
**ANNALS OF THE POLISH ASSOCIATION
OF AGRICULTURAL AND AGRIBUSINESS ECONOMISTS**

ROCZNIKI NAUKOWE
STOWARZYSZENIA EKONOMISTÓW ROLNICTWA I AGROBIZNESU

Received: 04.05.2023
Acceptance: 18.06.2023
Published: 20.06.2023
JEL codes: L26

Annals PAAAE • 2023 • Vol. XXV • No. (2)

License: Attribution 3.0 Unported (CC BY 3.0)

DOI: 10.5604/01.3001.0053.6816

WIOLETTA BIEŃKOWSKA-GOŁASA, KRYSZYNA KRZYŻANOWSKA¹

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie, Polska

**SPOŁECZNO-EKONOMICZNE DETERMINANTY
STUDENCKIEJ PRZEDSIĘBIORCZOŚCI**

Słowa kluczowe: przedsiębiorczość, działalność gospodarcza, cechy osobowe, motywy podejmowania decyzji, studenci

ABSTRAKT. Celem artykułu jest rozpoznanie społeczno-ekonomicznych determinant zachowań przedsiębiorczych młodzieży akademickiej. Zagadnienia związane z szeroko rozumianą przedsiębiorczością należą do ważnych, a zarazem często podejmowanych obszarów badawczych, nie tylko przez ekonomistów, ale i przedstawicieli innych dyscyplin, w tym zarządzania, finansów, socjologii i psychologii. Skupiono się przede wszystkim na cechach osobowych, w tym na umiejętnościach społecznych, motywach podejmowania decyzji o rozpoczęciu własnej działalności gospodarczej oraz czynnikach sprzyjających i utrudniających jej realizację. Dokonano analizy literatury przedmiotu i wyników badań zrealizowanych w 2017 roku wśród 1189 studentów SGGW w Warszawie i 488 studentów Uniwersytetu Pedagogicznego im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie. Z analizy porównawczej wynika, że do najważniejszych motywów rozpoczęcia działalności gospodarczej studenci zaliczyli możliwość realizacji własnych pasji oraz niezależność i samodzielność. Natomiast, jako główne bariery badane osoby wskazały brak wiedzy na temat zakładania i prowadzenia firmy oraz zbyt duże koszty jej prowadzenia. Badani studenci oczekiwali wsparcia w zakresie dostępu do wiedzy biznesowej i ekonomicznej, a także rozpoznania możliwości pozyskania środków finansowych na rozpoczęcie biznesu.

¹ Corresponding author; krystyna_krzyzanowska@sggw.edu.pl

WSTĘP

W literaturze przedmiotu istnieje bardzo szerokie spektrum interpretacji pojęcia przedsiębiorczości. W teorii ekonomii przedsiębiorczość definiowana jest jako jedna z form pracy lub jako kolejny czynnik produkcji (obok pracy, ziemi, kapitału i informacji) [Zawada-Tomkiewicz, Wierucka 2015]. Jednak przedsiębiorczość to kategoria obejmująca swoim zasięgiem procesy, postawy, zachowania i wartości ludzkie. Polega na zaangażowaniu w realizację różnorodnych zadań, podejmowaniu i wcielaniu w życie nowych przedsięwzięć, pomysłów, inicjatyw, które po pewnym czasie generują korzyści ekonomiczne i pozaekonomiczne. Zdaniem Izabeli Sikorskiej-Wolak, pojęcie przedsiębiorczości w najszerszym ujęciu można zdefiniować, jako całokształt indywidualnych lub zespołowych działań bądź predyspozycji do działań, które przełamują istniejące wzorce. Przedsiębiorczość polega na krytyce istniejącego stanu rzeczy i poszukiwaniu obarczonych ryzykiem, nieszablonowych sposobów jego zmiany [Sikorska-Wolak 2000]. Wówczas zwraca się uwagę na predyspozycje osobowościowe człowieka, jego zaradność życiową i umiejętność zdobywania nie tylko dóbr ekonomicznych, ale także społecznych i kulturowych [Krzyżanowska i in. 2020]. Osoby przedsiębiorcze podejmują działania transgresyjne, starają się zdobyć lub stworzyć nowe wartości i odmienne sposoby zaspokajania potrzeb. Według Roberta Majkuta, pojęcie przedsiębiorczości można również rozumieć bardzo wąsko i utożsamiać je wyłącznie z prowadzeniem działalności gospodarczej na własny rachunek. Wówczas mianem przedsiębiorcy określa się osobę, która tę działalność prowadzi [Majkut 2014]. Podobne podejście do przedsiębiorczości prezentuje Anita Kulawiak. Według autorki może być ona interpretowana jako postawa lub jako proces. Jako postawa, przedsiębiorczość jest cechą jednostek ludzkich, która polega na skłonności do podejmowania nowych działań i ulepszania istniejących elementów środowiska, a przede wszystkim na twórczo aktywnej postawie wobec otaczającej jednostkę rzeczywistości. Natomiast, przedsiębiorczość rozpatrywana jako proces polega na powstawaniu i rozwoju podmiotów prowadzących działalność gospodarczą [Kapusta 2006].

