

Liliana Mierzwińska¹, Renata Oleniacz², Justyna Pasieka³

POSTAWY STUDENTÓW KIERUNKU ZARZĄDZANIE PAŃSTWOWEJ WYŻSZEJ SZKOŁY ZAWODOWEJ IM. STANISŁAWA PIGONIA W KROŚNIE WOBEC PRACY

Streszczenie: Zmiany na polskim rynku pracy postępują bardzo dynamicznie. W związku z nimi sytuacja absolwentów szkół wyższych jest dziś bardzo trudna. Uważa się, że absolwenci kończący studia nie są przygotowani do tego, aby wkroczyć na rynek pracy i że nie posiadają wiedzy praktycznej, lecz jedynie wiedzę teoretyczną, wyuczoną. Nasuwa się więc pytanie: czy własna działalność gospodarcza może być dla obecnych studentów szansą na zaistnienie na rynku pracy? W świetle powyższego celem artykułu jest diagnoza podstaw przedsiębiorczych studentów kierunku Zarządzanie Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Stanisława Pigonia w Krośnie. Badaniem ankietowym objęto całą populację studentów I i II roku kierunku Zarządzanie (104 respondentów) w roku akademickim 2014/2015. Przygotowanie badania ankietowego poprzedziły studia literaturowe z zakresu intraprzsiębiorczości oraz generacji X, Y, Z na rynku pracy. Wyniki badań pozwalają na ocenę postaw studentów wobec pracy oraz poziomu cech i predyspozycji niezbędnych w prowadzeniu własnej działalności gospodarczej. Na podstawie otrzymanych wyników badań sformułowano wnio-

¹ Dr Liliana Mierzwińska, Zakład Zarządzania, Instytut Politechniczny, Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. Stanisława Pigonia w Krośnie.

² Renata Oleniacz, Koło Naukowe Organizacji i Zarządzania, Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. Stanisława Pigonia w Krośnie.

³ Justyna Pasieka, Koło Naukowe Organizacji i Zarządzania, Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. Stanisława Pigonia w Krośnie.

ski dotyczące podejścia do pracy oraz preferencji dotyczących podejścia do obowiązków zawodowych ankietowanych.

Słowa kluczowe: przedsiębiorczość, studenci, postawa przedsiębiorcza, pracownicy

Wprowadzenie

Artykuł stanowi próbę uporządkowania wiedzy dotyczącej postaw wobec pracy studentów kierunku Zarządzanie Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Stanisława Pigonia w Krośnie. Aby móc zidentyfikować postawy studentów wobec pracy najpierw należy zdefiniować pojęcie rynku pracy i czynniki go kształtujące. W tym celu posłużono się definicją *Słownika Języka Polskiego*, według którego rynek pracy to rodzaj rynku, na którym przedmiotem wymiany, pomiędzy kupującym i sprzedającym jest praca. W przypadku rynku pracy kupującym jest oferujący zatrudnienie – pracodawca, a sprzedającym – pracownik otrzymujący za swoją pracę określone wynagrodzenie⁴. Rynek pracy kształtowany jest poprzez podaż pracy oraz popyt na nią. Popyt na pracę to zgłaszane przez pracodawców zapotrzebowanie na pracę, czyli liczba osób, którą pracodawcy gotowi są zatrudnić, oferując określone wynagrodzenie. Najważniejszymi czynnikami, które wpływają na popyt na pracę, są więc koszty, a także wydajność pracy oraz zapotrzebowanie na dobra i usługi, do wytworzenia których również potrzebna jest praca. Obecnie dostrzega się brak równowagi pomiędzy podażą a popytem na rynku pracy. Przykładem tego jest relatywnie wysoki poziom bezrobocia w naszym kraju. Bezrobocie, szczególnie długotrwałe, to zasadniczy problem społeczno-gospodarczy⁵, który przynosi negatywne skutki. W sytuacji, kiedy podaż pracy jest większa niż popyt na pracę, pojawia się bezrobocie – zdolni do podjęcia pracy i poszukujący zatrudnienia ludzie nie znajdują zatrudnienia, pomimo akceptowalnych przez nich wynagrodzeń na rynku pracy. W sytuacji, kiedy popyt na pracę przewyższa podaż, dochodzi do zjawiska nazywanego deficytem siły roboczej – część pracowników nie można znaleźć pracowników posiadających pożądaną kwalifikację. Sytuacja absolwentów szkół wyższych na rynku pracy jest szczególnie trudna. Absolwentem, można nazwać każdą osobę, która

⁴ http://www.rynekpracy.pl/slownik_1.php/wpis.174, [dostęp: 06.09.2016].

⁵ *Diagnoza sytuacji społeczno-gospodarczej Województwa Podkarpackiego*, Regionalne Obserwatorium Terytorialne Departament Strategii i Planowanie Przestrzennego Urząd Marszałkowski Województwa Podkarpackiego, Rzeszów 2013, s. 102–103.

ukończyła pewien etap edukacji w jednostce organizacyjnej wchodzącej w skład systemu oświaty. Ukończenie danego etapu łączy się zazwyczaj z uzyskaniem dyplomu i upoważnień do podjęcia nauki w niektórych innych placówkach oświatowych, zazwyczaj uczelni wyższego rzędu, lub do wykonywania określonego zawodu⁶. Jednak danych dotyczących absolwentów szkół nie można utożsamiać z liczbą osób wchodzących na rynek pracy, ze względu na zjawisko fluktuacji⁷, które związane jest z napływem wielu osób kończących szkołę. Szczególne znaczenie ma adekwatność kierunków i sposób kształcenia oraz brak dopasowania edukacji do wymagań pracodawców. Problem ten wynika z braku współpracy przedsiębiorców – pracodawców z uczelniami wyższymi, gdzie absolwenci mogliby poznać oczekiwania wobec nich w przyszłej pracy. Od dłuższego czasu odsetek osób młodych w ogólnej liczbie osób pozostających w rejestrze bezrobocia utrzymuje się na bardzo wysokim poziomie. Analiza struktury bezrobocia według poziomów wykształcenia w województwie podkarpackim wskazuje na stosunkowo trudną sytuację osób kończących szkoły zawodowe, zarówno zasadnicze, jak również policealne i średnie zawodowe⁸.

Celem artykułu jest identyfikacja postaw, poglądów i stosunku wobec pracy studentów kierunku Zarządzanie Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. S. Pigonia w Krośnie. W opracowaniu zaprezentowano wyniki badań ankietowych zrealizowanych w ramach działalności statutowej Koła Naukowego Organizacji i Zarządzania.

Oczekiwania pracodawców wobec zatrudnionych pracowników

Oczekiwania pracodawców wobec zatrudnionych pracowników są bardzo zróżnicowane i zależą one od rodzaju pracy przez nich wykonywanych. Od pracowników będących tylko wykonawcami pracodawca oczekuje uczciwości wobec kolegów z pracy i wobec szefa, korzystania z możliwości szkoleń, niezmiennia swojego stosunku do pracy po otrzymaniu umowy na czas nieokreślony, nie marnowania czasu pracy. Pracodawca oczekuje także, że jego pracownik będzie

⁶ http://wsp.pl/index.php/pl,2,105,,,edukacja-sloewnik_studencki_, [dostęp: 06.09.2016].

