku firmy. Najlepszą wartością dla ROA jest kilkadziesiąt procent. Jednak należy uważać, ponieważ bardzo wysoka rentowność jest zwykle trudna do utrzymania przez dłuższy czas, dlatego często bardziej cenione jest 10% utrzymywane przez kilka lat niż jednorazowy skok na 30%. Zatem zawsze warto zwrócić uwagę i przeanalizować wykres historycznego ROA i porównać go z ROA dla branży i szerokiego rynku (Fundamentalna Wyszukiwarka Giełdowa, 2020, 15 września).

- Wskaźnik rentowności kapitału własnego (ROE) jest relacją wyznaczaną według formuły (*Analiza rentowności*, 2020, 15 września):

$$ROE = \frac{\text{Zysk netto}}{\text{Przeciętny stan kapitału własnego}} * 100\%$$

Miernik rentowności kapitału własnego wskazuje, ile złotych zysku generuje jedna złotówka kapitału własnego. Rentowność kapitału własnego określa efektywność

zaangażowanych środków własnych. Charakteryzuje ona w sposób syntetyczny jednostkę gospodarczą oraz umożliwia udzielenie odpowiedzi na pytanie o to, czy inwestycja w to przedsiębiorstwo opłaca się, a jeśli tak, to w jakim stopniu (Cebrowska, 2006).

- Wskaźnik rentowności sprzedaży (ROS) (Hamrol, 2010: 27–30):

$$\text{ROS} = \frac{\text{Zysk netto}}{\text{Przychody ze sprzedaży}} * 100\%$$

Wskaźnik rentowności sprzedaży podaje, ile złotych zysku generuje jedna złotówka przychodów ze sprzedaży. Wskaźnik rentowności sprzedaży konfrontuje zysk netto, który został wypracowany z całej działalności przedsiębiorstwa w relacji do przychodów netto ze sprzedaży. Jego wielkość zależy od branży, w której działa przedsiębiorstwo. Bednarski stwierdza, że: „jest on stosunkowo najczęściej stosowany do prezentacji efektów finansowych uzyskanych ze sprzedaży produktów albo towarów i materiałów” (Bednarski, 2007). Wskaźnik rentowności sprzedaży jest najbardziej syntetycznym wskaźnikiem z grupy rentowności sprzedaży, z punktu widzenia kontynuowania działalności gospodarczej. Określa rentowność wypracowaną na podstawowej działalności operacyjnej, tzn. sprzedaży, do której *de facto* przedsiębiorstwo zostało utworzone i która jest kluczowa dla całej działalności (ING Securities, 2020, 15 września).

Podsumowanie

Kwintesencją analizy wskaźnikowej jest odpowiedni dobór wskaźników do prowadzonej działalności badanego podmiotu. W niniejszym artykule zostały przedstawione przykładowe mierniki znajdujące z łatwością zastosowanie aplikacyjne w praktyce. Tym samym należy podkreślić, że analiza wskaźnikowa nie ogniskuje się wokół pojedynczo wyliczonego miernika – wręcz przeciwnie – poszczególne obszary, w których obliczane są wskaźniki, niejako infiltrują ze sobą, przedstawiając holistyczne ujęcie aktualnego standingu finansowego przedsiębiorstwa. Badanie wskaźnikowe jest również istotne w zarządzaniu przedsiębiorstwem ze względu na to, że obszary płynności finansowej, rentowności, zadłużenia oraz sprawności działania są fundamentalnym ogniwem stanowiącym o modelowaniu relacji z szeroko pojmowanym otoczeniem zewnętrznym oraz realizacji wyznaczonego celu przedsiębiorstwa. Toteż analiza wskaźnikowa jest przydatnym narzędziem dla właścicieli, menedżerów oraz interesariuszy, którzy chcą poznać obecną kondycję finansową przedsiębiorstwa. Co więcej, w tym miejscu zasadne jest odwołać się do teorii interesariuszy przedsiębiorstwa, czyli *stakeholders value*, która wskazuje, iż działaniem przedsiębiorstwa zainteresowani są nie tylko właściciele, ale również zarząd, pracownicy, klienci, wierzyciele, kontrahenci, jednostki samorządowe i organizacje konsumenckie. Każda z wymienionych grup ma odmienne oczekiwania związane z aktywnością przedsiębiorstwa, a celem przedsiębiorstwa jest zrównoważenie oraz uwzględnienie w miarę równym stopniu interesów poszczególnych podmiotów (Michael, Hitt, Harrison, 2001). Przeciwwstawne ujęcie prezentuje m.in. teoria *shareholders value* propagowana przez A. Rappaporta, M. Friedmana, czy P. Druckera. Zgodnie z nią przedsiębiorstwo powinno być zobligowane i ukierunkowane do takiego wyboru strategii oraz profilu zarządzania, aby maksymalizować wartość tworzoną wyłącznie dla jednej grupy, tzn. właścicieli. Cele innych interesariuszy są chronione przez wynegocjowane i zaakceptowane umowy (Resti, Sironi, 2007). Tym samym należy

stwierdzić, iż decyzje przedsiębiorstwa określające misję oraz cele bezsprzecznie wpływają na kondycję finansową, a dalej na jego pozycję konkurencyjną. Niemniej jednak należy mieć również na uwadze, iż analiza ekonomiczno-finansowa ma pewne ograniczenia, wśród których z pewnością można wymienić relatywnie dużą ilość dostępnych do wykorzystania wskaźników. Komplikuje to oraz wydłuża proces przeprowadzanej oceny, a także zwiększa ryzyko popełnienia błędu. Dlatego w praktyce dla uzyskania jak najlepszych rezultatów winno się w sposób przemyślany oraz świadomy dokonywać wyboru najważniejszych mierników. Ponadto, uzyskane wyniki powinno się porównywać nie tylko z rekomendowanymi w literaturze przedmiotu wielkościami, lecz także z rezultatami osiąganymi przez przedsiębiorstwa działające w tej samej branży czy w tym samym sektorze. Zastosowanie takiego podejścia pozwoli na dokonanie jeszcze bardziej pogłębionych interpretacji prowadzących do wzbogacenia końcowych wniosków z przeprowadzonej analizy kondycji finansowej badanego podmiotu.

Literatura

References

- Analiza rentowności*. (2020, 15 września). Pozyskano z: <https://analizy-prognozy.pl/analiza-prognoza-finansowa/analiza/wskaznikowa/rentownosci>
- Bednarski, L. (2007). *Analiza finansowa w przedsiębiorstwie*. Warszawa: PWE.
- Bień, W. (2010). *Czytanie bilansu przedsiębiorstwa (dla menedżerów)*. Warszawa: Difin.
- Buk, H. (2007). Wpływ alternatywnego finansowego ujęcia aktywów finansowych na ocenę płynności finansowej. W: J. Duraj (red.), *Problemy współczesnej analizy przedsiębiorstwa*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Burzykowska, M., Duraj, J. (2009). *Controllingowy wymiar oceny płynności finansowej przedsiębiorstwa*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego: 8 i nast.
- Cebrowska, T. (2006). *Rachunkowość finansowa i podatkowa*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Bzunek, M. (2019). *Wskaźnik rentowności aktywów (ROA) – wzór i przykład*. Pozyskano z: <https://economy.pl/wp-content/uploads/2019/08/wskaznik-rentownosci-aktywow-roa-wzor-i-przyklad>
- Cicirko, T. (2010). *Podstawy zarządzania płynnością finansową przedsiębiorstwa*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza Szkoła Główna Handlowa w Warszawie.
- Czerny, J. (2006). *Rachunkowość przedsiębiorstw w szczególnych sytuacjach*. Poznań: Wyższa Szkoła Handlu i Rachunkowości w Poznaniu.
- Dębski, W. (2013). *Teoretyczne i praktyczne aspekty zarządzania finansami przedsiębiorstwa*. Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Dudycz, T., Wrzosek, S. (2000). *Analiza finansowa. Problemy metodyczne w ujęciu praktycznym*. Warszawa: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu.
- Fundamentalna Wyszukiwarka Giełdowa. (2020, 15 września). ROE. Pozyskano z: <http://www.fundamentalna.net/wskazniki-rentownosci-przedsiębiorstwa>
- Gabrusewicz, W. (2005). *Podstawy analizy finansowej*. Warszawa: PWE.
- Gabrusewicz, W. (2014). *Analiza finansowa przedsiębiorstwa. Teoria i zastosowanie*. Warszawa: PWE.
- Grabowska, M. (2012). *Zarządzanie płynnością finansową przedsiębiorstw*. Warszawa: CeDeWu.
- Hamrol, M. (2010). *Analiza finansowa przedsiębiorstwa. Ujęcie sytuacyjne*. Poznań: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu.
- <https://www.biznesplan.waw.pl/m/wskC.pdf>
- ING Securities. (2020, 15 września). *Analiza wskaźnikowa*. Pozyskano z: <https://www.edukacjagieldowa.pl/wp-content/uploads/2015/08/wskazniki.pdf>
- Jerzemowska, M. (2004). *Analiza ekonomiczna w przedsiębiorstwie*. Warszawa: PWE.

- Krajewski, M. (2006). Znaczenie kapitału pracującego w procesie kreowania wartości przedsiębiorstwa. W: E. Urbańczyk (red.), *Strategie wzrostu wartości przedsiębiorstw*. Szczecin: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego: 116.
- Kurtys, E. (2002). *Analiza finansowa przedsiębiorstwa w przykładach i zadaniach*. Poznań: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu.
- Michael, A., Hitt, J.S., Harrison, R. (2001). *Mergers & Acquisitions: A Guide to Creating Value for Stakeholders*. New York: Oxford.
- Michalski, G. (2010). *Strategiczne zarządzanie płynnością finansową w przedsiębiorstwie*. Warszawa: CeDeWu.
- Pieloch-Babiarz, A., Sajnog, A. (2016). *Analiza fundamentalna. Standing finansowy i wycena przedsiębiorstwa*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Prędkiewicz K. (2007). Wypłacalność małych i średnich przedsiębiorstw. W: J. Duraj (red.), *Problemy współczesnej analizy ekonomicznej przedsiębiorstwa*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Resti, A., Sironi, A. (2007). *Risk Management and Shareholders' Value in Banking: From Risk Measurement Models to Capital Allocation Policies*. West Sussex: Wiley Finance.
- Siegel, J.G., Shim, J.K., Hartman, S.W. (1995). *Przewodnik po finansach*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Sierpińska, M., Jachna, T. (2007). *Metody podejmowania decyzji finansowych*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Sierpińska, M., Wędzki, D. (2010). *Zarządzanie płynnością finansową w przedsiębiorstwie*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Skoczylas, W. (2013). *Wskaźniki i systemy wskaźników ekonomicznych w pomiarze dokonań przedsiębiorstw*. Szczecin: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego.
- Szysko, L., Szczepański, J. (2003). *Finanse przedsiębiorstwa*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne S.A.
- Wiśniewski, T., Skoczylas, W. (1997). *Analiza finansowa w przedsiębiorstwie*. Poznań: Wyższa Szkoła Bankowa w Poznaniu.
- Wrzosek, S. (2007). Kilka uwag w sprawie analizy płynności finansowej. W: J. Duraj (red.), *Problemy współczesnej analizy ekonomicznej przedsiębiorstwa*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego: 178–179.
- Wypych, M. (red.). (1998). *Finanse przedsiębiorstwa z elementami zarządzania i analizy*. Łódź: Wydawnictwo Absolwent.

