

Monika Kukawska, Robert Kowalewski

Studenckie Koło Naukowe Przedsiębiorczości
Wydział Wychowania Fizycznego i Sportu w Białej Podlaskiej
- opiekun naukowy dr Małgorzata Skiert

CECHY DOBREGO PRZEDSIĘBIORCY W OPINII STUDENTÓW WYDZIAŁU WYCHOWANIA FIZYCZNEGO I SPORTU W BIAŁEJ PODLASKIEJ

Streszczenie

Problematyka opracowania dotyczy przedsiębiorczości, rozumianej jako skłonność do podejmowania samodzielnych inicjatyw gospodarczych. Zakładanie własnych firm staje się współcześnie dla młodych ludzi coraz atrakcyjniejszą formą realizacji kariery zawodowej, stanowiąc alternatywę dla pracy najemnej, chroniąc ich też niejednokrotnie przed bezrobociem.

Celem pracy było poznanie opinii studentów Wydziału Wychowania Fizycznego i Sportu w Białej Podlaskiej na temat cech jakie powinien posiadać dobry przedsiębiorca. Podjęto też próbę oceny- jak studenci widzą siebie w roli osób prowadzących własne firmy. Jest to zagadnienie bardzo ważne i aktualne, szczególnie teraz kiedy tak wiele młodych ludzi po studiach nie może znaleźć pracy.

Badania zrealizowano w marcu 2013 roku, przy wykorzystaniu metody sondażu diagnostycznego, techniką ankiety audytoryjnej. Objęto nimi łącznie 120 studentów I roku studiów stacjonarnych II stopnia na kierunkach wychowanie fizyczne oraz turystyka i rekreacja

Wyniki badań pokazały, że studenci dobrego przedsiębiorcę postrzegają przede wszystkim jako osobę praktyczną, pewną siebie, inteligentną, stabilną emocjonalnie, a także otwartą. Dwie trzecie badanych stwierdziło, że sami mogliby się sprawdzić w roli przedsiębiorców. Ankietowani w większości uważali się za osoby asertywne, zaś dominujące cechy ich osobowości, to uczuciowość i otwartość.

Wstęp

Młodzi ludzie kończąc studia muszą podjąć decyzję, co chcą robić w życiu, jaką wybrać drogę zawodową. Coraz atrakcyjniejszą formą realizacji kariery staje się dla nich zakładanie własnych firm. Prowadzenie działalności gospodarczej

na własny rachunek stanowi alternatywę w stosunku do pracy najemnej, dając też niejednokrotnie absolwentom możliwość uniknięcia grożącego im bezrobocia (Tranda 2005; Szklarek 2005).

Zgodnie z przepisami polskiego prawa gospodarczego za działalność gospodarczą uznaje się zarobkową działalność wytwórczą, budowlaną, handlową, bądź usługową wykonywaną w sposób zorganizowany i ciągły. Działalność tego typu obejmuje również poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopalin ze złóż. Osoba wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą, nazywana jest przedsiębiorcą. Może nim być zarówno osoba fizyczna, jak i osoba prawna, bądź jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej (Ustawa o swobodzie działalności gospodarczej 2004).

W literaturze przedmiotu odnaleźć można szereg interpretacji pojęcia przedsiębiorcy, jak również wiele opinii odnoszących się do cech, jakie powinien posiadać przedsiębiorca. Bławat uważa, że przedsiębiorca to osoba, która dostarcza firmie odpowiedni kapitał, podejmuje konkretne dobre dla jej interesu decyzje, dba o firmę, o jej sprawne i właściwe działanie. Autor podaje również, iż taka osoba powinna być energiczna, skłonna do podejmowania różnego typu inicjatyw, dbająca o korzystne nawiązywanie kontaktów biznesowych. Przedsiębiorca powinien być odważny, musi również akceptować ryzyko, lecz jednocześnie nie narażać swojego przedsiębiorstwa (Bednarczyk 2000).