Biorąc pod uwagę założenie, że przedsiębiorczość stanowi podstawowy warunek rozwojowy, należy ją postrzegać jako proces, w którym takie czynniki indywidualne, jak postawy przedsiębiorcze, subiektywne normy oraz postrzegana kontrola zachowania, pozostają ze sobą w stałej interakcji i wpływają na intencje przedsiębiorcze, a te – na zachowania przedsiębiorcze [Czaplińska 2020]. Tworzenie sprzyjającego środowiska do rozwoju przedsiębiorczości wymaga spojrzenia na przedsiębiorczość z szerszej perspektywy niż tylko ekonomiczna. Monika Mularska-Kucharek zwraca uwagę, że „... bycie przedsiębiorczym to nie to samo co bycie przedsiębiorcą. Oznacza to, że różnorodne działania promujące i wspierające przedsiębiorczość przyniosą wymierne korzyści, jeśli w założeniach zostanie uwzględniony aspekt nie tylko ekonomiczny, lecz także społeczno-psychologiczny” [Mularska-Kucharek 2016, s. 166].

Według polskiego prawa, osoba prowadząca działalność gospodarczą jest określana jako przedsiębiorca, ale bycie przedsiębiorczym to również zagadnienia związane z osobowością człowieka, wychowaniem i wykorzystywaniem szans pojawiających się na rynku. Przedsiębiorczość, często jest kojarzona z efektywnym sposobem myślenia i działania, z zamiarem i umiejętnością podejmowania samodzielnych oraz racjonalnych decyzji gospodarczych, które prowadzą do osiągnięcia wymiernych korzyści rynkowych w postaci zysku [Zajdel 2015]. Należy zauważyć, że przedsiębiorczość, z jednej strony, może być postrzegana przez pryzmat określonych działań polegających na poszukiwaniu zmiany, reagowaniu na nią, a następnie wykorzystywaniu jako okazji do społecznej i gospodarczej innowacyjności. Z drugiej strony, można przedsiębiorczość rozpatrywać jako zespół takich cech człowieka, jak: elastyczność w stosunku do zachodzących zmian, kreatywność, zaradność, umiejętność radzenia sobie w trudnych i ryzykownych sytuacjach i aktywne uczestnictwo w życiu społeczno-gospodarczym [Sikorska-Wolak i in. 2014]. Według Krzysztofa Matusiaka przedsiębiorczość „... oznacza takie łączenie i angażowanie do prowadzonego w warunkach niepewności i ryzyka biznesu wymaganych czynników wytwórczych, aby zapewnić zysk osobie lub grupie osób pełniących funkcje przedsiębiorcy” [Matusiak 2006, s. 28].