Magdalena Lesiak, mgr, Uniwersytet Łódzki, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny, Katedra Rynku i Inwestycji Kapitałowych. Ukończyła studia magisterskie w ramach IPS, obecnie jest doktorantką na Wydziale Ekonomiczno-Socjologicznym Uniwersytetu Łódzkiego. Zdobyła III miejsce w XI edycji organizowanego przez Polskie Towarzystwo Ekonomiczne Oddział w Łodzi Konkursu na Najlepszą Pracę Magisterską z Zakresu Nauk Ekonomicznych. Zainteresowania badawcze autorki koncentrują się na analizie ekonomiczno-finansowej, finansach behawioralnych, etyce w finansach oraz rynku kapitałowym.

Magdalena Lesiak, MSc, University of Lodz, Faculty of Economics and Sociology, Department of Capital Market and Investments. She graduate of the Faculty of Economics and Sociology at the University of Lodz, graduated from MA studies at IPS, currently a PhD student in the Faculty of Economics and Sociology of the University of Lodz, Department of Capital Market and Investments. Winner of the third place in the 11th edition of the competition organised by the Polish Economic Society, Łódź Branch, for best MA Thesis in the field of Economic Sciences. The author's research interests focus on economic and financial analysis, behavioral finance, ethics in finance and the capital market.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1320-4961>

Adres/Address:

Uniwersytet Łódzki
Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny
Katedra Rynku i Inwestycji Kapitałowych
ul. Polskiej Organizacji Wojskowej 3/5
90-255 Łódź, Poland
e-mail: magdalenalesiak2610@gmail.com

MAGDALENA WIERCIOCH
University of Rzeszow, Poland

The influence of the socio-demographic characteristics of the young on mobile telephone payment usage levels

Abstract: The study aims to determine the impact of high school students' socio-demographic characteristics from Podkarpackie Voivodeship on the level of use of modern forms of payment and banking services and to assess the security levels of these tools. The data was obtained through a survey where the research tool was a questionnaire conducted among students. The study of the literature on the subject and reports from other studies on similar topics were used. Research has shown that socio-demographic characteristics influence the level of use of some modern payment and banking services such as secure online payments, mobile applications for online shopping and electronic banking. Young male respondents expressed higher ratings for mobile banking security as well as for electronic payments. Similarly, the level of parents' education was associated with an increase in students' positive assessment of the security of mobile banking and electronic payments. The results suggest a need to increase financial knowledge and awareness among young people and their parents in modern forms of payment and banking services.

Keywords: electronic banking; electronic mobile payment; financial awareness; high school; students

Received: 3 November 2020

Accepted: 4 March 2021

Suggested citation:

Wiercioch, M. (2021). The influence of the socio-demographic characteristics of the young on mobile telephone payment usage levels. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 17(1), 234–243. <https://doi.org/10.24917/20833296.171.18>

Introduction

The development of electronic banking took place on a large scale at the end of the 20th century, completely changing the face of banking (Ahmed, Phin, 2016; Salehi, Alipour, 2010). Recent years have seen intensive development of financial services, including electronic services such as e-wallets related to the implementation of innovative solutions based on modern information technology. Consequently, technological progress enables access to an increasing number of financial products and services in the electronic form. Access to modern banking products and services has been significantly facilitated without the need to visit bank branches. Thanks to obtaining accurate information about

customers, banks have the opportunity to adapt their offers to the individual preferences of their customers (Kisiel, 2011) while offering services to younger users.

According to the researchers, the level of electronic banking use among adults is related to socioeconomic characteristics such as age, gender, and residence (Czarnecki, 2017; Karjaluoto, Mattila, Pento, 2002; Munusamy, Chelliah, Annamalah, 2013).

The level of knowledge and financial awareness of Poles is the subject of numerous popular academic studies. One of the most recent, conducted in March 2019 at the request of the Warsaw Banking Institute (WIB) and the Warsaw Stock Exchange Foundation (FGPW), showed that young people aged 18–34 (57%) rated their financial knowledge in the lowest categories. Also, research has shown that 49% of Poles (i.e. almost half of the population) stated that their knowledge of finance is ‘low’ or ‘very low’, while ‘good’ or ‘very good’ responses were given by only 9% of citizens (Business Insider Polska, 2019).

A similar study was carried out by Maison & Partners on behalf of the educational website Kapitalni.org. Among the various financial issues Poles were asked about, self-assessment of the level of knowledge and skills related to non-cash payments, bank cards, online payments and electronic money deserve special attention. This time, 24% of the respondents (second-highest result) stated that they have much knowledge of the subject, and 52% that their level of knowledge is average (Business Insider Polska, 2018).

Such results encourage more profound research into awareness of the use of modern forms of payments and banking services by those attending high schools, primarily because no similar studies have been found. The gap in this respect prompted research to be undertaken into the level of use and awareness of the availability of modern forms of payment and banking services by high school students from Podkarpackie Voivodeship. Selected socio-demographic features characterised students. An assessment of the security level of these tools has been researched academically as well.

The article formulates the following research hypotheses:

- H1: The level of use of electronic banking tools depends on the socio-demographic characteristics of students (parents’ education level).
- H2: The level of use of electronic wallets depends on the socio-demographic characteristics of students (gender of students).
- H3: The level of use of the bank’s mobile application for making purchases on the internet depends on the socio-demographic characteristics of students (parents’ education level).
- H4: The level of use of secure online payments depends on the socio-demographic characteristics of students (student’s place of residence).
- H5: The assessment of the security of electronic transactions is correlated with the level of parents’ education.

Literature review: the impact of socio-demographic characteristics on the level of mobile payment usage among adults

The end of the 20th century brought significant changes to electronic banking. It became the leading way to communicate with a bank, and payments could be made online. The readiness of particular groups of customers to use specific tools, depending on their age, gender, income, or education level, was also investigated.

At this point, it is essential to emphasise the characteristics of particular payment methods and banking services that appear in the article. They are listed in Table 1.

Table 1. Characteristics of individual forms of payment and banking services

Concept	Definition
Electronic purse (e-wallet)	The digital equivalent of a wallet in your pocket. From a technical point of view, it is an account set up with an external company that deals with online payments and allows you to carry out non-cash transactions in real time
Online payment	Transfer service (so-called pay-by-link) consisting of full integration of the payment process with the banking system. When finalising the purchase, all transfer details are filled in automatically, and their editing is locked
Mobile banking	Access to banking services thanks to a mobile application installed on a phone or tablet
Electronic banking	Access to a bank account not only via a computer but also via telephone, call centre, SMS, IVR, smartphone or POS terminal

Source: author based on Zarańska, Zborowski (2018), PayU (2020, 15 October), Kisiel (2016)

Many authors mention gender among the factors influencing the level of use of mobile payments. This applies mainly to men who use computers much more willingly than women (Bell, 1995; Kay, 1992), are more interested in computers, which in turn increases differences in the level of internet use (Shashaani, 1997), and use the internet itself more often (Ono, Zavodny, 2002; Teo, Lim, 2000). It has also been proven that men, unlike women, are much more willing to adopt mobile banking services due to a greater interest in technology (Chen, Wellman, 2004; Laukkanen, Pasanen, 2008; MacGregor, Vrazalic, 2005).

Among numerous studies, results were also found proving that the level of e-banking use is not related to gender (Gan et al., 2006; Seyal, Rahim, 2011). The reason for this contradiction in research results may include factors such as the varying methodology of individual studies, different target groups and others. Also, generational differences should not be forgotten, and in this case, they may contribute to the varying results. The research was carried out at a different time. Therefore the age groups differed significantly from one another.

In the case of education level, researchers generally agree that this factor influences the adoption and use of e-banking. The most common arguments were:

- those with higher education have more significant opportunities and computer skills (Kay, 1992),
- a relationship has been shown between higher education and the use of the internet in Chile (Mendoza, Toledo, 1997),
- there is a relationship between gender, education and having bank accounts in the Kurdistan Region of Iraq (Hamakhan, 2020),
- education shows a positive correlation with the use of computer techniques (Al-Jabri Al-Khaldi, 1997; Seyal, Rahim, Rahman, 2002),
- in Polish society, in the period from 2001 to 2016, the level of banking increased due to universal access to the internet and mobile banking services and education (Karczowski, 2019),

- electronic banking acceptance depends on customers' education level, with better-educated customers more likely to adopt e-banking (Al-Ashban, Burney, 2001; Bucevska, V., Bucevska, J., 2013).

It is also no secret that age is related to the level of adoption of e-banking services and the perception of their benefits and risks. The vast majority of research has proved that age negatively correlates with the readiness to use modern banking services and the level of customer satisfaction. According to J. Munusamy, S. Chelliah, S. Annamalah (2013), there is a relationship between age and the use of e-banking with those up to 25 years of age comprising the leading group of electronic banking users.

A review of international literature, including the impact of age on levels of use of electronic banking tools, encourages research into young Polish customers to be expanded. It is to verify whether and to what extent they are aware of the availability of various forms of payments and banking services, to what extent they use them, and whether this is related to the socio-demographic characteristics of individual respondents.

