

Porównanie postaw przedsiębiorczych studentów studiów ekonomicznych, społecznych i humanistycznych

Autor: Karolina Dąbrowska, Mariusz Skowron

Artykuł opublikowany w „Annales. Etyka w życiu gospodarczym” 2015, vol. 18, nr 3, s. 121-131

Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego

Stable URL: http://www.annalesonline.uni.lodz.pl/archiwum/2015/2015_3_dabrowska_skowron_121_131.pdf

A Comparison of Enterprising Attitudes of Students of Economics, Social Studies and Humanities

Author: Karolina Dąbrowska, Mariusz Skowron

Source: 'Annales. Ethics in Economic Life' 2015, vol. 18, no. 3, pp. 121-131

Published by Lodz University Press

Stable URL: http://www.annalesonline.uni.lodz.pl/archiwum/2015/2015_3_dabrowska_skowron_121_131.pdf

Karolina Dąbrowska, Mariusz Skowron
Uniwersytet Łódzki, Wydział Zarządzania
Studenckie Koło Naukowe „Personalni”
e-mail: kdabrowskaldz@wp.pl; mariusz.skowron@o2.pl

Porównanie postaw przedsiębiorczych studentów studiów ekonomicznych, społecznych i humanistycznych

A Comparison of Enterprising Attitudes of Students of Economics, Social Studies and Humanities

Success in economic life is a result of the interaction of many factors, which in different ways are developed from the individual characteristics of the person, a specific way of thinking and the ability to perceive oneself in the future. At the same time, more and more attention is focused on the influence of the entrepreneurial characteristics of individuals on their career development and career building process. The impact of personal experience on the perception of individual chances on the labour market is also emphasized. The purpose of this paper is, therefore, to identify the differences in enterprising attitudes of students of the humanities and students of economics, as well as compare the characteristics of entrepreneurial abilities between both student groups on the basis of empirical research conducted among students at the University of Lodz.

Keywords: characteristics of entrepreneurial, career development, career building process

JEL Classification: J24

1. Wprowadzenie

Od kilku lat można zaobserwować w Polsce spowolnienie gospodarcze. Stan ten dodatkowo przekłada się negatywnie na sytuację, która panuje na rynku pracy. Roczna stopa bezrobocia rejestrowanego rosła nieprzerwanie od 2008 r., aby na koniec 2013

r. osiągnąć 13,4%. Niestety, wskaźnik ten jest również wysoki w ujęciu miesięcznym: w marcu 2014 r. wyniósł 13,6%¹.

Przemiany społeczno-gospodarcze, które zostały zapoczątkowane w latach 90. – tych przyczyniły się do urynkowania gospodarki narodowej, co pociągnęło za sobą konsekwencje w postaci reformy rynku pracy. Niestety, skutki transformacji w dużym stopniu odczuła młodzież, u której coraz częściej obserwuje się zanik postaw i cech przedsiębiorczych, a co za tym idzie, działania takich jednostek są częściej mechaniczne i pasywne, niż kreatywne i aktywne. Dlatego też niezmiernie istotnym staje się podjęcie powyższego tematu, biorąc pod uwagę kontekst niekorzystnej sytuacji ludzi studiujących, którzy za chwilę mają znaleźć się na rynku pracy.

Istnieje wiele definicji i interpretacji przedsiębiorczości oraz postaw, dlatego w pierwszej części opracowania skupiono się na przedstawieniu wybranych koncepcji i aspektów analizowanej tematyki, posługując się analizą współczesnych teorii. Druga część prezentuje najistotniejsze z punktu realizacji celu niniejszej publikacji, wyniki badań, które dotyczą postaw przedsiębiorczych studentów studiów ekonomicznych, społecznych i humanistycznych.

2. Definicje postaw i przedsiębiorczości

Postawa wobec obiektu definiowana jest jako *względnie trwała tendencja do pozytywnego lub negatywnego wartościowania tego obiektu przez człowieka*². Takim obiektem może być klasa sytuacji, idea, wydarzenie czy też osoba. Natomiast samo wartościowanie wiąże się z usytuowaniem danego obiektu na wymiarze, który określa stosunek człowieka do niego, w którym skrajne bieguny stanowi podejście bardzo negatywne i bardzo pozytywne. Owe podejście mogą dotyczyć aspektu poznawczego oraz emocjonalnego. W dawniejszych opracowaniach wyróżniano trzy aspekty postaw: behawioralne – tendencja do zachowań wobec obiektu, poznawcze – jego ocena oraz afektywne – emocje wobec niego³. Jednak współczesne badania pokazują, że biorąc pod uwagę deklaracje respondentów w przypadku diagnozowania postaw, wyżej wymienione aspekty zacierają się, prowadząc tym samym do jednowymiarowego wartościowania⁴. Dodatkowo przyjmuje się, że emocje stanowią kluczowy czynnik w przypadku kształtowania postaw⁵.