Niezależnie od sposobu definiowania, przedsiębiorczość jest ważnym czynnikiem rozwoju społeczno-gospodarczego. Z jednej strony, jest rozpatrywana jako jeden z najistotniejszych atrybutów rynkowego modelu gospodarowania w otaczającym świecie, z drugiej zaś, odgrywa istotną rolę w aktywowaniu wzrostu gospodarczego i tworzeniu impulsów do przekształcania struktury gospodarczej, a w konsekwencji pozyskiwania nowych źródeł wzrostu wydajności pracy [Kulawiak 2021]. W obliczu zmian, które zachodzą we współczesnym świecie w różnych obszarach życia społecznego, należy zwrócić uwagę na zintensyfikowanie działań w zakresie edukacji przedsiębiorczości, co obecnie wydaje się koniecznością. Rozwijanie i promowanie przedsiębiorczości jest również jednym z celów polityki Unii Europejskiej, gdyż wzrasta przekonanie, że młode osoby mogą zakładać, a następnie rozwijać działalność gospodarczą, a w konsekwencji stawać się innowatorami w obszarach, w których żyją i pracują [Wojtun i in. 2022].

MATERIAŁ I METODYKA BADAŃ

Obecnie, zagadnienia związane z szeroko rozumianą przedsiębiorczością należą do ważnych, a zarazem często podejmowanych obszarów badawczych, nie tylko przez ekonomistów, ale i przedstawicieli innych dyscyplin, w tym zarządzania, finansów, socjologii i psychologii. Najbardziej powszechnym kontekstem w badaniach nad przedsiębiorczością jest rozpatrywanie jej jako prowadzenie działalności gospodarczej, co wydaje się oczywiste. Należy jednak brać pod uwagę bardziej złożony aspekt

przedsiębiorczości, gdyż jest ona determinowana przez wiele różnych czynników, o charakterze ekonomicznym, psychologicznym, socjologicznym, prawnym i społeczno-kulturowym [Strojny, Chodorek 2016, s. 416].

Celem badań było rozpoznanie społeczno-ekonomicznych determinant zachowań przedsiębiorczych studentów, w tym cech osobowych i umiejętności społecznych, motywów podejmowania decyzji o uruchomieniu biznesu oraz czynników stymulujących i ograniczających jego realizację. Dokonano analizy literatury przedmiotu i badań empirycznych zrealizowanych w 2017 roku. Zastosowano metodę sondażu diagnostycznego wśród 1189 studentów SGGW w Warszawie i 488 studentów Uniwersytetu Pedagogicznego im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie. W opracowaniu posłużono się metodą analizy porównawczej, polegającej na zestawieniu wyników badań przeprowadzonych przez Wioletę Bieńkowską-Gołasa i Martę Czyżewską. Wyniki badań przedstawiono w formie opisowej i tabelarycznej.

WYNIKI BADAŃ

Rozpoznając zagadnienie przedsiębiorczości, należy zwracać uwagę nie tylko na charakter przedmiotowy i podmiotowy przedsiębiorstwa, ale także odnosić się do tego pojęcia jako właściwość jednostek, pełniona funkcja, jak i umiejętność dostrzegania i wykorzystywania pojawiających się na rynku szans. Zdobywanie odpowiedniej wiedzy, zarówno teoretycznej, jak i praktycznej pozwala na wykraczanie poza uproszczone schematy postrzegania przedsiębiorczości, sprowadzając ją do działalności rynkowej, zakładania przedsiębiorstw. Niejednokrotnie przedsiębiorczość to działania pracowników wewnątrz prywatnych organizacji i jednostek administracji publicznej. Dodatkowo, podejmowanie działań przedsiębiorczych może oznaczać rozwiązywanie problemów istotnych społecznie, np. bezrobocia lub wykluczenia zawodowego. Dlatego kształtowanie odpowiednich postaw i zdobywanie kompetencji przedsiębiorczych pozwala na zwiększanie skuteczności lokalnego, a nawet globalnego funkcjonowania [Postuła i in. 2015]. Społeczeństwo, w którym podejmowane są działania przedsiębiorcze jest przede wszystkim podstawą do tworzenia, budowania nowoczesnej, a zarazem konkurencyjnej gospodarki. Kształtowanie społeczeństwa przedsiębiorczego przyczynia się do sytuacji, w której zakładanie i prowadzenie własnej działalności dotyczy znacznej części obywateli. Dlatego istotne jest poznanie motywacji, którymi kierowałyby się młode osoby podejmując decyzje o założeniu, a następnie prowadzeniu własnej działalności. Powody podjęcia działalności gospodarczej przez studentów zaprezentowano w tabeli 1.

