



Czy przedsiębiorczy skuteczniej uczą przedsiębiorczości?

STRESZCZENIE

CEL NAUKOWY: Celem artykułu jest próba odpowiedzi na pytanie, na ile osobnicze cechy nauczyciela akademickiego i jego praktyczne doświadczenie w działalności gospodarczej są istotne w odbiorze treści programowych związanych z przedsiębiorczością i w jakim stopniu są w stanie wpłynąć na inicjację i rozwój postaw przedsiębiorczych wśród studentów.

PROBLEM I METODY BADAWCZE: Artykuł przedstawia wyniki pilotażowego badania ankietowego studentów kierunków ekonomicznych dotyczące postrzegania pożądanego zestawu kompetencji i cech osobowości nauczycieli przedsiębiorczości oraz stopnia ich zbieżności z cechami przedsiębiorcy.

PROCES WYWODU: Artykuł rozpoczyna krytyczny przegląd dyskusji naukowej na temat nauczania przedsiębiorczości, w tym metod nauczania, kompetencji i cech osobowości nauczycieli przedsiębiorczości. Następnie omówiono wyniki własnych ilościowych badań empirycznych dotyczących wpływu nauczania, w tym osobowości i doświadczenia biznesowego nauczyciela akademickiego, na rozwój postaw przedsiębiorczych wśród studentów studiów ekonomicznych.

WYNIKI ANALIZY NAUKOWEJ: Doświadczenie w biznesie połączone z kreatywnością i umiejętnościami komunikacyjnymi to najważniejsze cechy skutecznego nauczyciela przedsiębiorczości.

WNIOSKI, INNOWACJE, REKOMENDACJE: Skuteczne nauczanie przedsiębiorczości wymaga od nauczyciela doświadczenia na temat prowadzenia biznesu oraz odpowiedniego nastawienia do słuchaczy i procesu nauczania. Niezbędna jest otwartość i interaktywne prowadzenie zajęć, z dużą dozą pomysłowości i poczucia humoru, angażującego grupę do współpracy i poznawania treści zajęć.

→ **SŁOWA KLUCZOWE:** **KOMPETENCJE NAUCZYCIELA PRZEDSIĘBIORCZOŚCI, CECHY OSOBOWOŚCI NAUCZYCIELA PRZEDSIĘBIORCZOŚCI, NAUCZANIE PRZEDSIĘBIORCZOŚCI, PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ**

ABSTRACT

Do Entrepreneurs Teach Entrepreneurship More Effectively?

RESEARCH OBJECTIVE: The aim of the article is to answer the question to what extent the individual features of an academic teacher and his practical business experience are important in the reception of program content related to entrepreneurship and to what extent they are able to influence the initiation and development of entrepreneurial attitudes among students.

THE RESEARCH PROBLEM AND METHODS: The article presents the results of a pilot survey of economic students on the perception of the desired set of competences and personality traits of entrepreneurship teachers and the degree of their convergence with the entrepreneur's characteristics.

THE PROCESS OF ARGUMENTATION: Article begins a critical review of the scientific discussion on entrepreneurship education, including teaching methods, competencies and personality traits of entrepreneurship teachers. Next, the results of own quantitative empirical studies on the impact of teaching, including the personality and business experience of the academic teacher on the development of entrepreneurial attitudes among students of economic studies, were discussed.

RESEARCH RESULTS: Business experience combined with creativity and communication skills are the key features of an effective teacher of entrepreneurship.

CONCLUSIONS, INNOVATIONS, AND RECOMMENDATIONS: Effective entrepreneurship education requires the teacher to be experienced how to run a business and the right attitude towards the audience and teaching process. Openness and interactive conduct of classes are necessary, with a lot of ingenuity and sense of humor, engaging the group to cooperate and learn.

→ **KEYWORDS:** **COMPETENCES OF ENTREPRENEURSHIP TEACHER, PERSONALITY TRAITS OF ENTREPRENEURSHIP TEACHER, ENTREPRENEURSHIP EDUCATION, ENTREPRENEURSHIP**

Wstęp

Dyskusja dotycząca wpływu nauczania na rozwój przedsiębiorczości jest wciąż otwarta (Wach, 2013 i 2014; Ziolo, 2012; Peterman i Kennedy, 2003). O ile jesteśmy w stanie stwierdzić, że treść i sposób nauczania kształtują postawy przedsiębiorcze, o tyle wciąż nie wiemy, w jakim stopniu są one formowane przez system nauczania.

