

WSPÓŁPRACA INSTYTUCJI OTOCZENIA BIZNESU I UCZELNI WYŻSZYCH W OBSZARZE EDUKACJI PRZEDSIĘBIORCZEJ

<https://doi.org/10.33141/po.2018.04.03>

Przegląd Organizacji, Nr 4 (939), 2018, ss. 20-26

www.przegladorganizacji.pl

©Towarzystwo Naukowe Organizacji i Kierownictwa
(TNOiK)

Adam Sadowski, Angelika Andrzejczyk

Wprowadzenie

W obecnym systemie szkolnictwa wyższego w procesie edukacji przedsiębiorczej uczelnie w znacznym zakresie kształcą studentów niezależnie od instytucji wsparcia przedsiębiorczości. Dzieje się tak pomimo faktu, iż w otoczeniu społeczno-gospodarczym istnieje wiele takich instytucji, jak również instrumentów wspierających rozwój przedsiębiorczości, które mogłyby istotnie wzbogacić wspomnianą edukację, zwłaszcza w kontekście edukacji praktycznej. W związku z powyższym, dostrzegając ważny obszar naukowo-badawczy, jakim jest edukacja przedsiębiorcza młodzieży akademickiej oraz współpraca uczelni wyższych i szeregu instytucji działających na rzecz przedsiębiorczości, przeprowadzono dyskusję panelową będącą jednocześnie częścią autorskiego, obszernego badania A. Andrzejczyk dotyczącego wpływu edukacji na rozwój przedsiębiorczości młodzieży akademickiej, realizowanego w ramach Diamentowego Grantu MNiSW¹. Omówiony w niniejszej pracy fragment badań obejmuje dyskusję z grupą podlaskich specjalistów z Instytucji Otoczenia Biznesu (IOB) (przedstawiciele: Parku Naukowo-Technologicznego, Akademickich Inkubatorów Przedsiębiorczości, Specjalnej Strefy Ekonomicznej, fundacji wspierającej przedsiębiorców, banku itp.), podczas której omówiono ich rolę w edukacji i rozwoju przedsiębiorczości i zebrano opinie na temat problemów IOB z potencjalnymi przedsiębiorcami, którzy korzystają z ich usług. Celem niniejszego opracowania jest przedstawienie wyników panelu w kontekście opracowań innych naukowców, poznanie przyczyn i charakteru współpracy młodych lub potencjalnych przedsiębiorców z instytucjami otoczenia biznesu, poszukiwanie sposobów na lepsze przygotowanie studentów w drodze edukacji do założenia i prowadze-

nia własnej działalności gospodarczej oraz poszukiwanie obszarów i sposobów współpracy uczelni i IOB w celu poprawy przygotowania studentów i ich zachęcenia do samozatrudnienia, ale również w szerszym kontekście w zakresie kształtowania postaw przedsiębiorczych².

Przedsiębiorczość i edukacja

Zjawisku przedsiębiorczości przypisuje się dynamizowanie wzrostu gospodarczego, stwarzanie nowych miejsc pracy oraz rozwój regionalny (Cassia i in., 2014, s. 378), zaś samym przedsiębiorcom odgrywanie kluczowej roli w przedsiębiorstwie oraz bycie aktywatorem postępu ekonomicznego (Sudoł, 2006, s. 20). Definicja przedsiębiorczości jako procesu zakładania i prowadzenia przedsiębiorstwa nie oddaje charakteru i pełnego spektrum znaczeń współcześnie przypisywanych temu pojęciu. Przedsiębiorczość może przejawiać się bowiem również w kontekście np. przeprowadzenia odkryć, realizowania pionierskich rozwiązań dla gospodarki czy akcji charytatywnych. Aktywność przedsiębiorcza polega również na wykorzystaniu dostrzeganych w otoczeniu możliwości poprzez realizację własnych przedsięwzięć mogących przynieść efekty ekonomiczne i/lub pozaekonomiczne (Dembińska, 2012, s. 214–215). Przedsiębiorczość jest szczególnym rodzajem aktywności, przynoszącym wymierne korzyści zarówno dla otoczenia, jak i człowieka (Korpysa, 2016).

Powoduje to rosnące zainteresowanie tym zagadnieniem, a wręcz wznowienie dyskusji nad determinantami rozwoju przedsiębiorczości w dobie globalizacji i modelu gospodarki opartej na wiedzy. Można wskazać wiele czynników oddziałujących na kształt przedsięwzię-

czości w danym kraju, wśród nich często wymieniane są: system społeczno-ekonomiczny, regulacje prawne, demografia, wychowanie, kultura, wykształcenie, kompleksowy proces edukacji. Natomiast samo powiązanie przedsiębiorczości z edukacją różnych grup społecznych, w tym przypadku młodzieży akademickiej, bywa traktowane jako remedium na przyspieszenie wzrostu gospodarczego.

To właśnie edukacja przedsiębiorcza odgrywa współcześnie coraz istotniejszą rolę w kreowaniu wielowymiarowej przedsiębiorczości: kształceniu potencjalnych przedsiębiorców, kształceniu osób przedsiębiorczych społecznie bądź wyjątkowo aktywnych pracowników. Wskazując na trzy misje uczelni wyższych – badania (Jaffe 1989, s. 976–968), edukację i wsparcie biznesu – uniwersytety stają się ważnymi ośrodkami wsparcia rozwoju regionalnego w obszarze gospodarczym i społecznym, stając się jednocześnie jednym ze źródeł budowania przedsiębiorczego społeczeństwa (Cassia i in., 2014, s. 378). Instytucje edukacji wyższej utożsamiane są z centrami generowania wiedzy w społeczeństwie (Odora, 2015, s. 278), stąd też pojawiają się postulaty, aby to w szczególności uczelnie wyższe świadczyły usługi edukacyjne w obszarze kształtowania przedsiębiorczości, odpowiadając na regionalne zapotrzebowanie gospodarki oraz dążąc do przeciwdziałania recesji. Warto jest bowiem kształtować w społeczeństwie cechy oraz budować rozwiązania instytucjonalne, które w oczywisty sposób pomogą rozwijać przedsiębiorczość w społeczeństwie.

