



## ***Przedsiębiorczość społeczna jako klucz do skutecznej edukacji przedsiębiorczej na społecznie odpowiedzialnym uniwersytecie***

### **STRESZCZENIE**

---

**CEL NAUKOWY:** Celem artykułu jest prezentacja nowej propozycji kształcenia na rzecz przedsiębiorczości na studiach biznesowych (zarządzanie i ekonomia), uwzględniającej edukację w zakresie przedsiębiorczości społecznej.

**PROBLEM I METODY BADAWCZE:** W artykule omówiono problem edukacji przedsiębiorczej z punktu widzenia wyzwań zmieniającej się gospodarki oraz ewoluujących oczekiwań stawianych polskim uczelniom wyższym. Główną metodą badawczą są tradycyjne studia literaturowe.

**PROCES WYWODU:** Punktem wyjścia do rozważań jest przegląd literatury w zakresie umiejętności/kompetencji niezbędnych przedsiębiorcy na różnych etapach rozwoju jego przedsięwzięcia oraz umiejscowienie ich w perspektywie edukacji przedsiębiorczej. Następnie dokonano analizy edukacji w zakresie przedsiębiorczości społecznej, by w ostatniej części zaproponować zrównoważony model edukacji przedsiębiorczej na kierunkach biznesowych.

**WYNIKI ANALIZY NAUKOWEJ:** W edukacji przedsiębiorczej jeszcze niewiele mówi się o wykorzystaniu podejścia społecznego do wzmocnienia jej oddziaływania poprzez zapewnienie studentom możliwości uzyskania nowych umiejętności oraz szerszej perspektywy postrzegania szans rynkowych. Przeprowadzony wywód pozwala sądzić, iż zaproponowany model pozwoli na osiągnięcie tych i wielu innych efektów.

**WNIOSKI, INNOWACJE, REKOMENDACJE:** Niniejsza propozycja modelu edukacji na rzecz przedsiębiorczości na kierunkach biznesowych stanowi rozwiązanie wprowadzające konkretną innowację w edukacji menedżerskiej. W celu potwierdzenia zakładanych w tym podejściu korzyści należałoby jednak wdrożyć je w rzeczywistości akademickiej.

→ **SŁOWA KLUCZOWE:** **EDUKACJA PRZEDSIĘBIORCZA, PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ SPOŁECZNA, ODPOWIEDZIALNOŚĆ SPOŁECZNA, ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ**

---

**ABSTRACT**

---

*Social Entrepreneurship as a Key to the Performant Entrepreneurial Education at a Socially Responsible University*

**RESEARCH OBJECTIVE:** This paper aims to present a new proposal of entrepreneurship education in business studies (management and economics), including education in the field of social entrepreneurship.

---

**THE RESEARCH PROBLEM AND METHODS:** The article discusses the problem of entrepreneurial education from the point of view of the challenges of the changing economy and the evolving expectations toward Polish universities. The main research method is the traditional literature study.

---

**THE PROCESS OF ARGUMENTATION:** The starting point for the considerations is the review of literature on entrepreneurs' skills/competencies at various stages of development of their ventures using the perspective of entrepreneurial education. It is followed by the analysis of education in the field of social entrepreneurship, enabling to propose in the last a sustainable model of entrepreneurial education in business studies.

---

**RESEARCH RESULTS:** In entrepreneurial education, not much is said about the use of a social approach to strengthen its impact by providing students with the opportunity to acquire new skills and a broader perspective on the perception of market opportunities. The conducted analysis suggests that the proposed model will allow achieving these and many other effects.

---

**CONCLUSIONS, INNOVATIONS, AND RECOMMENDATIONS:** This proposition of the education model for entrepreneurship in business fields is a solution introducing a specific innovation in managerial education. However, in order to confirm the benefits assumed in this approach, it should be implemented in the academic reality.

---

→ **KEYWORDS:** **ENTREPRENEURIAL EDUCATION, SOCIAL ENTREPRENEURSHIP, SOCIAL RESPONSIBILITY, SUSTAINABLE DEVELOPMENT**

## Wprowadzenie

Edukacja na każdym poziomie kreuje możliwości i okoliczności do przemian społecznych, przez co tworzy wyjątkową wartość społeczną. Uczelnie wyższe odgrywają w tym kontekście szczególną rolę, ponieważ wytwarzana przez nie wartość obejmuje zarówno edukację, jak i badania naukowe, w mniejszym lub większym stopniu komercjalizowane, a więc dostarczane w postaci produktu lub usługi interesariuszom tych instytucji. Ci ostatni, pytani o najważniejsze aspekty odpowiedzialności uczelni, wskazują najczęściej na edukację, a więc na zaspokajanie potrzeb studentów (Geryk, 2010). Według nich, społecznie odpowiedzialna uczelnia powinna kształcić

fachowców w profesjach poszukiwanych na rynku pracy, otwartych na społeczeństwo i o wysokich standardach etycznych. Rolą uniwersytetu, jak wynika z tych samych badań, jest również kształtowanie w studentach ducha przedsiębiorczości, który wydaje się stanowić dobrą, solidną podstawę kariery zawodowej dla każdego przyszłego uczestnika rynku pracy.