The level of mobile payment usage by young people in Podkarpackie Voivodeship: research methodology and results

The research's primary subject was to determine the impact of high school students' socio-demographic characteristics on the level of use of modern forms of payment and banking services and assess these tools' level of security.

The survey was conducted in October and November 2019 among 326¹ students from 10 high schools in Podkarpackie Voivodeship. The questionnaires were addressed to general and 'economic' high schools. The respondents took part in an educational project led by the author and completed the questionnaires during workshop meetings.

The questionnaire consisted of several dozen questions related to various financial and economic issues; however, only those questions relating to current payment services and banking instruments were selected for this article. The responses were based on a five-point Likert scale.

The obtained results were analysed according to criteria such as gender, parents' education and place of residence (Domański, Pruska, 2000; Ostasiewicz, 1999) and subjected to mathematical and statistical analyses using the Mann-Whitney U test and Spearman's rank correlation coefficient. Table 2 presents information about the respondents.

Most of the respondents (69.85%) were female and lived in rural areas (71.69%). Most of the students' parents from Podkarpackie Voivodeship had just secondary education: mothers (65.23%), fathers (71.69%).

The students were asked to what extent they are using:

- electronic banking,
- the bank's mobile application for making purchases on the internet,
- secure online payments (PayU, Blik and alike),
- electronic wallets (Paypal, Neteller, Skrill, Apple Pay, Google Pay, and alike).

¹ One questionnaire was rejected due to multiple missing data.

Table 2. Information about the respondents

Gender		
Female	Male	
69.85%	30.15%	
Place of residence		
Urban	Rural	
28.31%	71.69%	
Mother's education		
Primary	Secondary	Higher
6.15%	65.23%	28.62%
Father's education		
Primary	Secondary	Higher
7.69%	71.69%	20.62%

Source: author, n-325

Table 3 shows the statistically significant results.

Table 3. The relationship between selected socio-demographic characteristics of the surveyed respondents and the level of use of modern forms of payments and banking services

Gender:	n	Compliance with the statement (scale 1-5): <i>I use electronic wallets</i>					
		M	Me	Min.	Max.	SD	Sum of ranks
Woman	227	2.42	2.00	1.00	5.00	1.56	33 904.5
Man	98	3.22	4.00	1.00	5.00	1.61	19 070.5
In total	325	2.66	2.00	1.00	5.00	1.61	52 975.0
Statistical significance:		Z = 4.13795, p = 0.000035					
Place of residence:	n	Compliance with the statement (scale 1-5): <i>I use secure online payments</i>					
		M	Me	Min.	Max.	SD	Sum of ranks
City	92	3.40	4.00	1.00	5.00	1.62	17060.0
Village	233	2.83	2.00	1.00	5.00	1.64	35915.0
In total	325	2.99	2.00	1.00	5.00	1.65	52975.0
Statistical significance:		Z = 2.800235, p = 0.005107					
Mother's education:	n	Compliance with the statement (scale 1-5): <i>I use the bank's mobile application to make purchases on the internet</i>					
		M	Me	Min.	Max.	SD	Sum of ranks
Primary	20	2.80	2.50	1.00	5.00	1.64	
Secondary	212	3.17	4.00	1.00	5.00	1.56	
Higher	93	3.51	4.00	1.00	5.00	1.58	
In total	325	3.24	4.00	1.00	5.00	1.58	
Statistical significance:		rs = 0.121379, p = 0.028680					

Mother's education:	n	Compliance with the statement (scale 1–5): <i>I use electronic banking</i>				
		M	Me	Min.	Max.	SD
Primary	20	2.65	2.00	1.00	5.00	1.73
Secondary	212	3.01	3.00	1.00	5.00	1.76
Higher	93	3.87	5.00	1.00	5.00	1.51
In total	325	3.24	4.00	1.00	5.00	1.74
Statistical significance:		rs = 0.235234, p = 0.000018				
Father's education:	n	Compliance with the statement (scale 1–5): <i>I use the bank's mobile application to make purchases on the internet</i>				
		M	Me	Min.	Max.	SD
Primary	25	2.52	2.00	1.00	5.00	1.61
Secondary	233	3.27	4.00	1.00	5.00	1.55
Higher	67	3.42	4.00	1.00	5.00	1.62
In total	325	3.24	4.00	1.00	5.00	1.58
Statistical significance:		rs = 0.115024, p = 0.038216				
Father's education:	n	Compliance with the statement (scale 1–5): <i>I use electronic banking</i>				
		M	Me	Min.	Max.	SD
Primary	25	2.56	2.00	1.00	5.00	1.64
Secondary	233	3.18	3.00	1.00	5.00	1.74
Higher	67	3.70	5.00	1.00	5.00	1.67
In total	325	3.24	4.00	1.00	5.00	1.74
Statistical significance:		rs = 0.177138, p = 0.001344				

Source: author, n-325

The Mann-Whitney U test result showed statistically significant ($p < 0.05$) differences between the analysed groups. Male respondents used electronic wallets more often; on the other hand, secure online payments were more often used by urban residents.

The result of the Spearman's rank correlation coefficient showed that with an increase in the education level of mothers, the students in question more often used:

- the bank's mobile application to make purchases on the internet (correlation with a statistically weak impact),
- electronic banking (correlation with a statistically weak impact).

On the other hand, the result of the Spearman's rank correlation coefficient showed that with an increase in the education level of respondents' fathers, they more often used:

- the bank's mobile application to make purchases on the internet (correlation with a statistically weak impact),
- electronic banking (correlation with a statistically weak impact).

The above results allow for the positive verification of the first four hypotheses (H1, H2, H3, H4). To verify the last hypothesis, students were asked to assess the level of security in the use of electronic payments and mobile banking. Table 4 summarises the statistically significant results.

The result of the Mann-Whitney U test showed statistically significant ($p < 0.05$) differences between the analysed groups, with male respondents expressing higher ratings for the security of mobile banking and the security of electronic payments.

In the case of the parents' education, the result of the Spearman's rank correlation coefficient showed that along with the increase in the level of education of mothers (H5), assessment of mobile banking security among students (statistically weak correlation) and the assessment of the safety of electronic payments increased (correlation with a statistically weak impact) increased.

Table 4. The relationship between selected socio-demographic characteristics of the surveyed respondents and the assessment of the security of modern forms of payments and banking services

Gender:	n	Compliance with the statement (scale 1-5): <i>I believe that mobile banking is safe</i>					
		M	Me	Min.	Max.	SD	Sum of ranks
Woman	227	3.59	4.00	1.00	5.00	0.88	35 176.0
Man	98	3.85	4.00	1.00	5.00	0.91	17 799.0
In total	325	3.67	4.00	1.00	5.00	0.90	52 975.0
Statistical significance:		Z = 2.62667, p = 0.008623					
Gender:	n	Compliance with the statement (scale 1-5): <i>I believe that electronic payments are safe</i>					
		M	Me	Min.	Max.	SD	Sum of ranks
Woman	227	3.60	4.00	1.00	5.00	1.04	35 290.5
Man	98	3.86	4.00	1.00	5.00	1.06	17 684.5
In total	325	3.68	4.00	1.00	5.00	1.05	52 975.0
Statistical significance:		Z = 2.38769, p = 0.016955					
Mother's education:	n	Compliance with the statement (scale 1-5): <i>I believe that mobile banking is safe</i>					
		M	Me	Min.	Max.	SD	Sum of ranks
Primary	20	2.95	3.00	2.00	5.00	0.94	
Secondary	212	3.68	4.00	1.00	5.00	0.89	
Higher	93	3.80	4.00	1.00	5.00	0.84	
In total	325	3.67	4.00	1.00	5.00	0.90	
Statistical significance:		rs = 0.152323, p = 0.005866					
Mother's education:	n	Compliance with the statement (scale 1-5): <i>I believe that electronic payments are safe</i>					
		M	Me	Min.	Max.	SD	Sum of ranks
Primary	20	3.05	3.00	1.00	5.00	1.19	
Secondary	212	3.67	4.00	1.00	5.00	1.07	
Higher	93	3.84	4.00	1.00	5.00	0.91	
In total	325	3.68	4.00	1.00	5.00	1.05	
Statistical significance:		rs = 0.128733, p = 0.020260					
Father's education:	n	Compliance with the statement (scale 1-5): <i>I believe that mobile banking is safe</i>					
		M	Me	Min.	Max.	SD	Sum of ranks
Primary	25	3.20	3.00	2.00	4.00	0.87	
Secondary	233	3.68	4.00	1.00	5.00	0.90	
Higher	67	3.81	4.00	1.00	5.00	0.87	
In total	325	3.67	4.00	1.00	5.00	0.90	
Statistical significance:		rs = 0.152886, p = 0.005748					

Source: author, n-325

A similar relationship was noticed in the context of fathers' education in the case of which, along with the increase in the level of father's education (H5), the assessment of mobile banking security increased among the surveyed students (correlation with a statistically weak impact – the result of the Spearman's rank correlation coefficient).

The studied socio-demographic characteristics of high school students from Podkarpackie Voivodeship, gender, parents' education and place of residence impact the level of use of some modern forms of payments and banking services. It depends on the specific tools. The higher level of parental education translates into a higher assessment of mobile banking security and the security of electronic payments.

On this basis, it can be concluded that the hypotheses (H1, H2, H3, H4, H5) have been positively verified.

Conclusions

The development of financial awareness in society, the availability and use of modern forms of payment and banking services, particularly among the young generation, are undoubtedly a topic that deserves extensive discussion.

The socio-demographic characteristics of the respondents, such as gender, parental education and place of residence, influenced the use of modern forms of payment and electronic banking services. An interesting fact is that students often did not fully realise what Blik or PayU payments were. It may indicate some degree of inattention when making these types of transactions, and students were only able to confirm that they use such services after seeing the logos.

The research confirmed the results of foreign analyses which show that men use electronic banking tools more often and more willingly. Additionally, research has shown that urban residents use secure online payments more often, which may be reflected in the greater availability of personal electronic banking tools in urban areas. Similarly, in the case of mothers and fathers' education levels, positive patterns in the family and the greater experience of parents mean their children have a greater knowledge of the use of secure online payments. They also use a bank's mobile applications for online shopping more willingly and evaluate electronic banking and electronic payments as more secure.

Positive verification of Podkarpackie Voivodeship hypotheses justifies research in other regions or on a more extensive research sample.