Różne są jednak podejścia do edukacji przedsiębiorczej. W literaturze znajdziemy wiele podziałów edukacji przedsiębiorczej prezentowanych przez autorów z różnych krajów. W niniejszym opracowaniu zostanie przytoczony jedynie jeden z nich, najczęściej spotykany obecnie w literaturze, tj. dzielący edukację przedsiębiorczą na: edukację o przedsiębiorczości, edukację dla przedsiębiorczości oraz edukację przez przedsiębiorczość (Wach, 2013, s. 249; Jensen, 2014, s. 353). W obszarze edukacji o przedsiębiorczości główny nacisk kładziony jest na aspekty teoretyczne, czyli głównie przekazywanie wiedzy teoretycznej z zakresu zakładania i prowadzenia własnej działalności gospodarczej. Mianem edukacji dla przedsiębiorczości określane jest kształtowanie praktycznych umiejętności, które są uważane za potrzebne przedsiębiorcom w prowadzeniu własnej działalności gospodarczej. Natomiast edukacją przez przedsiębiorczość określa się doksztalcanie już funkcjonujących przedsiębiorców w zakresie umiejętności biznesowych (Wach, 2013, s. 249). Ten ostatni rodzaj edukacji przedsiębiorczej w nielicznych przypadkach spotykany jest również w szkołach, gdzie realizowane jest to w postaci edukacyjnych gier biznesowych lub prowadzenia faktycznych biznesów pod okiem doświadczonych osób.

Metoda badawcza

Na przełomie lat 2015 i 2016 przeprowadzono sześć paneli ze specjalistami z różnych branż i dziedzin związanych z przedsiębiorczością. Był to ostatni etap

badania przeprowadzonych przez A. Andrzejczyk – laureatkę Diamentowego Grantu MNiSW. W panelach wzięli udział specjaliści z różnych obszarów związanych z przedsiębiorczością, przy czym na każdą dyskusję zapraszano inną grupę rozmówców dobranej celowo. Każdy panel trwał ok. 2 godzin, a paneliści byli przed spotkaniem informowani o obowiązującym scenariuszu dyskusji. W niniejszym opracowaniu skupiono się na wynikach panelu dyskusyjnego z grupą specjalistów reprezentujących wybrane przez badaczkę instytucje otoczenia biznesu (banku, Akademickich Inkubatorów Przedsiębiorczości, Białostockiego Parku Naukowo-Technologicznego, Specjalnej Strefy Ekonomicznej, Podlaskiej Fundacji Rozwoju Regionalnego, firm konsultingowych). Panele miały na celu uzupełnienie danych zebranych pozostałymi dwoma technikami badawczymi (ankiety wśród studentów i wywiady wśród przedsiębiorców) oraz opracowanie wniosków i rekomendacji w zakresie usprawnienia i wzrostu efektywności edukacji przedsiębiorczej skierowanych do edukatorów oraz instytucji wspierających rozwój przedsiębiorczości. W wielu aspektach wyniki rozmów ze specjalistami stanowią treści mogące zainspirować i zainicjować dalsze badania mobilizacji przedsiębiorczej w ramach edukacji.

Wyniki dyskusji w ramach panelu eksperckiego z przedstawicielami IOB

Jednym z zadań parków naukowo-technologicznych jest zapewnianie warunków do prowadzenia własnej działalności gospodarczej przede wszystkim w wymiarze wysokiej jakości infrastruktury, możliwości transferu wiedzy, technologii i komercjalizacji badań. Zadanie to jest realizowane niezależnie od stadium rozwoju przedsiębiorstwa, które chciałoby skorzystać z oferty wybranego parku. Białostocki Park Naukowo-Technologiczny (BPNT) w swych działaniach wspiera głównie przedsiębiorców stawiających dopiero swoje pierwsze kroki, zatem nawiązanie szerszej współpracy tej instytucji z podlaskimi uczelniami w zakresie promowania przedsiębiorczości i aktywizowania młodzieży mogłoby być bardzo korzystne dla studentów. I chociaż w badaniach PARP-u (2005) wskazano, że trudno jest nawiązać relacje przedsiębiorcom stacjonującym w parkach z instytucjami badawczymi, takimi jak uczelnie, to raczej nie dotyczy to młodzieży akademickiej, która naturalnie wykazuje powiązanie ze swoją uczelnią, a dodatkowo należy pamiętać, że w większości parki są bezpośrednio lub pośrednio powiązane z wyższymi uczelniami i zacieśnienie współpracy w proponowanym zakresie nie powinno stanowić problemu.

Poszukując wsparcia, przedsiębiorcy zgłaszający się do BPNT, zazwyczaj pytają o źródła finansowania pomysłu biznesowego. Może to świadczyć o tym, że nadal za największą barierę w realizacji własnych pomysłów uważany jest brak środków finansowych. Co więcej, lokatorzy parków często korzystają jedynie z infrastruktury, a nie są zupełnie zainteresowani innymi usługami parku, współpracą czy transferem wiedzy i technologii.