Przedsiębiorczość może być definiowana i rozumiana na wiele sposobów, przy czym w większości koncepcji nie ogranicza się jej tylko i wyłącznie do procesu, który ma zaowocować rozpoczęciem działalności gospodarczej. Niektórzy definiują ją jako umiejętność wykorzystania pojawiającej się możliwości (*opportunity*) lub wręcz jako wieczną pogoń za tą możliwością czy szansą (Timmons, 2004). Dla innych jest ona dynamicznym procesem łączenia wizji, wdrażania zmiany i tworzenia (Kuratko i Hodgetts, 2004) lub zdolnością przekształcania pomysłów w rzeczywistość (KE, 2006). W większości charakterystyk przedsiębiorcy znajdujemy takie cechy jak kreatywność, innowacyjność i gotowość do podejmowania ryzyka, a także umiejętność planowania i zarządzania projektami dla osiągnięcia celów. Co ważne, w ostatnich latach przedsiębiorczość łączona jest z zamiarem dokonywania zmian w otoczeniu, poprawy życia danej społeczności czy dostarczania wartości, nie tylko w wymiarze merkantylnym, ale również, coraz częściej, w kontekście mniej lub bardziej bezinteresownym.

Jako że przedsiębiorczość stanowi o jakości kapitału ludzkiego, wiele uwagi przywiązuje się do tworzenia programów edukacji przystosowanych do zmieniających się warunków. Dokonuje się wymiany dobrych praktyk i wnikliwej ewaluacji dotychczasowych osiągnięć w ramach poszczególnych metod. Wśród najlepszych edukatorów przeważa podejście eksperymentalne, sięgające po niekonwencjonalne środki aktywizowania uczestników procesu kształcenia: pisanie biznesplanów, studia przypadków i symulacje przedsięwzięć biznesowych. Szybko zyskuje na popularności podejście *learning by doing*. W procesie kształcenia przedsiębiorczego większość elementów tworzących obraz przedsiębiorcy idealnego to nie cechy wrodzone, a kwalifikacje/wiedza, umiejętności/kompetencje i pewien typ zachowań/postaw.

Przedsiębiorczość społeczna jest relatywnie nowym zjawiskiem w gospodarce polskiej. W rzeczywistości gospodarczej i w literaturze światowej doczekała się już jednak wielu definicji. Rozumiana jest ona jako poszukiwanie alternatywnych strategii finansowych dla inicjatyw typu non profit lub programów zarządzania służących do tworzenia wartości społecznej. Określa się ją również jako sposób łagodzenia problemów społecznych i katalizowania zmiany społecznej (Mair i Martí, 2006, s. 37). Według niektórych, przedsiębiorczość społeczna oferuje innowacyjne rozwiązania dla złożonych i uporczywych problemów społecznych poprzez stosowanie tradycyjnych rynkowych modeli biznesowych (Spear, 2006; Dorado, 2006; Mair i Noboa, 2003; Pearce i Doh, 2005). Jako taka, inwestuje ona w relacje współpracy i partnerstwa z organizacjami non profit oraz z sektorem publicznym, starając się stworzyć zrównoważone warunki rozwoju korzystne zarówno dla społeczności, jak i dla biznesu (Tracey, Philips i Haugh, 2005, s. 332). W tym rozumieniu przedsiębiorczość społeczna stanowi alternatywę dla kultury chciwości i egoizmu (Hemingway, 2005; Mintzberg i in., 2002).



Niniejszy artykuł jest próbą analizy przydatności koncepcji przedsiębiorczości społecznej w nauczaniu przedsiębiorczości, w szczególności na studiach biznesowych, gdzie *gros* wiedzy potrzebnej potencjalnemu przedsiębiorcy przekazywane jest w ramach innych przedmiotów kierunkowych. Autorka stawia tezę, że przedsiębiorczość społeczna jako przedmiot realizowany w myśl podejścia *learning by doing* mogłaby wnieść wiele świeżości w proces nauczania przedsiębiorczości, zwłaszcza w kontekście narastającej dbałości o odpowiedzialny i zrównoważony rozwój naszej gospodarki (Rae, 2000). Punktem wyjścia do rozważań jest przegląd literatury w zakresie umiejętności/kompetencji niezbędnych przedsiębiorcy na różnych etapach rozwoju jego przedsięwzięcia oraz umiejscowienie ich w perspektywie edukacji przedsiębiorczej.

## Oczekiwane umiejętności przedsiębiorcy w kontekście edukacji przedsiębiorczej

Istnieje wiele odniesień do umiejętności przedsiębiorczych. Niektóre są bardziej złożone niż inne i można je umiejscowić w różnych momentach procesu przedsiębiorczego – od stworzenia mikroprzedsiębiorstwa do zarządzania dużym biznesem. Przez ponad 30 lat badania i publikacje w tej dziedzinie próbowały ukazać sukces przedsiębiorczy przez pryzmat „właściwego” profilu psychologicznego samego przedsiębiorcy, w którym znaczącą rolę odgrywały jego cechy osobowościowe i motywacja. Ten „psychologiczny” nurt badań przyniósł mieszane rezultaty, jeśli nie unieważnienie hipotezy leżącej u jego podstaw: cechy i motywacje nie różnicują odnoszących sukcesy przedsiębiorców od osób ponoszących porażkę (Lorrain i Dussault, 1998). W konsekwencji, w latach 90. pojawił się nurt badawczy, definiujący przedsiębiorców na podstawie ich działań i zachowań, a nie jak do tej pory, na podstawie ich cech osobowych (Omrane, Fayolle i Zeribi-BenSlimane, 2011). Jest to podejście behawioralne (Verstraete, 1999), które zakłada, że najlepszymi predyktorami sukcesu przedsiębiorcy są jego kompetencje (Chandler i Jansen, 1992; Herron i Robinson, 1993). Gartner (1988) zwrócił uwagę na działania przedsiębiorców poparte ich umiejętnościami, takimi jak umiejętność rozwijania wizji biznesowej (Hamblick i Crozier, 1985; Milton, 1989), rozpoznawania możliwości biznesowych (Vesper, 1990) i zdolność do mobilizacji zasobów. Herron i Robinson (1993) wyodrębnili siedem umiejętności niezbędnych przedsiębiorcom: projektowanie produktu/usługi, ocena różnych funkcji firmy, wiedza na temat branży i trendów, motywacja pracowników, tworzenie silnych relacji wpływu w swojej sieci biznesowej, planowanie i zarządzanie działaniami firmy w celu wykorzystania szans. Na podstawie ankiety przeprowadzonej wśród 134 właścicieli i menedżerów MSP Chandler i Jansen (1992) zaproponowali typologię kompetencji w trzech kategoriach: kompetencje w zakresie przedsiębiorczości, menedżerskie i techniczno-funkcjonalne. Wśród kompetencji przedsiębiorczych wyróżnili: umiejętność rozpoznawania i wykorzystywania możliwości, zdolność do intensywnej pracy, zdolność do przywództwa, zdolność polityczną do potwierdzania swojej pozycji w sieci biznesowej, zdolności techniczne. Powyższe kompetencje zyskały potwierdzenie w badaniu