W obu przeprowadzonych badaniach motywy rozpoczęcia działalności gospodarczej były zbliżone, przy czym studenci Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie jako najważniejszy powód wskazali możliwość realizacji własnych pasji, natomiast studenci

Tabela 1. Motywy studentów do rozpoczęcia własnej działalności gospodarczej

Motywy	2017*		2016-2017**	
	N = 488	%	N = 1189	%
Możliwość realizacji własnych pasji	327	67,0	715	60,1
Niezależność i samodzielność	324	66,4	924	77,7
Większe korzyści finansowe	291	59,6	775	65,2
Chęć osiągnięcia sukcesu jako przedsiębiorca	110	22,5	329	27,7
Problem ze znalezieniem atrakcyjnych ofert na rynku pracy	73	15,0	130	10,9

Źródło: opracowanie własne na podstawie [*Czyżewska 2018, **Bieńkowska-Gołasa 2018]

kierunków ekonomicznych i technicznych SGGW w Warszawie w kreowaniu swojej kariery zawodowej bardziej cenili niezależność i samodzielność. Jako najmniej istotny motyw respondenci w obu badaniach wskazali problem ze znalezieniem atrakcyjnych ofert na rynku pracy.

Podjęcie działalności gospodarczej zależy zarówno od wewnętrznych predyspozycji konkretnych jednostek, jak i od uwarunkowań zewnętrznych, wyznaczających tempo rozwoju nowych przedsiębiorstw [Moczydłowska, Pacewicz 2007].

Oprócz motywacji do podjęcia działalności przedsiębiorczej ważne są również predyspozycje osobowościowe i umiejętności społeczne studentów. Z badań przeprowadzonych przez Wioletę Bieńkowską-Gołasa wynika, że do najważniejszych cech charakteryzujących osobę przedsiębiorczą studenci zaliczyli: pracowitość (66,9%), komunikatywność (59,2%), odpowiedzialność (42,3%), sumienność (41,7%) oraz upór i zdecydowanie (40,5%). Natomiast jako najważniejsze, pożądane umiejętności społeczne wskazali oni na umiejętność przewidywania i kalkulacji ryzyka (63,0%) oraz umiejętność współpracy z innymi ludźmi (48,6%) [Bieńkowska-Gołasa 2018]. Z kolei w badaniach Marty Czyżewskiej, 45,1% studentów stwierdziło, że mogłoby zostać przedsiębiorcami, ale musi poszerzyć wiedzę biznesową, 19,3% uważało się za osobę zaradną i samowystarczającą, a 30,5% nie potrafiło dokonać samooceny cech przedsiębiorczych i umiejętności biznesowych [Czyżewska 2018]. Przedsiębiorcze zachowania mogą być ograniczane przez wiele czynników społecznych i ekonomicznych. Ich szczegółowy wykaz przedstawiono w tabeli 2.

Z badań przeprowadzonych przez Martę Czyżewską wynika, że badani studenci do najważniejszych czynników utrudniających prowadzenia biznesu zaliczyli: ograniczony dostęp do środków finansowych, brak wiedzy na temat zakładania i prowadzenia firmy oraz zbyt duże koszty jej prowadzenia. Natomiast z badań zrealizowanych przez Wioletę Bieńkowską-Gołasa wynika, że głównymi barierami były brak wiedzy na temat zakładania i prowadzenia firmy oraz zbyt duże koszty jej funkcjonowania. Porażki związanej

Tabela 2. Czynniki utrudniające prowadzenie biznesu w opinii studentów

Czynniki	2017*		2016-2017**	
	N = 488	%	N = 1189	%
Ograniczony dostęp do środków finansowych	264	54,7	289	24,3
Brak wiedzy dotyczącej zakładania i prowadzenia firmy	256	52,5	609	51,2
Zbyt duże koszty prowadzenia firmy (podatki, składki ZUS)	220	45,1	421	35,4
Obawa przed porażką	179	36,7	137	11,5
Zbyt duża biurokracja	178	36,5	240	20,2
Duża konkurencja na rynku	121	24,8	330	27,8
Brak pomysłu	95	19,5	261	22,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie [*Czyżewska 2018, **Bieńkowska-Gołasa 2018]

z podjęciem działalności przedsiębiorczej trzykrotnie częściej obawiali się studenci Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie niż studenci SGGW w Warszawie.

