|  |
| --- |
|  |

1. **Uwarunkowania i mechanizmy zrównoważonego rozwoju na obszarach wiejskich – identyfikacja i ocena postaw młodzieży wiejskiej w zakresie przedsiębiorczości i innowacyjności oraz możliwości ich wykorzystania dla rozwoju lokalnego.**

**Raport metodologiczny**

**dotyczący opracowania i realizacji badań w ramach projektu flagowego „Zrównoważony rozwój obszarów wiejskich” realizowanego w oparciu o Strategię UE dla regionu Morza Bałtyckiego przez Sekretariat Centralny KSOW na lata 2014-2015**

**SPIS TREŚCI**

[**1.** **MERYTORYCZNY KONTEKST BADANIA** 3](#_Toc393023646)

[**1.1.** **Problematyka przedsiębiorczości i innowacyjności młodych mieszkańców obszarów wiejskich podejmowana w ramach programu flagowego „Zrównoważony rozwój obszarów wiejskich” od września 2012 do czerwca 2014 r.** 3](#_Toc393023647)

[**1.2.** **Podstawy teoretyczne badań postaw młodzieży wiejskiej w Polsce w zakresie przedsiębiorczości i innowacyjności, operacjonalizacja podstawowych pojęć.** 9](#_Toc393023648)

[**2.** **CELE BADANIA** 19](#_Toc393023649)

[**3.** **PROBLEMATYKA BADAWCZA** 22](#_Toc393023650)

[**4.** **DOBÓR PRÓBY DO BADAŃ** 25](#_Toc393023651)

[**5.** **METODY I TECHNIKI BADAWCZE** 31](#_Toc393023652)

[**a.** **Ankieta audytoryjna** 31](#_Toc393023653)

[**b.** **Ankieta indywidualna (rozdawana)** 32](#_Toc393023654)

[**6.** **PROPONOWANY SPOSÓB PREZENTACJI WYNIKÓW I MOŻLIWOŚCI ICH WYKORZYSTANIA**……………………………………………………………………………………………………………………..33](#_Toc393023655)

[**7.** **PROPONOWANY HARMONOGRAM PRAC BADAWCZYCH** 35](#_Toc393023656)

[**8.** **BIBLIOGRAFIA** 36](#_Toc393023657)

1. **MERYTORYCZNY KONTEKST BADANIA**
	1. **Problematyka przedsiębiorczości i innowacyjności młodych mieszkańców obszarów wiejskich podejmowana w ramach programu flagowego „Zrównoważony rozwój obszarów wiejskich” od września 2012 do czerwca 2014 r.**

Planowana problematyka badania polskiej rzeczywistości w zakresie postaw przedsiębiorczych młodych z obszarów wiejskich, ich identyfikacji i ewaluacji nawiązuje w pewnym stopniu do problematyki podejmowanej na spotkaniach seminaryjnych i planowanych badaniach w ramach projektu flagowego przez Uniwersytet Nauk Stosowanych Mikkeli z Finlandii i Szwedzki Uniwersytet Rolniczy w Uppsala. Formuła projektu flagowego opiera się głównie na wyminie doświadczeń między jego członkami. Organizacja cyklicznych spotkań, stanowi okazję do międzynarodowej, interdyscyplinarnej dyskusji na temat przedsiębiorczości, innowacyjności i partycypacji młodych na obszarach wiejskich, przy zachowaniu postaci warsztatów, szkoleń, learning – conference, wyjazdów studyjnych. W okresie trwania projektu od września 2012 do kwietnia 2014 odbyło się łącznie osiem spotkań, z czego 7 miało charakter warsztatowy połączony z wizytami studyjnymi, jedno- w Prusimiu (woj. wielkopolskie) miała charakter konferencji. **W pierwszym spotkaniu, które odbyło się 7 września 2012 roku podczas Swedish Rural Parlament w Blekinge, w południowo-wschodniej Szwecji,** określono cele projektu flagowego i harmonogram realizacji. Jako podstawy cel określono znalezienie i udokumentowanie dobrych praktyk i gotowych do wdrożenia modeli służących zwiększeniu i wzmocnieniu udziału młodzieży w rozwój społeczności lokalnej. Zakładano także analizę realizowanych w krajach partnerskich sposobów wspierania przedsiębiorczości i innowacji na obszarach wiejskich. Zdaniem realizatorów projektu, bez odpowiedniego zachęcenia i wsparcia młodzież nie będzie chciała wiązać swojej przyszłości z obszarami wiejskimi. Zrównoważony rozwój obszarów wiejskich nie jest możliwy bez udziału tej grupy wiekowej.

 Kolejne spotkanie uczestników projektu odbyło się w dniach **30 października – 1 listopada 2012** w ośrodku **High Chaparral niedaleko miejscowości Varnamo,** gdzie zorganizowano spotkanie młodzieży z obszarów wiejskich z całej Szwecji. Youngagement, czyli „młodzi i zaangażowani” przedstawiciele lokalnych organizacji pozarządowych, związków młodych farmerów i zaproszeni reprezentanci organizacji młodzieży między innymi z Litwy, Łotwy, Estonii, Finlandii i Wielkiej Brytanii zaprezentowali pomysły i projekty realizowane lokalnie w celu wzmacniania kompetencji młodzieży w zakresie przedsiębiorczości i szeroko pojętej innowacyjności.

Warsztatowy charakter miało także spotkanie partnerów projektu w kwietniu 2013 w Mikkeli. Przedstawiciele Uniwersytetu Nauk Stosowanych w Mikkeli wraz ze studentami tej uczelni i "Siecią przedsiębiorczości dla rozwoju edukacji na różnych poziomach edukacji" zorganizowali obóz poświecony innowacji. Celem była nauka umiejętności „bycia Przedsiębiorczym” tj. jak myśleć nieszablonowo, uwzględniając różne aspekty i punkty widzenia dotyczące nowego pomysłu na biznes; jak znaleźć klientów; jak przedstawić koncepcję planowanego przedsięwzięcia itp.