⁷ Ranking zawodów deficytowych i nadwyżkowych w województwie podkarpackim w 2011 r., Departament Rynku Pracy, Wydział Analiz i Statystyki (AM), Rzeszów 2012, s. 29.

⁸ *Diagnoza sytuacji społeczno-gospodarczej Województwa Podkarpackiego*, dz. cyt., s. 100.

przychodził do pracy na czas⁹. Jednakże współcześnie ludzie poszukują takiego środowiska pracy (nawet jeśli nie zakładają własnych przedsiębiorstw), w którym będą mogli uczyć się, rozwijać i wносить swój wkład do sukcesu organizacji. Stworzenie środowiska i kultury organizacji, które to umożliwią, stanowi duże wyzwanie dla przedsiębiorstw chcących przyciągnąć i zatrzymać takich pracowników. Ich zdolności innowacyjne wyrażające się w działaniach przedsiębiorczych mogą być ważnym źródłem przewagi konkurencyjnej tych firm.

Istotę przedsiębiorczości postrzega się jako proces:

- tworzenia bogactwa;
- tworzenia przedsiębiorstwa;
- kreowania innowacji;
- wprowadzania zmian;
- kreowania nowych miejsc pracy;
- kreowania nowych wartości;
- kreowania wzrostu przedsiębiorstwa (i wzrostu gospodarczego), a także
- identyfikowania i wykorzystywania szans¹⁰.

Istota przedsiębiorczości korporacyjnej określanej jako: intraprzsiębiorczość, wewnętrzna przedsiębiorczość korporacyjna, tworzenie nowych przedsięwzięć wpisuje się w te procesy w obszarze istniejących już organizacji. Przedsiębiorczość korporacyjna jest traktowana również jako efekt łączenia działań przedsiębiorczych uczestników organizacji – intraprzsiębiorców.

Według W.J. Baumola i R.A. Burgelmana przedsiębiorczość korporacyjna związana jest z odnową przedsiębiorstw poprzez realizację nowej kombinacji zasobów, co znacząco zmienia relacje pomiędzy przedsiębiorstwem a otoczeniem.¹¹ W powyższej definicji przedsiębiorczość korporacyjna jest traktowana jako synonim przedsiębiorczości w znaczeniu J. Schumpetera, według którego przedsiębiorcą jest ten, kto realizuje nowe kombinacje czynników wytwórczych i jest

⁹ <http://www.orrk.pl/kongresy-tematyczne/w-subie-ubogim/materiay-rady-rucho-83887/382-czego-oczekuje-pracodawca-od-osob-ktore-chc-by-zatrudnione-jakie-s-zwizane-z-tym-problemy>, [dostęp: 06.09.2016].

¹⁰ T. Kraśnicka, *Wokół pojęcia przedsiębiorczości*, „Przegląd Organizacji”, nr 6/2002, s. 14

¹¹ J. Ferreira, *Corporate Entrepreneurship: a strategic and structural perspective*, www.utdallas.edu [dostęp: 02.09.2016]

aktywnym uczestnikiem takich procesów. Tym samym przedsiębiorcami są nie tylko pracodawcy, lecz również pracobiorcy, a nawet właściciele akcji.¹²

Przedsiębiorczość indywidualna związana z aktywnością, twórczością i innowacyjnością, bez względu na ramy organizacyjno-prawne, jest, według J. Pajestki, produktem kulturowym, a nie cechą naturalną, musi więc być ona wykształcona i pielęgnowana.¹³

Według P.F. Druckera „przedsiębiorczość jest cechą danej osoby czy instytucji, ale nie jest cechą osobowości (...) ludzie o najrozmaitszych osobowościach i temperamentach, osiągają dobre wyniki w przedsiębiorczych działaniach”¹⁴. Autor ten uważa również iż to, co przedsiębiorcze, wymaga innego zarządzania niż to, co już funkcjonuje. Jednak podobnie jak to, co funkcjonuje, potrzebuje systematycznego, zorganizowanego, celowego zarządzania.¹⁵ Odpowiednie ku temu warunki może zapewnić organizacja przedsiębiorcza, gdzie przedsiębiorczość oznacza zarówno orientację strategiczną, jak i dominujące zachowania kadry kierowniczej oraz pracowników.

Wiele definicji przedsiębiorczości podkreśla znaczenie wykorzystywania szans, okazji, bez względu na posiadane zasoby. Szanse wynikają ze zmian w otoczeniu, a przedsiębiorca poszukuje tych zmian i wykorzystuje jako okazje. Elementami wspólnymi dla tych definicji są innowacje, ryzyko oraz kreatywność.

W literaturze ekonomicznej pojęcia twórczości¹⁶, oryginalności czy nowatorstwa często używane są jako synonimiczne względem pojęcia innowacyjności, jednakże z punktu widzenia psychologii twórczości różnią się one znaczeniowo. Zachowania innowacyjne, czy też innowacyjność w ogóle oznacza zdolność człowieka do wprowadzania nowości w swoim otoczeniu, na przykład w pracy. Natomiast w pojęciu twórczości poza kryterium nowości mieści się również kry-

¹² J. Schumpeter, *Teoria rozwoju gospodarczego*, Warszawa 1960, s. 142, 147.

¹³ J. Pajestka, *Reforma gospodarcza na nowym etapie* [w:] *Studia i Materiały INEPAN*, 1988, s. 7 [za:] Solarz J.K., *Modele przedsiębiorczości – doświadczenia USA i Japonii*, Instytut Gospodarki Narodowej, Warszawa 1990, s. 17.

¹⁴ P.F. Drucker, *Innowacja i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady*, PWE Warszawa 1992, s. 34.

¹⁵ P.F. Drucker, *Natchnienie i fart, czyli innowacja i przedsiębiorczość*, Studio EMKA, Warszawa 2004, s. 165.

¹⁶ Pojęcie kreatywności jest używane jako synonim pojęcia twórczości [za:] *Nowy słownik języka polskiego*, PWN, 2003, s. 368.

terium wartości. Dopóki działanie nie ma wysokiej wartości, tj. jest do czegoś potrzebne, komuś się podoba, jest przez kogoś użyte, nie jest twórcze¹⁷. W literaturze ekonomicznej takie rozgraniczenie nie występuje, ponieważ w wielu definicjach podkreśla się znaczenie efektywności ekonomiczno-społecznej procesów innowacyjnych, która spełnia kryterium wartości¹⁸.

Wśród licznych definicji pojęcia innowacji dominują dwa podejścia: ujęcie innowacji jako rezultatu lub procesu. W pierwszym ujęciu innowacje to zmiany w sferze produkcji, które prowadzą w konsekwencji do nowych produktów. W ujęciu drugim innowacje to wszelkie procesy twórczego myślenia zmierzające do zastosowania i użytkowania ulepszonych rozwiązań w technice, technologii, organizacji, życiu społecznym¹⁹.