Tomasz Gruszecki podkreśla, że przedsiębiorcy „... działają w bardzo niestabilnym otoczeniu instytucjonalnym i prawnym, dlatego też muszą się borykać z podwójną dawką niepewności. Pierwsza wynika z immanentnej niepewności działania na rynku, wspólnej przedsiębiorcom we wszystkich gospodarkach, druga natomiast – z niepewności otoczenia prawnego i instytucjonalnego. W konsekwencji horyzont działania i podejmowania decyzji jest bardzo krótki. Podwójna niepewność powoduje też preferowanie przedsięwzięć łatwych, nastawionych na wyszukiwanie prostych luk w rynku o krótkim okresie zwrotu kapitału, co nie sprzyja inwestycjom długofalowym” [Gruszecki 1994, s 230]. Dlatego wspieranie powstawania działań przedsiębiorczych i ich rozwoju powinno stać się zagadnieniem priorytetowym, integralnym elementem wkładu rządu w poprawę kondycji gospodarki. Wszelkie trudności polityczno-prawne w zakresie rozwoju przedsiębiorczości mogą zniechęcić obecnych i potencjalnych przedsiębiorców do przejawiania jakiegokolwiek inicjatyw. Istotne jest, aby właściwa polityka państwa w zakresie przedsiębiorczości powodowała ograniczenie niepewności i niestabilności w otoczeniu [Piecuch 2010].

Wiedzą dotyczącą zakładania i prowadzenia przedsiębiorstw, a także doradztwem w zakresie planowania biznesu dwukrotnie częściej byli zainteresowani studenci kierunków humanistycznych Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie niż studenci kierunków ekonomicznych i technicznych na SGGW w Warszawie. W programach kierunków studiów realizowanych na SGGW znalazło się wiele zagadnień z zakresu ekonomii i zarządzania, stąd też może wynikać lepsze przygotowanie tej grupy studentów do prowadzenia biznesu. W badaniach poszukiwano odpowiedzi na pytanie dotyczące preferowanego rodzaju działalności gospodarczej, a wyniki przedstawiono w tabeli 4.

Tabela 3. Rodzaje wsparcia potrzebnego do uruchomienia własnej firmy w opinii studentów

Rodzaj wsparcia	2017*		2016-2017**	
	N = 488	%	N = 1189	%
Pomoc w pozyskaniu kapitału na biznes	400	81,9	725	61,0
Wiedza z zakresu zakładania i prowadzenia firmy	396	81,1	571	48,0
Doradztwo w planowaniu biznesu	372	76,3	487	41,0
Wiedza z zakresu promocji i marketingu	-	-	439	36,9
Umiejętności miękkie	-	-	150	12,6

Źródło: opracowanie własne na podstawie [*Czyżewska 2018, **Bieńkowska-Gołasa 2018]

Tabela 4. Profil planowanej przez studentów działalności gospodarczej w zależności od płci*

Profil działalności	Ogółem		2016 -2017			
	N = 679	%	kobiety		mężczyźni	
			N = 376	%	N = 303	%
Usługi	272	40,0	175	46,4	119	39,2
Działalność handlowa	166	24,5	79	21,2	86	28,3
Rozrywka	89	13,1	44	11,7	45	14,8
Obsługa klienta	84	12,3	59	15,6	25	8,2
Doradztwo	39	5,7	21	5,5	18	5,9
Internet/multimedia	35	5,4	13	3,4	24	7,9
Edukacja	31	4,5	21	5,5	10	3,3
Technologie informacyjne	18	2,7	6	1,6	15	4,9
Inne	31	4,5	10	2,6	21	6,9

* badany mógł wskazać więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: [Bieńkowska-Gołasa 2018, s. 102-103]