Kolejne spotkanie odbyło się w dniach **3-6 lipca 2013 roku w Krakowie** i miało charakter warsztatowo – konferencyjny, a jego celem była dyskusja na temat rozwijania umiejętności młodzieży z obszarów wiejskich w zakresie przedsiębiorczości, innowacyjności i kreatywności. Wymieniono 5 obszarów najważniejszych z punktu widzenia młodzieży, które pozwoliłyby im wiązać swoją przyszłość z obszarami wiejskimi. Dotyczyły one: pracy młodzieży na obszarach wiejskich, infrastruktury, szczególnie w zakresie sektora usług publicznych (edukacji, ochrona zdrowia, transportu), organizacji czasu wolnego dla młodych na wsi, wzmocnienia kapitału społecznego, poprawy warunków życia na wsi.

 W dniach **22-23 października Jurmala,** **Łotwa**, zorganizowane zostało przez Łotewskie Centrum Doradztwa Rolniczego spotkanie młodych przedsiębiorców z obszarów wiejskich, dla których zorganizowano cykl seminariów i wizyt studyjnych.

Podobny charakter miało także spotkanie ”Smart Solutions for Rural Youth” w **Birštonas, Litwa, 14-15 listopada 2013.** Zorganizowano wizyty studyjne do miejscowości Bagotoji, Antanavas i Balsupiai celem zapoznania uczestników spotkania z doświadczeniami wynikającymi z realizacji projektów w ramach Leader.

Zaprezentowano wiele przykładów projektów Leader w zakresie renowacji budynków i innych nieruchomości oraz zmiany ich przeznaczenia na obiekty użyteczności publicznej, do wykorzystania przez dzieci i osoby starsze, jako miejsca spotkań i rekreacji.

Podsumowanie pierwszego roku realizacji projektu odbyło się podczas konferencji w Prusimiu w dniach 3-4 grudnia 2013 r. Przybrało ono po raz pierwszy formę learning – conference. Przedstawiono trzy prezentacje: 1/ Fundusze unijne jako formy wspierania młodych przedsiębiorczych na polskiej wsi; 2/ Uwarunkowania przedsiębiorczości młodzieży wiejskiej w świetle literatury; 3/ Warunki dla rozwoju i doświadczenia we wdrażaniu instrumentów wsparcia na obszarach wiejskich w Polsce.

Przedmiotem prezentacji i dyskusji były następujące problemy:

* wpływ przedsiębiorczości młodych na wielofunkcyjny i zrównoważony rozwój obszarów wiejskich i jednoczesne zapobieganie marginalizacji tychże terenów;
* wieloznaczność definicyjna terminu „przedsiębiorczość”;
* czynniki ułatwiające rozwój przedsiębiorczości (tkwiące w osobowości osób młodych: otwartość na zmiany, odwaga, kreatywność, zdolność do ponoszenia ryzyka); tkwiące w systemie prawnym; systemie edukacji;
* zakres i metody kształtowania kompetencji kluczowych w obszarze rozwoju postaw przedsiębiorczych w szkołach;
* bariery mogące przyczynić się do zahamowania działań rozwojowych na obszarach wiejskich: niekorzystna sytuacja rolna, wciąż wysoki poziom bezrobocia, postrzeganie wsi jako miejsca nie odpowiadającego aspiracjom młodzieży – „stygmatyzacja wiejskością”, skomplikowane regulacje prawne i nadmierna biurokracja, uwarunkowania społeczne i kulturowe: brak wzorców i modeli zachowań przedsiębiorczych wśród młodzieży wiejskiej, brak kapitału finansowego, brak odpowiedniej oferty szkoleniowej.
* rola środków unijnych jako silnych bodźców do tworzenia własnych, często innowacyjnych działalności gospodarczych.

W ramach spotkania, które odbyło się w dniach **6-8 kwietnia 2014 St. Petersburg, Rosja** przeprowadzono wizyty studyjne poświęcone przedsiębiorczości młodych osób z obszarów wiejskich z regionu Leningradzkiego. W czasie seminarium dużo miejsca poświecono prezentacjom studentów uczelni rosyjskiej. Zaprezentowano założenia projektu flagowego, dyskutowano także o przedsiębiorczości i innowacyjności absolwentów uczelni wyższych jak również funkcjonowania małych i średnich przedsiębiorstw. Partnerzy projektu flagowego z Uniwersytetu Nauk Stosowanych w Mikkeli, Finlandia (Mikkeli University of Applied Sciences) wspólnie ze Szwedzkim Uniwersytetem Rolniczym w Uppsala (Swedish University of Agricultural Sciences) przygotowują (czerwiec 2014) narzędzie do badania mającego na celu ewaluację edukacji i szkoleń z zakresu przedsiębiorczości na obszarach wiejskich. W tym celu dokonano krótkiego przeglądu literatury z obszarów tematycznych:

1. Operacjonalizacja pojęcia przedsiębiorczość,
2. Nauczanie przedsiębiorczości
	1. Nauczanie przedsiębiorczości w edukacji formalnej, nieformalnej oraz szkoleniu praktycznym
	2. Metody nauczania przedsiębiorczości
3. Ocena i pomiary przedsiębiorczości w edukacji
	1. Wskaźniki pomiaru

Nauczanie przedsiębiorczości i przedsiębiorczość jako przedmiot w szkole są realizowane w Finlandii w ramach podstawy programowej, podobnie jest także w szwedzkim systemie edukacji. Najnowsze badania, cytowane przez fińsko-szwedzki zespół sugerują, że nauczanie przedsiębiorczości może i powinno dążyć w kierunku przygotowania osób do

działania jako przedsiębiorców, jak i menedżerów, ale także kształtowania przedsiębiorczości jako postawy (Hytti & Kuopusjärvi 2004). Jak wskazują autorzy brak jest technik oceny i monitoringu przedsiębiorczości w edukacji, co jest ważne ze względu na zmiany w rozumieniu pojęcia przedsiębiorczości (World Economic Forum 2010; Entreprenörskapsforum 2013). Badania ewaluacyjne pokazują, że ważne jest, aby określić co jest celem edukacji w zakresie przedsiębiorczości lub przedsiębiorczości w edukacji, na wszystkich poziomach kształcenia (World Economic Forum, 2010; Hytti & Kuopusjärvi 2004, ONZ, 2012, Berglund i Holmgren, 2007). Zwłaszcza ze względu na znaczenie przedsiębiorczości w innych obszarach, również, w takich jak przedsiębiorczość ekologiczna i przedsiębiorstwa społeczne, których nie można zmierzyć lub oszacować z ekonomicznego punktu widzenia (Entreprenörskapsforum, 2013).