W ten sposób park staje się jedynie adresem, pod którym prowadzona jest działalność gospodarcza.

Z badań PARP-u płyną inne wnioski, a mianowicie, że nawiązywanie przez lokatorów parku współpracy z innymi przedsiębiorcami (zwłaszcza tymi z siedzibą w parku) jest dostrzegane. Ta rozbieżność opinii może być podyktowana tym, jakie podmioty podlegały badaniom, na jakim etapie ich rozwoju, oraz tym, kto i w jakim celu prowadził badania.

Co więcej, ekspert biorący udział w dyskusji przytoczył problemy Parku, które pokrywają się z tymi, wskazanymi w Raporcie PARP-u jako bariery rozwoju parków naukowo-technicznych w Polsce: „niski poziom przedsiębiorczości akademickiej, brak tradycji współpracy na linii nauka – biznes, systemowe bariery dla rozwoju przedsiębiorczości, a także słabość otoczenia (instytucji finansowych i naukowych)” (PARP, 2005).

Akademickie Inkubatory Przedsiębiorczości (AIP) oferują narzędzia potrzebne do założenia własnej działalności gospodarczej. Jednak grupa, którą najczęściej przyciągają, to IT-owcy, informatycy, deweloperzy itd. Największą zaletą AIP jest to, że zakładając działalność w Inkubatorze, można przetestować pomysł, nie trzeba od razu zakładać swojej działalności gospodarczej w urzędzie. Zamknięcie działalności w inkubatorze nie pociąga za sobą żadnych konsekwencji.

Klienci Inkubatora są zainteresowani zabezpieczeniem swoich interesów i pytają o kwestie prawne, finansowe i organizacyjne. Pojawiała się przy tym bardzo szeroka gama pytań. Należy stwierdzić, że młodzi startupowcy nie posiadają wiedzy na temat przebiegu procesu inwestycyjnego. Wielu z nich szuka w tej sprawie pomocy, kiedy jest już za późno, tj. po zawarciu umowy i oddaniu 49% firmy już na początku prowadzenia swojej działalności. Ten błąd komplikuje pozyskiwanie kolejnych finansowań. Można zatem stwierdzić, że AIP jest miejscem, gdzie potencjalni przedsiębiorcy pozyskują podstawową wiedzę z zakresu prowadzenia własnej działalności gospodarczej. Na podobne obszary działania inkubatorów wskazuje Komisja Europejska, tj. w zakresie: szkolenia z przedsiębiorczości (często „preinkubacji”), doradztwa biznesowego, wsparcia finansowego i wsparcia technologicznego, a nie tylko w zakresie „obsługi” prawnej i księgowej (Centre for Strategy & Evaluation Services, 2002).

Z usług Suwalskiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej (SSSE) korzystają klienci bardziej dojrzały, już potrafiący prowadzić w jakiś sposób swój biznes. Ma to związek z wymogami inwestycyjnymi w tym obszarze (m.in. minimalna wysokość nakładów inwestycyjnych – 100 000 EUR), których spełnienie dla początkującego przedsiębiorcy byłoby trudne. Cechami łączącymi SSSE z poprzednio omawianymi instytucjami są motywy zgłaszania się klientów, tj. braki w wiedzy czy też orientacji w zakresie pozyskiwania środków pomocowych. Mimo upływu wielu lat, od momentu integracji i wdrożenia programów pomocowych, przedsiębiorcy, nawet doświadczeni, nadal pytają o możliwości uzyskania dofinansowania z tych źródeł.

Jak wskazuje opracowanie P. Krzemińskiego (2009, s. 222–224), samo powstanie specjalnej strefy istotnie sprzyja rozwojowi przedsiębiorczości również w wymiarze liczbowym – wzrasta bowiem liczba mniejszych podmiotów, które obsługują w wielu dziedzinach (zwłaszcza transport, budownictwo) przedsiębiorstwa funkcjonujące w ramach SSE, oraz odnotowywany jest wzrost siły nabywczej i popytu na różne produkty, co dodatkowo pozytywnie przekłada się na liczbę przedsiębiorstw. Zmienia się również edukacja, gdyż zwłaszcza szkoły zawodowe mogą dostosowywać profil nauczania do nowych miejsc pracy w strefie. Reakcja uczelni wyższych na powstanie SSE jest znacznie mniej elastyczna (najkrótsze studia to bowiem nadal 2 lata edukacji), dlatego też współpraca tych dwóch podmiotów w zakresie edukacji przedsiębiorczej powinna raczej opierać się na rozwoju kompetencji młodzieży akademickiej i poznawaniu lokalnego rynku za pośrednictwem lokatorów SSE.

Przedsiębiorców, którzy zgłaszają się do Podlaskiej Fundacji Rozwoju Regionalnego (PFRR), można podzielić na kilka grup. Pierwsza to młodzi przedsiębiorcy, którzy zaczynają działalność i wykazują mieszaną postawę składającą się zarówno z pokory, ciekawości, trochę marzycielstwa, jak i poczucia idei. Z drugiej strony są przedsiębiorcy dojrzały, ale mało pokorni. Nie czują oni potrzeby doksztalania czy zdobywania nowych kwalifikacji, są bowiem przeświadczeni o tym, że w wielu kwestiach wiedzą najlepiej, co robić. O tym, że warto szukać pomocy, przekonują się dopiero w sytuacjach kryzysowych, np. w obliczu utraty płynności finansowej. Okazuje się, że zazwyczaj powodem złej sytuacji przedsiębiorstwa są: brak pieniędzy, brak pokory i brak umiejętności (występujące niekoniecznie w takiej kolejności).