Pomimo wielu badań wciąż też nie potrafimy udzielić jednoznacznej odpowiedzi na pytanie, kto i jak powinien nauczać przedsiębiorczości, aby wzmocnić kielkujące pomysły na własny biznes lub zainspirować do myślenia o takim przedsięwzięciu. Stosunkowo najmniej zbadany obszar dotyczy osobniczych cech i doświadczeń nauczyciela oraz ich wpływu na rozbudzanie i rozwój przedsiębiorczości wśród studentów i słuchaczy.

Artykuł jest głosem w dyskusji w tym obszarze i poszukuje odpowiedzi na pytanie – czy trzeba być przedsiębiorczym, aby skutecznie nauczać przedsiębiorczości? Poprzez skuteczność nauczania przedsiębiorczości rozumie się nie tyle wzrost wiedzy dotyczącej nauczanego obszaru, ile pojawienie się, konkretyzację pomysłu na własny biznes.

Udzielenie odpowiedzi na tak postawione pytanie jest jedynie z pozoru dość proste. Intuicyjnie chciałoby się rzec: tak, przedsiębiorczy lepiej nauczają przedsiębiorczości, ale czy rzeczywiście szewcy chodzą w najlepszych butach? Nauczanie nawet tak trudnego i praktycznego obszaru, jakim są zagadnienia związane z przedsiębiorczością, wymaga zestawu umiejętności i kompetencji dydaktycznych, a te nie są przecież istotą postawy przedsiębiorczej.

W celu zbadania, czym powinien cechować się skuteczny nauczyciel przedsiębiorczości (zarówno w zakresie kompetencji, jak i osobowości), przeprowadzono pilotażowe badania ankietowe (na próbie 189 studentów i słuchaczy) i FGI (dwie grupy: studenci – 16 osób i słuchacze studiów podyplomowych – 14 osób) na Uniwersytecie Ekonomicznym w Poznaniu.

Artykuł rozpoczyna opis debaty akademickiej na temat wpływu badania na przedsiębiorczość oraz kompetencji dydaktycznych, które sprzyjają jej rozwojowi. Następną część to analiza wyników własnych badań empirycznych dotycząca zagadnień poruszanych w części teoretycznej. Całość kończą konkluzje zawierające refleksje na temat wzorcowego zestawu kompetencji i cech osobowości nauczyciela przedsiębiorczości.

Kontrowersje wokół badania wpływu nauczania na przedsiębiorczość

Działalność przedsiębiorców generuje korzyści ekonomiczne i społeczne; tworzy miejsca pracy, przyczynia się do wzrostu PKB i powstawania innowacji (Van Praag, 1999; Van Praag i Versloot, 2007; Pittaway i Cope, 2007; Wach, 2013; Ziolo, 2007). O ile trudno jednoznacznie wskazać, że wykształcenie przyczynia się do zwiększenia sukcesu gospodarczego przedsiębiorców, to można zaryzykować stwierdzenie, że wiedza o zakładaniu i prowadzeniu działalności gospodarczej zwiększa jego prawdopodobieństwo. Założenie, że odpowiednia wiedza prowadzi do rozwoju przedsiębiorczości, uzasadnia inwestycje w edukację w tym obszarze, stanowiąc jednocześnie jeden z istotnych celów polityki edukacyjnej państw i regionów. Wpływ kształcenia ogólnego mierzonego w latach kształcenia na wyniki gospodarcze uzyskiwane przez przedsiębiorców został jednak zarówno empirycznie potwierdzony (Van der Sluis i Van Praag, 2007), jak i znegowany (Oosterbeek, Van Praag i Ijsselstein, 2010).

Z czego zatem wynikają tak rozbieżne wyniki badań? Przyczyn jest co najmniej kilka. Pierwsza, i moim zdaniem najważniejsza, leży w różnym pojmowaniu przedsiębiorczości. Jej rozumienie ma zasadnicze znaczenie dla obszarów późniejszego badania i wyciąganych na tej podstawie wniosków. Nie oceniając innych ujęć przedsiębiorczości, przywołam tutaj jej rozumienie podane przez Shane'a i Venkataraman (2007). Według tych autorów przedsiębiorczość to jednoczesna umiejętność:

- dostrzegania/ wykrywania możliwości biznesowych,
- prawidłowej oceny wartości odkrytych możliwości,
- wykorzystania możliwości biznesowych pojawiających się w otoczeniu.