Największym zainteresowaniem, niezależnie od płci respondentów planujących otworzyć własną działalność gospodarczą cieszyła się branża związana z usługami (40,0%), a na drugim miejscu wymieniana była działalność handlowa (24,0%). Kobiety częściej niż mężczyźni preferowały działania związane z usługami i obsługą klienta, natomiast mężczyźni te, które związane są ze sprzedażą i technologiami informacyjnymi. Inne preferencje dotyczące planowanego profilu działalności przedsiębiorczej mieli studenci kierunków ekonomicznych Politechniki Rzeszowskiej². Z przeprowadzonych badań

² Badania empiryczne przeprowadzone zostały przez Dariusza Wyrwę i Mirosława Sołtysiaka w 2016 roku wśród 142 studentów kierunków ekonomicznych Politechniki Rzeszowskiej.

wynika, że największym zainteresowaniem cieszyła się działalność handlowa (41,%), na drugim miejscu znalazła się działalność usługowa (34,1%), natomiast prowadzenie działalności gospodarczej związanej z produkcją planowało 22,0% badanych studentów [Wyrwa, Sołtysiak 2016].

PODSUMOWANIE I WNIOSKI

Obecnie w gospodarce coraz większe znaczenie przywiązuje się do wiedzy, kreatywności, innowacji i przedsiębiorczości. Stają się one ważnymi czynnikami rozwoju nie tylko nowych przedsiębiorstw, ale i środowisk lokalnych, poszczególnych regionów, a tym samym całej gospodarki. Istotnym zadaniem jest więc kształtowanie odpowiednich postaw, które będą zachęcały do podejmowania działań w zakresie przedsiębiorczości. Ich konsekwencją będą określone zachowania w różnych dziedzinach życia, a w szczególności w działalności gospodarczej [Sikorska-Wolak, Krzyżanowska 2010].

Na podstawie przedstawionego materiału empirycznego można sformułować kilka uogólnień i wniosków.

1. Czynniki motywującymi studentów do podjęcia działań zmierzających do założenia, a następnie prowadzenia własnej działalności była możliwość realizacji własnych pasji i chęć bycia niezależnym oraz samodzielnym. Za najważniejsze cechy i umiejętności osoby przedsiębiorczej studenci SGGW uznali: pracowitość, komunikatywność, odpowiedzialność, upór w dążeniu do celu, zdecydowanie, a także umiejętność przewidywania i kalkulacji ryzyka oraz współpracy z innymi ludźmi.
2. Zdobycie doświadczenia zawodowego wymaga czasu, wytrwałości i pokory, co może przerodzić się w lęk przed nowymi wyzwaniami, podjęciem pracy i mnoży wiele wątpliwości. To wszystko może powodować utrudnienia w podjęciu decyzji o założeniu własnej firmy. Do głównych barier respondenci zaliczyli brak wiedzy dotyczącej zakładania i prowadzenia przedsiębiorstwa, zbyt duże koszty prowadzenia firmy (podatki, składki ZUS) i ograniczony dostęp do środków finansowych.
3. Wspieranie działań przedsiębiorczych i ich rozwój powinien stać się zagadnieniem priorytetowym, zmierzającym do zachęcenia młodych osób do podjęcia działalności gospodarczej na własny rachunek. Studenci oczekivaliby przede wszystkim wsparcia z zakresu sposobów pozyskiwania środków finansowych na rozpoczęcie własnego biznesu i możliwości zdobywania wiedzy ekonomiczno-biznesowej.
4. W procesie podejmowania decyzji o rozpoczęciu własnej działalności gospodarczej istotne jest rozpoznanie trendów i zmian zachodzących na rynku oraz szukanie odpowiedniego momentu sprzyjającego realizowaniu własnego przedsięwzięcia.