It is necessary to systematically increase Poles' financial knowledge by making them aware of the importance of the role of parents in shaping the level of use of electronic banking tools, and thus entrepreneurship among young people.

References

- Ahmed, E.M., Phin, G.S. (2016). Factors Influencing the Adoption of Internet Banking in Malaysia. *Journal of Internet Banking & Commerce*, 21(1), 1–28.
- Al-Ashban, A.A., Burney, M.A. (2001). Customer Adoption of Tele-Banking Technology: The Case of Saudi Arabia. *The International Journal of Bank Marketing*, 19(4/5), 191–200.
- Al-Jabri, M., Al-Khaldi, A.M. (1997). Effects of User Characteristics on Computer Attitudes among Undergraduate Business Students. *Journal of End-User Computing*, 9(2), 16–22.
- Bell, M. (1995). *The Impact of IT Education and Training*, Computer Bulletin, BCS.

- Bucevska, V., Bucevska, J. (2013). An empirical analysis of factors affecting the adoption of electronic banking in Macedonia: a logit model. *Advances in Business-Related Scientific Research Journal*, 4(1), 27–37.
- Business Insider Polska. (2019; 2020, 12 October). *Co drugi Polak ma problem z wiedzą o finansach*. Retrieved from: <https://businessinsider.com.pl/twoje-pieniadze/budzet-domowy/wiedza-finansowa-polakow-badanie-marzec-2019/58k2r80>
- Business Insider Polska. (2018; 2020, 22 October). *Polacy niewiele wiedzą o finansach. Najgorzej jest z pożyczkami i debetami*. Retrieved from: <https://businessinsider.com.pl/twoje-pieniadze/budzet-domowy/wiedza-finansowa-polakow-badanie-kapitalniorg-listopad-2018/pw75pwx>
- Chen, W., Wellman, B. (2004). The global digital divide-Within and between countries. *IT and Society*, 1(7), 39–45.
- Czarnecki, E. (2017). Wpływ czynników społeczno-ekonomicznych klientów na poziom korzystania z produktów i usług bankowości elektronicznej. *Journal of Financial Management and Accounting*, 5(3), 19–34.
- Domański, Cz., Pruska, K. (2000). *Nieklasyczne metody statystyczne*. Warszawa: Wydawnictwo PWE.
- Gan, C., Clemes, M., Limsombunchai, V., Weng, A. (2006). A logit analysis of electronic banking in New Zealand. *International Journal of Bank Marketing*, 24(6), 360–383.
- Hamakhan, Y.T.M. (2020). An Empirical Investigation of E-Banking in the Kurdistan Region of Iraq: the Moderating Effect of Attitude. *E-Finance*, 16(1), 45–66.
- Karczewski, P. (2019). Analiza poziomu ubankowienia społeczeństwa w Polsce w kontekście rozwoju bankowości internetowej i mobilnej. *Zeszyty Naukowe Politechniki Częstochowskiej. Zarządzanie*, 34, 70–80.
- Karjaluoto, H., Mattila, M., Pentto, T. (2002). Electronic Banking in Finland: Consumer Beliefs and Reactions to a New Delivery Channel. *Journal of Financial Service Marketing*, 6(4), 346–361.
- Kay, R.H. (1992). Understanding Gender Difference in Computer Attitudes. *Journal of Research on Computing Education*, 25(2), 159–171.
- Kisiel, M. (2011). *Internet a konkurencyjność banków w Polsce*. Warszawa: Wydawnictwo CeDeWu.
- Kisiel, M. (2016; 2020, 18 October). *Elektryczny portfel przeżywa drugą młodość. Dlaczego warto z niego korzystać?*. Retrieved from: <https://www.bankier.pl/wiadomosc/Elektryczny-portfel-przezywa-druga-mlodosc-Dlaczego-warto-z-niego-korzystac-7483157.html>
- Laukkanen, T., Pasanen, M. (2008). Mobile banking innovators and early adopters: How they differ from other online users?. *Journal of Financial Services Marketing*, 13(2), 86–94.
- MacGregor, R.C., Vrazalic, L. (2005). A basic model of electronic commerce adoption barriers: A study of regional businesses in Sweden and Australia. *Journal of small business and enterprise development*, 12(4), 510–527.
- Mendoza, M.R.H., Toledo, J.A.A. (1997). Demographics and Behavior of the Chilean Internet Population. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 3(1).
- Munusamy, J., Chelliah, S., Annamalah, S. (2013). Demographic Factors and Adoption of Retail Internet Banking: An Experience in Malaysia. *International Journal of Management & Innovation*, 5(2), 34–48.
- Ono, H., Zavodny, M. (2002). Gender and the Internet. *SSE/EFI Working Paper Series in Economics and Finance*, 495.
- Ostasiewicz, W. (1999). *Statystyczne metody analizy danych*. Wrocław: Wydawnictwo AE im. Oskara Langego we Wrocławiu.
- PayU. (2020, 15 October). *Korzystaj z nowoczesnych rozwiązań płatniczych*. Retrieved from: <https://www.payu.pl/metody-platnosci/przelew-internetowy>
- Salehi, M., Alipour, M. (2010). E-Banking in Emerging Economy: Empirical Evidence of Iran. *International Journal of Economics and Finance*, 2(1), 201–209.
- Seyal, A.H., Rahim, Md.M. (2011). Customer Satisfaction with Internet Banking in Brunei Darussalam: Evaluating the Role of Demographic Factors. *e-Service Journal*, 7(3), 47–68.

- Seyal, A.H., Rahim, Md.M., Rahman, M.N. (2002). A Study of Computer Attitudes of NonComputing Students of Technical Colleges in Brunei Darussalam. *Journal of End-User Computing*, 14(2), 40–47.
- Shashaani, L. (1997). Gender Difference in Computer Attitudes and Use among College Students. *Journal of Educational Research in Computing*, 16(1), 27–51.
- Teo, T.S.H., Lim, V.K.G. (2000). Gender differences in Internet Usage and Task Preferences. *Behaviour and Information Technology*, 19(4), 283–295.
- Zarańska, K., Zborowski, M. (2018). Charakterystyka bankowości elektronicznej. In: A. Gospodarowicz (ed.), *Bankowość elektroniczna. Istota i innowacje*. Warszawa: C.H. Beck

Magdalena Wiercioch, PhD, assistant professor at the Institute of Economics and Finance (Department of Finance and Accounting) at the University of Rzeszów. Her research interests focus on corporate finances and the use of public aid funds in the broadest sense. She has gained professional experience in international corporations in finance, accounting and tax departments. Besides, she has managed educational projects aimed at primary and secondary school students, is the author of a financial blog and is interested in promoting knowledge and financial education, especially among women, children and the young.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6091-917X>

Address:

Uniwersytet Rzeszowski
Kolegium Nauk Społecznych
Instytut Ekonomii i Finansów
ul. Ćwiklińskiej 2
35-601 Rzeszów, Polska
e-mail: magdalena.wiercioch@ur.edu.pl

KAMILA ZIÓŁKOWSKA-WEISS

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska ■ Pedagogical University of Krakow, Poland

EMILIA PIERON

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska ■ Pedagogical University of Krakow, Poland

Assessment of the impact of terrorism on tourism in the 21st century: the example of Egypt

Abstract: The article aims to analyse the impact of terrorism in Egypt on its tourism sector. To investigate the topic and obtain an answer to the research thesis that terrorism threat affects the level of tourism in Egypt, a literature review was used, and research was carried out in the form of an online questionnaire. The concept of terrorism is defined, and its types, causes and characteristics are shown through specific examples. The research has shown that terrorist threats perceived by tourists have a significant impact on their decisions when choosing a tourist destination. It shows that 36% of the respondents checked the current political situation of the chosen destination long before the planned departure, and 55% did it shortly before leaving.

Keywords: Arab countries; Egypt; terrorism; tourism

Received: 27 October 2020

Accepted: 6 May 2021

Suggested citation:

Ziółkowska-Weiss, K., Pieron, E. (2021). Assessment of the impact of terrorism on tourism in the 21st century: the example of Egypt. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 17(1), 244–256. <https://doi.org/10.24917/20833296.171.19>

Introduction

Armed conflicts and terrorism are undoubtedly a scourge of the modern world. Tourism is very sensitive to any tension, let alone more frequent manifestations of violence in some parts of the world. Tourism in such places decreases and, consequently, the income it produces is limited. Travel agencies, brokers, agents, managers of accommodation and catering facilities, carriers, pilots and guides, sellers and producers of souvenirs, and many other groups operating in the tourism business suffer in such a situation. Tourists, however, can lose time, money, and sometimes, what is most valuable, health or even life. States with a tourism monoculture are most susceptible to the adverse effects of terrorist

attacks. Tourists cannot predict a terrorist attack, nor do they know where and when a new armed conflict will break out. However, they can minimise the risk of a dangerous situation by analysing the materials available on this subject. This is also the role of tourist offices expected to provide reliable information about existing threats and armed conflicts in a tourist destination selected by the consumer.

The Egyptian tourism industry, accounting for 1% of the global tourism market, is one of the most important sectors of its national economy. However, constant political instability causes fluctuations in the income from tourism. While tourists may avoid risk-related sites, the consequences of catastrophic events at tourist destinations are inevitable. Tourism-oriented terrorism can be seen as a disaster for a destination, and related events can cause severe tourism and economic crisis, as is the case in Egypt. Destinations, especially those exposed to politically motivated violence, should incorporate crisis management planning into their overall sustainability strategy and marketing and management. It is needed to protect and restore an image of security and attractiveness, assure potential visitors of the area's safety, restore functionality and help travellers and the tourism industry revitalise the economy.

The article deals with security and threats resulting from terrorist attacks. Empirical research, which took the form of an online questionnaire, was aimed at showing what criteria Polish tourists take into account when choosing a holiday destination, whether the political situation and risk to safety will be critical, and what factors, according to the respondents, affect the sense of security or lack of it during tourist trips, in this case to Egypt.

Terrorism as an asymmetric threat to the modern world

Modern terrorism, which emerged in the second half of the 20th century, has become one of the scourges of the modern world. Some authors believe that terrorism will increase in the future and that terrorist acts will be more successful. In turn, however, other academics believe that terrorism is coming to an end. Political violence and terrorism may seem to be a set of unknown, intentional and unintentional distortions to the tourism market. Both the state and terrorist groups do a lot to distort in their favour social and individual perceptions of terrorism, manipulating both the semantic content of the concept and specific facts. The media has some influence on the distortion of the actual image of terrorism as well. In addition, the very specificity of the subject makes it difficult to understand, and researchers are doomed to the necessity of making assumptions and interpreting available information, which sometimes has doubtful reliability.