A. Pomykański przyjmuje, że innowacje są rezultatem procesów technicznych, społecznych, ekonomicznych, prawnych, kulturowych i organizacyjnych, które można kształtować, i stanowią one główną siłę kreatywną każdej organizacji, wpisaną na stałe w jej system zarządzania i kulturę²⁰. Traktując innowacje jako proces obejmujący działania związane z kreowaniem pomysłu, powstaniem wynalazku i wdrażaniem produktu, procesu lub usługi, za ich źródło uznaje się wszystko, co inspiruje człowieka do procesu zmian²¹. Zatem źródłem innowacji jest zarówno otoczenie, które stymuluje te procesy, jak i procesy twórcze zachodzące w umysłach członków organizacji, będące wypadkową ich wiedzy, doświadczeń, zdolności i cech osobowościowych, a objawiające się poprzez nietypowe pomysły rozwiązywania problemów, czy też łatwość podejmowania niekonwencjonalnych zachowań²². W tym znaczeniu pojęcia innowacyjności i kreatywności nie są tożsame, ponieważ kreatywność poprzedza innowacyjność, którą można

¹⁷ E. Nęcka, J. Sowa, *Człowiek – umysł – maszyna. Rozmowy o twórczości i inteligencji*, Wyd. Znak, Kraków 2005 s. 163.

¹⁸ Według P. Druckera innowacja jest raczej pojęciem ekonomicznym niż społecznym lub technicznym [za:] P. Drucker: *Innowacje i przedsiębiorczość...*, dz. cyt., s. 32.

¹⁹ A. Pomykański: *Zarządzanie innowacjami*, PWN, Warszawa–Łódź 2001, s. 17.

²⁰ Tamże, s. 18.

²¹ Tamże, s. 17, 25.

²² L. Kaliszczak, *Twórczość a przedsiębiorczość* [w:] K. Jaremczuk (red.), *Uwarunkowania przedsiębiorczości. Aspekty ekonomiczne i antropologiczno-społeczne*, PWSZ im. prof. S. Tarnobrzegiego w Tarnobrzegu, Tarnobrzeg 2006, s. 57.

określić również jako praktyczną aplikację pomysłów i rozwiązań będących wynikiem procesu kreacji²³.

Podobnie jak w przypadku pojęcia innowacyjności, nie ma jednoznacznego stanowiska względem definicji pojęcia kreatywności. O coraz większym znaczeniu kreatywności w działalności zawodowej świadczy rozwój nowego nurtu wiedzy o człowieku – akmeologii kreatywnej, która zajmuje się aktywnością ludzi dorosłych i ujmuje je w proces twórczy. W szczególności bada ona cechy specyficzne oraz tendencje rozwojowe kreatywności rozumianej jako proces zmierzający do dojrzałości twórczej²⁴. Zgodnie z tym podejściem „kreatywność nie jest postrzegana jako pojedyncza cecha osobowości, lecz jako zbiór różnorodnych uzdolnień twórczych, które rozwijają się w toku rzeczywistych działań zawodowych”²⁵.

Tym, co odróżnia intraprzedsiebiorcę – jednostkę przedsiębiorczą, proinnowacyjną i kreatywną, ale usytuowaną wewnątrz struktury korporacji jest fakt, że działa on w ramach już istniejących organizacji i jest pracownikiem funkcjonującym w określonej strukturze organizacyjnej. Ma on również mniej swobody w podejmowaniu decyzji niż przedsiębiorca, będący jednocześnie właścicielem zasobów, i przed podjęciem działania przedsiębiorczego często musi uzyskać na nie zgodę. Motywem działań intraprzedsiebiorcy jest nierzadko niezależność i możliwość udziału w systemie nagród korporacji, a ryzyko, jakie ponosi, sprowadza się do ryzyka związanego z własną karierą, a nie z ryzykiem finansowym.

Współcześnie przedsiębiorczość jest traktowana również jako forma efektywnego zarządzania, której można się nauczyć²⁶. Taki sposób zarządzania umożliwia elastyczne działanie, które powala zmierzyć się z nieciągłością zmian.

²³ E. Jerzyk, G. Leszczyński, *Ocena kreatywności firmy* [w:] „Przegląd Organizacji”, nr 3/2005, s. 39.

²⁴ M. Piątek: *Kreatywność – kryterium przy rekrutacji i selekcji pracowników*, [w:] K. Jaremczuk (red), dz. cyt., s. 703.

²⁵ N. Wiszniakowa, *Akmeologia kreatywna*, Łódź 2003, s. 5, 161, [za:] M. Piątek, *Kreatywność...*, dz. cyt., s. 703.

²⁶ Ph. A. Wickham, *Strategic Entrepreneurship. A Decision-Making Approach to New Venture Creation and Management* [w:] Financial Times/Prentice Hall, Harlow 2001 [za:] Bratnicki M., *Przedsiębiorczość i przedsiębiorcy współczesnych organizacji*, AE w Katowicach, Katowice 2002, s. 24.

Osoba zatrudniona (pracownik) postrzegany jest więc jako wewnętrzny przedsiębiorca. Tacy intraprzsiębiorcy rozwijają relacje w oparciu o wiedzę, a także dokonują jej wymiany wewnątrz oraz poza granicami organizacji. Można więc stwierdzić, iż intraprzsiębiorczość oparta jest wyłącznie na wiedzy. Współcześnie pracodawca poszukuje u swojego pracownika postawy przedsiębiorczej, która, według A. Wiatraka, rozumiana jest jako określone kwalifikacje, predyspozycje, umiejętności oraz cechy osobowościowe (cechy charakteru)²⁷. Przedsiębiorcza postawa może być także określana w kategoriach indywidualnych cech dla poszczególnych jednostek, takich jak: zdolności intelektualne, wysoka motywacja osiągnięć, zdolność abstrakcyjnego myślenia, potrzeba dominacji, umiejętność koncentracji itp. Odpowiednie postawy można uznać za specyficzne, pierwotne źródło przedsiębiorczości, fundament, na którym przedsiębiorczość powstaje i się rozwija. Najważniejszą zaletą przedsiębiorcy jest umiejętność osiągania przez niego nadzwyczajnych korzyści przy wykorzystaniu warunków rynkowych²⁸. Tezę tę, potwierdza J. Maciejka, zauważając, że „przedsiębiorczość jest cudownym sposobem tworzenia i budowania czegoś nowego praktycznie z niczego, to znaczy umiejętnością wykorzystywania pomysłów i zasobów niedostrzegalnych dla innych”. Autor ten uważa, że przedsiębiorczość stwarza szanse przekształcania pomysłów inżynierskich oraz inicjatyw w realną, opłacalną działalność gospodarczą²⁹. M. Strużycki podziela podobny pogląd, twierdząc, iż przedsiębiorczość nie jest sferą działania ideowego, lecz dobrze rozumianym interesem dla każdej przedsiębiorczej jednostki i przedsiębiorstwa³⁰. M. Duczkowska-Piasecka podkreśla zaś, iż przedsiębiorczość jest sposobem zachowania, którego podstawą jest wiedza i daje nowe możliwości tworzenia bogactwa. Sposób takiego zachowania sprawdza się w stałym, trwałym poszukiwaniu i odkrywaniu okazji do innowacji, które mają charakter celowy i zorganizowany³¹. Osobę

²⁷ A. Wiatrak, *Pojęcie przedsiębiorczości, jej cele i rodzaje*, [w:] *Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości – szanse i zagrożenia*, Jaremczuk K. (red.), Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. Prof. S. Tarnowskiego, Tarnobrzeg, 2003.