BIBLIOGRAFIA

- Bieńkowska-Gołasa Wioletta. 2018. *Ekonomiczno-społeczne wymiary studenckiej przedsiębiorczości* (Economic and social dimensions of student entrepreneurship). Warszawa: Wydawnictwo SGGW.
- Czaplińska Anna. 2020. Czynniki kształtujące intencje i zachowania przedsiębiorcze Ukraińców (Factors Shaping the Entrepreneurial Intentions and Behaviours of Ukrainians). *Przedsiębiorczość – Edukacja/Entrepreneurship – Education* 16 (1): 212-224. DOI: 10.24917/20833296.161.17.
- Czyżewska Marta. 2018. Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości studenckiej na podstawie badań empirycznych (Development determinants of student entrepreneurship. empirical research). *Studia i Prace. Kolegium Zarządzania Finansów* 160: 29-44. DOI:10.33119/SIP.2018.160.2.
- Gruszecki Tomasz. 1994. *Przedsiębiorczość w teorii ekonomii* (Entrepreneurship in economic theory). Warszawa: Wydawnictwo „Cedor”.
- Kapusta Franciszek. 2006. *Przedsiębiorczość. Teoria i praktyka* (Entrepreneurship. Theory and practice). Poznań-Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Krzyżanowska Krystyna, Anna Justyna Parzonko, Anna Siczko. 2020. *Przedsiębiorczość zespołowa na obszarach wiejskich. Stan i perspektywy rozwoju* (Team entrepreneurship in rural areas. Status and prospects for development). Warszawa: Wydawnictwo SGGW.
- Kulawiak Anita. 2021. Postawy przedsiębiorcze młodzieży w najmniejszych miastach regionu łódzkiego (Entrepreneurial attitudes of young people in the smallest towns of the Łódź region (Poland)). *Przedsiębiorczość – Edukacja/Entrepreneurship – Education* 17 (1): 140-152. DOI: 10.24917/20833296.171.11.
- Majkut Robert. 2014. *Przedsiębiorczość w świetle uwarunkowań interdyscyplinarnych* (Entrepreneurship in the light of interdisciplinary conditions). Warszawa: Wydawnictwo CeDeWu.
- Matusiak Krzysztof B. 2006. *Rozwój systemów wsparcia przedsiębiorczości – przesłanki, praktyka i instytucje* (Development of entrepreneurship support systems – premises, practice and institutions). Łódź: Wydawnictwo Instytutu Technologii Eksploatacji PIB.
- Moczydłowska Joanna, Izabela Pacewicz. 2007. *Przedsiębiorczość* (Entrepreneurship). Rzeszów: Wydawnictwo Oświatowe „FOSZE”.
- Mularska-Kucharek Monika. 2016. Społeczne uwarunkowania postaw przedsiębiorczych (Social determinants of entrepreneurial attitudes). *Edukacja Ekonomistów i Menadżerów* 3 (41): 165-177. DOI: 10.5604/01.3001.0009.4995.
- Piecuch Teresa. 2010. *Przedsiębiorczość. Podstawy teoretyczne* (Entrepreneurship. Theoretical basics). Warszawa: Wydawnictwo C.H. Beck.