Tak ujęta przedsiębiorczość pozwala na eksplorację wpływu nauczania na wzrost umiejętności w tych trzech obszarach (choć wątków badawczych dotyczących badania nauczania przedsiębiorczości jest znacznie więcej, patrz np. Wach, 2016; Van Der Sluis, Van Praag i Vijverberg, 2008; Neck i Greene, 2011; Daszkiewicz, 2014). Podstawową trudnością w pomiarze tego wpływu jest dobór odpowiednich narzędzi badawczych. Do rozstrzygnięcia pozostaje też kwestia, czy badamy percepcję/ opinie studentów, słuchaczy, przedsiębiorców, czy też np. pokazujemy poziom dochodów przedsiębiorców, będących absolwentami różnych szkół biznesu i na tej podstawie oceniamy wartość programów tych instytucji. Każde z tych przykładowych podejść, obok zalet, ma mankamenty, a te ostatnie każą przyjmować ich wyniki i wnioski z należytą, proporcjonalną do tych ułomności, ostrożnością. Badania opinii, choć wciąż stanowią popularną metodę poznania, nie gwarantują też zbieżności z faktycznymi postawami i działaniami. Ocena wartości programów przedsiębiorczości nie może również abstrahować od instytucjonalnych, politycznych i gospodarczych uwarunkowań otoczenia (Vesper i Gartner, 1997; Kirby, 2004). Kolejnym problemem badawczym jest przyjęcie miar przedsiębiorczości. Czy powinno nią być np. osiąganie określonych poziomów dochodu w ramach prowadzonej działalności, czy też sam fakt prowadzenia biznesu lub liczba utworzonych miejsc pracy?

Kolejnym pytaniem, na które równie trudno znaleźć przekonującą odpowiedź, jest to, czy nauczanie przedsiębiorczości wykształca i rozwija cechy przedsiębiorcze u uczniów/ studentów. W debacie o genezie tzw. cech przedsiębiorcy wyraźnie widać dwa, choć zróżnicowane liczebnie, obozy. Większość badaczy jest zdania, że cechy mogą być wykształcone i nie zależą od genetycznych cech osobniczych, tzw. daru czy genu przedsiębiorczości (Peterman i Kennedy, 2003; Garavan i O'Kinneide, 1994; Oosterbeek, Van Praag i Ijsselstein, 2010). W opozycji do tego stwierdzenia plasują się badacze, którzy kwestionują założenie o tym, że nauczanie przedsiębiorczości może wykształcić postawy przedsiębiorcze, co – idąc dalej – podważa sens jej nauczania (Henry, Hill i Leitch, 2005). Nie chodzi przy tym o zaniechanie uczenia przedmiotów ekonomicznych, ale o tworzenie specjalnych programów czy nawet szkół poświęconych nauczaniu przedsiębiorczości.

Niezależnie jednak od poszukiwania odpowiedzi na pytanie, czy gen przedsiębiorczości istnieje, zdecydowanie ważniejszą kwestią do rozstrzygnięcia pozostaje, na ile nauczanie może zmodyfikować (rozwinąć lub też zahamować) skłonność jednostki do podejmowania gospodarczych wyzwań w postaci samozatrudnienia i zakładania przedsiębiorstwa.

Ciekawie w tym kontekście jawią się wyniki badań Oosterbeeka, van Praaga i Ijsselsteina (2010) porównujących poziom postaw przedsiębiorczych wśród studentów objętych programem nauczania przedsiębiorczości z analogicznymi postawami studentów, którzy nie ukończyli takiego programu. Okazało się, że program nie osiągnął

zamierzonego efektu w postaci wzrostu postaw przedsiębiorczych wśród studentów objętych kursem. Nie tylko nie różniły się one od postaw studentów z grupy referencyjnej, ale też odnotowano spadek skłonności do podejmowania własnej działalności gospodarczej. Studenci ogólnie pozytywnie ocenili sam kurs, choć jego efektem był bardziej realistyczny, zdecydowanie ostrożniejszy osąd własnych możliwości dotyczących samozatrudnienia. Do możliwych przyczyn porażki autorzy zaliczyli obowiązkowy udział w zajęciach, nieadekwatną do wysiłku liczbę uzyskiwanych punktów ECTS oraz duże (10-osobowe grupy), które mogły utrudniać interakcję. Szczęśliwie dla naukowego obiektywizmu artykułu autorzy wyrazili też wątpliwość, czy aby program był interesujący i przydatny i czy studenci zwyczajnie lubili uczestniczyć w tych zajęciach (takich pytań nie przewidywał kwestionariusz ankiety, jaki zastosowano).

Debata wokół metod nauczania przedsiębiorczości i zestawu kompetencji pedagogicznych

Przytoczone wyżej wyniki badań prowokują co najmniej dwa pytania:

1. Jak nauczać przedsiębiorczości, żeby nie tylko skutkowała wzrostem postaw przedsiębiorczych, ale też przyczyniała się do osiągania sukcesów gospodarczych przedsiębiorstw założonych przez absolwentów tych programów?
2. Jakie cechy, kompetencje powinien posiadać nauczyciel przedmiotów wpisanych w program kursu przedsiębiorczości, aby zapewnić jego sukces (gdzie miarami są kwestie poruszone w pytaniu 1)?