Bauma (1995), który przebadawszy 363 przedsiębiorców, podkreślił rolę kompetencji poznawczych, zdolności organizacyjnych, zdolności podejmowania decyzji, zdolności technicznych oraz zdolności do identyfikowania możliwości. Belley, Dussault i Lorrain (2004) opracowali kwestionariusz zawierający 39 stwierdzeń pogrupowanych w 12 kompetencji: identyfikacja szans, wizja strategiczna, zarządzanie siecią biznesową, zarządzanie czasem, zarządzanie pracą, zarządzanie finansami, zarządzanie marketingiem, zarządzanie operacyjne, zarządzanie personelem, zarządzanie prawem i regulacjami, negocjacje biznesowe i podejmowanie decyzji. Według Shook i in. (2003) każda z kompetencji niezbędnych w procesie przedsiębiorczym znajduje się pod wpływem predyspozycji i charakterystyk indywidualnych oraz czynników kognitywnych przedsiębiorcy.

Z kolei praca Charles-Poor, Schieb-Bienfait i Urbain (2004) umiejscawia powyższe kompetencje przedsiębiorcze w poszczególnych fazach rozwoju firmy. Podobnie Omrane, Fayolle i Zeribi-BenSlimane (2011) odnieśli do poszczególnych faz: zmienne indywidualne, związane z motywacją, doświadczeniem, cechami psychologicznymi i cechami osobowymi przedsiębiorcy; zmienne interpersonalne, w tym relacje bezpośrednie lub pośrednie utrzymywane przez przedsiębiorcę z innymi; oraz zmienne organizacyjne związane ze środowiskiem społecznym, gospodarczym i politycznym, w którym działa przedsiębiorca. Rozwijając koncepcję kompetencji przedsiębiorczych Barona (2007), autorzy zaproponowali przyporządkowanie tych kompetencji do trzech etapów procesu przedsiębiorczego: rozpoczęcie (*déclanchement*), gdzie główną kompetencją, obok cech osobowych, jest zarządzanie informacją, etap zaangażowania (*engagement*) z kompetencją zarządzania nowością, dwuznacznością i paradoksami, zarządzania projektami, poszukiwania i gromadzenia niezbędnych zasobów i tworzenia, oraz etap przeżycia-rozwoju (*survie-développement*) z kompetencjami w zakresie konsolidacji umiejscowienia nowej firmy w zakresie jej rozwoju, kompetencje strategiczne oraz społeczne i relacyjne. Przedsiębiorczość w tym ujęciu stanowi zatem dynamiczny i kumulatywny proces nabywania różnych kompetencji przedsiębiorczych. Przedsiębiorca musi umieć inteligentnie łączyć te liczne, ale uzupełniające się kompetencje w postępowe podejście, aby zwiększyć szanse powodzenia swojego projektu. Ta swoista inżynieria kompetencji daje przedsiębiorcy realną zdolność kierowania procesem przedsiębiorczym (Toutain i Fayolle, 2008).

W innej koncepcji kompetencji przedsiębiorczych wyróżniono pięć cech, które nazwano czynnikami wewnętrznymi warunkującymi sukces przedsiębiorczy (Glinka i Gudkova, 2011, s.123). Pierwszą z kompetencji jest wiedza, zarówno ogólna, jak i specjalistyczna. Kolejne kompetencje to poczucie skuteczności i sprawczości swoich działań oraz motywacje, jakie kierują ludźmi w życiu zawodowym i prywatnym. Niezbędna jest znajomość i umiejętność korzystania z mechanizmów poznawczych, które warunkują proces odbierania i przetwarzania informacji z otoczenia. Wymienione kompetencje są ze sobą ściśle powiązane, a cała ta sieć, w interakcji z otoczeniem, otwiera możliwość dostrzeżenia i wykorzystania szansy rynkowej. Podsumowanie powyższych rozważań w podziale na wiedzę, umiejętności i postawy, na różnych etapach rozwoju procesu przedsiębiorczego, przedstawiono w poniższej tabeli (tab. 1).