The scope of terrorist activities and the modernisation of their methods of operation has been possible thanks to progressive development in the field of information technology and telecommunications. Terrorism has become a method of political struggle. At the same time, it is a kind of 'asymmetric threat' generated by specific social, ethnic and religious groups while it is perceived as an instrument of the foreign policy of many countries (Nizioł-Celewicz, 2006).

Today, terrorism is a common phenomenon. However, the term is not always used appropriately. Increasingly, it is defined as any violent action directed against society, even if it is backed by criminals, political dissidents or religious fanatics. Terrorism is just as often misinterpreted as economic extortion for reasons utterly different from those of the terrorists themselves (Aleksandrowicz, 2008).

Quite an important event in the history of Islamic terrorism was the creation of the Muslim Brotherhood in 1928. The ideas promoted by the Brotherhood are almost identical to those of Islamic fundamentalists, and the importance of this group stems from its members establishing many important terrorist organisations. Examples include Hamas and Jamaa Islamiya (Kuczyński, 2001).

In the 1940s and 1950s, there was an increase in anti-colonial and national liberation terrorism in the Middle East, Asia and Africa. In the 1950s and early 1960s, there was an increase in separatist, right-wing and national liberation groups. Organisations such as the PLO and the Kurdistan Workers' Party operated in India, Indonesia and the Middle East, while in Algeria, the far-right groups of the National Liberation Front were active. The organisations fighting for the independence of Cyprus operated mainly in Greece. Many terrorist groups were active in France, among others the far-right Gaullist militias, the Corsican Liberation Front, Algerian groups, the Secret Military Organisation OAS (Organization de l'Armée Secrète). The area of operation of extreme-right groups such as the New Order (Ordine Nuovo), Mussolini Action Units (Squadre d'Azione Mussolini), and the Rose of the Winds (La Rosa dei Venti) was the state of Italy. Terrorist organisations were also active in countries such as the United Kingdom (IRA), Canada (Quebec Liberation Front) and the United States of America (KKK, Black Panthers) (Pospiszyl, 2008).

The classification proposed by D.C. Rapoport (2004) distinguishes four overlapping waves, or stages, of terrorism. The first is dated from 1879, with its end associated with the beginning of the First World War. This phase was characterised mainly by the propagation of terrorist ideas by anarchists and nationalists and by causing revolutions and crises in great empires such as the Ottoman, Habsburg and Russian. The second stage covers the period from the First World War to several years after the Second. At that time, terrorists mainly preached ideas of self-determination and decolonisation. The next wave lasted from the second half of the 1960s to the 1990s, characterised by the promotion of leftist and nationalist ideas and terrorism in the Cold War. The fourth stage has lasted from 1979 until today and is referred to as the religious era of jihad based mainly on religious and anti-globalisation motives (Wojciechowski, 2011).

The network organisation model is characteristic of contemporary Islamic terrorist organisations. Groups such as Hamas, the Palestinian Islamic Jihad and Al Qaeda have a "flattened", poorly hierarchical and informal structure with an ideological centre but no decision-making. They function on the principle of concentric circles. At the centre is the "core" of professionals (for example, veterans of the war in Afghanistan). Another segment is a network of independent cells created by "amateurs" who carry out specific actions. Outside, there are groups of entities cooperating with the organisation but not a part of it (e.g. companies enabling the laundering of "dirty" money) (Nizioł-Celewicz, 2006).

A feature of today's Islamist organisations is the use of the latest technology, especially in information and communication. This raises concerns about the risk of cyberterrorism that is associated with using the technological revolution for new forms of attack. The only difficulty may be that IT skills and the chance to cause fatalities are lacking (Nizioł-Celewicz, 2006).

The purpose and timing of empirical research

The research aimed to show the impact of terrorism in Arab countries on the tourism of the 21st century in Egypt. The research thesis put forward was that terrorist threats in Arab countries significantly affect Egypt's level of tourism. In order to confirm the hypothesis, an online questionnaire was undertaken among those aged 18 and over, and 100 people responded. This study aimed to show a relationship between terrorism and the choice of Egypt (a country affected by this phenomenon) as a tourist destination.

The questionnaire was made available to respondents via the website survio.com and was conducted from March to May 2019. Surveys are one of the most common forms of social research. Initially, the researched group was determined, then a questionnaire was constructed with questions to verify the research thesis. The next task was to conduct the research, and after obtaining the planned number of responses, an analysis was carried out. The survey questionnaire consisted of 17 single-choice closed questions, four of which concerned the characteristics of the researched group. Only selected results of the research will be presented in this work.

Analysis of respondents' perception of the impact of terrorism on tourism in the 21st century based on the example of Egypt

Apart from the questions concerning the perception of the impact of terrorism on tourism in Egypt, there were also those about the respondents' tourism, their choice of destination, length of stay and participation in optional trips. Analysis of these questions was omitted as the author focused on analysing questions related to terrorism and the assessment of security. The questions were formulated in such a way as to find out the opinions of the respondents on the impact of terrorism.

One hundred respondents replied: 59 women (59%) and 41 men (41%). The questionnaire was addressed to five age groups:

- 18–25 years old (schoolchildren, students),
- 26–35 years old (those at the last stage of education and starting their own families),
- 36–45 years old (those of reproductive age, trying to achieve personally),
- 46–60 years old (those beyond the reproductive age with families and achieved goals),
- over 60 (pensioners).

Among those who took part in the survey, 20% were aged 18–25, 23% aged 26–35, 19% aged 36–45, 22% aged 46–60, and 16% of respondents were aged over 60.

The respondents were asked whether the political situation, including the security of the destination of travel/leisure, influenced their choice of a tourist destination (Figure 1).

When asked whether the political situation and hence the security of a given country influenced the respondents' choice of tourist destination, as many as 87% gave an affirmative answer, and 6% denied it for 7% of the respondents it did not matter.

In the questionnaire, the respondents were asked whether they kept up to date with the current political situation of their chosen destination before departure (Figure 2).

Out of all those who answered this question, 55% replied that shortly before leaving they checked the political situation in the country where they had planned their holiday, 36% of them follow the information on this subject for an extended period before the

planned trip. In comparison, 9% say that they are not interested in news of this type and do not check the current situation in the country of their destination before leaving.

In one of the questions, the respondents were able to express their opinion on the level of security in Egypt. They could mark their feelings on a scale of 1 to 10, where 1 was the lowest and 10 the highest (Figure 3).

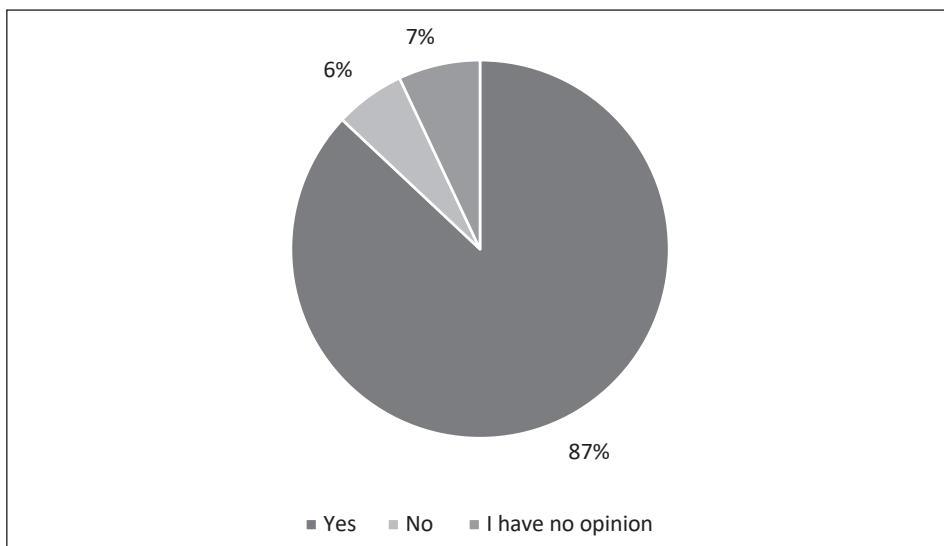
Respondents had the opportunity to rate their assessment of the security level in Egypt on a scale of 1 to 10. Security at Levels 1 and 2, as well as 9 and 10, was identified by 3% of respondents. Security at Level 3 by 13% and at 4 by 12%. At Level 5, the highest percentage of respondents was found – 32%, at Level 6, it was 12%, but Level 8 – only 6%. The graph above shows that the highest percentages were obtained for Levels 3 to 6, which means that more than half of the respondents chose them. Therefore, according to the respondents, the political and security situation in Egypt is at a moderate to good level.

The author asked the respondents whether, in their opinion, the authorities of a destination country should be interested in the terrorist threat issue (Figure 4).

96% of respondents believe that the problem of a terrorist threat is severe and the authorities of a given country should pay attention to it. Only 4% are of a different opinion. Respondents were also asked where they got information about threats in the Middle East (Figure 5).

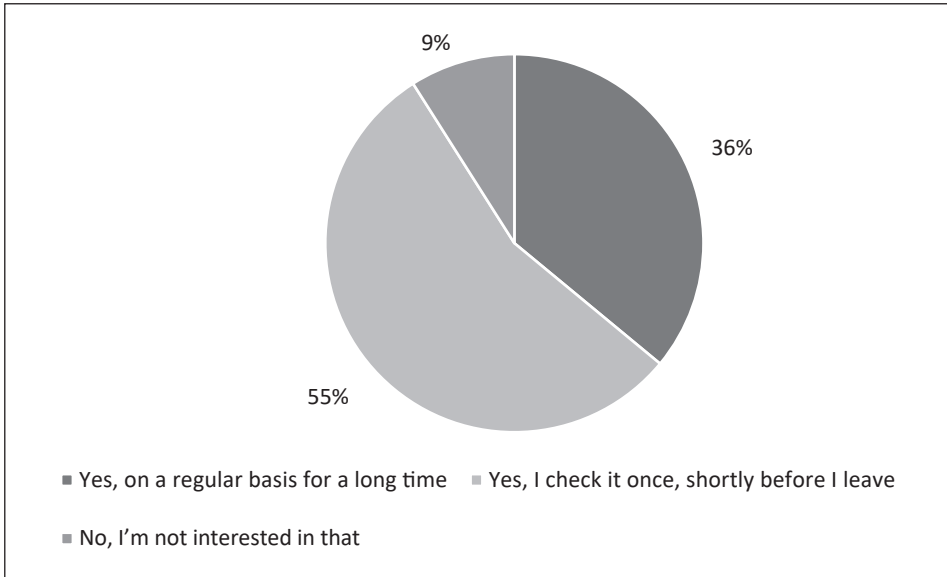
The most important source of information on threats in the Middle East is the internet. Such an answer was given by as many as 68% of the respondents, 30% obtain such information from radio or television, and only 2% from friends, family or other people. None of the respondents found this type of information from newspapers and magazines. Based on this question, we can see the technological power of the internet and how the daily and once-popular sources of information, such as newspapers, have been superseded in the era of digitalisation.