Innym bardzo ważnym aspektem w ramach oceny i pomiaru nauczania przedsiębiorczości jest monitorowanie programów nauczania, z wykorzystaniem zarówno metod jakościowych jak i ilościowych (Organizacja Narodów Zjednoczonych, 2012: OECD, 2009), patrz także Kailer (2005).

Zakładanym rezultatem badań fińsko-szwedzkich będzie opracowany, w drugiej połowie roku 2014, formularz ewaluacyjny wykorzystywany podczas przyszłych spotkań i seminariów dotyczących kształcenia i szkolenia w zakresie przedsiębiorczości. Respondentami będą osoby uczące się przez cale życie w myśl programu Unii Europejskiej Life long learning, począwszy od dzieci w szkołach podstawowych, a kończąc na dorosłych: studentach na poziomie kształcenia wyższego oraz osobach aktywnie działających w organizacjach pozarządowych. Efektem prac zespołu fińsko szwedzkiego będzie, zatem, narzędzie do ewaluacji efektów kształcenia w zakresie przedsiębiorczości a nie stricte badanie eksploracyjne postaw przedsiębiorczych młodzieży wiejskiej.

Niniejsze badanie zostanie zrealizowane w ramach projektu flagowego „Zrównoważony rozwój obszarów wiejskich” Strategii UE dla regionu Morza Bałtyckiego. Strategia UE dla regionu Morza Bałtyckiego (SUERMB) to kompleksowy projekt makroregionalnej współpracy międzynarodowej, którego celem jest lepsze wykorzystanie potencjału, jakim dysponują kraje UE leżące w basenie Morza Bałtyckiego. Zgodnie z Planem Działania Strategii działania koncentrują się wokół trzech celów Strategii:

* + ocalić morze,
	+ połączyć region,
* podnieść dobrobyt.

 Jednym z tzw. obszarów priorytetowych Strategii jest obszar priorytetowy AGRI (Wzmocnienie zrównoważonego rolnictwa, leśnictwa i rybołówstwa) w ramach którego jest realizowany niniejszy projekt flagowy (Zrównoważony rozwój obszarów wiejskich). W Planie działania Strategii wskazano, iż Szwedzka Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich oraz Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi pełnią rolę lidera tego projektu. W dyskusji kierowanej przez przedstawicieli tych instytucji, jaka miała miejsce od początku realizacji wdrażania priorytetu dotyczącego rolnictwa, leśnictwa i rybołówstwa zdecydowano, iż współpraca w ramach projektu obejmuje dwa podstawowe obszary tj: młodzież na obszarach wiejskich oraz wspieranie przyjaznego klimatu dla innowacji na obszarach wiejskich. Od połowy 2012 r. projekt flagowy rozpoczął nowy etap funkcjonowania, w związku z uzyskaniem środków z Instytutu Szwedzkiego. Kwestie zarządzania projektu spoczywają na stronie szwedzkiej, a w projekcie uczestniczą partnerzy z krajów regionu Morza Bałtyckiego, w tym z Polski (m.in. FAPA jako Sekretariat Centralny Krajowej Sieci Obszarów Wiejskich).

* 1. **Podstawy teoretyczne badań postaw młodzieży wiejskiej w Polsce w zakresie przedsiębiorczości i innowacyjności, operacjonalizacja podstawowych pojęć.**

Założenia metodologiczne projektowanych badań **postaw młodzieży wiejskiej w Polsce w zakresie przedsiębiorczości i innowacyjności** nawiązują do dotychczasowego dorobku teoretycznego i empirycznego w tym obszarze.

 **„Przedsiębiorczość”** jest kategorią interdyscyplinarną, występującą i opisywaną w naukach ekonomicznych, psychologicznych i społecznych, co czyni ją pojęciem wieloznacznym i wieloaspektowym. Prekursorem, który sformułował i podjął się wyjaśnienia terminu przedsiębiorczość był francuski ekonomista R. Cantillona. Wiązał on przedsiębiorczość z podejmowaniem ryzyka i uczuciem niepewności, jakie towarzyszą osobom przy zakładaniu i prowadzeniu działalności gospodarczej (Duraj, Papiernik-Wojdera 2010: 11).

W literaturze przedmiotu występują dwa zasadnicze ujęcia definicyjne przedsiębiorczości: czynnościowe i atrybutowe (Grzegorzewska-Mishka 2010: 17-18).

 Ujęcie czynnościowe pojawiło się w naukach ekonomicznych na określenie procesu zakładania działalności gospodarczej. W sensie ekonomicznym przedsiębiorczość polega na organizowaniu odpowiednich zasobów, podejmowaniu ryzyka, w celu otrzymania zapłaty. Według Bieniuka przedsiębiorczość jest procesem, przejawia się w dążeniu do poszukiwania, zidentyfikowania i wykorzystania swoich szans oraz okazji dla wprowadzenia innowacji w celu zaistnienia na rynku (2007: 224). Proces ten nie byłby możliwy bez posiadania pewnej przedsiębiorczej osobowości. Osobowość taka jest kategorią psychologiczną i socjologiczną, ale nie sprowadza się wyłącznie do zakładania i prowadzenia przedsiębiorstwa.