- Postuła Agnieszka, Julita Majczyk, Marcin Darecki. 2015. *Przedsiębiorczość. jednostka, organizacja, kontekst* (Entrepreneurship. individual, organization, context). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego.
- Sikorska-Wolak Izabella. 2000. Innowacje i przedsiębiorczość w wymiarze ekonomicznym, psychologicznym i edukacyjnym. [W] *O humanistyczny wymiar przedsiębiorczości wiejskiej* (Innovation and entrepreneurship in economic, psychological and educational dimensions. [In] For the humanistic dimension of rural entrepreneurship), ed. Zygmunt Przychodzeń, 19-35. Warszawa: Wydawnictwo SGGW.
- Sikorska-Wolak Izabella, Krystyna Krzyżanowska. 2010. Przedsiębiorczość w ujęciu teoretycznym i w praktyce. [W] *Przedsiębiorczość na obszarach wiejskich. Stan i perspektywy w rozwoju* (Entrepreneurship in theory and in practice. [In] Entrepreneurship in rural areas. Status and prospects in development), ed. Krystyna Krzyżanowska, 39-58. Warszawa: Wydawnictwo SGGW.
- Sikorska-Wolak Izabella, Krystyna Krzyżanowska, Anna Justyna Parzonko. 2014. *Doradztwo w zmieniającej się sytuacji społeczno-ekonomicznej obszarów wiejskich* (Consulting in the changing socio-economic situation of rural areas). Warszawa: Wydawnictwo SGGW.
- Strojny Jacek, Michał Chodorek. 2016. Badanie poziomu przedsiębiorczości indywidualnej na grupie studentów studiów magisterskich Wydziału Zarządzania Politechniki Rzeszowskiej (Examination of the level of individual entrepreneurship within the group of graduate students of the Faculty of Management, University of Rzeszow). *Przedsiębiorczość – Edukacja* 12: 416-425. DOI: 10.24917/20833296.12.31.
- Wojtun Justyna, Joanna Jaworska, Maciej Maj. 2022. *Przedsiębiorczość młodych Małopolan* (Entrepreneurship of young Małopolska residents). Kraków: Wydawnictwo OPENFIELD Sp. z o.o.
- Wyrwa Dariusz, Mirosław Sołtysiak. 2016. Przedsiębiorczość akademicka – postawy przedsiębiorcze studentów (Academic entrepreneurship – student entrepreneurial attitudes). *Zeszyty Naukowe PWSZ w Płocku. Nauki Ekonomiczne* 2 (24): 259-270.
- Zajdel Anna. 2015. Edukacja szkolna w kontekście pobudzania i wzmacniania postaw i zachowań przedsiębiorczych wśród młodzieży. [W] *Przedsiębiorczość, jej przejawy i szanse rozwoju* (School education in the context of stimulating and strengthening entrepreneurial attitudes and behaviors among young people. [In] Entrepreneurship, its manifestations and development opportunities), ed. Magdalena Popowska, 13-23. Gdańsk: Wydawnictwo Politechniki Gdańskiej.
- Zawada-Tomkiewicz Anna, Izabela Wierucka. 2015. *Elementy przedsiębiorczości dla inżynierów. Prowadzenie działalności gospodarczej*. Tom 1 (Elements of Entrepreneurship for Engineers. Running a Business. Volume 1). Koszalin: Wydawnictwo Uczelniane Politechniki Koszalińskiej.

SOCIO-ECONOMIC DETERMINANTS OF STUDENT ENTREPRENEURSHIP

Key words: entrepreneurship, economic activity, personal characteristics,
motives for the decision, students

ABSTRACT. The aim of the article was to identify the socio-economic determinants of entrepreneurial behaviour of academic youth, including personal characteristics and social skills, motives for the decision to start their own business, as well as factors conducive and hindering its implementation. Issues related to entrepreneurship, broadly defined, are among the important and yet frequently undertaken research areas, not only by economists, but also by representatives of other disciplines, including management, finance, sociology or psychology. The study uses the literature on the subject, as well as the results of an empirical study carried out in 2017 among 1,189 students of SGGW in Warsaw and 488 students of the Pedagogical University Commission of National Education in Kraków. The comparative analysis shows that the most important motives for starting a business included students' ability to pursue their own passions, independence and self-reliance, while the main barriers included lack of knowledge about starting and managing a business and too high costs of running a business. Respondents expected support in terms of access to business and economic knowledge as well as recognition of the possibility of obtaining funding to start a business.

AUTHORS

WIOLETTA BIENKOWSKA-GOŁASA, PHD

ORCID: 0000-0003-1654-390X

Warsaw University of Life Sciences

Institute of Economics and Finance

Department of Tourism, Social Communication and Consulting

e-mail: wioletta_bienkowska@sggw.edu.pl

KRYSZYNA KRZYŻANOWSKA, PROF. DR HAB.

ORCID: 0000-0002-4160-6661

Warsaw University of Life Sciences

Institute of Economics and Finance

Department of Tourism, Social Communication and Consulting

e-mail: krystyna_krzyzanowska@sggw.edu.pl

Proposed citation of the article:

Bieńkowska-Gołasa Wioletta, Krystyna Krzyżanowska. 2023. Społeczno-ekonomiczne determinanty studenckiej przedsiębiorczości. *Annals PAAAE XXV* (2): 40-50.