Studia badające pedagogikę w edukacji przedsiębiorczości są szeroko zakrojone, ale – jak w wielu kwestiach związanych z przedsiębiorczością, nie ma zgody co do rankingu skuteczności metod nauczania (patrz np. Von Graevenitz, Harhoff i Weber, 2010; Solomon, 2007; Matlay, 2008; Kuratko, 2005; Samwel, 2010).

Postulowane metody nauczania przedsiębiorczości obejmują:

- użycie klasycznych metod przekazu i odwołania do teorii nauk ekonomicznych i zarządzania (Benson, 1992);
- uczenie się przez działanie (Rasmussen i Sørheim, 2006; Leitch i Harrison, 1999);
- symulacje przedsięwzięć, w tym takie oparte na nowych rozwiązaniach technologicznych i informatycznych (Gartner i Vesper, 1994, Hindle, 2002; Robertson i Collins, 2003);
- rozwój rzeczywistych przedsięwzięć (Daly, 2001);
- kursy oparte na rozwoju umiejętności, w tym coaching, mentoring (Heinonen i Poikkijoki, 2006; Stewart i Knowles, 2003).

Jeśli chodzi o rozważania dotyczące zestawu kompetencji i cech osobowości potrzebnych do nauczania przedsiębiorczości, to w tym przypadku nie ma zbyt wielu opracowań poświęconych temu zagadnieniu (ale patrz np. Tracz i Rachwał, 2007; Urbaniec, 2014). Najwyraźniej przyjmuje się, że kompetencje skutecznego nauczyciela nie zależą od przedmiotu, którego naucza, choć koncentrują się wokół:

- umiejętności przekazania wiedzy w sposób interesujący, dostosowany do potrzeb, percepcji i wiedzy słuchaczy;
- otwartości i innowacyjności, gotowości do eksperymentowania z nowymi pomysłami, metodami i technologiami;
- kreatywności i umiejętności inspirowania, pobudzania ciekawości wykładanym obszarem, zadawania pytań i twórczych poszukiwań.

Wszystkie z tych cech: otwartość, innowacyjność, kreatywność, umiejętności komunikacyjne czy pewien rodzaj charyzmy to także cechy wzorcowego przedsiębiorcy. Abstrahując tutaj od rozważań, na ile ten wzorzec jest prawdziwy i przydatny, w wielu badaniach powtarzają się następujące cechy idealnego typu przedsiębiorcy (Kirby, 2002; Brockhaus i Horwitz, 1986; Chell, Haworth i Brearley, 1991):

- rozwinięte potrzeby samospelnienia, osiągnięć;
- wewnętrzne poczucie/ umiejscowienie kontroli;
- skłonność do podejmowania ryzyka;
- tolerancja dla zmian;
- innowacyjność;
- komunikatywność, empatia;
- pragmatyzm.

Skoro część cech wymienionych wyżej wspólnie charakteryzuje skutecznych nauczycieli i przedsiębiorców, to czy wzorzec nauczyciela przedsiębiorczości nie powinien w większym stopniu zbliżyć się do idealnego typu przedsiębiorcy? Na to pytanie spróbowano poszukać odpowiedzi wśród potencjalnych i już obecnych przedsiębiorców, uczestniczących w programach związanych z nauczaniem szeroko pojętej przedsiębiorczości, o czym niżej.

Opis badania empirycznego

Celem badania ilościowego (w postaci ankiety papierowej skierowanej do celowo wybranej grupy respondentów¹), którego wyniki zaprezentowano poniżej, było zbadanie opinii studentów studiów licencjackich, magisterskich, podyplomowych i MBA na temat:

- potencjalnego wpływu nauczania przedsiębiorczości na jej rozwój;
- wagi/ znaczenia wiedzy teoretycznej, praktycznej, doświadczenia, metodyki nauczania i osobowości nauczyciela w nauczaniu przedsiębiorczości;
- pożądanых cech osobowości i umiejętności nauczyciela przedsiębiorczości i ich ewentualnej zbieżności/ różnicowania względem cech przypisywanych przedsiębiorcom.

Badaniami objęto 189 studentów i słuchaczy Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, a przeprowadzono je w grudniu 2017 i styczniu 2018 r. Badania mają charakter pilotażowy, a uzyskane wyniki należy traktować jako wstępne przesłanki do budowania

¹ Respondenci to studenci I i II stopnia kierunków: biznes międzynarodowy, zarządzanie strategiczne, zarządzanie przedsiębiorstwem, słuchacze studiów o analogicznych profilach oraz słuchacze MBA i MBA executive.

hipotez, poddawanych testom na większej, krajowej i międzynarodowej próbie respondentów. Wyniki badań ankietowych były następnie przedmiotem badania FGI. Badania fokusowe, mające na celu pogłębienie analizy danych, przeprowadzono na dwóch grupach studentów (16 osób) i słuchaczy studiów podyplomowych (15 osób).