Drugie, atrybutywne podejście, wyróżniane w literaturze przedmiotu, traktuje przedsiębiorczość jako zbiór specyficznych cech osobowościowych, które predestynują jednostkę do działań przedsiębiorczych (Zielińska 2006: 201). W literaturze fachowej nie ma jednej uniwersalnej listy cech, charakteryzujących osoby przedsiębiorcze. Różni autorzy przedstawiają własne koncepcję jednostki przedsiębiorczej, o określonych cechach osobowości. Według A. Gibba osoba przedsiębiorcza charakteryzuje się: komunikatywnością, elastycznością, kreatywnością, ma dar przekonywania, posiada wyższą od przeciętnej skłonność do podejmowania ryzyka, ducha konkurencyjności. Cechuje ją wyobraźnia, samodzielność, zdolność do rozwiązywania problemów i konfliktów, wiara w możliwość wpływu na własny los, zdolności menedżerskie, gotowość do ciężkiej pracy i do poszukiwania informacji. E. Chell wskazuje na takie cechy osobowości przedsiębiorczej jak: skłonność do poszukiwania okazji, twórczość i pomysłowość, aktywność, dbanie o prestiż, innowacyjność, popieranie zmian. Kluczowe znaczenia dla autora ma kreatywność osoby przedsiębiorczej, to jest umiejętność twórczego poznania, osiągania, umiejętność formułowania własnego sądu, umiejętność samooceny i zdolność do przyjmowania krytyki oraz otwartość na nowe doświadczenia (Bławat 2003:50-52). Ważną cechą składającą się na jednostkę przedsiębiorczą jest jej innowacyjność.

Innowacyjność definiowana jest jako zespół cech jednostek pobudzających do działań twórczych, umożliwiających tworzenie i realizowanie nowych pomysłów [Kożusznik 2010:17]. Wiąże się ją z kreatywnością (zdolnością do tworzenia) a szczególnie z jedną z jej odmian – kreatywnością innowacyjną cechującą osoby zdolne do tworzenia nowych rozwiązań, idei, metod działania [Altschuller 1972]. Jednostkom innowacyjnym przypisuje się: po pierwsze, ciekawość, czynne nastawienie do świata, poszukiwanie ukrytych mechanizmów i prawidłowości w celu uzyskania możliwości wpływania na zjawiska, po drugie, poczucie odpowiedzialności za złe strony świata, któremu towarzyszy poszukiwanie lepszych rozwiązań i podejmowanie prób wprowadzenia zmian, po trzecie, otwarte i tolerancyjne nastawienie wobec podwładnych, pozytywny stosunek do oryginalności i innowacyjności, po czwarte niezaspokojona ciekawość, pozytywne wartościowanie oryginalności i nowości [Hagen za Sztompka 2005:225]. Takie osoby cechują się również albo postawą pionierską w stosunku do innowacji, która, co podkreśla Z. Ratajczak, przejawia się w samodzielnym poszukiwaniu nowych, dotychczas niestosowanych rozwiązań albo przynajmniej postawą recepcyjną wyrażającą się w pozytywnym wartościowaniu (ocenie) innowacji i gotowości do naśladowania innowacji [1980:194]. W opinii P. Sztompki jednostka posiadająca osobowość innowacyjną jest gotowa na nowe doświadczenia, posiada rozległą wiedzę, na bazie której formułuje wiele opinii na różne tematy. Określone przez nią cele skupione są na teraźniejszości, ale sięgają także przyszłości. Cechuje się szacunkiem do drugiego człowieka, ceni edukację i zamierza kształcić się przez całe życie [Sztompka 1993: 85-86].

Przeciwstawnymi do przedsiębiorczych są podnoszone w literaturze cechy utrudniające przejawianie postaw przedsiębiorczych. Do takich „cech antyprzedsiębiorczych” zalicza się głównie: nadmierną twardość, bądź miękkość czyli brak elastyczności; impulsywność; brak autorytetów; nadmierne poleganie na sile wyższej; niechęć do eliminacji swoich słabych stron; a także perfekcjonizm, który został zdefiniowany jako nadmierna troska o szczegóły (Glinka, Gudkova 2011: 128).

W naukach społecznych tematyką przedsiębiorczości zajmuje się subdyscyplina zwana socjologią przedsiębiorczości. Bada ona poza ekonomicznym, przede wszystkim kontekst społeczno-kulturowy, symboliczny i polityczny przedsiębiorczości. Skupia się na badaniach społecznych uwarunkowań kreacji i rozwoju przedsiębiorczości, możliwości i barier: tkwiących w procesie socjalizacji, konstrukcji cyklu życia czy statusu, zwraca uwagę na rolę dyskryminacji, wykluczenia, marginalizacji społecznej (Nawojczyk 2009: 89). Przedsiębiorczość jest, zatem, osadzona w szerokim kontekście społeczno-kulturowym, który znacząco wpływa na jej kształt.

Zmiany na współczesnym, europejskim rynku pracy, na który wpływ ma postępująca globalizacja oraz standardy leżące u podstaw społeczeństwa wiedzy skłoniło Komisję Europejską do wypracowania, dla krajów członkowskich, programu zwracającego uwagę na potrzebę ustawicznego kształcenia się i wspieranie rozwoju potencjału edukacyjnego młodych ludzi. W dokumencie „***Kompetencje kluczowe w uczeniu się przez całe życie – europejskie ramy odniesienia*”** (2006) wyróżniono i opisano osiem kompetencji kluczowych: porozumiewanie się w języku ojczystym, porozumiewanie się w językach obcych, kompetencje matematyczne i podstawowe kompetencje naukowo-techniczne, kompetencje informatyczne, umiejętność uczenia się, kompetencje społeczne i obywatelskie, inicjatywność i przedsiębiorczość, świadomość i ekspresja kulturalna. Dokument ten zwraca uwagę na potrzebę zapewnienia odpowiedniego poziomu kształcenia i szkolenia młodych ludzi, w celu rozwijania kompetencji kluczowych dających im przygotowanie do efektywnego uczestniczenia we współczesnym życiu społecznym i zawodowym.