W opisywanym badaniu zbierano deklaracje respondentów na temat ich własnej kariery zawodowej, cech osoby przedsiębiorczej oraz doświadczenia zawodowego.

¹ <http://www.mpips.gov.pl/aktualnosci-wszystkie/zatrudnienie-i-przeciwdzialanie-bezrobociu/art,6657,spadek-bezrobocia-w-marcu.html> (data dostępu: 23.04.2013).

² *Psychologia. Podręcznik akademicki*, t. 2, red. J. Strelau, D. Doliński, GWP, Gdańsk 2008, s. 336.

³ T. Mądrzycki, *Psychologiczne prawidłowości kształtowania się postaw* [w:] *Psychologia. Podręcznik...*, op. cit., s. 336.

⁴ S. Chaiken, C. Stangor, *Attitudes and Attitude Change*, „Annual Review of Psychology” 1987, vol. 38 [za:] *Psychologia. Podręcznik...*, op. cit., s. 336.

⁵ B. Wojciszke, *Psychologia społeczna*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2011, s. 204.

Wydaje się, że w związku z tym, zasadnym staje się przedstawienie zagadnienia przedsiębiorczości.

Zdefiniowanie pojęcia przedsiębiorczość nie jest łatwe. Wiele ujęć tego słowa, które pojawiają się w zależności od kontekstu, różnie jest odbierane. Jest zaliczana do kategorii ekonomiczno-społecznych, istotnych na każdym etapie rozwoju gospodarczego i cywilizacyjnego społeczeństwa. Przedsiębiorczość powszechnie pojmowana jest jako zdolność do podejmowania różnorodnych przedsięwzięć (w tym sensie jest to cecha ludzi energicznych i aktywnych, która ujawnia się w różnym wieku) – znajduje to swoje potwierdzenie w psychologii, kwalifikując omawianą definicję jako cechę psychiczną, warunkującą zdolności do bycia dobrym przedsiębiorcą. Można zatem wysnuć wniosek, że osoba przedsiębiorcza to taka, która w sposób naturalny osiąga sukces w samym organizowaniu, a później prowadzeniu różnorodnych przedsiębiorstw⁶.

Przedsiębiorczość stanowi więc wypadkową cech indywidualnych, do których zaliczane są: talent, wyobraźnia, energia, umiejętności, gotowość do podejmowania ryzyka oraz uwarunkowań społeczno-ekonomicznych płynących z otoczenia (m. in.: tradycje gospodarcze, dostępność zasobów, chłonność społeczeństwa na inicjatywy biznesowe, polityka społeczno-gospodarcza)⁷. Definiując przedsiębiorczość należy również podkreślić aspekt wartości dodanej dla ogółu. Zaznacza się ją jako aktywność osób skorelowaną z taką umiejętnością działania nastawioną na poszukiwanie i wdrażanie nowych pomysłów, których rezultaty będą znajdowały aprobatę na rynku i przyniosą oczekiwane efekty ich konsumentom i kreatorom⁸. Literatura przedmiotu wskazuje również na przykłady traktowania przedsiębiorczości w kategorii działań, które podejmowane są przez jednostki, zespoły lub firmy celem założenia nowych lub też rozwinięcia działalności organizacji już istniejących⁹. Przypadek ten pokazuje zmarginalizowanie cech osobowych, które przypisywane są pojedynczym osobom na rzecz działania zespołów.

Niemniej, częściej ma się do czynienia z rozumieniem przedsiębiorczości jako cechy związanej z osobą przedsiębiorcy. Jednak definiowanie przedsiębiorczości w ten sposób może rodzić pewne wątpliwości, czy samo jej nauczanie może być efektywne i jest zasadne. Kwestia ta dzieli środowisko naukowe, jednakże nie należy podważać stwierdzenia, że każda cecha osobowości (w tym również przedsiębiorczość) poparta niezbędną wiedzą teoretyczną, daje bardzo trudny do przecenienia potencjał intelektualny, co w tym przypadku skutkuje również zdolnościami istotnymi dla rozwoju gospodarki.