Wyniki i omówienie badań

Przyjmując za przekonującą, spójną i wyczerpującą definicję przedsiębiorczości Shane'a i Venkataramana (2007), respondentom zadano pytanie o wpływ nauczania przedsiębiorczości na możliwości odkrywania, wykrywania biznesowych szans na rynku, zobiektywizowaną ocenę ich wartości i umiejętność ich wykorzystanie. Ze względu na rozwinięty wątek badań dotyczący wpływu przedsiębiorczości na krzewienie postaw przedsiębiorczych wśród uczniów i studentów poproszono też o ocenę tego wpływu.

Tabela 1

Wpływ nauczania na rozwój przedsiębiorczości – wyniki badań studentów i słuchaczy studiów ekonomicznych (z UEP Poznań)

Stwierdzenie	Średnia ocen
Nauczanie przedsiębiorczości pomaga ocenić wartość możliwości biznesowych	5,27
Nauczanie przedsiębiorczości pomaga dostrzec/ wykryć możliwości biznesowe	5,26
Nauczanie przedsiębiorczości pomaga wykorzystać możliwości biznesowe	5,12
Nauczanie przedsiębiorczości rozwija cechy przedsiębiorcze u uczniów/ studentów	5,17

Legenda: 1 – całkowicie się nie zgadzam; 7 – całkowicie się zgadzam

Wyniki badań jednoznacznie ukazują opinię o pozytywnym wpływie edukacji na rozwój przedsiębiorczości we wszystkich jej wymiarach. Rezultaty są zresztą zbieżne z innymi wynikami dotyczącymi takiego wpływu (Amway, 2017)². Co istotne jednak, wpływ edukacji na poszczególne obszary przedsiębiorczości nie jest jednakowy. I choć rozbieżności w średnich statystycznych są niewielkie, to jednak warto spojrzeć na rosnące odchylenia standardowe. Najspójniej i najwyższej oceniono wpływ nauczania na możliwość zobiektywizowanej oceny pojawiających się na rynku szans. W dalszej kolejności (i przy rosnącym rozproszeniu odpowiedzi) edukacja dotycząca przedsiębiorczości sprzyja lepszemu wykrywaniu szans na rynku, a w najmniejszym stopniu pomaga je wykorzystać. W pytaniu dotyczącym wpływu nauczania na rozwój postaw przedsiębiorczych rozbieżność ocen była największa i najbardziej widoczna; 18% respondentów nie miało w tej kwestii wyrobionego zdania (odpowiedź 4), 16% całkowicie zgadzało się z tym

² Z raportu Amway (2017) wynika, że 62% ankietowanych jest zdania, iż nauczanie przedsiębiorczości skutecznie zwiększa skłonność do takich działań i pomaga je rozwijać.

stwierdzeniem i 20% miało biegunowo różną opinię. Struktura odpowiedzi symptomatycznie odzwierciedla charakter debaty naukowej w tym zakresie, czy przedsiębiorcą się rodzimy, czy też się nim stajemy.

Wyniki z tabeli 2 wskazują na kardynalne znaczenie praktyki biznesowej w nauczaniu przedsiębiorczości. Praktyczna wiedza, jej przydatność jest utożsamiana w dużym stopniu z koniecznością posiadania przez nauczyciela przedsiębiorczości własnej praktyki gospodarczej. To postulat studentów i słuchaczy; ich zdaniem owo doświadczenie nie jest koniecznością, a jedynie bardzo pożądanym walorem. Praktyczną wiedzę o zakładaniu przedsiębiorstw i prowadzeniu działalności gospodarczej można czerpać z doświadczeń innych, ale osobiste doświadczenia prowadzącego w tym zakresie są pożądane i uznane za ważny czynnik skuteczności nauczania. Obok praktycznej wiedzy, ważne są też umiejętności komunikacyjne prowadzącego. Wiedza teoretyczna czy znajomość nowoczesnych technik, metod nauczania ma dla słuchaczy mniejsze znaczenie niż osobowość nauczyciela. Innymi słowy: studenci wyżej cenią zwykły monolog charyzmatycznego, otwartego, dowcipnego prowadzącego niż komputerowo wspomaganą gry strategiczne, które nadzoruje nudny (choć dobrze przygotowany) wykładowca.