Przedmiotem projektowanych badań są **postawy przedsiębiorcze.** Postawa jest pojęciem wieloznacznym i jest stosowana w różnych dziedzinach naukowych, ale najczęściej pojęciem tym posługują się psychologowie. Koncepcje postawy sięgają do trzech głównych nurtów: psychologii atomistyczno-asocjacyjnej, szkoły wϋrzburskiej, behawioryzmu. W psychologii atomistyczno-asocjacyjnej pojęcie postawy wyrosło z pojęcia nastawienia. Nastawienie jest pewnym stanem przygotowania do określonej reakcji. Dotyczy postrzegania określonych przedmiotów, rozwiązywania zadań, wykonywania określonych czynności. Postawa jest tutaj rozumiana jako funkcjonalny stan gotowości. Najbardziej znaną jest definicja postawy Allporta, określająca ją jako psychiczny i nerwowy stan gotowości, ukierunkowany na reakcje jednostki w stosunku do przedmiotów i sytuacji. Szkoła wϋrzburska traktuje postawę jako organizację procesów psychicznych oraz system komponentów psychicznych. Na organizację procesów psychicznych postawy składają się procesy motywacyjne, emocjonalne, percepcyjne, poznawcze. Zatem głównymi elementami postawy są komponenty poznawczy i emocjonalny oraz dyspozycja do działania. Do tej grupy definicji należą definicje Krecha, Crutchfielda, Ballacheya. Ostatnia grupa definicyjna, oparta na założeniach behawioryzmu, odchodzi od rozumienia subiektywno-psychologicznego postawy. Bada postawę jako reakcję i zachowania jednostki. W skład tej orientacji wchodzą definicje Campbella, Greena (Mądrzycki 1970: 12-17).

W polskiej literaturze socjologicznej pojęcie postawy formułował m.in. T. Mądrzycki i S. Nowak. Ich definicje postawy wywodzą się z założeń szkoły wϋrzburskiej i mają charakter strukturalny. Według nich postawa zawsze jest wobec czegoś. Może to być obiekt materialny, inny człowiek, klasa przedmiotów, zbiór ludzi, jak i różne sytuacje. Po drugie, postawa zawsze jest czyjąś postawą, istnieje w ludzkiej psychice. O jej istnieniu i zakresie decyduje fakt, czy dana osoba postrzega i w jaki sposób określoną klasę przedmiotów. Po trzecie, każdemu komponentowi postawy jest przypisana określona wartość i znaczenie. Nowak wymienia trzy komponenty: komponent poznawczy, komponent emocjonalno-oceniający i komponent behawioralny. Spośród nich czynnikiem konstytuującym postawę jest komponent emocjonalno-oceniający. Bez niego nie można mówić o postawie. To właśnie emocje i oceny nadają postawie określony kierunek (pozytywne/negatywne myśli) i intensywność (siła emocji). Komponent poznawczy zawiera przekonania i wiedzę o danym obiekcie. Ocenie zostaje poddana rozległość wiedzy i jej prawdziwość. Ostatni komponent behawioralny jest określany przez zespół dyspozycji do zachowania się w określony sposób wobec obiektu (Marody 1976:16-22).

W literaturze przedmiotu występują nieliczne źródła o badaniach postaw przedsiębiorczych, szczególnie młodych osób, zwłaszcza na obszarach wiejskich(Psyk Piotrowska E.,Sudra E.: 2014).

Glinka, Gudkova prezentują wyniki badań dotyczące postaw przedsiębiorczych osób prowadzących własną działalność gospodarczą. Te postawy kształtują wg nich następujące cechy: posiadanie motywacji osiągnięć, wewnętrzne umiejscowienie poczucia kontroli oraz skłonność do podejmowania ryzyka. Silnej motywacji towarzyszą ambitne i realne cele oraz myślenie perspektywistyczne. Osoby o silnej motywacji dążą do ciągłego doskonalenia, poprawienia jakości swoich działań. Osoby przedsiębiorcze cechuje także wewnętrzne umiejscowienie poczucia kontroli przejawiające się w tym, iż jednostka ponosi odpowiedzialność za swoje działania, ma przekonanie o kształtowaniu swojego losu i kontrolowaniu przebiegu wydarzeń. Z tym wiąże się ostatnia cecha, jaką jest podejmowanie ryzyka, ale ryzyka kontrolowanego, dzięki któremu jednostka wpływa na przebieg wydarzeń (Glinka, Gudkova 2011: 124-125).

Zrealizowane badania postaw przedsiębiorczych młodych studentów ekonomii (Targalski, Kosala, Pichur 2007: 90-98) wskazują na pozytywny stosunek większości z nich do założenia własnej firmy. Najczęściej wskazywanymi powodami takiego zamiaru były: niezależność od pracodawcy oraz większe korzyści finansowe. Ponad połowa studentów również pozytywnie dokonała swojej samooceny w zakresie przedsiębiorczości. Wykazywali oni na dość wysoką potrzebę osiągnięć, zdolności współpracy w grupie, spostrzegawczość. Zwraca jednak uwagę na niski poziom takich cech, jak: umiejętność podejmowania ryzyka, inicjatywa, wszechstronna wiedza. Są to istotne cechy wyrażające postawę przedsiębiorczą. Najczęstszą wskazywaną barierą zewnętrzną dla założenia własnej działalności gospodarczej stanowiła biurokracja i zaporowe przepisy prawne.

Interesujące wyniki z badania nad orientacją życiową młodzieży miejskiej i wiejskiej prezentują Cierniak-Szóstak, Czerwińska(2007. W badaniach wyróżniono strategie życiowe młodych: *„Dedal” wie, czego chce i ma wysokie aspiracje; „Mrówka” oczekuje niewiele od życia, ale jednocześnie sądzi, że należy podejmować działania w życiu, „Dyzio Marzyciel” jest bierny, nie podejmuje działań, przekonany o ich bezsensowności, niemożności osiągnięcia postawionych celów, wreszcie „Kłapouchy” jest przekonany, że działanie na nic się nie zda* (Cierniak-Szóstak, Czerwińska,2007:214). Analiza danych wskazała, iż dominującą postawą życiową u obydwóch grup badanych był „Dedal”. Jednakże młodzież miejska w porównaniu z młodzieżą wiejską jest bardziej ambitna i stawia sobie wyższe cele. Istotną determinantą jest tutaj status rodzinny, bowiem, im jest on wyższy, tym większy optymizm życiowy i większy zakres planowanych działań towarzyszy dziecku. Ponadto, młodzież wiejska wyraża coraz częściej opinie, iż miejsce zamieszkania ma negatywny wpływ na ich przyszłość – na zdobycie wykształcenia i dobrej pracy. Są ambitni i wiedzą co chcą osiągnąć, jednak mają świadomość niemożności pełnej realizacji swoich celów, z uwagi na zewnętrzne uwarunkowania. Mają przeświadczenie o braku wpływu na przyszłość. Mimo to, większość z nich zadeklarowała chęć powrotu na wieś po zakończeniu studiów. Wnioski z przeprowadzonego badania wskazują, iż młodzież wiejska częściej niż młodzież miejska doświadcza uczucia bezradności, ale w głównej mierze dotyczy to dzieci o średnim i niskim statusie rodzinnym.