Poniżej autorzy niniejszego opracowania przedstawili zbiorczą analizę przeprowadzonych badań dotyczących przedsiębiorczości wśród studentów.

⁶ J. Guliński, K. Zasiadły, *Innowacyjna przedsiębiorczość akademicka – światowe doświadczenia*, PARP, Warszawa 2005, s. 9, https://www.parp.gov.pl/files/74/81/105/przed_akademicka.pdf (data dostępu: 24.04.2014).

⁷ K. Krajewski, *Przedsiębiorczość i integracja*, „Decydent” 2002, nr 6/34, s. 28.

⁸ K. Krajewski, J. Śliwa, *Lokalna przedsiębiorczość w Polsce. Uwarunkowania rozwoju*, Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania UW, Warszawa 2004, s. 19.

⁹ A. Tamawa, D. Weclawska, P. Zbierowski, M. Bratnicki, *Raport z badania Global Entrepreneurship Monitor – Polska 2012*, PARP, Warszawa 2013, s. 9, <http://www.parp.gov.pl/files/74/81/626/17976.pdf> (data dostępu: 04.05.2014).

3. Opis badania

Badaniem objęto studentów trzech głównych grup kierunków realizowanych na Uniwersytecie Łódzkim. Grupy te wyznaczono zgodnie z rozporządzeniem Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 8 sierpnia 2011 r. w sprawie obszarów wiedzy, dziedzin nauki i sztuki oraz dyscyplin naukowych i artystycznych, zgodnie z którym autorzy badania wyróżnili kierunki ekonomiczne, społeczne oraz humanistyczne. W niektórych sytuacjach, gdy realizowany cykl kształcenia ma charakter interdyscyplinarny respondenci byli proszeni o podjęcie decyzji, którą grupę wybrać przed przystąpieniem do wypełniania kwestionariusza na podstawie oceny wiedzy przekazywanej na studiach i jej charakteru.

Pierwszą grupę stanowili studenci z kierunków zaliczanych do nauk ekonomicznych, takich jak: ekonomia, finanse i rachunkowość, zarządzanie, informatyka i ekonometria oraz zarządzanie międzynarodowe. Liczebność tej grupy wyniosła 168 osób. Drugą grupą byli studenci studiujący na kierunkach zaliczanych do nauk społecznych, takich jak: psychologia, pedagogika, praca socjalna, gospodarka przestrzenna oraz stosunki międzynarodowe. W tej grupie w badaniu uczestniczyło 91 osób. Ostatnią grupę stanowili studenci kierunków zaliczanych do nauk humanistycznych, a więc: kulturoznawstwa, filologii, historii, dziennikarstwa oraz promocji sztuki. Liczebność tej grupy wynosiła 55 osób. Łączna liczba respondentów wynosiła 314 osób.

Pomiaru dokonano za pomocą ankiety internetowej, na którą składały się pytania wyboru, dotyczące doświadczenia zawodowego studentów, postaw przedsiębiorczych oraz problemów związanych z zagadnieniem budowania własnej ścieżki kariery. Opracowane wyniki oraz wyciągnięte na ich podstawie wnioski przedstawiono w kolejnym podrozdziale.

4. Wyniki badania

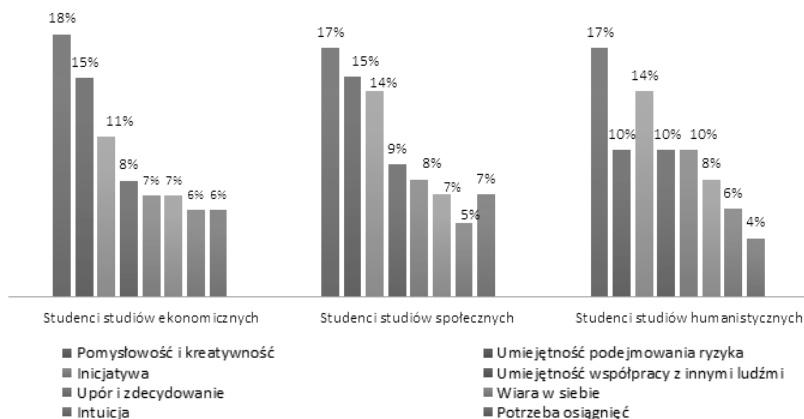
Pierwszy problem badawczy, który został poddany weryfikacji dotyczył tego, jak studenci rozumieją osobę przedsiębiorczą oraz jakie cechy jej przypisują.