²⁸ T. Piecuch, *Przedsiębiorczość. Podstawy teoretyczne*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2013, s. 26.

²⁹ J. Maciejka, *Przedsiębiorczość w systemie ekonomicznym*, [w:] *Studia Ekonomiczne Instytutu Nauk Ekonomicznych PAN*, 24/1991 r., s. 51.

³⁰ M. Strużycki, *Przedsiębiorstwo a rynek*, PWE, Warszawa 1992 r., s. 45.

³¹ M. Duczkowska-Piasecka, *Przedsiębiorczość na wsi*, Encyklopedia agrobiznesu, Wydawnictwo WSS-E, Warszawa 1998, s. 643.

charakteryzującą się postawą przedsiębiorczą należy definiować jako kogoś, kto w postaci przedsięwzięć gospodarczych realizuje trwałą kompetencję do dynamicznego reagowania na zjawiska pojawiające się w otoczeniu, uzyskując efekt w postaci przejścia na wyższy poziom rozwoju³². Aktywność gospodarcza jest prowadzona poprzez podmioty do tego powołane. Człowiek tworzy przedsiębiorstwa służące wykorzystywaniu pewnych zasobów i prowadzi je z korzyścią dla siebie, a także dla innych. Pojęcie przedsiębiorcy definiowane jest szeroko przez wielu autorów, jednak wszystkie definicje zawierają w sobie dwa kluczowe elementy. Po pierwsze, przedsiębiorca jest osobą podejmującą aktywność gospodarczą. Po drugie, jest to osoba skłonna do ponoszenia ryzyka związanego z prowadzoną działalnością. W świetle tych założeń można stwierdzić, że jednych z czynników warunkujących powodzenie przedsięwzięć gospodarczych są cechy osobowościowe. Zdaniem T. Kraśnickiej zawierają się one w następujących tezach³³:

- działanie przedsiębiorcze jest efektem określonej konfiguracji czynników psychologicznych i osobowych, których zakumulowany wpływ leży u podstaw decyzji i działań przedsiębiorczych;
- efekt kumulacji wpływu tak licznego zbioru czynników psychicznych i osobowych sprawia, że osiągnięcie go jest możliwe przy bardzo różnorodnych ich kombinacjach;
- analizowane zmiany psychologiczne, których nośnikiem jest osobowość człowieka, są tylko w części uwarunkowane genetycznie; brak jest dowodów na istnienie „osobowości przedsiębiorczej”, bowiem zmienne te można w istotny sposób kształtować w procesie wychowania, socjalizacji i kształcenia, jakim podlegają członkowie społeczeństwa.

Jak wskazuje T. Piecuch, wewnętrzne uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości zwracają uwagę na osobę przedsiębiorcy, na jego podmiotowe możliwości, wewnętrzne predyspozycje do przejawiania (bądź nie) przedsiębiorczej ini-

³² Strojny J., *Wielowymiarowość związku między przedsiębiorczością jako cechą osobowości przedsiębiorcy a działaniem małej i średniej firmy* (maszynopis pracy doktorskiej), Akademia Ekonomiczna w Krakowie, Kraków 2006, s. 99.

³³ T. Kraśnicka, *Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości – podejście wielowymiarowe*, [w:] K. Jaremczuk (red.), *Przedsiębiorstwo w procesie transformacji*, Wydawnictwo PWSZ, Przemysł 2000, s. 592.

cyjatywy do pokonywania trudności, do radzenia sobie ze stresem nieodłącznym w tego rodzaju działalności³⁴. Zespół cech indywidualnych każdego człowieka ma kluczowe znaczenie pośród czynników warunkujących powodzenie inicjowanych przez niego przedsięwzięć. Wśród tych czynników na szczególną uwagę zasługują następujące cechy człowieka przedsiębiorczego³⁵:

- inicjatywa;
- potrzeba osiągnięć;
- twórczość;
- wyobraźnia;
- skłonność do przewodzenia;
- wizja rozwojowa;
- podejmowanie ryzyka;
- konsekwencja w realizacji celów;
- tolerancja niepewności;
- elastyczne myślenie i działanie;
- dążenie do niezależności;
- umiejętne rozwiązywanie problemów;
- zdolność do uczenia się;
- umiejętności społeczne.

Katalog wyżej wymienionych cech nie jest zamknięty, pełny czy wyczerpany. Jednak analiza przedsiębiorczych cech człowieka pokazuje, że bardziej sprzyjająca jest postawa dynamiczna, otwarta na podejmowanie działań spontanicznych i niestandardowych, nieszablonowa. Kluczową rolę w kreowaniu takiej postawy odgrywają umiejętności diagnostyczne i analityczne człowieka. Zdolności te w istotny sposób warunkują powodzenie inicjowanych przedsięwzięć gospodarczych. Wewnętrzne uwarunkowania osobowościowe stanowią tylko jeden, choć bardzo ważny, obszar kształtujący działania przedsiębiorcze. Nie umniejszając ich znaczenia, należy zauważyć i docenić szereg uwarunkowań zewnętrznych, stanowiących instrumentarium realizacji procesu przedsiębiorczości.

³⁴ T. Piecuch, *Przedsiębiorczość. dz. cyt.*, s. 84.

³⁵ M. Bratnicki, *Przedsiębiorczość i przedsiębiorcy współczesnych organizacji*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach, Katowice 2002, s. 52.

Wyniki badań

W badaniach własnych zastosowano arkusz ankietowy dotyczący problematyki postaw studentów wobec pracy. Ankietyzacja przeprowadzona została wśród studentów studiów stacjonarnych oraz niestacjonarnych kierunku Zarządzanie Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Stanisława Pigionia w Krośnie w semestrze letnim w roku akademickim 2014/2015. Ankieta była dobrowolna i anonimowa. Próba badawcza wyniosła łącznie 104 respondentów, w tym 82 kobiety (co stanowi 85,28% wszystkich ankietowanych) i 22 mężczyzn (22,88% ankietowanych). Większość ankietowanych to studenci studiów stacjonarnych. Stanowią oni 72,8% ankietowanych. Największa liczba studentów to osoby nieaktywne zawodowo. Tylko czworo spośród ankietowanych osób prowadzi własną działalność gospodarczą. Dominowały kobiety oraz osoby bardzo młode w wieku 18–25 lat. Spośród ankietowanych tylko trzy osoby mają powyżej 45 lat (co stanowi 3,12% wszystkich ankietowanych). Przeprowadzono zatem badanie ankietowe wśród przedstawicieli pokolenia X, Y, Z, ponieważ obecnie na rynku pracy wyróżnia się takie właśnie trzy generacje. Generacja X to osoby urodzone w przedziale od 1956 do 1976 roku, generację Y reprezentują osoby urodzone od 1977 do 1994 roku, zaś generację Z urodzone po 1995 roku. Każde z wymienionych pokoleń posiada pewną liczbę charakterystycznych cech, która wyróżnia je od reszty.³⁶