Młodzież z obszarów wiejskich prezentuje świadomość posiadania pewnych kompetencji, które pozwoliłyby na osiągnięcie ambitnych celów. Cele te wyznaczane są jednak ostrożnie do poziomu, jaki wydaje się być osiągalny. Antycypowanie ewentualnej porażki, ma zapobiegać stawianiu wygórowanych celów, przy jednoczesnym kontynuowaniu aktywności. Głównym źródłem takiej postawy są niedostatki zasobów indywidualnych oraz społecznych, za których kształtowanie powinien odpowiadać system edukacyjny i wychowawczy młodych na wsi. (Kwiecińska-Zdrenka 2004: 221-226).

Przegląd literatury socjologicznej dotyczącej innowacyjności młodzieży wiejskiej pozwala zauważyć, iż problematyka ta podejmowana jest rzadko, głównie w związku z definiowaniem uwarunkowań wdrażania innowacji na wsi. Dla przykładu I. Pietrzyk pisze o sieciach innowacyjnych, które oznaczają „istnienie intencjonalnych relacji współpracy między wieloma partnerami, opartych na wzajemnym zaufaniu i zorientowaniu na innowacje” uznając je za optymalną formę organizacyjną ułatwiającą podmiotom wymianę ich wiedzy, pomysłów, doświadczeń, czyli zasobów kapitału ludzkiego [2000:51]. P. Sztompka wskazuje na cechy struktur społecznych ułatwiających innowacyjność i tworzenie innowacji wymieniając wśród nich pluralizm, tolerancyjność, akceptację różnorodności, odmiennych poglądów, otwarcie na nowości, zorientowane na budowanie poczucia więzi i relacji opartych na wzajemnym zaufaniu ułatwiającym społeczne współdziałanie [2005:50]. W tym kontekście wskazuje się na cechy społeczności wiejskich, które stanowią barierę dla innowacyjności jej mieszkańców oraz tworzenia przez nich innowacji. Mieszkańcy wsi rzadziej niż mieszkańcy aglomeracji uczestniczą w sformalizowanej aktywności społecznej, podzielają przekonanie o słuszności wspólnych działań [Hipsz 2012:3]. Cechują się mniejszym potencjałem kapitału ludzkiego, który to również wpływa na poziom zaufania społecznego i gotowość do uczestnictwa w otwartych i heterogenicznych sieciach społecznych [Cybulska 2012:4]. Innowacyjności mieszkańców wsi nie sprzyja również postrzeganie ich w kategoriach tradycjonalistów oraz osób negatywnie odnoszących się do zmian społecznych. Jak pokazują analizy CBOS taki wizerunek mieszkańców wsi jest nadal aktualny [Hipsz 2014:4], a społeczne zwierciadło, w którym się przeglądają może negatywnie wpływać na ich postawy względem innowacji. Mają oni problem z jej zdefiniowaniem (por. Tuziak 2013) i często nie wierzą w możliwość jej wykreowania bez zaangażowania ogromnych środków finansowych [zob. Zajda 2012]. Tymczasem jak podkreślają K. Krzysztofek i M. Szczepański: „Jeśli w świadomości jednostkowej i zbiorowej nie ugruntuje się potrzeba, a tym samym akceptacja zmiany, to ta przebiegać będzie w wolnym tempie, nierzadko przyjmując zdeformowaną postać. Dlatego ważne jest uzmysłowienie konieczności zmian o charakterze innowacyjnym i modernizacyjnym głównym ich aktorom i podmiotom – zarówno zbiorowościom lokalnym i regionalnym, jak też jednostkom” [2002:41].

Z opracowań zagranicznych uwagę zwraca raport ‘The identification and measurement of innovative characteristics of young people’ [Chell, Athayde 2009], w którym podjęto próbę stworzenia metodologii badania innowacyjności młodzieży brytyjskiej. Na postawie przeglądu literatury przedmiotu oraz badań własnych przyjęto, iż charakterystyki innowacyjności można dokonać za pomocą pięciu zmiennych: 1.kreatywności (creativity), 2.poczucia skuteczności, mocy sprawczej (self-efficacy), 3.energii życiowej (energy), 4.gotowości do pojmowania ryzyka (risk-prospensity), 5.przywództwa (leadership). Wskazano na kilka zmiennych, które wpływają na proces kreowania innowacyjności młodzieży, m.in. obierane przez nią strategie uczenia się podejmowane w kontekście relacji z nauczycielami, style nauczania stosowane w szkole, w tym stosowanie pracy w grupach oraz metody projektowej, wymagania stawiane uczniom, cechy rodziny pochodzenia (w tym wykonywany przez rodziców, opiekunów zawód), przebywanie w środowisku wielokulturowym. Na podstawie badań wyszczególniono kilka typów innowatorów: 1.innowatora wynalazcę (inventor innovator) zorientowanego na tworzenie, odkrywanie czegoś nowego, 2.innowatora kultury (cultural innovator) zorientowanego na tworzenie muzyki, mody, mediów, 3.innowatora korporacyjnego (corporate innovator) zorientowanego na tworzenie nowych produktów i usług w dużych firmach, 4.innowacyjnego przedsiębiorcę (innovative entrepreneur) zorientowanego na tworzenie firm oferujących nowe produkty, usługi, 5.innowatora społecznego (social innowator) zamierzającego kreować nowe rozwiązania wspierające pozytywne zmiany społeczne i środowisko naturalne.

Przegląd literaturowy pozwala na stwierdzenie, iż jest istotny niedostatek zarówno refleksji jak i badań na temat przedsiębiorczości i innowacyjności młodzieży wiejskiej. O ile, prowadzone są regularnie ekonomiczne badania na temat przedsiębiorców i ich działalności gospodarczej, o tyle niewiele lub prawie wcale nie ma badań społecznych poświęconych tak ważnej kwestii jak postawy przedsiębiorcze i innowacyjność młodzieży wiejskiej, które wymagają diagnozy a także działań nakierowanych na ich rozwój. Jest to niezbędny warunek aby włączać, z pozytywnymi efektami, młodych mieszkańców wsi w działalność na rzecz rozwoju własnego środowiska zamieszkania.