Figure 1. Does the political situation, including national security, affect your choice of a travel/leisure destination?



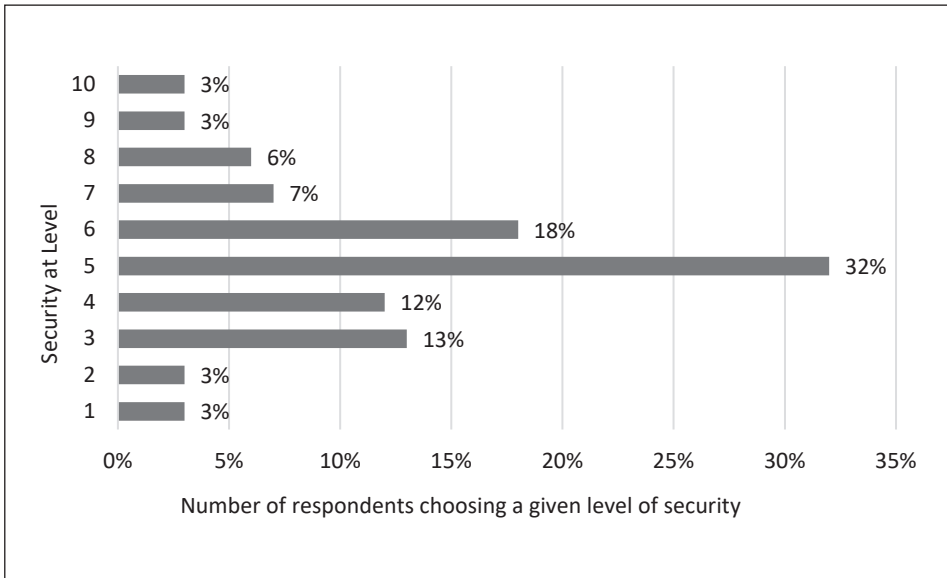
Source: author based on empirical research

Figure 2. Before leaving, do you keep track of the current political situation of your chosen destination?



Source: author based on empirical research

Figure 3. Assessment of the security level in Egypt (scale 1–10)



Source: author based on empirical research

Figure 4. Do you think the authorities of a destination country should be interested in the terrorist threat issue?

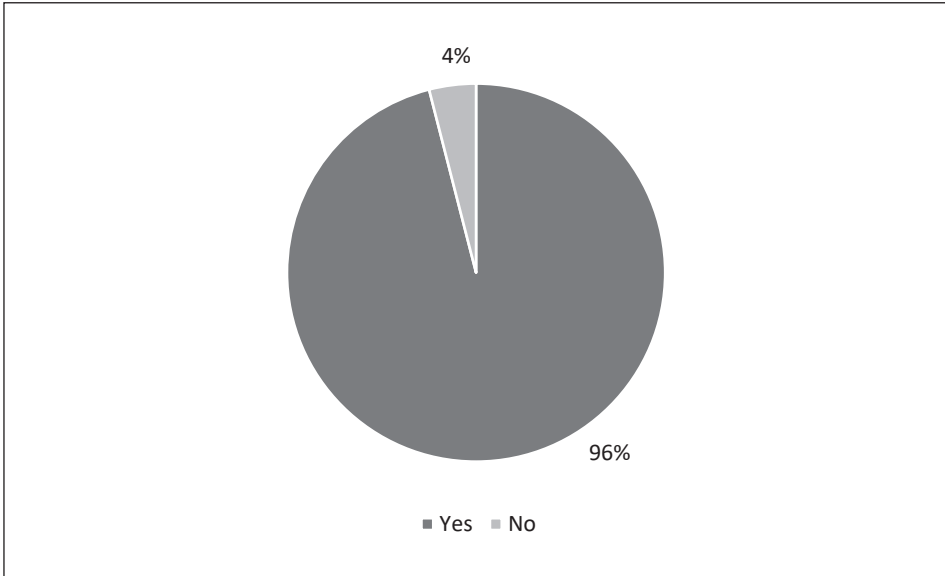
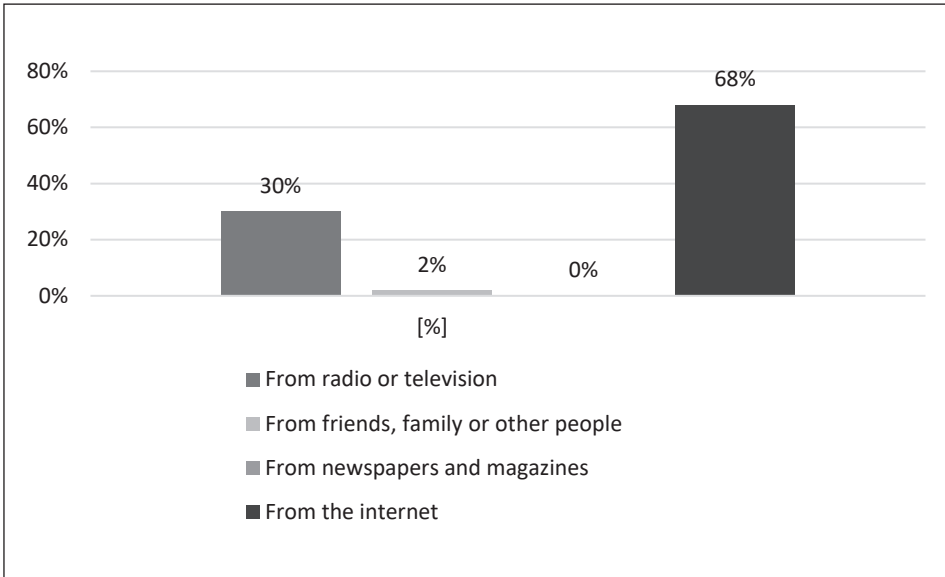
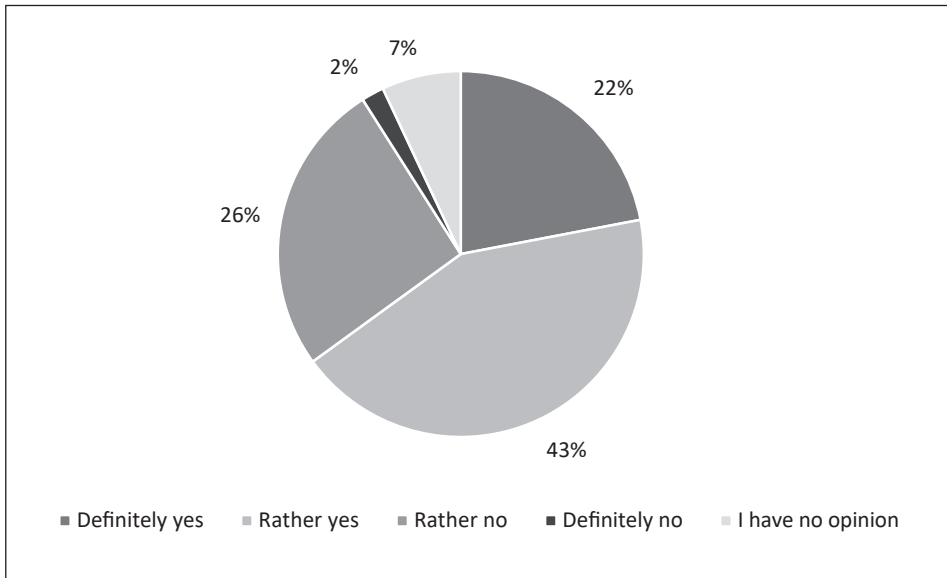


Figure 5. Where do you get most information about the threats?



Source: author based on empirical research

Figure 6. In your opinion, does the media increase the sense of danger in Egypt?



Source: author based on empirical research

One of the questions was about the increase in the sense of threat in Egypt evoked by the media (Figure 6).

43% of respondents believe that the media intensifies the feeling of danger in Egypt, while 22% indicate that the media promotes such a feeling. According to 26%, it is not intensified, and 2% that it definitely does not exaggerate the problem. 7% do not have an opinion on this matter.

Discussion

The hypothesis put forward in this work that terrorist threats in Arab countries significantly affect the level of tourism in Egypt among Polish tourists is not valid. Indeed, 96% of respondents believe that the threat of terrorism today is profound and worth the attention of the authorities of a given country and international security organisations. As many as 55% of respondents check the current political situation of the chosen destination once shortly before departure, but 36% follow it regularly from a long time before. However, the activities undertaken by the respondents do not mean that they do not choose Egypt as their tourist destination.

There is a study of the relationship between terrorism and the demand for tourism in Egypt by S. Polyzos, G. Papadopoulou, S. Xesfingi (2021) who studied the relationship between tourism demand and terrorism in Egypt based on monthly data for 1995–2018. They aimed to investigate whether this relationship is one-way or two-way, and durable in the long term. The researchers found evidence of a long-term relation between tourism and terrorism. Their empirical results showed a strong correlation between fear of terrorism and tourism in Egypt and concluded that policymakers should not expect an increase in terrorist activity in times of an increased influx of tourists. They argued that

the authorities should enforce stringent anti-terrorism measures to promote security and safety in the context of tourism in Egypt.