Do PFRR zgłasza się jeszcze przedsiębiorców chcących jedynie uzyskać dotacje unijne – często nie wiedzą oni, czym chcieliby się zająć, ale zgłaszają się z prośbą o informację, jaki projekt napisać, żeby tylko te środki otrzymać. Ostatecznie istnieje fałszywe przeświadczenie, że braki w wiedzy nie stanowią problemu – wystarczy uzyskać dofinansowanie i każdy rodzaj działalności przyniesie sukces. Z drugiej strony, analizując powody podejmowania przez przedsiębiorców (również potencjalnych) współpracy z IOB, można również wskazać, że główną przyczyną nadal jest brak środków finansowych, a dopiero w dalszej kolejności (czwarta pozycja) korzystanie z doradztwa (Domańska, 2013, s. 66). Należy jednak pamiętać, że jest to spojrzenie klientów IOB, którzy mogą nie oceniać swych potrzeb obiektywnie.

W przypadku banków instrumenty wsparcia są dosyć ograniczone i sprowadzają się właściwie do różnego rodzaju kredytów, które nie są przyznawane, np. dla startupów. Dlatego też z oferty banków korzystać mogą przedsiębiorcy już funkcjonujący na rynku z udokumentowaną historią finansową. Trudności w pozyskaniu środków finansowych od instytucji bankowych dodatkowo przyczyniają się do wzrostu zainteresowania potencjalnych przedsiębiorców pomocą IOB w tym zakresie. Dylematy klientów IOB w zakresie sfinansowania rozpoczęcia lub początkowej fazy rozwoju przedsiębiorstwa potwierdzają również inne badania (Domańska, 2013, s. 67).

Firmy doradcze prezentują szeroki wachlarz usług. Na co dzień zajmują się pomocą zarówno potencjalnym, jak i już funkcjonującym przedsiębiorcom. Przedstawiciele tych firm również najczęściej odpowiadają na pytania klientów o możliwości pozyskania pieniędzy. Ale przychodzą do nich także przedsiębiorcy posiadający odpowiednie fundusze, a poszukujący sposobów na ich pomnożenie. Co ciekawe, bardzo często przedsiębiorcy zasięgający opinii w IOB są przeświadczeni o wyjątkowości swoich problemów, bowiem dotyczą one konkretnej branży czy specyfiki działalności. Ostatecznie okazuje się jednak, że wszystkie problemy są w gruncie rzeczy podobne bądź nawet takie same, a w otoczeniu istnieje bardzo wiele różnych rozwiązań.

W opinii ekspertów, przedsiębiorcom (również potencjalnym) brakuje wielu cech i umiejętności. Zdecydowanie brakuje otwartości, umiejętności autoprezentacji, skutecznej komunikacji, przekazywania w prosty sposób swoich oczekiwań i mówienia językiem korzyści, który dotrze do partnera biznesowego, brakuje też zdolności przywódczych, umiejętności budowania zespołów, współpracy w zespołach i niestandardowego myślenia. Do podstawowych niedostatków można zaliczyć również wiedzę z zakresu badania rynku, pozyskiwania klienta, a nawet wiedzę z zakresu przedsiębiorczości – potencjalni przedsiębiorcy nie wiedzą bowiem, jak zacząć własną działalność i do kogo mogą się udać, skąd wziąć środki finansowe na swój pomysł, z jakich form reklamy skorzystać, czy też jak je dopasować do realizowanego pomysłu. Co więcej, nadal typowe jest ukrywanie swojego pomysłu przed innymi z obawy o jego kradzież. Taka postawa niesie ze sobą negatywne konsekwencje, bowiem pomysł, który jest trzymany w tajemnicy, często nigdy nie zostaje zrealizowany. Istotnym działaniem staje się zatem pielęgnowanie w młodych ludziach wielu cennych cech, takich jak: kreatywność, inicjatywa, pewność siebie, odpowiedzialność, umiejętność pracy w zespole, ale także budowanie zaufania społecznego. Takie stanowisko prezentuje również Komisja Europejska ([European Commission, 2008](#)).

Obecnie w systemie gospodarczym dostępne są różnorodne instrumenty wspierania przedsiębiorców, które były różnie oceniane. W poprzedniej perspektywie było organizowanych wiele szkoleń (w tym z przedsiębiorczości), z których znaczna część była nastawiona jedynie na zysk dla podmiotu organizującego a wyłącznym efektem miało być po prostu uzyskanie określonych wskaźników. Można dostrzec również niedobór szkoleń specjalistycznych, często bardzo drogie. Remedium stanowiłoby realizowanie szkoleń z zachowaniem minimum formalności, ale ze współfinansowaniem ze strony beneficjenta (nawet na poziomie 50%), ponieważ obecnie jakość szkoleń spada i często ich organizacja polega głównie na podpisywaniu kolejnych list poświadczających zjedzenie obiadu, odebranie materiałów itp.

Zajmowanie się organizacją szkoleń należy jednak do trudnych zadań ze względu na często specyficzne wytyczne co do ich uczestników, np. mają to być osoby po 50. roku życia, długotrwale bezrobotne, niepełno-

sprawne, i dodatkowo wskazywany jest często warunek zapewnienia im zatrudnienia (przy czym dodatkowo wśród zatrudnionych po szkoleniach uczestników ma być np. 15% z powiatu białostockiego, 15% sokólskiego itd.). Podejście to określane jest jako nieodpowiedzialne i niezgodne z naturą rynku. Również z punktu widzenia przedsiębiorców lepiej jest nie podejmować się zatrudnienia osób po unijnych szkoleniach, jeśli nie wiadomo, kim będą beneficjenci szkoleń, lub wiadomo, że może to być „grupa krytyczna”. Właściwym działaniem byłoby motywowanie ludzi do podejmowania pracy i dawanie pracy tym, którzy faktycznie chcą ją wykonywać. Jeszcze lepszym rozwiązaniem wydaje się wspomaganie potencjalnych przedsiębiorców w założeniu własnej działalności gospodarczej, ale bez sztucznego ograniczania beneficjentów pomocy (tak jak wyżej: do osób po 50 roku życia, trwale bezrobotnych, niepełnosprawnych itd.). Ważne jest kierowanie pomocy do tych, którzy chcą faktycznie prowadzić działalność gospodarczą.