Badania realizowane przez zespół socjologów z Uniwersytetu Łódzkiego w ramach realizacji projektu flagowego w Polsce stanowią próbę odpowiedzi na wskazane potrzeby w zakresie identyfikacji i pomiaru postaw młodzieży wiejskiej w zakresie przedsiębiorczości i innowacyjności oraz oceny możliwości wykorzystania tychże postaw dla rozwoju lokalnego.

Jako punkt wyjścia projektowanych badań przyjmujemy:

**- definicję przedsiębiorczości w ujęciu Komisji Europejskiej,** w ramach którego przedsiębiorczość traktowana jest jako jedna z kompetencji kluczowych. Zdefiniowana jest jako: **„*zdolność osoby do wcielania pomysłów w czyn. Obejmuje ona twórczość, innowacyjność i podejmowanie ryzyka, a także zdolność do planowania przedsięwzięć i kierowania nimi dla osiągnięcia zamierzonych celów”*** (Kompetencje kluczowe….).

-**definicję innowacyjności** inspirowaną badaniami Barbary Kożusznik zgodnie z którą innowacyjność rozumiana jest jako ***zespół cech jednostek pobudzających je do działań twórczych, umożliwiających tworzenie i realizowanie nowych pomysłów*** [Kożusznik 2010:17].

 **- koncepcję postaw Stefana Nowaka,** zgodnie z którą „***postawą pewnego człowieka wobec pewnego przedmiotu jest ogół względnie trwałych dyspozycji do oceniania tego przedmiotu i emocjonalnego nań reagowania oraz ewentualnie towarzyszących tym emocjonalno-oceniającym dyspozycjom względnie trwałych przekonań o naturze i własnościach tego przedmiotu i względnie trwałych dyspozycji do zachowania się wobec tego przedmiotu*”** (Nowak 1973: 23).

W kontekście powyższych założeń definicyjnych **osoba wykazująca się postawą przedsiębiorczą (w tym innowacyjnością)**, wie, czym charakteryzują się osoby przedsiębiorcze i innowacyjne, potrafi podać przykłady różnych przejawów przedsiębiorczości i innowacyjności w swoim otoczeniu, wymienić czynniki stymulujące i bariery warunkujące ich rozwój. Ponadto taka osoba wykazuje się specyficznymi cechami: jest twórcza, kreatywna, otwarta na zmiany, lubi podejmować ryzyko i pracować na własny rachunek, potrafi planować swoje działania i konsekwentnie realizować założone cele, wykazuje się pozytywnym stosunkiem do przyszłości. Posiada również wysokie aspiracje edukacyjne. W obszarze komponentu behawioralnego jej postawy życiowej widoczne jest podejmowanie różnych kreatywnych działań i aktywności na polu społeczno - politycznym i gospodarczym. Co więcej, dąży ona do rozwoju i poszerzenia swojego kapitału ludzkiego poprzez uczestnictwo w różnego rodzaju kursach, szkoleniach, warsztatach. Swoje miejsce zamieszkania/pochodzenia (tutaj wieś) postrzega pozytywnie, dostrzegając zawarty w nim potencjał rozwojowy (m.in. związany z zasobami lokalnymi).

1. **CELE BADANIA**

Konstruowanie koncepcji badawczej, w oparciu o którą można wykonać satysfakcjonujące poznawczo badanie jest przedsięwzięciem wielofazowym i złożonym. Pierwszy i niezbędny etap tego przedsięwzięcia stanowi niewątpliwie określenie głównego celu, którego osiągnięciu służyć ma projektowane badanie. Jego jasne wyartykułowanie warunkuje określenie szczegółowych celów badania i sformułowanie - w wyniku doprecyzowania ich zakresu – zestawu pytań badawczych. Z kolei dobrze sformułowana problematyka badawcza (cele i powiązane z nimi pytania) umożliwia wskazanie zjawisk, do których należy dotrzeć, aby rozwiązać problemy zdefiniowane w postaci celu ogólnego.

W związku z tym działania związane z bezpośrednią realizacją badania w terenie poprzedzić należy szczegółową analizą celów badania oraz odpowiadających im problemów i pytań badawczych wyznaczających zestaw poszukiwanych informacji oraz określających spektrum możliwości ich pozyskiwania (przedmiot badań, najlepsze źródła informacji, najlepszy moment realizacji itp.), a następnie przygotowaniem odpowiadających im narzędzi badawczych umożliwiających zebranie wyczerpujących, wiarygodnych i trafnych danych.

Główne cele projektowanego badania stanowią**:**

1. **1. Identyfikacja i ocena postaw młodzieży wiejskiej w zakresie przedsiębiorczości i innowacyjności;**

**2. Ocena możliwości wykorzystania tych postaw dla rozwoju lokalnego.**

Efektywna realizacja założonych celów głównych wymaga ich skonkretyzowania czyli przełożenia kolejno na język celów szczegółowych, następnie odpowiadających im pytań badawczych, a docelowo także zoperacjonalizowania czyli przełożenia ich na język narzędzi badawczych. Co istotne, żadnego z wymienionych etapów nie można pominąć. Dopiero określenie szczegółowych celów badania i sformułowaniu - w wyniku doprecyzowania ich zakresu – zestawu pytań badawczych, umożliwia wskazanie zjawisk, do których należy dotrzeć, aby rozwiązać problemy zdefiniowane w postaci celu ogólnego. Z drugiej strony, dobrze sformułowana problematyka badawcza (cele i powiązane z nimi pytania) jest podstawą skonstruowania narzędzi badawczych umożliwiających zdobycie adekwatnych, wiarygodnych i wyczerpujących informacji.