Bławat (za: Bednarczyk 2000) uważa ponadto, że przedsiębiorca poświęcając prowadzonej przez siebie firmie swój czas i wysiłek, oczekuje satysfakcji osobistej z prowadzonej działalności. Zostać przedsiębiorcą jest łatwo, lecz utrzymać przedsiębiorstwo, które będzie dobrze funkcjonowało i przyniesie właścicielowi satysfakcję jest niezwykle trudno, zwłaszcza w dzisiejszych realiach ekonomicznych. Autor podkreśla również, iż stworzenie własnego przedsiębiorstwa jest to długotrwały proces, który wymaga od przedsiębiorcy odpowiednich kwalifikacji, zaangażowania, odpowiedniego temperamentu oraz właściwych cech osobowości.

Drucker (za: Bednarczyk 2010) uważa, że przedsiębiorcą powinna być osoba, która nie poprzestaje na zdobytych dotychczas osiągnięciach, która nieustająco rozwija swoje umiejętności, uelastycznia i poszerza granice firmy. Działa i podejmuje takie decyzje, które są najkorzystniejsze dla własnego przedsiębiorstwa. Autor podaje, iż „przedsiębiorca zawsze poszukuje zmiany, reaguje na nią i wykorzystuje ją, jako okazję”.

Studenci kończąc naukę w uczelni często nie do końca wiedzą, czym jest przedsiębiorstwo, jakie są zasady prowadzenia firmy i jakie są procedury związane z jej założeniem. Wiele osób nie ma pewności, czy byłoby w stanie stworzyć i poprowadzić własne przedsięwzięcie gospodarcze. Młody człowiek zastanawia się, czy jest w stanie z tak małym doświadczeniem spełnić się w roli poważnego przedsiębiorcy.

Celem badań, których wyniki zaprezentowano w niniejszej pracy, było poznanie opinii studentów Wydziału Wychowania Fizycznego i Sportu w Białej Podlaskiej na temat cech, jakie powinien posiadać dobry przedsiębiorca. W badaniach podjęto również próbę ustalenia, jak studenci widzą siebie w roli osób prowadzących własne firmy.

Material i metody

Badania zrealizowano w marcu 2013 roku. Przeprowadzono je wśród studentów pierwszego roku stacjonarnych studiów magisterskich na kierunkach turystyka i rekreacja oraz wychowanie fizyczne AWF Warszawa WWFiS w Białej Podlaskiej. W badaniach zastosowano metodę sondażu diagnostycznego z techniką ankiety.

Grupa badanych liczyła 120 osób, z czego 66 osób reprezentowało kierunek turystyka i rekreacja, a 54 osoby kierunek wychowanie fizyczne. Wśród respondentów większość stanowiły kobiety (65%).

Realizując główny cel badań, opierając się na opiniach studentów, poszukiwano odpowiedzi na następujące pytania badawcze:

1. Jakie cechy zdaniem badanych powinna posiadać osoba kierująca własnym przedsiębiorstwem?
2. Jak ankietowani oceniają swoje predyspozycje do prowadzenia własnego biznesu?
3. Czy respondenci zamierzają w przyszłości podjąć samodzielną działalność gospodarczą?

Wyniki

W świetle literatury ekonomicznej, człowieka przedsiębiorczego charakteryzują określone cechy, które tworzą tzw. potencjał przedsiębiorczy jednostki. Obejmują one zarówno określone zdolności (wrodzone i nabyte), jak również posiadane umiejętności (Tyrańska 2007).

Respondenci w badaniu ankietowym mieli możliwość określenia cech, jakimi ich zdaniem powinna dysponować osoba prowadząca własną firmę. Pytanie ankietowe dotyczące tego zagadnienia miało charakter półotwarty. Podano w nim respondentom listę możliwych odpowiedzi, ułożoną w dwie grupy cech przeciwstawnych (każda z grup zawierała 16 elementów). Pytanie zakończone było odpowiedzią inne, w ramach której ankietowani mogli wskazać cechy, ich zdaniem istotne dla przedsiębiorcy, a nie podane w kafeterii. Odpowiedzi podane przez badanych zawarto w tabeli 1.

