

Postawy studentów wobec przedsiębiorczości	
Nazwa/tytuł	
Typ zasobu	artykuł
Autor(zy), redaktor(zy)* lub instytucja	Paulina Siemieniak
Nazwa czasopisma lub wydawca lub instytucja badawcza / sprawcza	Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego
Rok wydania (publikacji)	2010
Rodzaj dostępu	otwarty (Open Access)
Link do zasobu w wersji elektronicznej	https://bazhum.muzhp.pl/media/texts/ekonomiczne-problemy-uslug/2010-numer-51/ekonomiczne_problemy_uslug-r2010-t-n51-s505-514.pdf
Notka bibliograficzna do cytowania	Siemieniak, P. (2010). Postawy studentów wobec przedsiębiorczości. <i>Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne Problemy Usług</i> , 51. 505-514.
Słowa kluczowe	przedsiębiorczość, zachowania przedsiębiorcze, postawy przedsiębiorcze, intencje przedsiębiorcze
Język publikacji	polski
Zasięg przestrzenny badań	Polska
Podstawowy rodzaj i poziom edukacji, do jakiej odnoszą się badania	→ edukacja formalna – szkoły wyższe
Streszczenie (opis wyników badań)	Artykuł analizuje postawy studentów wobec przedsiębiorczości, traktując ją jako zjawisko ekonomiczne, społeczne i psychologiczne. Podkreślono, że przyszłe zachowania przedsiębiorcze są silnie uwarunkowane aktualnymi postawami młodych ludzi. Przedsiębiorczość definiowana jest zarówno jako cecha jednostki, jak i sposób działania, oparty na kreatywności, innowacyjności i skłonności do podejmowania ryzyka. Zwrócono uwagę na różnicę między potencjałem przedsiębiorczym a intencją założenia własnej firmy. Badania wskazują, że same cechy osobowości nie są wystarczającym predyktorem działań przedsiębiorczych, istotną rolę odgrywają również postawy, normy społeczne i poczucie kontroli. Duże znaczenie w kształtowaniu postaw mają doświadczenia życiowe, środowisko rodzinne oraz edukacja szkolna i akademicka. Studenci, którzy mieli kontakt z przedsiębiorcami w rodzinie lub wśród znajomych, częściej deklarują gotowość do założenia firmy. Wiedza i wykształcenie istotnie wpływają na postawy wobec przedsiębiorczości, a brak informacji proceduralnych stanowi barierę dla inicjatywy biznesowej. Badanie empiryczne objęło studentów pierwszego roku zarządzania Politechniki Poznańskiej. Większość respondentów postrzega siebie jako osoby przedsiębiorcze, przy czym mężczyźni częściej deklarują takie przekonanie. Najczęściej wskazywanym czynnikiem sukcesu w biznesie było doświadczenie, następnie cechy osobiste, a dopiero potem wiedza. Studenci przypisują przedsiębiorcom przede wszystkim dobre zorganizowanie, pewność siebie i kreatywność. Wyniki potwierdzają, że postawy wobec przedsiębiorczości są wypadkową cech jednostki, doświadczeń oraz procesu edukacyjnego.
Dodatkowa materiały, informacje i uwagi	

* zgodnie z przyjętymi założeniami nie podaje się stopni i tytułów naukowych autorów