Szkolenia w zakresie kompetencji miękkich oraz wiedzy z przedsiębiorczości mogą stanowić punkt wspólny IOB i uczelni. Połączenie wiedzy teoretycznej oferowanej przez wykładowców uczelnianych z praktycznymi aspektami, które mogłyby zapewnić instytucje IOB, znacznie podniosłyby jakość edukacji przedsiębiorczej dostępnej na rynku. Gdyby w szkoleniach w ramach dotacji unijnych mających motywować do założenia własnej działalności gospodarczej grupą preferowaną byli studenci i młodzież, efektywność takich szkoleń wydaje się, że byłaby znacznie wyższa niż w grupach krytycznych.

Wśród omawianych instrumentów finansowych są również dotacje, które mimo ciągłej ewolucji, oceniane są przez ekspertów coraz gorzej. Może mieć to związek z tym, że w przeszłości dominowała idea, że na programie przedakcesyjnym PHARE wszyscy się nauczą formuły i postępowania, przez co w następnych programach będzie tylko lepiej. Niestety, okazuje się, że tak się nie stało. Sam fakt, że wcześniej, po złożeniu wniosku o dofinansowanie, czekało się jedynie 43 dni na podpisanie umowy o dofinansowanie, a obecnie, taki termin oczekiwania pozostaje w sferze marzeń, mówi sam za siebie. Nie to stanowi jednak największą wadę tego instrumentu wsparcia, bowiem najgorsze są nadmierne wymogi w zakresie dokładnego planowania działań. Powoduje to znaczne trudności w elastycznym reagowaniu na zmiany na rynku. System dotacji finansowych powinien zmierzać w kierunku mniejszej formalizacji i mniejszego opierania się na ideologii urzędniczej. Co ciekawe, jak wskazują badania, to właśnie dotacje są najczęstszym instrumentem wsparcia, z którego korzystają klienci IOB ([Domańska, 2013, s. 68](#)).

W opinii ekspertów niemożliwa okazuje się zgodna ocena sfery B+R. Niezgodą w tym obszarze polegała na tym, że część panelistów określiła środki inwestowane w innowacje, badania i rozwój dobrą inwestycją, jako poszukiwanie czegoś, co mogłoby przyczynić się do istotnego rozwoju cywilizacyjnego. Pozostali eksperci uważali, że nawet prosta produkcja i sprzedaż pomogą w podniesieniu pozycji konkurencyjnej krajowych



przedsiębiorstw na globalnym rynku. Wiele korporacji bazuje na prostych rozwiązaniach, a mimo to są one odpowiedzialne za znaczną część obrotu międzynarodowego. W dobie możliwości zakupu zagranicznych technologii koncentrowanie wysiłków i ogromnych środków oraz poświęcanie czasu na sam proces samodzielnego wytwarzania technologii zostało określone jako nieprzynoszące takich korzyści, jakie były zakładane. Proces ten nie zawsze przyniesie pozytywne efekty. Niepoprawne jest zatem założenie, że kiedy są środki, można badać wszystko – pozostaje bowiem pytanie, czy takie podejście ma w ogóle sens?

Ekspertzi zgodzili się co do tego, że edukacja przedsiębiorcza zaczyna się już nawet nie w przedszkolach, ale w domu. Edukacja mylnie kojarzona jest prawie wyłącznie ze szkołą, a to przecież przede wszystkim dom, rodzice, a później oczywiście pozostałe instytucje, w których człowiek uczestniczy, kształtują postawy przedsiębiorcze. Natomiast w przypadku zorganizowanym instytucjonalnie edukacja przedsiębiorcza powinna pojawiać się jak najwcześniej, już od przedszkola, przez szkołę podstawową, gimnazjum itd. Przy czym, w początkowych etapach chodzi o kształtowanie cech charakteru, a dopiero na dalszych etapach zdobywanie wiedzy i umiejętności. Nie powinno się bowiem ograniczać edukacji przedsiębiorczej do nauki teorii czy praktyki gospodarczej. Są to w końcu również cechy charakteru (np. odpowiedzialność, kreatywność, nieszablonowe myślenie) i umiejętności (np. praca indywidualna czy zespołowa).

Wiedza ciągle ulega dezaktualizacji, w związku z czym trudno jest nauczyć się teorii przedsiębiorstw, wiedzy o procedurach czy modelach funkcjonowania biznesu. Łatwiejsze i bardziej efektywne jest uczenie młodych ludzi zaradności, budowanie w nich przedsiębiorczych postaw i kształtowanie umiejętności. Jako przykład doskonałej metody nauczania przedsiębiorczości podano prowadzenie sklepiku szkolnego, gazetki szkolnej czy udzielanie się w harcerstwie, które są lepszą lekcją podstaw i postaw przedsiębiorczych niż teoretyczne zajęcia.