Generacja X nazywana jest także pokoleniem PRL. X oznaczać ma niewiadomą – ludzi, którzy nie wiedzą, dokąd mają zmierzać, społeczeństwo zagubione w chaosie współczesności. Zdefiniowały je takie wydarzenia, jak odkrycie AIDS, pojawienie się MTV, kryzys giełdowy w 1987 roku oraz upadek muru berlińskiego. Pokolenie X – pracownicy w wieku 39–50 lat, „żyje po to, aby pracować”. Są odpowiedzialni i lojalni wobec pracodawcy. Niechętnie, zmieniają pracę, ale też nie boją się nowych wyzwań. Ze względu na strukturę wiekową zazwyczaj mają już rodziny, dlatego szukają pracy stabilnej i dobrze płatnej. Niestety coraz częściej pracodawcy proponują pracę na czas określony lub w innej formie niż umowa o pracę. Skutkuje to oczywiście poczuciem niepewności jutra, co z kolei rodzi frustracje i niepokój. Zaciągnięte kredyty i rosnące koszty utrzymania stanowią zaś dodatkowy balast. Dlatego pokolenie ludzi młodych i niejednokrotnie

³⁶ Smolbik-Jęczmień A., *Rozwój kariery zawodowej przedstawicieli pokolenia X i Y w warunkach gospodarki opartej na wiedzy*, „Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy”, 2013, nr 36, s. 229–231.

lepiej wykształconych traktują jak rywali. Wpływa to negatywnie na ich stosunki zawodowe i międzyludzkie.³⁷ Przedstawiciele pokolenia X musieli poradzić sobie z problemami takimi jak bezrobocie czy okres przejściowy między ustrojami. Dzięki „zapasom innowacyjności” trzydziesto-, a następnie czterdziestolatków i dzięki ich zdolnościom adaptacyjnym mogły dokonywać się zasadnicze przekształcenia systemowe, w tym zmiany struktury społecznej³⁸. Jak wynika z raportu rządowego „Młodzi 2011”, ponad dziesięciokrotnie (z 1,3% do 11,8%) wzrosła wśród nich grupa przedsiębiorców.

Generacja Y nazywana jest także pokoleniem Millenium czy też pokoleniem cyfrowym. W odróżnieniu od poprzedników, „oswoili” oni nowinki technologiczne. Uznawani są za generację zuchwałą, otwartą na nowe wyzwania. Zostali ukształtowani przez Google, Facebooka i ataki terrorystyczne z 2001 roku. Generacja Y – osoby w wieku 21–38 lat – „pracują po to, żeby żyć”. Charakterystycznymi cechami dla nich są: duża pewność siebie, tolerancja i otwartość na to, co inne. Aktywnie i w każdej dziedzinie życia korzystają z technologii i mediów cyfrowych. Są dobrze wykształceni i gotowi dalej się rozwijać. Wychowali się w realiach wolnego rynku. Chcą pracować, ale nie całe życie – myślą o przyszłości na emeryturze, planują długoterminowo, chętnie zakładają własny biznes. Nie jest dla nich istotna stabilna praca na dłuższy czas, często uważani są za nielojalnych pracowników. Oczekują od pracodawcy dużej swobody i elastycznego czasu pracy, wyznaczania celów i kontroli, prowadzenia „za rękę”.³⁹

Generacja Z to pokolenie urodzone po 1995 roku, które dopiero wkracza lub wkroczy na rynek. Dorastali w świecie nowoczesnych technologii, mają więc bardzo wysoką zdolność funkcjonowania w wirtualnym świecie. Świetnie orientują się w nowinkach, bez trudu obsługują najnowsze gadżety. Realne życie i kontakty interpersonalne zastępują relacjami w wirtualnym świecie. Praca i życie prywatne dla pokolenia Z ma stanowić jedność. Przedstawiciele tej generacji nie boją się pracy na odległość, obsługi skomplikowanych maszyn i programów informatycz-

³⁷ Haponiuk M., X, Y, Z: *sztafeta pokoleń na rynku pracy*, www.institutobywatelski.pl/16154/blogi/co-z-ta-praca/xyz-sztafeta-pokolen-na-ryнку-pracy, [dostęp: 30.06.2015].

³⁸ Boni M. (red.), *Młodzi 2011*, Kancelaria Prezesa Rady Ministrów, Warszawa 2011, s. 23.

³⁹ Pawłowska M., *Nadchodzi generacja Y – młodzi, zdolni i nielojalni*, <http://natemat.pl/6547,nadchodzi-generacja-y-młodzi-zdolni-i-nielojalni-pracodawcy-w-strachu-bonie-sa-gotowi-na-ich-przyjecie>, [dostęp: 29.06.2015].

nych. Niestety pokolenie Z będzie miało ogromne problemy ze znalezieniem pracy. Mówi się nawet, że to ma być ich cecha wyróżniająca.⁴⁰

Ankietowani zostali poproszeni o odpowiedź na pytanie, jak rozumieją pojęcie przedsiębiorczości. Rozkład odpowiedzi przedstawia Tabela 1. Największa grupa ankietowanych uważa, że przedsiębiorczość to proces organizowania, prowadzenia działalności gospodarczej oraz podejmowanie związanego z nią ryzyka. Najmniej studentów postrzega społeczny aspekt przedsiębiorczości jako szczególnie ważny element pracy ludzkiej, mający wysoką użyteczność społeczną, jak na przykład tworzenie miejsc pracy.

Tabela 1. Pojęcie przedsiębiorczości według ankietowanych

Wyszczególnienie	Liczba respondentów	Procent respondentów
Twórcze, innowacyjne zarządzanie ludźmi i zasobami	7	7,28%
Skłonności i zdolność do inicjowania oraz realizowania nowych, odważnych działań	10	10,4%
Proces organizowania, prowadzenia działalności gospodarczej oraz podejmowanie związanego z nią ryzyka	34	35,36%
Sposób zachowania się człowieka, wyrażony poprzez jego aktywność, zdolność inspirowania innych do działań i nieakceptujący sytuacji oraz ograniczeń wynikających z jakichkolwiek struktur	17	17,68%
Zaradność, spryt, umiejętność radzenia sobie w różnych sytuacjach	9	9,36%
Proces kreowania czegoś odmiennego niż dotychczas; jednocześnie wartościowego, czemu poświęca się konieczny do realizacji tego celu czas i wysiłek, zakładając towarzyszące finansowe, psychiczne i społeczne ryzyko i oczekując uzyskania nagrody finansowej i osobistej satysfakcji	12	12,48%
Szczególnie ważny element pracy ludzkiej, mający wysoką użyteczność społeczną (tworzenie miejsc pracy)	6	6,24%
Ogółem	104	100,00

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego

⁴⁰ Pawłowska M., *Generacja Z. Młodzi, otwarci, wychowani w dobrobycie, żyjący w świecie wirtualnym, skazani na kryzys*, <http://natemat.pl/55617,generacja-z-mlodzi-otwarc-i-wychowani-w-dobrobycie-zyjacy-w-swiecie-wirtualnym-skazani-na-kryzys>, [dostęp: 29.05.2015].