W opinii studentów najczęściej wymienianą cechą charakteryzującą osobę przedsiębiorczą jest pomysłowość i kreatywność. Takie przekonanie wyrażane jest przez wszystkie trzy analizowane grupy studentów. Równocześnie zarówno studenci studiów ekonomicznych, jak i społecznych zauważają, że drugą w hierarchii ważności predyspozycji osób przedsiębiorczych jest umiejętność podejmowania ryzyka – inaczej niż studenci studiów humanistycznych, dla których kolejną cechą po pomysłowości jest inicjatywa.

Znaczące jest również to, że takie cechy, jak potrzeba przewodzenia, czy chęć zysku przez wszystkie analizowane grupy studentów uważane są za najmniej ważne dla osoby przedsiębiorczej. Jest to szczególnie ciekawe, jeśli wziąć pod uwagę fakt,

że z tym samym poglądem zgadzają się studenci studiów ekonomicznych – dla których wydawałoby się, że te dwie cechy mogłyby mieć większe znaczenie, niż jest w rzeczywistości.

Wykres 1. Cechy charakteryzujące osobę przedsiębiorczą w opinii studentów



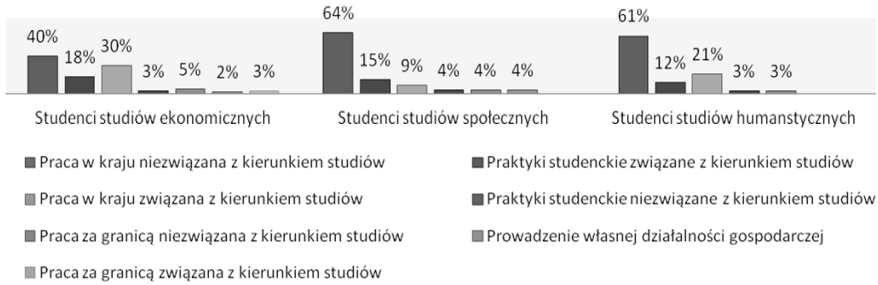
Źródło: Opracowanie własne.

Rozważając zagadnienia związane z przedsiębiorczością studentów, warto zwrócić uwagę na problematykę, zdobytego do tej pory doświadczenia zawodowego. Na podstawie przeprowadzonych badań można zauważyć wyraźne dysproporcje pomiędzy trzema analizowanymi grupami studentów w ramach zdobytego doświadczenia zawodowego. Wśród studentów studiów społecznych oraz humanistycznych wysoki procent wskazań na pytanie związane z określeniem źródeł zdobytego doświadczenia, tj. ponad 60% z tej grupy określiło swoje doświadczenia jako pracę w kraju niezwiązaną z aktualnie studiowanym kierunkiem. Nieco lepiej przedstawia się natomiast sytuacja wśród studentów studiów ekonomicznych, ponieważ co prawda odsetek studentów którzy pracowali poza studiowanym kierunkiem wynosił 40%, ale aż 30% respondentów udało się znaleźć pracę w ramach obecnego kierunku studiów (podczas gdy dla studentów studiów humanistycznych odsetek ten stanowił 21%, a dla studentów studiów społecznych jedynie 9%).

Na podobnym poziomie wśród wszystkich trzech grup studenckich kształtuje się zdobyte doświadczenie zawodowe w ramach odbycia praktyk związanych ze studiowanym kierunkiem, natomiast do najrzadziej wskazywanych odpowiedzi należały praca za granicą oraz prowadzenie własnej działalności gospodarczej. Co ciekawe, żadna z tych odpowiedzi nie została udzielona przez studentów studiów humanistycznych, co z jednej strony może mieć związek z trudnościami związanymi z rozpoczęciem własnej działalności (lub też pewnej niewiedzy, braku pomysłu na własny biznes czy też braku chęci prowadzenia własnej działalności) oraz na problemy związane z mobilnością w ramach tego rodzaju studiów. Zastanawiającym jest tutaj chociażby związek między studiowanym kierunkiem a możliwością

zrealizowania części studiów za granicą w ramach któregośkolwiek z zagranicznych programów wymiany studenckiej, na co często zwracają uwagę młodzi ludzie studujący takie kierunki, jak filologia, historia czy filozofia.