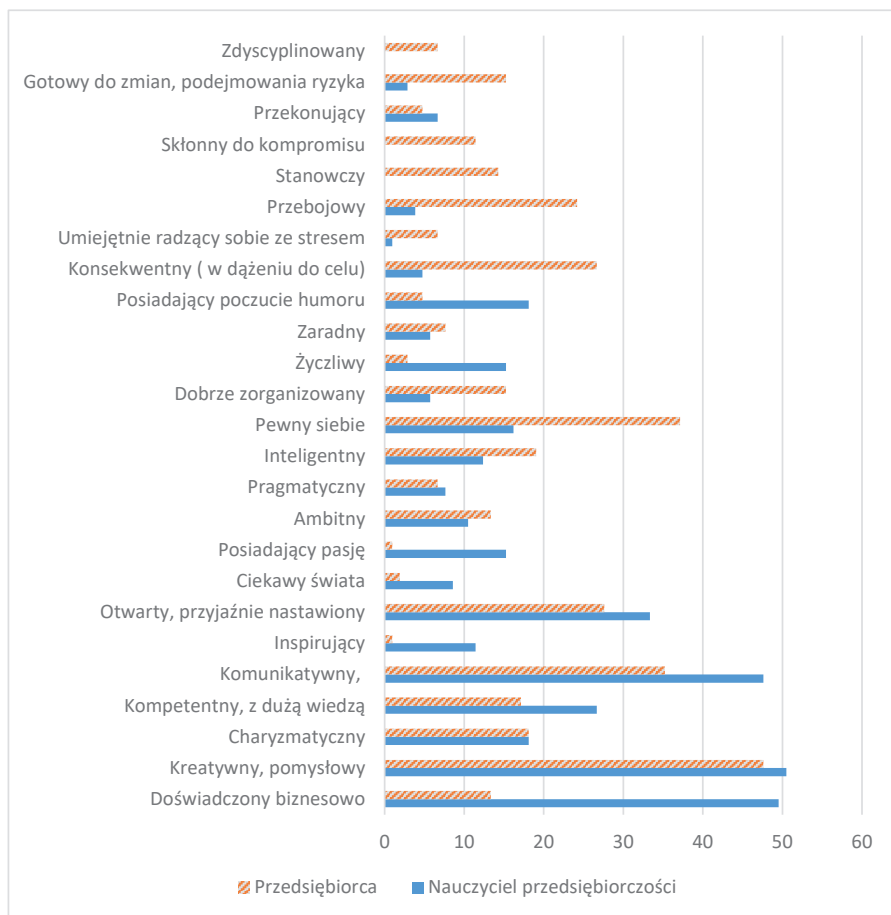
Tabela 2

Najistotniejsze umiejętności, kompetencje, cechy nauczyciela w nauczaniu przedsiębiorczości (procent odpowiedzi)

Stwierdzenie	Średnia ocen
Praktyczna wiedza prowadzącego	6,67
Zdolności komunikacyjne prowadzącego	6,53
„Praktyczność” przedstawianych treści	6,40
Własne doświadczenie biznesowe prowadzącego	6,04
Osobowość prowadzącego	5,99
Nowoczesne techniki nauczania (np. warsztaty, gry strategiczne)	5,53
Teoretyczna wiedza prowadzącego	4,86

Legenda: 1 – całkowicie się nie zgadzam; 7 – całkowicie się zgadzam

Ostatnie dwa z zadanych pytań dotyczyły pożądanых cech idealnego nauczyciela przedsiębiorczości i przedsiębiorcy. Pytania miały charakter otwarty. Poproszono o wymienienie pięciu najważniejszych cech tych osób. Co zaskakujące, przy prowadzeniu badań w postaci pytań otwartych respondenci nie tylko byli dość zbieżni w swoich typach, ale też wymieniali więcej cech niż ich o to proszono w ankiecie. Schemat 1 przedstawia zestawienie najczęściej wymienianych cech, choć niektóre z nich nie mogą być zaliczane do cech osobowości. Z drugiej strony walorem tak zebranych odpowiedzi jest lepsze odwzorowanie opinii respondentów niż w przypadku stosowania tzw. kafeterii możliwych odpowiedzi.



Schemat 1. Porównanie cech nauczyciela przedsiębiorczości i przedsiębiorcy – wyniki badań (procent odpowiedzi).

Powyższe zestawienie (schemat 1) ukazuje częściową zbieżność cech nauczyciela przedsiębiorczości i przedsiębiorcy. Najistotniejsze cechy wspólne to: kreatywność, pomysłowość, umiejętności komunikacyjne, doświadczenie biznesowe³ oraz przyjazne i otwarte nastawienie do ludzi i otoczenia. Obaj też powinni cechować się w równym stopniu pewną dozą charyzmy.