A. Pizam, G. Smith (2000), in the article *Tourism and Terrorism: A Historical Analysis of Major Terrorism Acts and their Impact on Tourism Destinations*, made a quantitative analysis of the most critical terrorist events around the world in 1985–1998, classifying them by date, location, victims, weapons used, the severity of the damage, the motive, and the impact on the demand for tourism. Their research found that terrorist attacks are more common in tourist destinations where the number of foreign tourists is large. Over the 14 years of the study period, they identified 70 terrorist attacks, most of which were in the Middle East, including Egypt. These acts killed 830 people and injured 1465. Most of the injured were tourists. Regarding the impact of these actions on tourism demand, Pizam and Smith (2000) showed it decreased by 79% compared to previous years when there were no acts of terrorism. The decline in tourism demand lasted from one to six months. The research also showed that both individual tourists and travel agencies postponed their trips for up to six months from acts of terrorism at the tourist reception location.

D. Fielding and A. Shortland (2010), in the article *How do tourists react to political violence? An empirical analysis of tourism in Egypt*, described a model that concerns those who decided to go on holiday anyway. As their research showed, the factor of security and terrorist threats did not play a significant role among their respondents.

Y.H. Aly and M.C. Strazicich (2000) presented research covering the 1990s, starting in March 1991 and ending in December 2000, which showed that the campaign of radical Islamist organisations was successful in inflicting heavy losses on the Egyptian tourism industry. Although the real danger of an attack was minimal, many tourists decided not to consider Egypt when planning holidays. Their research has shown that attacks at tourist facilities where foreigners have been killed or injured have immediate resonance in tourist bookings and destination selection. This state of affairs lasts more than a year before the number of tourists visiting the place affected by a terrorist attack fully returns to the state it was before the event.

R. Isaac (2021), on the other hand, presented research aimed at better understanding the impact of terrorism on the perception of risk and the attitudes of German travellers to Egypt. The research process included an online self-administered method using Qualtrics, one of the leading research and web tools. One hundred seventy-one respondents completed the questionnaire, and the results indicated that Egypt is viewed as a dangerous travel destination. It argued that the Egyptian government should create a more attractive image for Egypt as a holiday location.

After the revolution in 2011, tourism in Egypt decreased significantly related to the unstable situation in the country and the anxiety of tourists. The situation slowly stabilised after the parliamentary elections in 2012 (Marciniak, Dłużewska, 2015). That year, Egypt was visited by over 750 000 tourists, but by July 2013, the tourism sector had decreased by 24.5% compared to the previous year. This situation was related to the deepening chaos in Egypt, demonstrations against President Morsi and the revolution that led to military rule in the country. Clashes between supporters and opponents of the Muslim Brotherhood contributed to a decline in tourism by 69.7%.

According to D.S. Abdou and Z. Zaazou (2013), tourism felt the adverse effects of the Arab Spring in Egypt and the entire region, wherein in the first quarter of 2011, the decrease in the number of tourists was close to 45%. J. Zdanowski (2013) and R. Fiedler

(2014) also noticed the economic slowdown in Tunisia and Egypt, which took place after the outbreak of the revolution. Moreover, they drew attention to dynamic political events and their deterrent effect on tourists and foreign investors who redirected their capital to more politically stable countries. Fiedler (2014) emphasises that the political unrest in 2012 permanently reduced tourism in Egypt.

In her article *The tourism crisis in post-January 25th Egypt* (2013), M.S. Hanna focused on the impact of government policy on the tourism sector in 2011–2013. In her work, she emphasised the significant impact of tourism on the economic development of the country and the need to create new jobs in this sector. Investments in infrastructure and the modernisation of monuments must be related to the cash inflow from servicing tourism. In order for the tourism balance to be restored after the revolution of 2011, in her opinion, the Egyptian authorities must not only take care of political and social stability but also deal with the problems of crime, corruption and illegal activities that discourage potential tourists.

In the history of Egypt, terrorist attacks are known to have significantly influenced tourism. In 2004–2006, a series of tragic attacks shocked resorts on the Sinai Peninsula. On 7 October 2004, 34 people were killed and nearly 150 injured in the bombings on the Israeli-Egyptian border. Explosives were planted in places popular with tourists – Taba, Ras al-Shitan and Nuwabi. Two Islamic organisations, one associated with Al Qaeda, confessed to them. Less than a year later, Egypt experienced further attacks in Sharm el-Sheikh. On 23 July 2005, 70 people lost their lives, and more than 150 were injured following the blasts of car bombs. In the triple attack in Dahab on 24 April 2006, which was probably in part caused by Al Qaeda, 23 people were killed, and 62 were injured (Aleksandrowicz, 2008).

By 2015, security conditions had deteriorated to such an extent that Israeli tourists stopped coming to Egypt for 18 months. The shooting down of a plane with Russian tourists that left Sharm el-Sheikh airport on 31 October 2015 again caused tourism stagnation. The suspected cause of the tragedy was a bomb on board the plane, and suspicion largely fell on an airport worker. Russia suspended all flights to Sharm el-Sheikh until Russian officials inspected the airport and met better security standards (Chormański, 1996). Russia and the United Kingdom have restricted flights to Sharm el-Sheikh. However, the Egyptian government, wanting to regain the trust of Russia (who constitute a significant percentage of foreign tourists), lifted the visa requirement for Russians taking holidays in Egypt and introduced the possibility of paying in roubles.

In the following years, other tragic events were aimed directly at tourists who chose Egypt as their destination. On 19 May 2016, the EgyptAir flight 804 departed Paris for Cairo with 66 people on board but crashed over the Mediterranean Sea for unknown reasons. Information about a fire onboard the plane was made public. In 2016 and 2017, tourists were attacked in Hurghada.

In 2018, tourism revenues had increased sharply by 71% to USD 4.8 billion. In the first half of 2018, over five million tourists visited Egypt, a 41% increase compared to the same period in 2017. However, on 28 December 2018, a bomb was planted near a bus carrying Vietnamese tourists. This event caused another stagnation in the tourism market.

Despite the unstable political and economic situation, Egypt is a popular destination among Polish tourists. Relatively low prices compared to other coastal countries, especially Spain, Italy and Greece, favour Egypt. There are several reasons for this. First, Egypt is

one of the so-called dollar destinations, which means that tour operators organising in this country pay in dollars. If the dollar is lower against the euro, and the zloty has a strong position against both of these currencies, trips to Egypt have desirable prices. It is not without significance that Egypt is a year-round destination – trips in the winter months are trendy when resorts in European countries are closed (Ziółkowska-Weiss, 2016).

Conclusions

It cannot be denied that the effects of terrorism in tourist areas have a negative economic impact. While terrorist attacks go beyond the control of the most advanced security measures, their impact can be reduced through planning and management practices. Specific destinations and tourist attractions may be under attack, but measures can be taken to avoid or reduce the damage in such cases.

The tourism industry appears to be relatively resilient. In most cases, the sites where a terrorist attack took place had the ability to recover from the devastating effects of terrorism (Sönmez, Apostolopoulos, Tarlow, 1999). Despite the emergence and development of terrorism, tourism continues to expand. It seems appropriate for future academics to investigate the delayed impact of terrorist acts on tourist destinations demand, as many tourism experts have hypothesised that the effects of terrorist acts are only visible in these places for a few weeks after the event itself.

While tourists may avoid risk-related sites, the consequences of catastrophic events for tourist destinations are inevitable and can be profound. Tourism-oriented terrorism can be seen as a catastrophe for a destination, and the resulting events could lead to a major tourism and economic crisis, as is the case in Egypt.

Thus, tourist destinations, especially those prone to political instability and terrorist attacks, should integrate crisis management planning into their overall sustainable development and marketing strategies and provide potential visitors with security. Local governments should implement strategies to help local travel agencies and tourism industry members in a threat to tourists by a terrorist attack. Recommendations include introducing a crisis management plan, creating a tourism crisis management task force, developing a crisis management guide, and cooperating with law enforcement officials.

In order to strive for a constant increase in confidence in the tourism industry in Egypt, the local government should work with the media to emphasise security. Information provided by the media is essential when it comes to security in the tourist reception area. As shown by the research results conducted by the authors of this work, 65% of Polish respondents participating in the study believe that the media intensifies the threats in Egypt. Therefore, to maintain tourist stability, the media must not exacerbate panic among tourists in a situation of political tension but only play down possible local conflicts.

Another practical implication of the fight against terrorism is discussions on this subject which should be held regularly at international conferences and seminars.

H.A.H. Esmail (2016) does not doubt that the promotion of tourism is one of the main strategies leading to the economic growth of the tourism sector, contributing to community development and poverty reduction in developing countries. Therefore, she proposes that governments worldwide set up regional funds whose activities will contribute to the fight against terrorism, the exchange of information and cross-border investigations between countries. Both the government and other social groups interested in promoting tourism,

both domestic and international, should have a far-reaching policy in dealing with terrorism that will guarantee tourism development in a given region.

The sad fact is that terrorism and tourism have become inextricably linked. Accepting the permanence of this relationship may help future researchers understand and mitigate the impact of terrorism on tourism demand and the economic and socio-cultural quality of life. The relationship between tourism and terrorism is undeniable in the modern era due to the industry's strength, information flows and globalisation. Tourists are easy targets for terrorists. Acts of terrorism will never be predictable or avoidable. Fortunately, these are relatively rare cases. People want to travel and are likely to choose tourist destinations in which there have been terrorist attacks in the past, as shown by the research results presented in this study.