Wykres 2. Posiadane doświadczenie zawodowe studentów



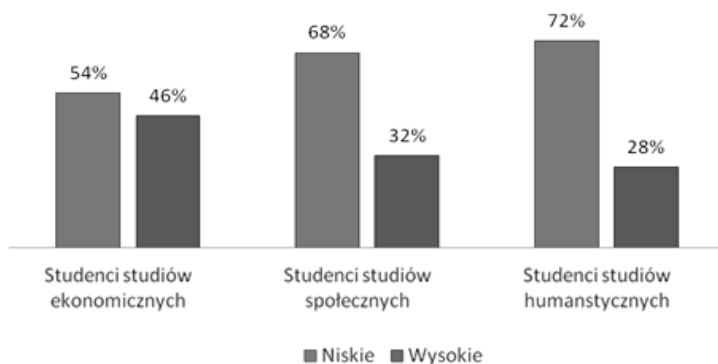
Źródło: Opracowanie własne.

Problematyka znalezienia pracy w swoim zawodzie po studiach wskazuje na dysproporcje w perspektywach studentów każdej z trzech analizowanych grup. Prawie połowa respondentów ze studiów ekonomicznych twierdziła, że po studiach stosunkowo łatwo będą w stanie znaleźć pracę (46%), podczas gdy wśród studentów studiów społecznych wynik ten wyniósł 32%, a wśród studentów studiów humanistycznych jedynie 28%. Jest to szczególnie ważne, ponieważ świadczy o pewnego rodzaju pesymizmie w ramach spojrzenia na szanse na znalezienie pracy w swoim zawodzie w relatywnie krótkim czasie po ukończeniu studiów.

Dane te w interesujący sposób korespondują z kwestią postrzegania samego siebie jako osoby przedsiębiorczej. Aż 67% studentów studiujących na kierunkach ekonomicznych uważa siebie za osoby przedsiębiorcze, natomiast wśród studentów studiujących na kierunkach społecznych takie przekonanie wyraża tylko 53% respondentów. Co ciekawe jednak, aż 60% studentów studiujących na kierunkach humanistycznych również postrzega siebie jako osoby przedsiębiorcze. Pojawia się tutaj pewna zastanawiająca sprzeczność – aż 60% studentów studiów humanistycznych uważa się za osoby przedsiębiorcze, ale tylko 28% respondentów uważa, że po studiach łatwo znajdą pracę w swoim zawodzie.

Rozważając zagadnienia związane z problematyką szans na znalezienie pracy po zakończeniu studiów, warto zastanowić się jeszcze nad zagadnieniem wewnątrz i zewnątrz sterowności studentów. Zgodnie z teorią poczucia umiejscowienia kontroli stworzonej przez Juliana Rottera, ludzie mają odmienne sposoby interpretowania pewnych zdarzeń. Niektórzy uważają, że są panami swojego losu i sami podejmują decyzje o swojej przyszłości. Tacy ludzie uważani są za wewnątrzsterownych, ponieważ ich poczucie kontroli wynika z własnych przekonań i osądów. Inni uważają, że to okoliczności i sytuacja decyduje o ich przyszłości – a więc przejawiają cechy związane z zewnątrzsterownością.

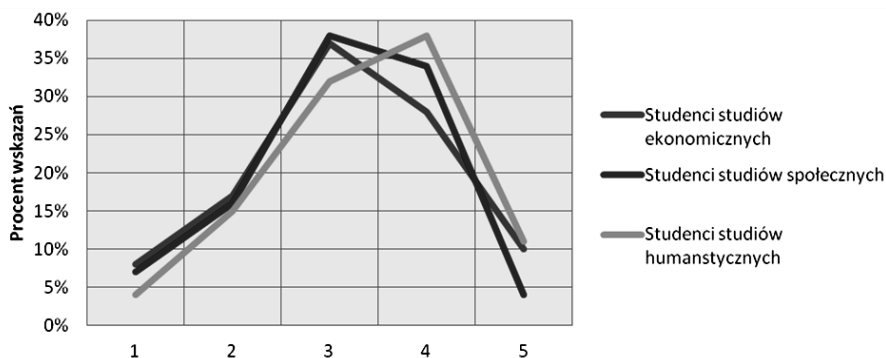
Wykres 3. Przekonanie o łatwości znalezienia pracy w swoim zawodzie po studiach



Źródło: Opracowanie własne.