Jak wynika z przedstawionych definicji przedsiębiorczości, nie ma zgodności, czy przedsiębiorczość to cecha wrodzona czy nabyta. Zwrócono się z tym pytaniem do ankietowanych, którzy w większości uznali, że jest to zachowanie wynikające z posiadania wrodzonych cech, takich jak talent, odwaga, potrzeba osiągnięć, przywództwo, odporność fizyczna i psychiczna. Wyniki przedstawia Tabela 2.

Tabela 2. Przedsiębiorczość według ankietowanych

Wyszczególnienie	Liczba respondentów	Procent respondentów
Zachowanie wynikające z posiadania wrodzonych cech, takich jak talent, odwaga, potrzeba osiągnięć, przywództwo, odporność fizyczna i psychiczna	58	60,32%
„Umiejętności” nabyte w toku edukacji (aktywność, pracowitość, trening twórczości, innowacyjność)	46	47,84%
Ogółem	104	100,00

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego

Ankietowani zostali także poproszeni o odpowiedź na pytanie, co jest najbardziej przydatne w prowadzeniu działalności gospodarczej. Jak przedstawia Tabela 3, największa grupa osób uważa doświadczenie zawodowe za cechę niezbędną do prowadzenia firmy (87 odpowiedzi). Na drugim miejscu znalazły się cechy osobowościowe (78 odpowiedzi). Najmniejsze znaczenie ma intuicja (47 odpowiedzi).

Tabela 3. Co jest najbardziej przydatne w prowadzeniu działalności gospodarczej

Wyszczególnienie	Liczba respondentów	Procent respondentów
Wykształcenie	62	64,48%
Doświadczenie zawodowe	87	90,48%
Intuicja	47	48,88%
Cechy osobowościowe	78	81,12%

*możliwość kilku wskazań

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego

Studentów zapytano, co wybraliby, mając do wyboru pracę w przedsiębiorstwie (instytucji), jako pracownik najemny lub prowadzenie własnej działalności (Tabela 4). Największa grupa ankietowanych jest zainteresowana pracą na

swoim. Własna firma jest atrakcyjną formą zatrudnienia niezależnie od płci i wieku. Praca w instytucji prywatnej i państwowej cieszą się porównywalnym zainteresowaniem.

Tabela 4. Preferencje studentów co do rodzaju zatrudnienia

Wyszczególnienie	Liczba respondentów	Procent respondentów
Praca „na swoim”	60	62,40%
Praca w innej instytucji, przedsiębiorstwie prywatnym	21	21,84%
Praca w innej instytucji, przedsiębiorstwie państwowym	22	22,88%
Ogółem	104	100,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego

Zapytano ankietowanych również o to, czy lubią przewodzić grupie. Zdecydowana większość odpowiedziała, że potrafiłaby pokierować pracą innych, jeśli miałyby wyznaczone konkretne dyspozycje. Tabela 5 przedstawia rozkład odpowiedzi na to pytanie.

Tabela 5. Zdolności przywódcze studentów

Wyszczególnienie	Liczba respondentów	Procent respondentów
Łatwo przekonuję innych do własnych pomysłów, idei – pociągam ich za sobą.	26	25%
Jeśli mam konkretne dyspozycje, to potrafię pokierować pracą innych ludzi.	57	54,81%
Nie lubię przewodzić, lubię być w grupie i razem pracować.	21	20,19%
Ogółem	104	100,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego

Ze względu na to, że pracodawcy oczekują od swoich pracowników, żiże nie będą marnować czasu w pracy, zainteresowano się, jakie jest podejście studentów do organizacji pracy. Wśród odpowiedzi dominuje stwierdzenie, że lubią planować wszelkie zadania i przedsięwzięcia samodzielnie. Wyniki badania przedstawiono w Tabeli 6.

Tabela 6. Podejście studentów do organizacji pracy

Wyszczególnienie	Liczba respondentów	Procent respondentów
Lubię planować samodzielnie wszelkie zadania i przedsięwzięcia.	68	65,38%
Dopóki wszystko idzie sprawnie, daję sobie radę. Każda przeszkoda, pojawiające się trudności powodują, że wszystko zostawiam.	16	15,38%
Nie lubię planować. Wykonuję wszystko spontanicznie.	20	19,23%
Ogółem	104	100,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego

Praca zawodowa często wiąże się z dużą odpowiedzialnością, zatem zadano badanej grupie pytanie, jakie jest ich podejście do tej kwestii. Jak wynika z przeprowadzonych badań (Tabela 7), prawie 76% respondentów woli być odpowiedzialnych za tę część pracy, którą wykonują samodzielnie. Jedynie 22% ankietowanych lubi być odpowiedzialnych za całość pracy.

Tabela 7. Stosunek studentów do odpowiedzialności

Wyszczególnienie	Liczba respondentów	Procent respondentów
Lubię być odpowiedzialny za całość wykonanej pracy.	23	22,12%
Lubię być odpowiedzialny za tę część pracy, którą sam wykonuję.	79	75,96%
Nie lubię ciężkiej na mnie odpowiedzialności – wolę mieć zwierzchnika, który za wszystko odpowiada.	2	1,92%
Ogółem	104	100,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego

Zwrócono się do badanej grupy z pytaniem, czy cechują się konsekwencją w działaniu. 41% studentów wskazuje, że zawsze doprowadza swoje działania do końca. 57% respondentów nie jest tak konsekwentnych – przeważnie udaje się im skończyć to, co rozpoczynają, ale nie zawsze. Rozkład odpowiedzi na to pytanie zebrano w Tabeli 8.

Tabela 8. Wyrwałość w działaniu studentów

Wyszczególnienie	Liczba respondentów	Procent respondentów
Zawsze doprowadzam do końca swoje zamierzenia.	43	41,35%
Przeważnie udaje mi się skończyć to, co zaczynam.	59	56,73%
Pojawiające się trudności powodują, że zostawiam to, co zacząłem i zajmuję się czymś innym.	2	1,92%
Ogółem	104	100,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego

Bardzo istotnym czynnikiem w pracy jest odporność na stres. Ankietowani w zdecydowanej większości (blisko 61%) stwierdzają, że potrafią pracować pod presją czasu i radzić sobie w trudnych sytuacjach. Tabela 9 przedstawia wyniki przeprowadzonego badania.

Tabela 9. Radzenie sobie ze stresem według studentów

Wyszczególnienie	Liczba respondentów	Procent respondentów
Potrafię pracować pod presją czasu i radzić sobie w trudnych sytuacjach.	63	60,58%
Trudności, przeszkody powodują, że trudno zapanować mi nad pojawiającym się stresem.	37	35,58%
Stres jest dla mnie siłą niszczącą. Wolę nie podejmować działań, które wywołują stres.	4	3,85%
Ogółem	104	100,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego

Kolejną ważną kwestią jest podejście studentów do czasu pracy i jej efektów. Większość respondentów twierdzi, że może pracować długo i ciężko, aby osiągnąć zamierzony efekt (70% badanych). Żadna z pytanych osób nie odpowiedziała, że nie zdecydowałaby się na długą, ciężką pracę, nawet, jeśli wiedziałyby, że w przyszłości odniosą sukces (Tabela 10).