³ Podczas FGI obie grupy jednoznacznie stwierdziły, że powodem, dla którego nie zaznaczano doświadczenia biznesowego jako cechy przedsiębiorcy, była oczywistość tej cechy. Przedsiębiorca to z definicji ktoś, kto w praktyce zajmuje się przedsiębiorczością, stąd podkreślanie jego doświadczenia nie ma sensu.

Są też i rozbieżności: idealny nauczyciel przedsiębiorczości powinien mieć większą wiedzę, większe poczucie humoru i większą życzliwość niż przedsiębiorca. Ten drugi z kolei powinien cechować się większą pewnością siebie, przebojowością, konsekwencją w dążeniu do celu i inteligencją w porównaniu z nauczycielem.

Konkluzje

Z przeprowadzonych badań wynika, że nauczanie przedsiębiorczości podnosi przede wszystkim umiejętność zobiektywizowanej oceny, które z możliwości biznesowych mogą przerodzić się w gospodarczy sukces. Wciąż stosunkowo najslabiej, w ramach nauczania, rozwijany jest zespół umiejętności, które zwiększyłyby u słuchaczy i studentów skuteczność i szybkość wykorzystania pojawiających się rynkowych okazji. Szansą na zwiększenie skuteczności nauczania przedsiębiorczości jest bez wątpienia kierowanie do tej pracy praktyków gospodarczych o rozwiniętych zdolnościach dydaktycznych bądź też położenie nacisku na stały kontakt i relacje nauczycieli z przedsiębiorcami i praktyką. Zarówno z wyników badań ankietowych, jak i przeprowadzonych FGI wynika jednoznacznie, że praktyczny, pragmatyczny aspekt wykładanych zagadnień jest dalece istotniejszy niż teoretyczna wiedza prowadzącego czy jego przygotowanie metodyczne w postaci stosowania zaawansowanych technicznie narzędzi. Co więcej, skuteczność nauczania jest też funkcją osobowości prowadzącego zajęcia. Jako nauczyciele bądźmy kreatywni, otwarci, radośni i inspirujący, gdyż dzięki temu skutecznie przyczynimy się do wzrostu przedsiębiorczości. W świetle przedstawionych wyników badań okazuje się, że najlepiej z nauczaniem przedsiębiorczości radzą sobie przedsiębiorczy, komunikatywni, ciekawi świata charyzmatyczni dydaktycy, którzy obok koniecznej wiedzy praktycznej dysponują sporą dawką poczucia humoru i życzliwości dla innych.

BIBLIOGRAFIA

- Benson, G.L. (1992). Teaching entrepreneurship through the classics. *Journal of Applied Business Research*, 8(4), 135.
- Brockhaus, R.H. i Horwitz, P.S. (1986). The Psychology of the Entrepreneur. W: D.L. Sexton i R.W. Smilor (red.), *The Art and Science of Entrepreneurship*. Cambridge: Ballinger Publishing Company.
- Chell, E., Haworth, J. i Brearley, S. (1991). *The Entrepreneurial Personality: Concepts, Cases and Categories*. London: Routledge.
- Daly, S. (2001). Student-operated Internet businesses: true experiential learning in entrepreneurship and retail management. *Journal of Marketing Education*, 23(3), 204.
- Daszkiewicz, N. (2014). Education as a Stimulating Factor for Entrepreneurship Development. *Horyzonty Wychowania*, 13(26), 165-177.
- Garavan, T.N. i O'Conneide, B. (1994). Entrepreneurship education and training programmes: a review and evaluation – part 1. *Journal of European Industrial Training*, 18(8), 3-12.