Instytucje otoczenia biznesu muszą włączać się w edukację w sposób zorganizowany, otwierając się na współpracę. Jedną z takich akcji mogą być wizyty w zakładach produkcyjnych i usługowych, pomoc w nawiązywaniu współpracy czy też działalność promocyjna, nawet wśród najmłodszych. W działalności popularyzatorskiej ważne są media, które zamiast przedstawiania negatywnego obrazu przedsiębiorców, powinny zwrócić uwagę na pozytywne aspekty ich działalności. Powinny być ukazywane w dobrym świetle: pracowitość, racjonalność, odpowiedzialność. W edukacji przedsiębiorczej i współpracy instytucji w tym obszarze powinno się łączyć system promocji z jak największą liczbą działań praktycznych, w tym po prostu wysokiej jakości, dopracowane praktyki dla uczniów/studentów. Należy podejmować wspólne przedsięwzięcia uczelni i IOB, tak by przybliżyć młodzież do realizacji własnych pomysłów. Nauka musi wynikać z praktyki. Kiedy człowiek coś faktycznie robi, to tak naprawdę najszybciej się wtedy uczy.

Obecnie, w większości, obszerniejsze kursy i zajęcia z przedsiębiorczości obejmują głównie kierunki ekonomiczne. W przypadku kierunków pozaekonomicznych są one w minimalnym zakresie godzinowym i są raczej niskiej jakości. Nawet na kierunkach ekonomicznych trudno o to, by zajęcia poprowadzili praktycy, czy to posiadający własne przedsiębiorstwo, czy też pracujący w obszarze wsparcia przedsiębiorczości. Edukacja przedsiębiorcza jest specyficznym obszarem, trudnym w realizacji bez wsparcia praktyków. Paneliści zgodzili się, że aby była ona efektywniejsza, warto jest też uczyć w kreatywny sposób, w zabawie, w nauce, tak by rozbudzać w uczniach pasję. Warto bowiem ćwiczyć, jak zrobić biznes w sposób problemowy, a nie teoretycznie. Po takiej edukacji student niekoniecznie musi zostać przedsiębiorcą, może pracować u kogoś, ale będzie wykazywał zarówno przedsiębiorcze cechy, jak i posiadanie cenne umiejętności. Co ciekawe, stwierdzono, że im wyższy stopień edukacji, tym bardziej skostniała są jej struktury i stosowane są gorsze wzorce edukacji przedsiębiorczej. Aby je poprawić, warto zapraszać na gościnne wykłady specjalistów z IOB, którzy wzbogacają zajęcia o praktyczne aspekty z życia gospodarczego.

Niewłaściwe jest upowszechnianie mitu, że najważniejszy w biznesie jest innowacyjny pomysł. Okazuje się, że pomysł nie musi być przełomowy, ale taki, którego realizacja przyniesie spełnienie pomysłodawcy. Warto nagłaśniać medialnie, że za sukcesem przedsiębiorczym często kryją się bardzo przyziemne rzeczy: odpowiednia sprzedaż, marketing, dobry produkt i bardzo dużo mrówczej, technicznej pracy, o której później rzadko się mówi.

Instytucje otoczenia biznesu powinny uzupełniać niedobory w wiedzy, w kompetencjach, w postawach, które nie zostały zagospodarowane w systemie edukacji. Zaproponowano w tym celu studia podyplomowe z praktykami z przedsiębiorstw oraz instytucji otoczenia biznesu oraz wprowadzenie przedmiotu o nazwie „inkubatory przedsiębiorczości”, w którym na początku przez dwa miesiące uczono by teorii (uzależnionej od potrzeb uczniów, np. jak stworzyć sklep internetowy), by następnie przez kolejne miesiące wprowadzać pomysły w życie. Umożliwiłoby to realne przetestowanie chociażby jednoosobowej działalności gospodarczej jako formy organizacji własnej pracy, spróbowanie, jak to wygląda w praktyce.

Dyskusja wyników badań

W jednym z badań studentów okazało się, że „uczelnia jest postrzegana jako podmiot, który nie jest zainteresowany tym, aby oni (studenci) rozwijali własną działalność” (Prochorowicz, 2009, s. 71). I choć sama autorka przekonuje, że z tym stwierdzeniem raczej nie do końca można się zgodzić, gdyż „studenci nie interesują się działalnością uczelni i nie wiedzą nawet, jakie agendy czy organizacje działają na uczelni”, to jednak taka opinia o młodzieży akademickiej może wskazywać na istotny problem, którego rozwiązanie może przyczynić się do wzrostu świadomości oraz za-

interesowania nauczaną przedsiębiorczością, w tym we współpracy z innymi podmiotami.

Edukacja przedsiębiorcza to przede wszystkim dom, rodzice, a później pozostałe instytucje, w których człowiek uczestniczy. Nie znaczy to jednak, że można marginalizować znaczenie tych instytucji. Należy pracować nad intensyfikowaniem współpracy instytucji otoczenia biznesu i uczelni.

Elementy kształtowania postaw przedsiębiorczych powinny być wplecione w każdy przedmiot kształcony na każdym poziomie edukacji. Edukacja przedsiębiorcza powinna trwać do studiów wyższych włącznie z dalszą edukacją uzupełniającą, a instytucje otoczenia biznesu powinny uzupełniać te luki, niedobory w wiedzy, w kompetencjach, w postawach, które nie zostały zagospodarowane w systemie edukacji. Co więcej, na każdym etapie edukacji instytucje wspierające mogą angażować się i przypominać również rodzicom, żeby kształcili aktywne postawy w swoich dzieciach.