Tabela 10. Stosunek studentów do pracy

Wyszczególnienie	Liczba respondentów	Procent respondentów
Mogę pracować długo i ciężko, aby osiągnąć zamierzony efekt.	73	70,19%
Mogę pracować ciężko, ale krótko. Perspektywa długiej, ciężkiej pracy przeraża mnie.	31	29,81%

Wyszczególnienie	Liczba respondentów	Procent respondentów
Nie zdecydowałbym się na długą ciężką pracę nawet, gdybym wiedział, że w bliżej nieokreślonej przyszłości odniosę sukces.	0	0,00%
Ogółem	104	100,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego

Kolejnym aspektem, jaki został poddany badaniu, jest sposób podejmowania decyzji przez studentów. Jak przedstawiono w Tabeli 11, 51% ankietowanych nie potrafi podejmować decyzji pod wpływem impulsu, muszą rozważyć wszystkie aspekty na spokojnie. Jedynie 6% respondentów nie lubi podejmować poważnych decyzji.

Tabela 11. Sposób podejmowania decyzji przez studentów

Wyszczególnienie	Liczba respondentów	Procent respondentów
Decyzje podejmuję szybko i zazwyczaj trafnie.	45	43,27%
Nie potrafię szybko podjąć decyzji, muszę na spokojnie wszystko rozważyć.	53	50,96%
Nie lubię podejmować poważnych decyzji.	6	5,77%
Ogółem	104	100,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego

Tabela 12 przedstawia odpowiedzi ankietowanych na pytanie, czy uważają się za osoby przedsiębiorcze. Większość odpowiedzi była ostrożna, ponieważ jedynie 11% zdecydowanie ocenia się jako osoby przedsiębiorcze. 59% respondentów uważa się raczej za osoby przedsiębiorcze.

Tabela 12. Czy ankietowani uważają się za osoby przedsiębiorcze?

Wyszczególnienie	Liczba respondentów	Procent respondentów
Zdecydowanie tak	12	12,48%
Raczej tak	61	63,44%
Zdecydowanie nie	2	2,08%
Raczej nie	5	5,2%
Nie wiem	24	24,96%
Ogółem	104	100,00

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego

Tabela 13 przedstawia ocenę atrybutów dobrego przedsiębiorcy przez ankietowanych. Wśród odpowiedzi dominuje umiejętność zarządzania ludźmi (68 odpowiedzi), a najmniejsze znaczenie ma umiejętność zarządzania czasem i radzenia sobie ze stresem (14 odpowiedzi w obu przypadkach).

Tabela 13. „Dobry przedsiębiorca” według studentów

Wyszczególnienie	Liczba respondentów	Procent respondentów
Innowacyjność	29	30,16%
Odpowiedzialność	39	40,56%
Umiejętność podejmowania ryzyka	37	38,48%
Konsekwencja	22	22,88%
Komunikatywność	24	24,96%
Umiejętność podejmowania decyzji	37	38,48%
Umiejętność zarządzania ludźmi	68	70,72%
Umiejętność zarządzania czasem	14	14,56%
Radzenie sobie ze stresem	14	14,56%

*możliwość kilku wskazań

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego

Studenci zapytani o to, czy zamierzają założyć własną działalność gospodarczą, odpowiedzieli następująco: 60 osób nie jest jeszcze zdecydowana, czy chciałaby założyć własną firmę, 31 pytanym nie ma zamiaru takiej działalności rozpoczynać. Jedynie 13 ankietowanych chciałoby w przyszłości założyć własną firmę (Tabela 14).

Tabela 14. Czy studenci planują w przyszłości założenie własnej działalności gospodarczej?

Wyszczególnienie	Liczba respondentów	Procent respondentów
Tak	13	13,52%
Nie	31	32,24%
Nie wiem	60	62,4%
Ogółem	104	100,00

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego

Podsumowanie

Podsumowując przedstawione wyniki można stwierdzić, że zdecydowana większość studentów – ponad 62% – jest zainteresowana pracą „na swoim”. Może to wynikać z faktu, że większość ankietowanych to osoby w wieku 18–25 lat, należący do generacji Y, której cechą charakterystyczną jest właśnie chęć założenia własnego biznesu. Studenci w większości przypadków wskazywali, że lubią planować samodzielnie wszelkie zadania i przedsięwzięcia. Świadczy to o gotowości do wzięcia na siebie funkcji lidera zespołu w przedsiębiorstwie. Jest to cecha poszukiwana obecnie przez pracodawców u kandydatów na pracownika. Prawie 61% respondentów deklaruje, że potrafi pracować pod presją czasu i radzić sobie w trudnych sytuacjach, co jest cechą niezbędną w pracy zawodowej w dzisiejszych czasach.

Potencjał tkwiący w pracownikach pokolenia Y może być istotnym czynnikiem sukcesu organizacji, co jednak wymaga bardziej zróżnicowanego i indywidualizowanego podejścia do kształtowania sfery personalnej.⁴¹

Ponad 63% ankietowanych uważa się za osoby przedsiębiorcze, ale jedynie 13% z nich chce założyć własną działalność gospodarczą. Nasuwa się więc pytanie, dlaczego tak niski odsetek badanych deklaruje otwarcie własnej firmy, skoro badaniem objęto grupę studentów kierunku Zarządzanie?

Być może problem stanowią niekorzystne zewnętrzne uwarunkowania prowadzenia działalności gospodarczej oraz fakt, że cechy przedsiębiorcze są pożądanym atrybutem pracowników najemnych. Taką postawę nazywamy intraprzsiębiorczością, albo inaczej przedsiębiorczością zewnętrzną, co oznacza, że niekoniecznie trzeba zakładać własną firmę, aby prezentować przedsiębiorczą postawę.

Prowadzenie własnej firmy według ankietowanych łączy się z ryzykiem i niepewnością, a także z koniecznością elastycznego dostosowywania oferowanych produktów (bądź usług) do wymogów rynkowych.

Obserwując rynek pracy i zachodzące na nim dynamiczne zmiany, można stwierdzić, że każda osoba znajdująca się na nim powinna posiadać cechy przedsiębiorcze oraz prezentować przedsiębiorczą postawę, aby skutecznie się na tym rynku utrzymać.

⁴¹ Pietroń-Pyszczek A., *Pokolenie Y a sukces przedsiębiorstwa* [w:] *Spoleczne uwarunkowania sukcesu organizacji*, Prace i Materiały Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Gdańskiego, nr 2/3, Gdańsk 2009, s. 1173–1178.