- Gartner, W.B. i Vesper, K.H. (1994). Experiments in entrepreneurship education: successes and failures. *Journal of Business Venturing*, 9(3), 179-187.
- Heinonen, J. i Poikkijoki, S.A. (2006). An entrepreneurial-directed approach to entrepreneurship education: mission impossible? *Journal of Management Development*, 25(1), 80-94.
- Henry, C., Hill, F. i Leitch, C. (2005). Entrepreneurship education and training: can entrepreneurship be taught? Part I. *Education + Training*, 47(2), 98-111.
- Hindle, K. (2002). A grounded theory for teaching entrepreneurship using simulation games. *Simulation & Gaming*, 33(2), 236.
- Kirby, D.A. (2002). *Entrepreneurship Education: Can Business Schools Meet the Challenge?* International Council for Small Business – 47 The World Conference, 24.
- Kirby, D.A. (2004). Entrepreneurship education: can business schools meet the challenge? *Education + Training*, 46(8/9), 510-519.
- Kuratko, D.F. (2005). The emergence of entrepreneurship education: Development, trends, and challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5), 577-598.
- Leitch, C. i Harrison, R. (1999). A process model for entrepreneurship education and development. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 5(3), 83.
- Matlay, H. (2008). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial outcomes. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(2), 382-396.
- Mwasalwiba, S.E. (2010). Entrepreneurship education: a review of its objectives, teaching methods, and impact indicators. *Education + Training*, 52(1), 20-47.
- Neck, H.M. i Greene, P.G. (2011). Entrepreneurship Education: Known Worlds and Frontiers. *Journal of Small Business Management*, 49(1), 55-70. Pozyskano z: <http://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2010.00314.x> (dostęp: 15.02.2018).
- Oosterbeek, H., van Praag, M. i Ijsselstein, A. (2010). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation. *European Economic Review*, 54(3), 442-454. Pozyskano z: <http://doi.org/10.1016/j.eurocorev.2009.08.002> (dostęp: 15.02.2018)
- Peterman, N.E. i Kennedy, J. (2003). Enterprise education: Influencing students' perceptions of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(2), 129-144.
- Pittaway, L. i Cope, J. (2007). *Entrepreneurship education: a systematic review of the evidence*. National Council for Graduate Entrepreneurship, Working Paper 002/2006.
- Rasmussen, E.A. i Sørheim, R. (2006). Action-based entrepreneurship education. *Technovation*, 26(2), 185-194.
- Robertson, M. i Collins, A. (2003). The video role model as an enterprise teaching aid. *Education + Training*, 45(6), 331.
- Shane, S. i Venkataraman, S. (2007). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Entrepreneurship: Concepts, Theory and Perspective*, 25(1), 171-184. Pozyskano z: http://doi.org/10.1007/978-3-540-48543-8_8 (dostęp: 15.02.2018).
- Solomon, G. (2007). An examination of entrepreneurship education in the United States. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 14(2), 168-182.
- Stewart, J. i Knowles, V. (2003). Mentoring in undergraduate business management programmes. *Journal of European Industrial Training*, 27(2-4), 147.
- Tracz, M., Rachwał, T. (2007). Przedmiot podstawy przedsiębiorczości – założenia realizacji a przygotowanie nauczycieli. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 3, 286-296.
- Urbaniec, M. (2014). Współczesne wyzwania edukacji na rzecz przedsiębiorczości w szkolnictwie wyższym. *Horyzonty Wychowania*, 13(26), 209-230.
- Van der Sluis, J. i Van Praag, C.M. (2007). *Returns to Education for Entrepreneurs and Employees: Identification by Means of Changes in Compulsory Schooling Laws*. Amsterdam: University of Amsterdam, the Netherlands Working paper.

- Van der Sluis, J., Van Praag, M. i Vijverberg, W. (2008). Education and entrepreneurship selection and performance: A review of the empirical literature. *Journal of Economic Surveys*, 22(5), 795-841. Pozyskano z: <http://doi.org/10.1111/j.1467-6419.2008.00550.x> (dostęp: 15.02.2018).
- Van Praag, C.M. (1999). Some classic views on entrepreneurship. *De Economist*, 147(3), 311-335.
- Van Praag, C.M. i Versloot, P. (2007). What is the value of entrepreneurship? A review of recent research. *Small Business Economics*, 29(4), 351-382.
- Vesper, K.H. i Gartner, W.B. (1997). Measuring progress in entrepreneurship education. *Journal of Business Venturing*, 12(5), 403-421.
- Von Graevenitz, G., Harhoff, D. i Weber, R. (2010). The effects of entrepreneurship education. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 76(1), 90-112.
- Wach, K. (2013). Edukacja na rzecz przedsiębiorczości wobec współczesnych wyzwań cywilizacyjno-gospodarczych. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 9, 246-257.
- Wach, K. (2014). Edukacja dla przedsiębiorczości: pomiędzy przedsiębiorczą pedagogiką a edukacją ekonomiczną i biznesową. *Horyzonty Wychowania*, 13(28), 11-32.
- Wach, K. (2016). Edukacja przedsiębiorcza: analiza bibliometryczna polskiego piśmiennictwa. *Horyzonty Wychowania*, 15(34), 11-26.
- Ziolo, Z. (2007). Rola przedsiębiorczości w aktywizacji gospodarczej – zarys modelu. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 3, 10-17.
- Ziolo, Z. (2012). Miejsce przedsiębiorczości w edukacji. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 8, 10-23.

Copyright and License



This article is published under the terms of the Creative Commons Attribution – NoDerivs (CC BY- ND 4.0) License
<http://creativecommons.org/licenses/by-nd/4.0/>