Przedsiębiorcy zaczynają biznes z niewłaściwej strony. Wiedzą, co wyprodukują, wiedzą, że na tym zarobią – kupią tanio albo wyprodukują tanio, sprzedadzą drogo – ale na pytanie, komu to sprzedadzą, nie potrafią odpowiedzieć. To jest kluczowy brak wiedzy. Taką elementarną wiedzę studenci powinni wynieść najpierw ze szkoły, a później, poszerzoną już, z uczelni, jednak tak się często nie dzieje. Takie wnioski powinny zmotywować uczelnie wyższe do lepszego przygotowywania sylabusów i prowadzonych zajęć. Aby dodatkowo zwiększyć jakość prowadzonych zajęć, wykładowcy powinni zapraszać na gościnne wykłady specjalistów z IOB. Równie przydatne byłyby konsultacje z otoczeniem biznesowym w zakresie kształtowania praktycznych programów kształcenia, realizowanych na uczelniach.

IOB są otwarte na przedsiębiorców, zwłaszcza młodych i niedoświadczonych, którzy dopiero rozpoczynają pierwszą działalność gospodarczą, albo jeszcze są na etapie planowania założenia własnej działalności gospodarczej. W tej grupie znajdują się również absolwenci i młodzież, ale według badań PARP-u, w wielu ośrodkach jedynie ok. 3% ofert jest do nich kierowanych. Mimo to wśród podmiotów publicznych i grup społecznych korzystających z oferty IOB ponad 18,2% to właśnie młodzi ludzie (Burdecka, 2004, s. 12–14). Warto zatem pracować nad poszerzeniem dotychczasowej oferty usługowej o rozwiązania kooperacyjne z uczelniami i szkołami, ale też przedsiębiorcami już istniejącymi na rynku oraz szerzej je promować wśród młodych ludzi.

Analizując problemy dostrzegane przez przedstawicieli z instytucji otoczenia biznesu, warto zastanowić się, dlaczego przedsiębiorcy najczęściej zgłaszają się z pytaniami o możliwości dofinansowań, porady prawne czy też podstawowe informacje o procesach zakładania i funkcjonowania przedsiębiorstw. W obecnym systemie kształcenia, mimo obowiązkowych przedmiotów z przedsiębiorczości, wiele wskazuje na to, że są to przedmioty prowadzone bez większego zaangażowania i uzyskiwania konkretnych efektów: zdobywania prak-

tycznej wiedzy i umiejętności przez ich uczestników. IOB ze swoimi praktycznymi doświadczeniami mogą istotnie przyczynić się do rozwoju przedsiębiorczości w procesie edukacji. Wskazane byłoby przy tym, aby współpraca ta dotyczyła już wyższych szczebli edukacji, takich jak szkoły zawodowe, średnie, a zwłaszcza uczelnie wyższe. Ma to związek z dojrzałym podejściem studentów i większą szansą na sprecyzowanie przez nich kierunku swojej kariery.

Studenci, podczas realizacji toku studiów (niezależnie od podjętego kierunku studiów), powinni mieć możliwość pozyskania wiedzy i umiejętności ważnych w prowadzeniu własnej działalności gospodarczej. Wiele praktycznych aspektów, nieprzekazywanych na wykładach na uczelni, mogą przedstawić studentom pracownicy IOB podczas szkoleń organizowanych w ramach współpracy. Ważne, żeby studenci uzyskali wcześniej ogólne przygotowanie merytoryczne na uczelni. Najważniejsze wydaje się skupienie uwagi na długotrwałym procesie kształtowania aktywnej, przedsiębiorczej postawy oraz rozwijaniu praktycznych umiejętności, ponieważ te efekty najtrudniej jest osiągnąć. Cennym źródłem wiedzy mogą być też praktyki w Instytucjach Otoczenia Biznesu – bezpośredni kontakt z przedsiębiorcami może pozytywnie wpłynąć na wybór własnej kariery przez studentów; oraz praktyki w przedsiębiorstwach współpracujących z IOB, podczas których nabywane byłyby praktyczne umiejętności zawodowe. Posiadanie umiejętności i odpowiednich kwalifikacji sprzyja założeniu jednoosobowej działalności gospodarczej ze względu na możliwość wykonywania, przynajmniej na początku, usług samodzielnie.

Paneliści wskazywali na braki w umiejętnościach młodych ludzi. Niestety, znacznie łatwiejszym zadaniem jest przekazywanie wiedzy niż umiejętności, a najtrudniejsze jest kreowanie postaw nastawionych na przedsięwzięcie. Grupowe zajęcia mogą być elementem współpracy uczelni z Inkubatorami Przedsiębiorczości, gdzie można byłoby stworzone na zajęciach z biznesplanu przedsięwzięcia przetestować w praktyce.

Niestety, brakuje zaufania i nadal typowe dla przedsiębiorców jest ukrywanie swojego pomysłu. W zachowaniu zarówno doświadczonych, jak i młodych przedsiębiorców pojawiają się także braki pokory, co może prowadzić do poszukiwania pomocy „po fakcie”. W takich sytuacjach IOB nie zawsze jest w stanie pomóc.

Podsumowanie

Na etapie kształcenia obowiązkowego powinna być budowana w społeczeństwie pozytywna postawa wobec pracy oraz kształtowana świadomość gospodarcza: sił rynkowych, ryzyka, a także rozbudzana kreatywność. Trzeba również uświadamiać młodzież, że powinna ostrożnie podchodzić do innowacyjności, gdyż zarobić można też na prostych pomysłach, niewymagających kosztownych inwestycji.