Dzisiejsze pokolenie Y dopiero zaczyna realizować swoje kariery. Należy oczekiwać wielkich zmian w polskich organizacjach, gdy dzisiejsi 20-latkowie za 10–20 lat zaczną zajmować eksponowane stanowiska kierownicze w firmach.⁴²

Literatura

1. Bratnicki M., *Przedsiębiorczość i przedsiębiorcy współczesnych organizacji*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach, Katowice 2002
2. Boni M. (red.), *Młodzi 2011*, Kancelaria Prezesa Rady Ministrów, Warszawa 2011
3. *Diagnoza sytuacji społeczno-gospodarczej Województwa Podkarpackiego*, Regionalne Obserwatorium Terytorialne Department Strategii i Planowanie Przestrzennego Urząd Marszałkowski Województwa Podkarpackiego, Urząd Marszałkowski Województwa Podkarpackiego, Rzeszów 2013
4. Drucker P. F., *Innowacja i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady*, PWE, Warszawa 1992
5. Drucker P. F., *Natchnienie i fart, czyli innowacja i przedsiębiorczość*, Studio EMKA, Warszawa 2004
6. Duczkowska-Piasecka M., *Przedsiębiorczość na wsi*, [w:] *Encyklopedia agrobiznesu*, Wydawnictwo WSS-E, Warszawa 1998
7. Fazlagić J. A. *Charakterystyka pokolenia Y*, http://gimnazjum.siechnice.com.pl/akademia_rodzicow/Pokolenie_Y_artykul_Jana_Fazlagic.pdf
8. Ferreira F., *Corporate Entrepreneurship: a strategic and structural perspective*, www.utdallas.edu, data odczytu 02.09.2016
9. Haponiuk M. *X, Y, Z: sztafeta pokoleń na rynku pracy*, www.institutobywatelski.pl/16154/blogi/co-z-ta-praca/xyz-sztafeta-pokolen-na-ryнку-pracy
10. http://wsp.pl/index.php/pl,2,105,,edukacja-sloownik_studencki
11. <http://www.orrk.pl/kongresy-tematyczne/w-subie-ubogim/materiay-rady-ruchow-83887/382-czego-oczekuje-pracodawca-od-osob-ktore-chc-by-zatrudnione-jakie-s-zwizane-z-tym-problemy>
12. http://www.rynekpracy.pl/sloownik_1.php/wpis.174
13. Jerzyk E., Leszczyński G., *Ocena kreatywności firmy* [w:] „Przegląd Organizacji”, nr 3/2005.

⁴² Fazlagić J. A., *Charakterystyka pokolenia Y*, http://gimnazjum.siechnice.com.pl/akademia_rodzicow/Pokolenie_Y_artykul_Jana_Fazlagic.pdf, [dostęp: 30.06.2015].

14. Kraśnicka T., *Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości – podejście wielowymiarowe*, [w:] K. Jaremczuk (red.), *Przedsiębiorstwo w procesie transformacji*, Wydawnictwo PWSZ, Przemyśl 2000
15. Kaliszczak L., *Twórczość a przedsiębiorczość* [w:] *Uwarunkowania przedsiębiorczości. Aspekty ekonomiczne i antropologiczno-społeczne*, K. Jaremczuk (red.), Wyd. Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. prof. S. Tarnowskiego w Tarnobrzegu, Tarnobrzeg 2006
16. Macieja J., *Przedsiębiorczość w systemie ekonomicznym*, Studia Ekonomiczne Instytutu Nauk Ekonomicznych PAN, 24/1991
17. Kraśnicka T., *Wokół pojęcia przedsiębiorczości*, „Przegląd Organizacji”, nr 6/2002
18. Nęcka E., Sowa J., *Człowiek – umysł – maszyna. Rozmowy o twórczości i inteligencji*, Wyd. Znak, Kraków 2005
19. *Nowy słownik języka polskiego*, PWN, 2003
20. Pajestka J., *Reforma gospodarcza na nowym etapie*, Studia i Materiały INE-PAN, 1988
21. Pawłowska M., *Generacja Z. Młodzi, otwarci, wychowani w dobrobycie, żyjący w świecie wirtualnym, skazani na kryzys* <http://natemat.pl/55617,generacja-z-młodzi-otwarci-wychowani-w-dobrobycie-zyjacy-w-swiecie-wirtualnym-skazani-na-kryzys>
22. Pawłowska M., *Nadchodzi generacja Y – młodzi, zdolni i nieojalni*, <http://natemat.pl/6547,nadchodzi-generacja-y-młodzi-zdolni-i-nieojalni-pracodawcy-w-strachu-bo-nie-sa-gotowi-na-ich-przyjecie>
23. Piątek M., *Kreatywność–kryterium przy rekrutacji i selekcji pracowników* [w:] *Uwarunkowania przedsiębiorczości. Aspekty ekonomiczne i antropologiczno-społeczne*, K. Jaremczuk (red.), Wyd. Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. prof. S. Tarnowskiego w Tarnobrzegu, Tarnobrzeg 2006
24. Piecuch T., *Przedsiębiorczość. Podstawy teoretyczne*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2013
25. Pietroń-Pyszczyk A., *Pokolenie Y a sukces przedsiębiorstwa* [w:] *Społeczne uwarunkowania sukcesu organizacji*, Prace i Materiały Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Gdańskiego, nr 2/3, Gdańsk 2009
26. *Ranking zawodów deficytowych i nadwyżkowych w województwie podkarpackim w 2011 r.*, Departament Rynku Pracy, Wydział Analiz i Statystyki (AM), Rzeszów 2012
27. Pomykański A., *Zarządzanie innowacjami*, PWN, Warszawa – Łódź 2001

28. Smolbik-Jęczmień A., *Rozwój kariery zawodowej przedstawicieli pokolenia X i Y w warunkach gospodarki opartej na wiedzy*, „Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy” 2013, nr 36
29. Strojny J., *Wielowymiarowość związku między przedsiębiorczością jako cechą osobowości przedsiębiorcy a działaniem małej i średniej firmy* (maszynopis pracy doktorskiej), Akademia Ekonomiczna w Krakowie, Kraków 2006
30. Solarz J.K., *Modele przedsiębiorczości – doświadczenia USA i Japonii*, Instytut Gospodarki Narodowej, Warszawa
31. Strużycki M., *Przedsiębiorstwo a rynek*, PWE, Warszawa 1992
32. Schumpeter J., *Teoria rozwoju gospodarczego*, Warszawa 1960
33. Wiatrak. A., *Pojęcie przedsiębiorczości, jej cele i rodzaje*, [w:] *Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości – szanse i zagrożenia* Jaremczuk K. (red.), Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. prof. S. Tarnowskiego Tarnobrzeg 2003

KROSNO STATE COLLEGE THEM. S. PIGOŃ DEPARTMENT OF MANAGEMENT STUDENTS' ATTITUDES TO WORK

Summary: Changes on the Polish labor market is followed very rapidly. In connection with them university graduates situation today is very difficult. Graduates graduating are not prepared for this, to enter the labor market. They do not have practical knowledge, which could immediately take advantage when applying for a job, but only theoretical knowledge learned. This begs the question of whether own business can be an opportunity for current students to enter the labor market? In light of this goal of our research is to diagnose the basics of enterprising students of Management of the Krosno State College them. S. Pigoń. The survey covered the entire population of students and second year of the Faculty of Management (104 respondents). Preparation of the survey was preceded by literature studies in the field of intraprzsiębiorczości and the generation X, Y, Z in the labor market. The test results allow the evaluation of students' attitudes towards work and the level of qualities and aptitudes necessary in this direction. On the basis of the results of studies it reached conclusions on the approach to work and preferences approach to the respondents' job.

Key words: entrepreneurship, students, entrepreneurial attitude, employees

Translated by Justyna Pasięka