Tabela 1

*Wiedza, umiejętności i postawy w procesie przedsiębiorczym*

OSOBA PRZEDSIĘBIORCZA	INTENCJA/ ZAMIAR	POSZUKIWANIE I IDENTYFIKACJA MOŻLIWOŚCI	OCENA MOŻLIWOŚCI	WYKORZYSTANIE MOŻLIWOŚCI
<b>WIEDZA</b>				
<i>Rozumienie przedsiębiorczości/ znajomość podstaw teoretycznych</i>		Znajomość metod analizy rynku oraz analizy informacji. Wiedza o dostępnym wsparciu	Znajomość metod potwierdzających celowość rozwiązania	Wiedza dotycząca prawnych aspektów przedsiębiorczości. Wiedza z zakresu marketingu/ finansów/ księgowości/ zarządzania
<b>UMIEJĘTNOŚCI</b>				
<i>Nauka stawiania się przedsiębiorcą</i>	Ocena wykonalności. Poszukiwanie wsparcia społecznego	Poszukiwanie i analiza informacji. Budowanie sieci społecznej	Krytyczne myślenie. Dokonanie wyboru. Ocena ryzyka. Podjęcie decyzji	Wykorzystanie wiedzy teoretycznej w praktyce. Poszukiwanie i mobilizacja zasobów. Rozwijanie wizji
<b>POSTAWY</b>				
<i>Nauka stawiania się przedsiębiorczym</i>	Chęć i entuzjazm. Kreatywność. Proaktywność	Czułość. Otwartość. Innowacyjność	Chęć dokonania zmiany	Zaangażowanie. Działanie. Przywództwo

Źródło: opracowanie własne na podstawie Shook i in. (2003); Heinonen i Pokkijoki (2006), Fayolle i in. (2011)

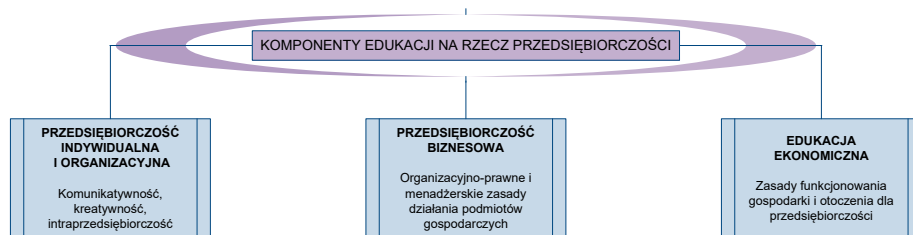
Co ważne, kompetencje przedsiębiorcze podlegają doskonaleniu (Drucker, 1985; Kuratko, 2005). Do rozwijania tych kompetencji może służyć edukacja, w tym kształcenie na poziomie uniwersyteckim. Poszczególne kompetencje są podatne na zmiany, jednak różny jest poziom trudności i ilość pracy, jaką należy włożyć w ich modyfikację.

Edukacja przedsiębiorcza jest dość szeroko dyskutowana w literaturze światowej i krajowej. Jest ona różnie rozumiana i może obejmować kilka podejść (Jamieson, 1984; Wach, 2016): edukację o przedsiębiorczości, edukację dla lub na rzecz przedsiębiorczości oraz edukację przez przedsiębiorczość. Pierwsze podejście obejmuje większość treści przekazywanych w ramach kierunków biznesowych, a drugie skoncentrowane jest na pobudzaniu postaw przedsiębiorczych u studentów. To w tego typu edukacji przedsiębiorczej ciągle poszukuje się nowych skutecznych form przekazywania wiedzy i umiejętności, a także kreowania pożądaných postaw. Ostatni rodzaj także może mieć wiele zastosowań na uczelni wyższej.

Punktem wyjścia do analizy edukacji dla przedsiębiorczości pod kątem poszukiwanych umiejętności, postaw i wiedzy jest często model Heinonen i Poikkijoki (2006), uznawany w tej materii za przykład dobrej praktyki. Pełna edukacja dla przedsiębiorczości obejmuje przekazywanie wiedzy, nabywanie umiejętności oraz kształtowanie postaw przydatnych w życiu osobistym, zawodowym i społecznym. W praktyce realizacja zajęć zgodnie z modelem powinna pozwolić uczącym się na odkrycie, poznanie i doświadczenie mechanizmów procesu przedsiębiorczego, które warunkują osiąganie celów przedsiębiorstwa.

Warunkiem osiągnięcia skuteczności w nauczaniu przedsiębiorczości jest połączenie edukacji formalnej (instytucjonalnej) oraz nieformalnej (nieinstytucjonalizowanej). W ramach formalnego programu edukacyjnego przekazywana powinna być wiedza, umiejętności i postawy z zakresu przedsiębiorczości na wszystkich poziomach edukacji: podstawowym, średnim i wyższym. Ważne jest uwzględnienie instrumentów wertykalnych (związanych wprost z przedsiębiorczością – w ramach przedmiotów szkolnych, kursów akademickich, modułów kształcenia, szkoleń i warsztatów) oraz instrumentów horyzontalnych (ujęcie holistyczne w przedmiotach, kursach i modułach wspierających). Edukacja niesformalizowana oparta jest na idei potrzeby ciągłego samodoskonalenia, chęci uczenia się przez całe życie (*life-long learning*), wypełnianiu przez media misji edukacyjnej oraz na przypadkach edukacji incydentalnej (Glinka i Gudkova, 2011).

Zarówno w przypadku edukacji formalnej, jak i nieformalnej zidentyfikować można trzy komponenty edukacji przedsiębiorczej, które powinny stać się elementami składowymi każdego przedmiotu szkolnego, kursu, modułu czy warsztatu.