References

- Abdou, D.S., Zaazou, Z. (2013). The Egyptian Revolution and post-Socio-economic impact. *Topics in Middle Eastern and African Economies*, 15, 92–115.
- Akman, N. (2007). W prawdziwym islamie terroryzm nie istnieje. In: E. Capana (ed.), *Terroryzm. Zamachy samobójcze. Muzułmański punkt widzenia*. Warszawa: Wydawnictwo Akademickie DIALOG.
- Aleksandrowicz, T. (2008). *Terroryzm międzynarodowy. Bezpieczeństwo wewnętrzne. Podręcznik akademicki*. Warszawa: Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne.
- Aly, Y.H., Strazicich, M.C. (2000). *Terrorism and Tourism: Is the Impact Permanent or Transitory? Time Series Evidence from Egypt and Israel*. Working Paper No. 2010, USA: College of Business and Administration, University of Central Florida.
- Barber, B.R. (2004). *Dżihad contra Mc Świat*. Warszawa: Muza SA.
- Choromański, R. (red.). (1996). *Almanach wiedzy powszechnej*. Warszawa: Skrzydła.
- Duda, D. (2002). *Terroryzm islamski*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Esmail, H.A.H. (2016). Impact of Terrorism and instability on the tourism industry in Egypt and Tunisia after Revolution. *The Business and Management Review*, 7(5), 469–475.
- Fiedler, R. (2014). Arabska Wiosna – szanse i wyzwania dla polityki USA wobec Bliskiego Wschodu. *Przegląd Politologiczny*, 1, 33–49.
- Fielding, D., Shortland, A. (2010). *How do tourists react to political violence? An empirical analysis of tourism in Egypt*. DIW Discussion Papers, 1022, Berlin: Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung (DIW).
- Hanna, M.S. (2013). *The Tourism Crisis in post-January 25th Egypt*. Cairo: The American University in Cairo.
- Isaac, R. (2021). Badanie rozpoznawcze: Wpływ terroryzmu na postrzeganie ryzyka. Analiza niemieckich zachowań i postaw rynkowych wobec Egiptu. *Planowanie i Rozwój Turystyki*, 18(1), 25–44.
- Kacprzyński, A. (2016). *Egipska turystyka – studium*. Wrocław.
- Kuczyński, M. (2001). *Krwawa Europa. Konflikty zbrojne i punkty zapalne w latach 1990–2000*. Warszawa: Dom Wydawniczy Bellona.
- Marciniak, M., Dłużewska, A. (2015). Wpływ Wiosny Arabskiej na turystykę w Egipcie. *Turystyka Kulturowa*, 9, 38–53.
- Nizioł-Celewicz, M. (2006). *Międzynarodowe stosunki polityczne*. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- Pizam, A., Smith, G. (2000). Tourism and Terrorism: A Historical Analysis of Major Terrorism Acts and Their Impact on Tourism Destinations. *Tourism Economics*, 6(2), 123–138.
- Polyzos, S., Papadopoulou, G., Xesfingi, S. (2021). Examining the link between terrorism and tourism demand: the case of Egypt. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure & Events*. Taylor&Francis Online. doi: 10.1080/19407963.2021.1904965

- Pospiszyl, I. (2008). *Patologie społeczne*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Rapoport, D.C. (2004). The Four Waves of Modern Terrorism. In: S.M. Chermak, J.D. Freilich (eds.), *Transnational Terrorism*. Londyn, Nowy York: Routledge.
- Sönmez, S., Apostolopoulos, Y., Tarlow, P. (1999). Tourism in Crisis: Managing the Effects of Terrorism. *Journal of Travel Research*, 38(1), 13–18.
- Wojciechowski, S. (2011). *Terroryzm na początku XXI wieku. Pojęcie, istota i przyczyny zjawiska*. Bydgoszcz: Oficyna Wydawnicza Branta.
- Zdanowski, J. (2013). Znaczenie Arabskiej Wiosny. *Krakowskie Studia Bliskowschodnie*, 3, 13–32.
- Ziółkowska-Weiss, K. (2016). Zachowania konsumenckie Polaków korzystających z oferty polsko-egipskich biur podróży w Szarm el-Szejk. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 30(4), 102–118.

Kamila Ziółkowska-Weiss, PhD, Pedagogical University of Krakow, Institute of Geography, Department of Tourism and Regional Research. She studied law and cultural studies at the Jagiellonian University – specialising in Mediterranean studies. She is also a geography graduate with the basics of entrepreneurship at the Pedagogical University of Krakow. She completed post-graduate studies at Cracow University of Economics in the field of international tourism management. In 2015, she defended her doctoral thesis with honours, thus obtaining a PhD in Earth Sciences. Since 2012, she has been working in the Department of Tourism and Regional Research of the Pedagogical University of Krakow, teaching, among others, “Tourism in the United States of America”. Active tour leader. Author of several dozen academic publications. The main academic interests are the Polish community in North and South America, cultural tourism and national minorities in Poland and North America.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6575-5314>

Address:

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie
Instytut Geografii
Katedra Turystyki i Badań Regionalnych
ul. Podchorążych 2
30-084 Kraków, Polska
e-mail: kamilazw@up.krakow.pl

Emilia Pieron, BA, Pedagogical University of Krakow, Institute of Geography, Department of Tourism and Regional Research. She received a bachelor’s degree from the Pedagogical University of Krakow. Currently, she is a graduate student at the above-mentioned university, continuing education in the field of Tourism and Recreation. She managed to obtain a postgraduate diploma in the field of Preparation for the teaching profession, which will allow her to work with young people and transfer the professional knowledge gained during five-year studies. In addition, she is a horse riding instructor and she is interested in the culture of the Middle East.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2661-1312>

Address:

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie
Instytut Geografii
Katedra Turystyki i Badań Regionalnych
ul. Podchorążych 2
30-084 Kraków, Polska
e-mail: emka961234@interia.pl

Spis treści

Wprowadzenie	3
MARCIN OLSZEWSKI	
Scientists' attitudes towards academic entrepreneurship: the results of an empirical study	7
JACEK RUDEWICZ, KRZYSZTOF SALA	
New professional competencies in the era of WEB 2.0 and 3.0 and the dissemination of ICT	19
WITOLD WARCHOLIK	
Uczelnia – nie-miejsce? Poziom wiedzy społeczności akademickiej o uniwersytecie w kontekście przywiązania do miejsca	35
ANNA MAZURKIEWICZ	
Młode osoby a sytuacja na rynku pracy w województwie podkarpackim	49
JOANNA ŚWIĘTONIOWSKA	
Przedsiębiorczy gracz – jak mechanizmy grywalizacji motywują do nauki uczniów w szkole średniej?	65
EWA BADZIŃSKA	
Experiential and result-driven entrepreneurship education: evidence from an international project	77
PAWEŁ MAREK WORONIECKI	
Prawne uwarunkowania nauczania przedsiębiorczości w polskim systemie oświaty	90
ROBERT MAJKUT	
Charakterystyka uwarunkowań instytucjonalnych wspierania innowacyjności w Austrii ze szczególnym uwzględnieniem systemu edukacyjnego	104
DOROTA OKRASIŃSKA	
Kontinuum wartości pedagogicznych – metody i narzędzia na przykładzie modelu greckiego w warunkach zmienności – analiza kognitywna ..	115
ZBIGNIEW CHODKOWSKI	
Wpływ środowiska na motywację do wyboru studiów przez studentów rzeszowskich uczelni	126
ANITA KULAWIAK	
Postawy przedsiębiorcze młodzieży w najmniejszych miastach regionu łódzkiego ...	140
JACEK BRDULAK, EWELINA FLORCZAK, TOMASZ GARDZIŃSKI	
Prospołeczność w gospodarce jako czynnik zmian współczesnej ekonomii	153
DOROTA MURZYN	
Social entrepreneurship and selected elements of the entrepreneurship ecosystem ...	165

SEBASTIAN KUBALA, CHRYSYAN FIRLEJ	
Self-sufficiency in cereal and potato production in Central and Eastern Europe: 2005–2019	177
GABRIELA CZAPIEWSKA	
Integration into agricultural producer groups as a manifestation of rural entrepreneurship	189
MATEUSZ ĆWIKŁA	
The delimitation of functional areas in Świętokrzyskie Voivodeship (Poland) concerning social, financial and economic as well as spatial and infrastructural criteria	203
MAGDALENA LESIAK	
Istota analizy wskaźnikowej – ujęcie edukacyjne.....	220
MAGDALENA WIERCIOCH	
The influence of the socio-demographic characteristics of the young on mobile telephone payment usage levels	234
KAMILA ZIÓLKOWSKA-WEISS, EMILIA PIERON	
Assessment of the impact of terrorism on tourism in the 21st century: the example of Egypt.....	244

Contents

Introduction	5
MARCIN OLSZEWSKI	
Scientists' attitudes towards academic entrepreneurship: the results of an empirical study	7
JACEK RUDEWICZ, KRZYSZTOF SALA	
New professional competencies in the era of WEB 2.0 and 3.0 and the dissemination of ICT	19
WITOLD WARCHOLIK	
University – a non-place? Level of knowledge of the academic community regarding the university in the context of attachment to a place.....	35
ANNA MAZURKIEWICZ	
Young people and the situation on the labour market in the Podkarpackie Voivodeship (Poland).....	49
JOANNA ŚWIĘTONIOWSKA	
Entrepreneurial gamer – how do gamification mechanisms drive learning motivation of secondary school students?.....	65
EWA BADZIŃSKA	
Experiential and result-driven entrepreneurship education: evidence from an international project	77
PAWEŁ MAREK WORONIECKI	
Legal conditions of teaching entrepreneurship in Polish educational system	90
ROBERT MAJKUT	
Characteristics of the institutional conditions for innovation support in Austria with a focus on the educational system	104
DOROTA OKRASIŃSKA	
Continuum of pedagogical values – methods and tools based on the example of the Greek model under variation conditions – cognitive analysis	115
ZBIGNIEW CHODKOWSKI	
Impact of the environment on the motivation to choose studies by university students in Rzeszów (Poland)	126
ANITA KULAWIAK	
Entrepreneurial attitudes of young people in the smallest towns of the Łódź region (Poland)	140
JACEK BRDULAK, EWELINA FLORCZAK, TOMASZ GARDZIŃSKI	
Prosociality in the economy as a factor of changes in contemporary economics	153
DOROTA MURZYN	
Social entrepreneurship and selected elements of the entrepreneurship ecosystem... ..	165

SEBASTIAN KUBALA, CHRYSYTIAN FIRLEJ	
Self-sufficiency in cereal and potato production in Central and Eastern Europe: 2005–2019	177
GABRIELA CZAPIEWSKA	
Integration into agricultural producer groups as a manifestation of rural entrepreneurship	189
MATEUSZ ĆWIKŁA	
The delimitation of functional areas in Świętokrzyskie Voivodeship (Poland) concerning social, financial and economic as well as spatial and infrastructural criteria	203
MAGDALENA LESIAK	
The essence of index analysis – educational approach.....	220
MAGDALENA WIERCIOCH	
The influence of the socio-demographic characteristics of the young on mobile telephone payment usage levels	234
KAMILA ZIÓŁKOWSKA-WEISS, EMILIA PIERON	
Assessment of the impact of terrorism on tourism in the 21st century: the example of Egypt.....	244