Na podstawie przeprowadzonych badań, w trakcie których respondenci w skali od 1 do 5 mieli odnieść się do dwóch założeń ułożonych naprzeciwko siebie na osi poziomej („Tylko ja decyduję o tym, jak potoczy się moja kariera zawodowa” vs „O przyszłości mojej kariery zawodowej decyduje sytuacja na rynku pracy i otoczenie, w którym żyję”) zauważono bardzo interesujące wyniki. Studenci studiów ekonomicznych znacznie rzadziej twierdzili, że to okoliczności decydują o ich przyszłości – okazali się więc być nieco bardziej wewnątrzsterowni, natomiast studenci studiów społecznych oraz humanistycznych znacznie częściej zwracali się w stronę drugiego założenia, wykazując niejako postawy sugerujące większą zewnątrzsterowność.

Wykres 4. Przekonanie o wewnątrz i zewnątrz sterowności studentów



Źródło: Opracowanie własne.

Interesująco również przedstawia się kwestia udziału w różnorodnych wydarzeniach związanych z rozwijaniem własnej ścieżki kariery wśród studentów. W bardziej uprzywilejowanej sytuacji znajdują się tutaj studenci studiów ekonomicznych, ponieważ mają oni ułatwiony dostęp do takich wydarzeń, jak chociażby promowane w mediach Targi Pracy. Spośród nich aż 38% respondentów w ostatnim roku wzięło udział

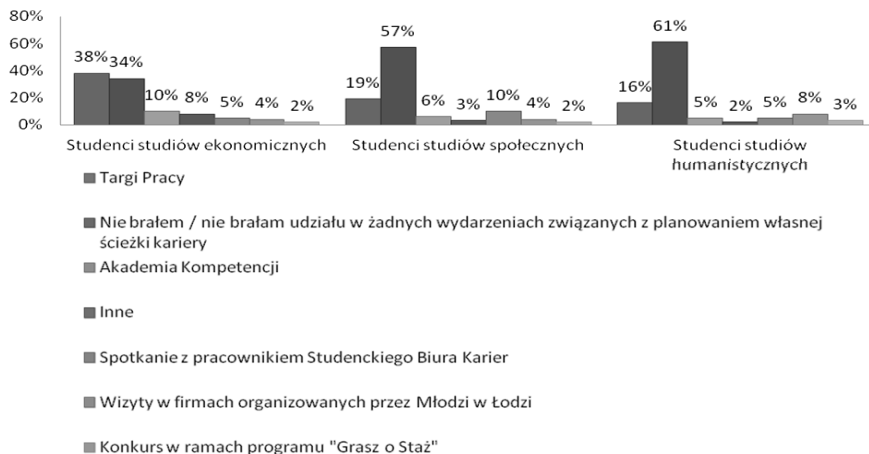
w nich udział, natomiast wśród studentów studiów społecznych odsetek ten wyniósł 19%, a wśród studentów studiów humanistycznych jedynie 16%.

Najrzadziej w odpowiedziach wśród wszystkich trzech grup studentów pojawiały się takie inicjatywy, jak spotkania z pracownikami Studenckiego Biura Karier, wizyty w firmach uczestniczących w ramach projektów „Młodzi w Łodzi” czy też Akademia Kompetencji. Jest to o tyle znaczące, że programy te w zamierzeniu mają za zadanie zwrócić uwagę młodych ludzi na problematykę odpowiedniego spojrzenia na kształtowanie własnej ścieżki kariery. Być może należy to tłumaczyć zróżnicowanym wiekiem respondentów, jako że programy te ze swojej natury mogą łatwiej trafiać do studentów ostatnich lat studiów, którzy już teraz lub wkrótce będą zmuszeni myśleć o karierze po opuszczeniu swojej *alma mater*.

Należy jednak zauważyć, że proces budowania własnej ścieżki rozwoju powinien być procesem nieustającym, w który należy zaangażować się możliwie jak najwcześniej, a nie tuż przed zakończeniem studiów. Dlatego też warto zastanowić się nad nowymi sposobami wykształcenia wśród studentów przekonania o znaczeniu umiejętności myślenia o sobie w perspektywie przyszłości.