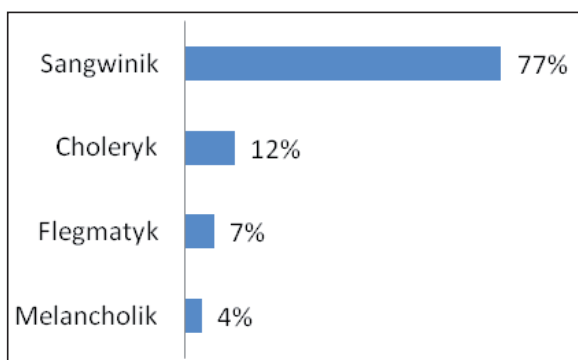
Tab. 1. Cechy dobrego przedsiębiorcy w opinii badanych (%)

Oceniane cechy	Odsetek badanych	Oceniane cechy	Odsetek badanych
Skrytość	0	Otwartość	48
Niska inteligencja	0	Wysoka inteligencja	72
Uczuciowość	14	Stabilność emocjonalna	26
Uległość	1	Władczość	23
Powaga	22	Beztroska	0
Oportunizm	4	Sumiennosc	51
Lękliwość	0	Brawura	1
Oschłość	0	Wrażliwość	2
Praktyczność	45	Wyobraźnia	42
Prostolinijność	2	Spryt	38
Pewność siebie	64	Nieśmiałość	2
Konserwatyzm	11	Nowatorstwo	35
Zależność od grupy	1	Samowystarczalność	14
Impulsywność	2	Powściągliwość	2
Swoboda	14	Napięcie	0
Ufność	7	Podęjrliwość	4

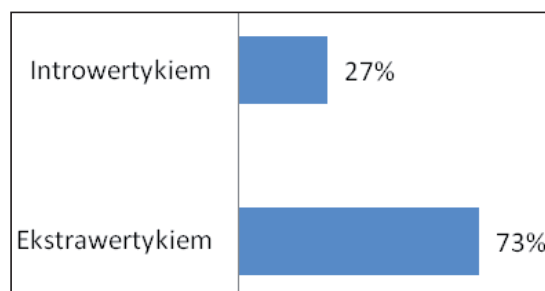
Studenci stwierdzili, iż przedsiębiorca powinien być przede wszystkim osobą o wysokiej inteligencji, aż 72% badanej grupy wskazało na tę cechę. Respondenci uważali również, że istotnymi cechami są pewność siebie (64%) oraz sumiennosc (51%). Ankietowani w dużym odsetku wskazali również na dwie przeciwstawne cechy: praktyczność (45%) i wyobraźnię (42%), jako niezbędne dla przedsiębiorcy. Spryt był cechą, na którą wskazało 38% badanej grupy. Nieco mniej ankietowanych, (35%) podało nowatorstwo, jako cechę, w którą powinien być wyposażony przedsiębiorca. Żaden z pytanych nie zaznaczył odpowiedzi takich jak napięcie, beztroska, skrytość, oschłość, czy niska inteligencja. Rzadko zaznaczanymi cechami były uległość, brawura, powściągliwość, nieśmiałość oraz prostolinijność (w granicach od 1 do 2%).

Respondenci mieli również możliwość oceny typu temperamentu, jaki powinien prezentować dobry przedsiębiorca (sangwinik, choleryk, flegmatyk, melancholik) oraz typu postawy (introwertyk, ekstrawertyk).

Wyniki badań pokazały, że studenci w zdecydowanej większości (77%) uznali sangwinika za typ temperamentu najodpowiedniejszy dla osoby prowadzącej własny biznes (ryc. 1). Dobry przedsiębiorca powinien ponadto być według ankietowanych ekstrawertykiem. Taką odpowiedź wskazało aż 73% ankietowanych (ryc. 2).