Rysunek 1. Komponenty edukacji przedsiębiorczej.

Źródło: opracowanie własne na podstawie Wach, 2013, s. 249.

Komponent „Przedsiębiorczość indywidualna i organizacyjna” ma charakter interdyscyplinarny, może być nauczany w ramach różnych zajęć, w czasie których promowane powinny być takie wartości jak inicjatywność, otwartość, kreatywność czy wrażliwość społeczna. Ważne jest także budowanie w studentach poczucia odpowiedzialności i autonomii (Hatak, 2011). Komponent „Przedsiębiorczość biznesowa” pozwala studentom na zdobycie kluczowych kompetencji przedsiębiorczych oraz wiedzy na temat zasad prowadzenia działalności gospodarczej i samozatrudnienia (Wach, 2013). Z kolei „Edukacja ekonomiczna” oznacza wiedzę na temat otoczenia przedsiębiorstwa i zasad jego

funkcjonowania. Tym samym nauczanie przedsiębiorczości nie jest tożsame z nauką o ekonomii, ale powinno umożliwić integrowanie obszarów wiedzy. Powyższe komponenty edukacji przedsiębiorczej, dzięki „przedsiębiorczej dydaktyce”, przekładają się na konkretne postawy, umiejętności i wiedzę (Wach, 2016).

Panuje zgoda co do korzyści płynących z rozwijania postaw przedsiębiorczych zarówno dla jednostki, budującej swój dobrobyt dzięki zdobytym kompetencjom, jak i dla całego społeczeństwa. Zatem w interesie państwa czy grup państw leży tworzenie wspomnianej wcześniej infrastruktury i podejmowanie działań promujących rozwój pożądanych postaw. Przedsiębiorczość obywateli sprzyja rozwojowi przedsiębiorstw, wzrostowi wydajności pracy, tworzeniu nowych technologii, promowaniu innowacyjności, a co za tym idzie zwiększaniu konkurencyjności danego rynku. Z tego powodu również Komisja Europejska zastanawia się, jak można skutecznie budować ducha przedsiębiorczości wśród uczniów i studentów (Bacigalupo i in., 2016). W raporcie *EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework*, sama przedsiębiorczość staje się swego rodzaju kompetencją, która ma wspierać obywateli w ich aktywnym uczestnictwie w życiu społecznym, w zarządzaniu ich własnym życiem oraz karierą, jak również w podejmowaniu inicjatyw tworzących wartość dla innych. Wartość ta może być finansowa, kulturalna lub społeczna. Model koncepcyjny *EntreComp* składa się z dwóch głównych wymiarów – w pierwszym odnajdujemy trzy obszary kompetencji, które bezpośrednio odzwierciedlają definicję przedsiębiorczości jako zdolności do przekształcania pomysłów w działania generujące wartość dla kogoś innego niż podmiot. W drugim wymiarze umieszczono 15 kompetencji, które razem stanowią podstawowe elementy przedsiębiorczości jako aktywności służącej wszystkim obywatelom. Są one ze sobą powiązane i powinny być traktowane jako integralne elementy całości.

## Edukacja w zakresie przedsiębiorczości społecznej

Jak wynika z powyższych rozważań, edukacja przedsiębiorcza znajduje się w centrum uwagi zarówno dydaktyków, przedsiębiorców, jak i instytucji działających w szeroko pojętym obszarze edukacji i zajmujących się wpływem kształcenia na gospodarkę. Przedsiębiorczość wiąże się nie tylko z produktywnością lub trwałością, ale również z integrowaniem ludzi przez wspólne pokonywanie przeszkód. Wymiar społeczny przedsiębiorczości, zarówno w kontekście mobilizacji zasobów, jak i zmiany społecznej, zyskuje na znaczeniu w głównych nurtach edukacji na rzecz przedsiębiorczości.

Przedsiębiorcy społeczni działają w kontekstach, które są często różne od tych, w jakich działają tradycyjni przedsiębiorcy. Podczas gdy ci ostatni współdziałają z organizacjami, kierując się przede wszystkim logiką komercyjną, charakterystyczną cechą przedsiębiorców społecznych jest działanie na styku trzech sektorów: społecznego, komercyjnego i publicznego (Thornton i Ocasio, 2008). W związku z tym, że ten rodzaj aktywności gospodarczej przyczynia się znacząco do ograniczenia biedy (Mars i in., 2008; Timmons i Spinelli, 2004; Waghid i Oliver, 2017), edukacja w zakresie przedsiębiorczości



społecznej wydaje się bardzo istotna dla rozwoju gospodarki zrównoważonej. Jako taka powinna być ona dostępna na wszystkich etapach edukacji (Bornstein, 2004). Tymczasem, uwzględniając szczególną odpowiedzialność uniwersytetów jako propagatorów wiedzy wśród różnych grup społecznych, zgodnie z ideą kształcenia ustawicznego, ich rola w edukacji na rzecz przedsiębiorczości, w tym jej odmiany społecznej, jest nie do przecenienia.

Edukacja w zakresie przedsiębiorczości społecznej koncentruje się strategicznie na wprowadzaniu zmian społecznych (Nicholls, 2006, s. 23). Istnieje również pogląd, że podstawową jej rolą jest wspieranie rozwoju przedsiębiorczości jako takiej poprzez rozwijanie wizji przedsiębiorczej. Dodatkowo, każdy przedsiębiorca powinien mieć umiejętności społeczne i nauczyć się szanować innych, współpracowników i pracowników (Dees, 1998). Edukacja w zakresie przedsiębiorczości społecznej może sprzyjać osiągnięciu tego efektu (Worsham, 2012).