Jednocześnie jednak bardzo istotne jest też to, że aż 57% studentów studiów społecznych oraz 61% studentów studiów humanistycznych w ogóle nie brało udziału w żadnych wydarzeniach związanych z planowaniem własnej ścieżki kariery, a wśród studentów studiów ekonomicznych wynik ten wyniósł jedynie 34%. Bardzo interesujące jest w tym momencie zagadnienie poruszane od kilku lat związane ze swoistym przeświadczeniem, że po studiach humanistycznych trudno jest znaleźć pracę. Zestawienie tej opinii z wynikami badań pozwala na zastanowienie się nad tym, czy przeświadczenie to nie znajduje swojego odbicia w znacznie mniejszym – niż wśród studentów studiów ekonomicznych – zainteresowaniem problematyką kształtowania własnej kariery zawodowej po ukończeniu studiów.

Wykres 5. Udział studentów w wydarzeniach związanych z rozwijaniem ścieżki kariery

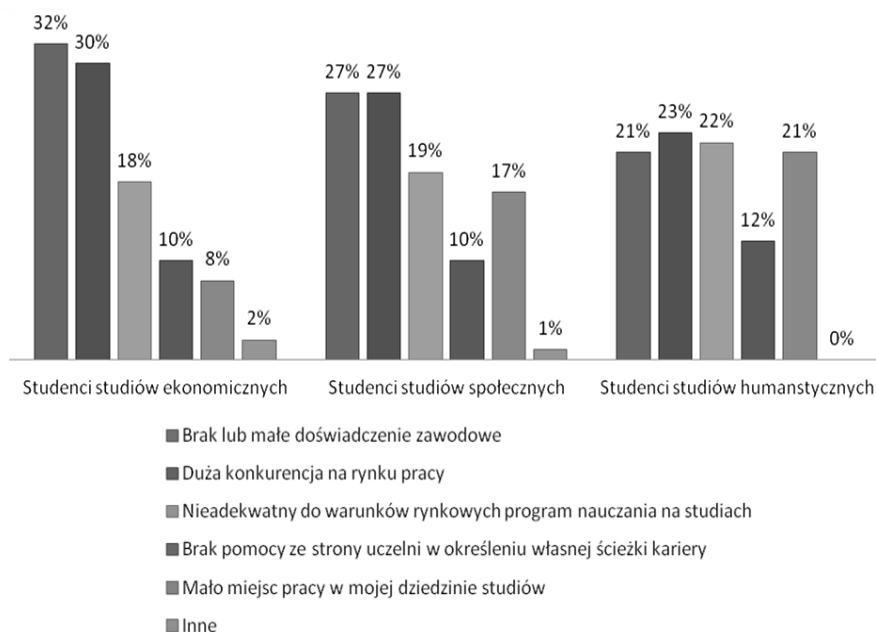


Źródło: Opracowanie własne.

Zastanawiając się nad zagadnieniami rynku pracy w perspektywie studentów warto również zwrócić uwagę na problemy, jakie widzą oni w związku z kształtowaniem własnej kariery. Studenci studiów ekonomicznych i społecznych zgodnie twierdzą, że do największych trudnień należy przede wszystkim brak lub małe doświadczenie zawodowe, następnie duża konkurencja na rynku pracy oraz dalej nieadekwatny do warunków rynkowych program zajęć realizowany na studiach.

Jednocześnie jednak studenci studiów humanistycznych wiążą te problemy głównie z małą ilością miejsc pracy po studiach w aktualnie studiowanej dziedzinie, a także zwracają nieco większą uwagę na brak pomocy ze strony uczelni w procesie określania własnej ścieżki kariery.

Wykres 6. Problemy związane z kształtowaniem własnej ścieżki kariery w opinii studentów



Źródło: Opracowanie własne.

Analizując zagadnienie postaw przedsiębiorczych oraz zainteresowania budową własnej ścieżki kariery, warto zastanowić się również nad ideą założenia własnej działalności gospodarczej. Aż 64% studentów studiów ekonomicznych rozważa pomysł założenia własnej firmy w przyszłości, jednakże tylko 46% z nich ma już pomysł, jaka miałyby to być działalność. Wśród studentów studiów społecznych chęć założenia własnej firmy wyraża 57% respondentów, natomiast aż 55% z nich wie już, jaki profil działalności chcieliby realizować. Równocześnie jednak wśród studentów studiów humanistycznych 42% respondentów, co jest zrozumiałe, rozważa chęć założenia własnej firmy (również rozumianej jako działalność typu freelancer), a tylko 42% z nich ma już pomysł na to, jaką działalność chcieliby podjąć.