Ryc. 1. Typy temperamentu dobrego przedsiębiorcy w opinii badanych



Ryc. 2. Pożądaný typ postawy przedsiębiorcy w opinii badanych

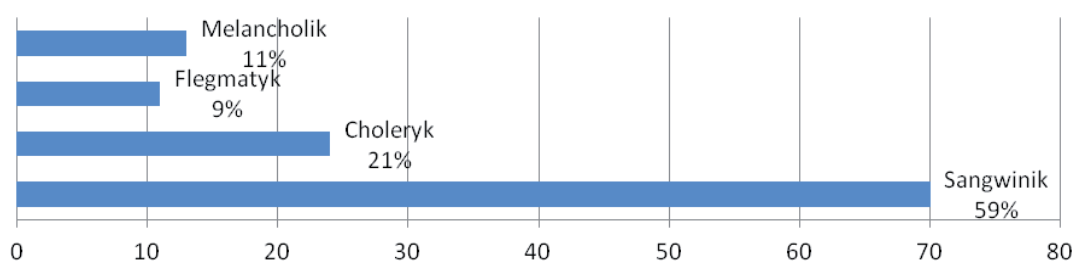
Objęci badaniem studenci zostali poproszeni o dokonanie ocen własnych predyspozycji do prowadzenia biznesu, poprzez określenie cech swojej osobowości oraz typu prezentowanego temperamentu. Tabela 2 pokazuje cechy studentów w ich samoocenie.

Tab. 2. Cechy badanych w ich samoocenie (%)

Oceniane cechy	Odsetek badanych	Oceniane cechy	Odsetek badanych
Skrytość	11	Otwartość	31
Niska inteligencja	0	Wysoka inteligencja	20
Uczuciowość	34	Stabilność emocjonalna	3
Uległość	3	Władczość	4
Powaga	5	Beztroska	3
Oportunizm	5	Sumienność	24
Lękliwość	1	Brawura	0
Oschłość	0	Wrażliwość	17
Praktyczność	13	Wyobraźnia	13
Prostolinijność	4	Spryt	20
Pewność siebie	16	Nieśmiałość	12
Konserwatyzm	3	Nowatorstwo	2
Zależność od grupy	0	Samowystarczalność	14
Impulsywność	20	Powściągliwość	0
Swoboda	8	Napięcie	2
Ufność	6	Podęjrliwość	2

Zamieszczone dane pokazują, iż najwięcej studentów, jako swoją cechę zaznaczyło uczuciowość (34%) oraz otwartość (31%). Najrzadziej zaznaczanymi odpowiedziami były lęklivość (1%), napięcie (2%) oraz podejrzliwość (2%). Nikt nie zaznaczył odpowiedzi niska inteligencja, oschłość, zależność od grupy, brawura oraz powściągliwość. Respondenci mieli możliwość dodania własnych cech, które nie zostały zamieszczone w kwestionariuszu. Podali następujące cechy – upór (1%), skromność (1%) oraz empatia (1%).

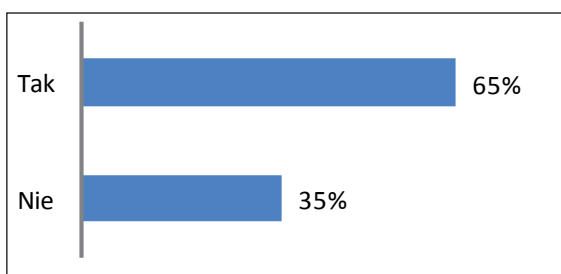
Ankietowani w ponad połowie (59%) uznali siebie za sangwiników. Co piąty z respondentów deklarował, że jest cholerykiem. Średnio co dziesiąty uznał się za melancholika, bądź flegmatyka (ryc. 3).