Model edukacji społecznej przedsiębiorczości Pache'a i Chowdhury'ego (2012) zakłada, że dzięki profesjonalnej edukacji z zakresu przedsiębiorczości społecznej można bardzo skutecznie wzbogacić zakres doświadczeń studentów, lub wręcz zmienić ich życie poprzez pokazanie im szansy na podjęcie działalności, która wpłynie na życie ludzi z ich otoczenia.

## Zrównoważony model edukacji na rzecz przedsiębiorczości na studiach biznesowych

Na studiach biznesowych, z zarządzania lub ekonomii, studenci podlegają silnej ekspozycji na logikę sektora komercyjnego i otrzymują sporą dawkę wiedzy i umiejętności menedżerskich, w tym z marketingu, finansów, księgowości, zasobów ludzkich oraz strategii. Dominuje tradycyjne postrzeganie rzeczywistości biznesowej i komercyjne podejście do poszukiwania i odkrywania możliwości biznesowych. Do tej mieszanki, podstawowej lub bardziej ukierunkowanej specjalnościowo wiedzy menedżerskiej, dokłada się „przedsiębiorczość” realizowaną albo w tradycyjnym ujęciu, albo, coraz częściej, z wykorzystaniem aktywizujących metod kształcenia. Nie wszystko jednak da się zrobić – w rzeczywistości ograniczonych zasobów finansowych na edukację proponowanie studentom grantów na tworzenie rzeczywistych przedsięwzięć biznesowych wydaje się dość karkołomnym wyzwaniem.

Tymczasem przyszli przedsiębiorcy, w myśl rozważań w niniejszym artykule, poza wiedzą menedżerską, którą otrzymują w całym toku kształcenia na studiach biznesowych, powinni pozyskać umiejętności specyficzne, zwłaszcza te, które wyróżniono na wczesnych etapach procesu przedsiębiorczego (tab. 1). Oczywiście część z tych kompetencji możliwa jest do osiągnięcia poza zajęciami, dzięki aktywności w różnego rodzaju kołach, projektach, szczególnie gdy studenci pełnią w nich funkcje liderów. Takie kierowanie rozwojem własnych kompetencji nie jest jednak częste i pozostaje raczej wyjątkiem niż zasadą dla większości studentów. W konsekwencji, możliwość nabywania

tych kompetencji poprzez interakcję społeczną, obserwację i refleksję w ramach grup uczestniczących w zajęciach z przedsiębiorczości wydaje się zyskiwać na znaczeniu. Staje się to szczególnie ważne teraz, gdy na uczelniach pojawiają się pokolenia zdominowane przez indywidualistów mocno osadzonych w świecie wirtualnym.

Z analizy literatury dotyczącej edukacji w zakresie przedsiębiorczości społecznej wynika wiele korzyści realizowania tego typu programów (White, 1992; Bagheri i Lopez-Pihie, 2010; Pache i Chowdhury, 2012). Pozwalają one m.in. na:

- rozszerzenie perspektywy postrzegania możliwości biznesowych/ szans rynkowych o dodatkowe dziedziny życia społecznego i ocenę tych możliwości;
- rozwinięcie wizji przedsiębiorczej;
- pogłębienie wiedzy o możliwych interesariuszach organizacji;
- rozwinięcie zdolności jednostki do skutecznego i innowacyjnego łączenia źródeł ich finansowania;
- zapewnienie dostępu do sieci przedsiębiorców społecznych, a co za tym idzie, znalezienie platformy wzajemnego wsparcia od samego początku rozwijania pomysłu;
- wzmocnienie sfery emocjonalnej i społeczno-etycznej studenta i w konsekwencji wzbogacenie jego potencjalnego modelu biznesowego o nową wartość dostarczaną klientom, co może się przyczynić do zwiększenia szans jego przetrwania na rynku;
- możliwość interakcji, a więc wzmocnianie kompetencji społecznych w zróżnicowanych grupach społecznych;
- poszerzenie wiedzy o roli instytucji publicznych i innych podmiotów z zakresu ekonomii społecznej;
- zwiększenie świadomości i wiedzy o wyzwaniach społecznych dzisiejszego świata.

Uniwersytecka edukacja w zakresie przedsiębiorczości społecznej w ramach studiów biznesowych może być realizowana na różne sposoby, od małego przedsięwzięcia na rzecz społeczności akademickiej, poprzez nadzorowany wolontariat w istniejącym przedsiębiorstwie społecznym, po tzw. przedsiębiorstwa studenckie („przedsiębiorstwa treningowe”), które w ramach zajęć fakultatywnych mogliby studenci zakładać i prowadzić pod nadzorem pracownika naukowo-dydaktycznego (Wach, 2013), z tym że w propozycji autorki chodziłoby o przedsiębiorstwa społeczne. Innymi słowy, wydaje się, iż przedmiotem, który powinien znaleźć się w programach kształcenia na zarządzaniu lub ekonomii, ma być „przedsiębiorczość społeczna” (rys. 2).



Rysunek 2. Edukacja na rzecz przedsiębiorczości na studiach biznesowych.  
Źródło: opracowanie własne.

Tego typu model edukacji na rzecz przedsiębiorczości lub przez przedsiębiorczość możliwy jest na każdym poziomie studiów, w tym w ramach programów MBA. Na najlepszych uczelniach amerykańskich realizowane są pełne curricula z zakresu przedsiębiorczości społecznej, a ich ocena znajduje odzwierciedlenie w rankingach dotyczących tego typu programów (Burke, 2018). Niewątpliwie, takie podejście wymagałoby odpowiedniego przygotowania nauczycieli przedmiotu, to jednak nie powinno stanowić wielkiego wyzwania.