5. Podsumowanie

Z zaprezentowanych wyników badań wynika, iż większość studentów, niezależnie od przyjętego kryterium podziału badanej zbiorowości, uważa się za osoby przedsiębiorcze, które charakteryzują się głównie umiejętnościami podejmowania ryzyka, pomysłowością oraz kreatywnością i inicjatywą. Z drugiej strony około 40% z badanej populacji podczas studiowania nie pracowała do tej pory w obszarach związanych z ich profilem wykształcenia. Czy zatem można mówić o braku wśród studentów pierwiastka przedsiębiorczości, który ma za zadanie dynamizować działania jednostki? Wydaje się, że nie, gdyż w kontekście uzyskanych rezultatów wyłania się obraz młodego człowieka, który chciałby pracować i rozważyć otwarcie własnej działalności gospodarczej. Jednakże nieustannie napotyka na bariery, które uniemożliwiają realizację zamierzeń. Główny problem stanowi brak pomysłu i przede wszystkim niechęć do budowania swojej ścieżki kariery już po rozpoczęciu studiów na danym kierunku. Wymienione czynniki powodują, iż młodzi ludzie rzadko dostrzegają w otoczeniu potencjalne szanse na stworzenie własnego przedsiębiorstwa, gdyż nie chcą ich sami weryfikować, a co za tym idzie, ich cele i plany nie są przez nikogo sprawdzane.

W konsekwencji powoduje to brak powstawania nowych miejsc pracy, a także ograniczenie swoistego rodzaju innowacyjności studentów.

Reasumując należy stwierdzić, iż jednym z głównych zadań uczelni (ale dotyczy to również innych podmiotów rynkowych) powinno być wspieranie przedsiębiorczości w taki sposób, aby zachęcić młodego człowieka do wykorzystania pojawiających się szans rynkowych, a w konsekwencji do tworzenia własnych przedsięwzięć. Niezbędne jest w takich przypadkach tworzenie swoistego rodzaju klimatu przedsiębiorczości w otoczeniu rynkowym – nie tylko regionalnie, ale również lokalnie – co przyczynić powinno się do efektywniejszego działania jednostki.

Bibliografia

- Chaiken S., C. Stangor, *Attitudes and Attitude Change*, "Annual Review of Psychology" 1987, vol. 38, [za:] *Psychologia. Podręcznik akademicki*, t. 2, red. J. Strelau, D. Doliński, GWP, Gdańsk 2008.
- Guliński J., K. Zasiadły, *Innowacyjna przedsiębiorczość akademicka – światowe doświadczenia*, PARP, Warszawa 2005, https://www.parp.gov.pl/files/74/81/105/przed_akademicka.pdf.
- Krajewski K., J. Śliwa, *Lokalna przedsiębiorczość w Polsce. Uwarunkowania rozwoju*, Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania UW, Warszawa 2004.
- Krajewski K., *Przedsiębiorczość i integracja*, „Decydent” 2002, nr 6/34.
- Mądrzycki T., *Psychologiczne prawidłowości kształtowania się postaw* [w:] *Psychologia. Podręcznik akademicki*, t. 2, red. J. Strelau, D. Doliński, GWP, Gdańsk 2008.
- Psychologia. Podręcznik akademicki*, t. 2, red. J. Strelau, D. Doliński, GWP, Gdańsk 2008.

Robbins S.P., *Zachowania w organizacji*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2004.

Tarnawa A., D. Weclawska, P. Zbierowski, M. Bratnicki, *Raport z badania Global Entrepreneurship Monitor – Polska 2012*, PARP, Warszawa 2013, <http://www.parp.gov.pl/files/74/81/626/17976.pdf>.

Wojciszke B., *Psychologia społeczna*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2011.

<http://www.mpips.gov.pl/aktualnosci-wszystkie/zatrudnienie-i-przeciwdzialanie-bezrobociu/art,6657,spadek-bezrobocia-w-marcu.html>.