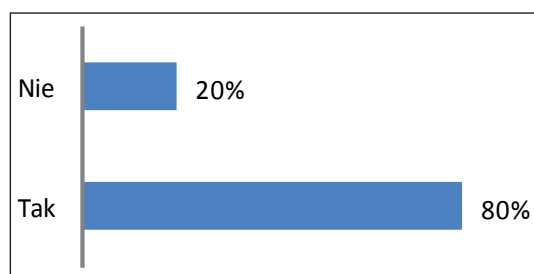
Ryc. 3. Typy temperamentu badanych w ich samoocenie

Istotną cechą z punktu widzenia przedsiębiorczości jest asertywność. Respondenci zapytani o to, czy uważają siebie za osobę asertywną, w zdecydowanej większości odpowiedzieli twierdząco (ryc. 4).

W kolejnym pytaniu ankietowani mieli za zadanie odpowiedzieć, czy uważają, że sprawdziliby się w roli przedsiębiorców. Większość respondentów odpowiedziała twierdząco, choć aż, co trzeci z respondentów nie widział siebie w tej roli (ryc. 5).



Ryc. 4. Asertywność badanych w ich samoocenie



Ryc. 5. Osoby, które uważają, że się sprawdzą w roli przedsiębiorcy

Istotną częścią zrealizowanych badań było ustalenie, czy ankietowani studenci mają zamiar w przyszłości podjąć działalność gospodarczą. Wyniki w tym zakresie pokazały, że jedynie 37% respondentów ma w przyszłości taki zamiar (ryc. 6).



Ryc. 6. Odsetek badanych, którzy mają zamiar w przyszłości podjąć działalność gospodarczą

Wnioski

Poszukując odpowiedzi na pytanie, jakie cechy według studentów Wydziału Wychowania Fizycznego i Sportu w Białej Podlaskiej powinien posiadać dobry przedsiębiorca oraz czy badani widzą siebie w roli osób prowadzących własne firmy, ustalono co następuje:

1. Badani stwierdzili, że dobry przedsiębiorca powinien cechować się przede wszystkim wysoką inteligencją, pewnością siebie, sumiennością oraz praktycznością, choć nie powinno mu też zabraknąć wyobraźni.
2. Respondenci uznali, że dla przedsiębiorcy właściwym typem temperamentu jest sangwinik, a prezentowana postawa powinna mieć charakter ekstrawertyczny.
3. Badani dokonując samooceny swojego charakteru, odnaleźli niewiele cech zbieżnych z cechami przypisywanymi dobremu przedsiębiorcy. Studenci postrzegają siebie przede wszystkim jako osoby uczuciowe i otwarte.
4. Ankietowani widzą siebie w większości jako sangwiników, co z kolei jest zbieżne z ich ocenami dotyczącymi typu temperamentu, jaki powinien prezentować przedsiębiorca.
5. Studenci postrzegają siebie jako osoby asertywne, mające w większości przekonanie iż sprawdziliby się w roli przedsiębiorców
6. Badani studenci w sporej grupie wykazują zainteresowanie pracą na własny rachunek. Wielu z nich ma zamiar po ukończeniu studiów prowadzić własny biznes.

Piśmiennictwo

1. Bednarczyk M. (2010), Ku przyszłości polskiej turystyki – potencjał konkurencyjności sektora turystycznego. *Oeconomia* 9(4), 49-60.
2. Bednarczyk M. (2000), Przedsiębiorczość w turystyce, *CeDeWu.pl*, 33-34.
3. Ustawa z dnia 2 lipca 2004 roku o swobodzie działalności gospodarczej (2004) Dz.U. Nr 173 , poz. 1807, z późn. zm.

4. Szklarek R. (2005), Systemowe ramy innowacyjności i przedsiębiorczości w kształceniu akademickim. W: R. Pęczkowski (red.), Polski system edukacji po reformie 1999 roku. Dom Wydawniczy Elipsa, Poznań-Warszawa, 122-127.
5. Tyrańska M. (2007), Kapitał ludzki jako determinanta rozwoju przedsiębiorczości organizacji. Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie, 753, 177-195.
6. Tranda H. (2005), Edukacja a bezrobocie. R. Pęczkowski (red.), Polski system edukacji po reformie 1999 roku. Fundacja Edukacja XXI wieku, Poznań – Warszawa, 76-81.

Ilość znaków ze spacjami: 13 646