## Zakończenie

Zmiany pokoleniowe, procesy gospodarcze oraz decyzje polityczne zdają się zarówno promować jak i, coraz częściej w sposób oczywisty, uzasadniać konieczność myślenia o przyszłości w kontekście zrównoważenia w ujęciu społecznym oraz wykorzystania zasobów naturalnych. Zmienia się również postrzeganie podmiotów gospodarczych oraz instytucji publicznych w kierunku tych, których podstawową rolą jest dostarczanie konsumentom wartości w sposób jak najbardziej zrównoważony i odpowiedzialny. Tak też definiowana jest coraz częściej rola uczelni wyższej – w ocenie jej interesariuszy powinna ona kształcić przedsiębiorczych, ale i otwartych na świat, wrażliwych społecznie młodych obywateli.

W naznaczonej transformacją ustrojową Polsce zaczynają swoją edukację akademicką pokolenia dorastające w okresie gospodarki rynkowej, a więc świadome jej podstaw i reguł. Pojawia się wyjątkowa szansa wzbogacenia ich o wiedzę i umiejętności z pogranicza ekonomii społecznej w ramach nowej edukacji przedsiębiorczej, będącej nośnikiem treści i kompetencji społecznych.



Rozwiązanie przedstawione w artykule – zastąpienie tradycyjnego kursu z przedsiębiorczości przedmiotem „przedsiębiorczość społeczna”, poparte badaniami literaturowymi, jest pochodną zainteresowań naukowych autorki oraz jej doświadczenia dydaktycznego. Ograniczeniem dla zaproponowanej ścieżki kształcenia jest brak jej weryfikacji w rzeczywistości akademickiej.

#### BIBLIOGRAFIA

- Bacigalupo, M., Kamylyis, P., Punie, Y., Van den Brande, G. (2016). *EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework*. Luxembourg: Publication Office of the European Union; EUR 27939 EN; doi:10.2791/593884.
- Bagheri, A. i Lope-Pihie, Z.A. (2010). Entrepreneurial Leadership Learning: in Search of Missing Links. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 7(C), 470-479.
- Baron, R. A. (2007). Entrepreneurship: A Process Perspective. W: J.R. Baum, M. Frese i R.A. Baron (red.), *The organizational frontiers. The psychology of entrepreneurship*. Mahwah, NJ, US: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 19-39.
- Baum, J.R. (1995). The relation of traits, competencies, motivation, strategy and structure to venture growth. W: P.D. Reynolds, W.D. Bygrave, N.M. Carter, P. Davidsson, W.B. Gartner, C.M. Mason i P.P. McDougall (red.), *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Wellesley, MA: Babson College, 547-560.
- Belley, A., Dussault, L., Lorrain, J. (1998). *Les compétences des entrepreneurs : élaboration et validation d'un questionnaire QCE*, Actes, 4ème CIFPME, Nancy Metz, Octobre..
- Bellier, S. (2000). *Compétences en action, expérimentations, implications, réflexions pratiques*. Paris: Liaisons.
- Bornstein, D. (2004). *How to change the world: Social entrepreneurs and the power of new ideas*. New York, NY: Oxford University Press.
- Burke, E. (2018). *Social Entrepreneurship Programs: 23 Universities Paving the Way*. Pozyskano z: <https://www.classy.org/blog/social-entrepreneurship-programs-19-universities-paving-the-way> (dostęp: 19.03.2018).
- Casson, M. (1982). *The entrepreneur*. Towata, NJ: Barnes & Noble Books (traduit par Pierre Jeanblanc, L'entrepreneur, Economica, 1991).
- Chandler, G.N. i Jansen, E. (1992). The founder's self-assessed competence and venture performance. *Journal of Business Venturing*, vol. 7, 223-236.
- Charles-Pauvers, B., Schieb-Bienfait, N. i Urbain, C. (2004). La compétence du créateur d'entreprise innovante, quelles interrogations ? *Revue Internationale P.M.E.*, 17(1).
- Dees, J.G. (1998). *The meaning of social entrepreneurship*. Kansas City: Kaufman Foundation and Stanford University.
- Dorado, S. (2006). Social entrepreneurial ventures: different values so different creations. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 319-343.
- Drucker, P.F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship. Practice and Principles*. New York, NY: HarperCollins Publishers.
- Gartner, W.B. (1993). What are we talking about when we talk about entrepreneurship? *Journal of Business Venturing*, 5(1), 15-28.
- Geryk, M. (2010). *Społeczna odpowiedzialność uczelni w percepcji jej interesariuszy. Raport z badań*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza Szkoła Główna Handlowa.
- Glinka, B. i Gudkova, S. (2011). *Przedsiębiorczość*. Warszawa: Oficyna Wolters Kluwer Business.