Oprócz wspólnych działań uczelni wyższych i IOB na rzecz edukacji przedsiębiorczej, bezpośrednio do IOB można kierować studentów szczególnie zainteresowanych rozwojem swojej kariery drogą własnej działalności gospodarczej czy też wykazujących się szczególnymi cechami charakteru wskazującymi na potencjał przedsiębiorczy. Wzajemne partnerstwo i ścisła kooperacja jednostek naukowych oraz szkół z IOB i innymi partnerami ma duże znaczenie, gdyż przełoży się na znacznie lepsze wyniki kształcenia praktycznego, kreowanie postaw, a może w dłuższej perspektywie na popularyzację własnej działalności gospodarczej jako drogi kariery.

dr hab. Adam Sadowski, prof. UWB
Uniwersytet w Białymstoku
Wydział Ekonomii i Zarządzania
 e-mail: adamsad@poczta.onet.pl

mgr Angelika Andrzejczyk
Uniwersytet w Białymstoku
Wydział Ekonomii i Zarządzania
 e-mail: angelika.andrzejczyk@gmail.com

Przypis

- 1) Szerzej o przeprowadzonych badaniach można przeczytać w raporcie A. Andrzejczyk (2016).
- 2) Praca naukowa finansowana ze środków Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego w ramach dotacji na utrzymanie potencjału badawczego przyznanej Wydziałowi Ekonomii i Zarządzania Uniwersytetu w Białymstoku.

Bibliografia

- [1] Andrzejczyk A. (2016), *Wpływ edukacji na rozwój przedsiębiorczości. Raport z badań*, Polskie Towarzystwo Ekonomiczne Oddział w Białymstoku, Białystok.
- [2] Burdecka W. (2004), *Instytucje otoczenia biznesu, Badanie własne PARP*, Warszawa 2004.
- [3] Cassia L., De Massis A., Meoli M., Minola T. (2014), *Entrepreneurship Research Centres around the World: Research Orientation, Knowledge Transfer and Performance*, „The Journal of Technology Transfer”, Vol. 39, No. 3, pp. 376–392.
- [4] Centre for Strategy & Evaluation Services (2002), *Benchmarking of Business Incubators*, Final Report.
- [5] Dembińska A. (2012), *Metody jakościowe w badaniu przedsiębiorczości*, [w:] Z. Ratajczak (red.), *Przedsiębiorczość. Źródła i uwarunkowania psychologiczne*, Difin, Warszawa, s. 214–215.
- [6] Domańska A. (2013), *Przyczyny i efekty współpracy przedsiębiorstw z instytucjami otoczenia biznesu*, „Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska”, Sectio H, Oeconomia, 47/2, s. 63–72.
- [7] European Commission (2008), *Entrepreneurship in Higher Education, Especially within Non-business Studies*, Final Report of the Expert Group.
- [8] Jaffe A. (1989), *The Real Effects of Academic Research*, „American Economic Review”, Vol. 79, No. 5, pp. 957–970.
- [9] Jensen T.L. (2014), *A Holistic Person Perspective in Measuring Entrepreneurship Education Impact. Social Entrepreneurship Education at the Humanities*, „The International Journal of Management Education”, Vol. 12, pp. 349–364.
- [10] Korpysa J. (2016), *Uwarunkowania przedsiębiorczości studentów – rezultaty badań*, http://mikroekonomia.net/system/publication_files/368/original/20.pdf?1314957341, data dostępu: 22.03.2018 r.
- [11] Krzemiński P. (2009), *Specjalne strefy ekonomiczne jako stimulator przedsiębiorczości*, „Przedsiębiorczość-Edukacja”, Nr 5, s. 218–227.
- [12] Odora R.J. (2015), *Integrating Product Design and Entrepreneurship Education: A Stimulant for Enterprising Design and Engineering Students in South Africa*, „Procedia Technology”, Vol. 20, pp. 276–283.
- [13] Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (2005), *Raport końcowy z badań. Analiza stanu i kierunków rozwoju parków naukowo-technologicznych, inkubatorów technologicznych i centrów transferu technologii w Polsce*, Warszawa.
- [14] Prochorowicz M. (2009), *Czynniki kształtujące przedsiębiorczość akademicką. Wyniki badań*, „Folia Pomeranae Universitatis Technologiae Stetinensis, Oeconomica”, Nr 270(55), s. 65–74.
- [15] Sudoł S. (2006), *Przedsiębiorstwo. Podstawy nauki o przedsiębiorstwie. Zarządzanie przedsiębiorstwem*, Wydanie III, PWE, Warszawa.
- [16] Wach K. (2013), *Edukacja na rzecz przedsiębiorczości wobec współczesnych wyzwań cywilizacyjno-gospodarczych*, „Przedsiębiorczość – Edukacja”, Nr 9, s. 246–257.

Cooperation of Business Support Institutions and Universities in the Field of Entrepreneurial Education

Summary

In recent years, linking the education of academic youth with shaping entrepreneurial attitudes has been treated as a means of economic growth acceleration. Entrepreneurial education plays an increasingly important role in creating multidimensional entrepreneurship, i.e. educating potential entrepreneurs, but also educating socially entrepreneurial people, or outstandingly active in their workplaces. In the implementation of these assumptions an important area is the cooperation of universities with supporting institutions, named broadly Business Support Institutions (science and technology parks, academic business incubators, special economic zones, foundations supporting entrepreneurs, banks, etc.). The study presents the opinions of Podlaskie Voivodeship specialists from these units, which are the effect of a discussion held in 2016. The main goal was to search for the areas and ways of cooperation between universities and BSIs to improve student background and encourage them to self-employment, and to shape their entrepreneurial attitudes.

Keywords

Business Support Institutions, entrepreneurship, entrepreneurial education