- Hambrick, D.C. i Crozier, L.M. (1985). Stumblers and stars in the management of rapid growth. *Journal of Business Venturing*, 1, 31-45.
- Hatak, I. (2011). *Innovation in Entrepreneurship Education in Europe*. An Analysis of New Initiatives, Implementation Processes and Associated Success Factors, Vienna University of Economics and Business – Research Institute for Co-Operation and Co-Operatives, RiCC Research Reports, 3.
- Heinonen, J. i Poikkijoki, S.A. (2006). An entrepreneurial-directed approach to entrepreneurship education: mission impossible? *Journal of Management Development*, 25(1), 80-94.
- Hemingway, C.A. (2005). Personal values as a catalyst for corporate social entrepreneurship. *Journal of Business Ethics*, 60(3), 233-249.
- Herron, L.A. i Robinson, R.B. (1993). A structural model of the effects of entrepreneurial characteristics on venture performance. *Journal of Business Venturing*, vol. 8, 281-294.
- Jamieson, I. (1984). Schools and Enterprise. W: A.G. Watts i P. Moran (red.), *Education for Enterprise*. Cambridge: Careers Research and Advisory Centre CRAC, 19-27.
- Kuratko, D.F. i Hodgetts, R.M. (2004). *Entrepreneurship: Theory, Process, Practice* Mason, Ohio: Thomson South Western.
- Kuratko, D.F. (2005). The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends, and Challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29, 5, 577-598.
- Lavolette, E.M. i Loue, Ch. (2006). *Les compétences entrepreneuriales: définition et construction d'un référentiel*, Congrès International Francophone sur L'Entrepreneuriat et PME. CIFEPME.
- Lorrain, J. i Dussault, L. (1988). Relation between psychological characteristics, administrative behaviors, and success of founder entrepreneurs at the start up stage. W: B.A. Kirchoff, W.A. Long, W.E.D. McMullan, K.H. Vesper i W.E. Wetzel (red.), *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Wellesley, Mass.: Babson Colege, 150-164.
- Mair, J. i Noboa, E. (2003). *Social entrepreneurship: how intentions to create a social enterprise get formed*. Barcelona: IESE Business School Working Paper No.521.
- Mars, M.M., Slaughter, S. i Rhoades, G. (2008). The State-Sponsored Student Entrepreneur. *Journal of Higher Education*, 79(6), 638-670.
- Milton, D.G. (1989). The complete entrepreneur. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13, 9-19.
- Mintzberg, H., Simons, R. i Basu, K. (2002). Beyond selfishness. *Sloan Management Review*, 44, 67-74.
- Nicholls, A. (2006). *Social entrepreneurship: new models of sustainable change*. Oxford UK: Oxford University Press.
- Omrane, A., Fayolle, A. i Zeribi-BenSlimane, O. (2011). Les compétences entrepreneuriales et le processus entrepreneurial : une approche dynamique. *La Revue des Sciences de Gestion*, 251, 91-100.
- Pache, A.C. i Chowdhury, I. (2012). Social entrepreneurs as institutionally embedded entrepreneurs: Toward a new model of social entrepreneurship education. *Academy of Management Learning & Education*, 11(3), 494-510.
- Pearce, J. i Doh, J.P. (2005). The high impact of collaborative social initiatives. *MIT Sloan Management Review*, 46, 329-339.
- Rae, D. (2000). Understanding Entrepreneurship learning: A question of How. *International Journal of Entrepreneurship Behaviour & Research*, 6(3), 145-159.
- Shook, Ch.L., Priem, R.L. i Mcgee, J.E. (2003). Venture Creation and the Enterprising Individual: A Review and Synthesis. *Journal of Management*, Vol. 29, No. 3, 379-399.
- Spear, R. (2006). Social entrepreneurship: a different model? *International Journal of Social Economics*, 33(5/6), 399-410.

- Thornton, P.H. i Ocasio, W. (2008). Institutional logics. W: R. Greenwood, C. Oliver, R. Suddaby i K. Sahlin-Andresson (red.), *The Sage handbook of organizational institutionalism*, vol. 840. London: Sage.
- Timmons, J.A. i Spinelli, S. (2004). *New Venture Creation: Entrepreneurship For The 21st Century*. Boston USA: McGraw-Hill/Irwin.
- Toutain, O. i Fayolle, A. (2008). Compétences entrepreneuriales et pratiques d'accompagnement: approche exploratoire et modélisation. W: G. Kizabi (red.), *Entrepreneuriat et accompagnement – Outils, actions et paradigmes nouveaux*. Paris: L'Harmattan, 31-72.
- Tracey, P., Phillips, N. i Haugh, H. (2005). Beyond philanthropy: Community enterprise as a basis for corporate citizenship. *Journal of Business Ethics*, 58(4), 327-344.
- Verstraete, Th. (1999). *Entrepreneuriat: connaître l'entrepreneur, comprendre ses actes*. Paris: L'Harmattan, Collection Economie et Innovation.
- Vesper, K.H. (1990). *New venture strategies* (2nd ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Wach, K. (2013). Edukacja na rzecz przedsiębiorczości wobec współczesnych wyzwań cywilizacyjno-gospodarczych. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 9, 249-251.
- Wach, K. (2016). Edukacja przedsiębiorcza: analiza bibliometryczna polskiego piśmiennictwa. *Horyzonty Wychowania*, 15(34), 11-26.
- Waghid, Z. i Oliver H. (2017). Cultivating social entrepreneurial capacities in students through film: Implication for Social Entrepreneurship Education. *Educational Research for Social Change*, 6(2), 76-100.
- White, H. (1992). *Identity and control: A structural theory of social action*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Worsham, E.L. (2012). Reflections and Insights on Teaching Social Entrepreneurship: An Interview with Greg Dees. *Academy of Management Learning & Education*, 11(3), 442-452.
- Zahra, S.A., Gedajilovic, E., Neubaum, D.O. i Shulman, J.M. (2009). A typology of social entrepreneurship: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, 24, 519-532.

#### 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/>