A zatem sformułowanemu powyżej celowi głównemu odpowiadają następujące cele szczegółowe:

* 1. Ocena zakresu wiedzy badanej młodzieży wiejskiej na temat przedsiębiorczości i innowacyjności:
* sposobu rozumienia obu pojęć (w tym rola szkoły i uczelni w przekazywaniu wiedzy na temat przedsiębiorczości i innowacyjności i kształtowaniu postaw przedsiębiorczych);
* identyfikowania cech osoby przedsiębiorczej/innowacyjnej oraz czynników sprzyjających i barier rozwoju postaw przedsiębiorczych/innowacyjności;
* przejawów przedsiębiorczości i innowacyjności w swoim otoczeniu (społeczności lokalnej).
	1. Analiza i opis stosunku badanej młodzieży do działań innowacyjnych i przedsiębiorczych:
* znaczenie przedsiębiorczości i innowacyjności w życiu osobistym i społecznym badanej młodzieży (ich pozycja w systemie wartości młodzieży),
* stosunek młodzieży wiejskiej do osób przedsiębiorczych
* samoocena młodzieży w zakresie własnej przedsiębiorczości i innowacyjności

1.3. Opis zachowań badanej młodzieży w obszarze przedsiębiorczości i innowacyjności:

* poziom przedsiębiorczości badanej młodzieży (w tym innowacyjność);
* zakres i charakter aktywności badanej młodzieży (partycypacja społeczno – polityczna, aktywność edukacyjna i ekonomiczna, itp.) z uwzględnieniem wymiaru innowacyjności i przedsiębiorczości;
* plany na przyszłość (ścieżka edukacyjna, preferowany rodzaj wykonywanej pracy, ewentualna działalność gospodarcza).

2.1. Analiza sytuacji społeczno – demograficznej badanych (rodzina pochodzenia: wykształcenie rodziców, sytuacja zawodowa i materialna)

2.2. Analiza sposobu postrzegania przez młodzież wiejską potencjału rozwojowego wsi, w tym związanego z zasobami lokalnymi (ocena sytuacji społeczno-gospodarczej swojej wsi, dostrzegane atuty i bariery rozwojowe, wizja przyszłości - dalsze zamieszkiwanie na wsi vs. emigracja do miasta)

2.3. Analiza sytuacji społeczno – gospodarczej gmin, w których zamieszkuje badana młodzież (liczba i charakter realizowanych innowacji, struktura gospodarstw, liczba firm zarejestrowanych w rejestrze REGON itp.)

1. **PROBLEMATYKA BADAWCZA**

Jak wspomniano powyżej szczegółowym celom badania odpowiadają określone pytania badawcze doprecyzowujące zakres poszukiwanych informacji. Ich zaprezentowaniu (w powiązaniu z poszczególnymi celami szczegółowymi) służy zamieszczona poniżej tabela nr 1.

***Tabela nr 1 - Relacje pomiędzy celami badań i pytaniami badawczymi.***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ***Cel ogólny*** | ***Cele szczegółowe*** | ***Pytania badawcze*** |
| **Identyfikacja i ocena postaw i zachowań młodzieży wiejskiej w zakresie przedsiębiorczości i innowacyjności** | 1. Ocena zakresu wiedzy badanej młodzieży wiejskiej na temat przedsiębiorczości i innowacyjności
2. Analiza i opis stosunku badanej młodzieży do działań innowacyjnych i przedsiębiorczych
3. Opis zachowań badanej młodzieży w obszarze przedsiębiorczości i innowacyjności
 | * W jaki sposób młodzież zamieszkująca obszary wiejskie rozumie pojęcia innowacyjności i przedsiębiorczości?
* Czy, w jaki sposób i w jakim zakresie szkoła/uczelnia przekazuje wiedzę na temat przedsiębiorczości i innowacyjności i kształtuje postawy przedsiębiorcze młodzieży?
* Jakie cechy młodzież przypisuje osobom przedsiębiorczym i innowacyjnym?
* Czy i jakie przejawy przedsiębiorczości i innowacyjności młodzież dostrzega w swoim najbliższym otoczeniu (społeczności lokalnej)?
* Jakie znaczenie młodzież przypisuje przedsiębiorczości innowacyjności w swoim życiu osobistym i społecznym? Czy i na jakiej pozycji cechy te pojawiają się w systemie wartości badanych?
* Jak młodzież ocenia zachowania przedsiębiorcze i innowacyjne realizowane prze swoich rówieśników? Jaką pozycję zajmują w ich środowisku osoby postrzegane jako przedsiębiorcze?
* Jak młodzież wiejska ocenia poziom własnej przedsiębiorczości i innowacyjności?
* Jakie cechy świadczące o przedsiębiorczości i innowacyjności posiada młodzież wiejska? W jakim zakresie charakteryzują ją postawy przedsiębiorcze?
* Czy, w jakim zakresie i w jakiej formie młodzież wiejska angażuje się w działalność społeczno - polityczną?
* Czy i jakie doświadczenia związane z aktywnością zarobkową ma młodzież wiejska?
* Czy i jaką dodatkową (poza szkołą/studiami) aktywność edukacyjną podejmuje młodzież wiejska?
* Jakie plany na przyszłość ma młodzież wiejska w zakresie dalszej edukacji i pracy zawodowej?
* Jakie czynniki sprzyjają, a jakie utrudniają młodzieży rozwijanie postaw przedsiębiorczych i podejmowanie działań innowacyjnych?
 |
| **Ocena możliwości wykorzystania postaw i zachowań młodzieży wiejskiej w zakresie przedsiębiorczości i innowacyjności dla rozwoju lokalnego (zrównoważonego)** | 1. Analiza sytuacji społeczno – demograficznej badanych
2. Analiza sposobu postrzegania przez młodzież wiejską potencjału rozwojowego wsi, w tym związanego z zasobami lokalnymi
3. Analiza sytuacji społeczno – gospodarczej gmin, w których zamieszkuje badana młodzież
 | * Jakie wykształcenie mają rodzice badanych?
* Czy i w jaki sposób wykształcenie rodziców wpływa na postawy młodzieży w obszarze przedsiębiorczości i innowacyjności?
* Jakie zawody wykonują rodzice badanych?
* Czy i w jaki sposób sytuacja zawodowa rodziców wpływa na postawy młodzieży w obszarze przedsiębiorczości i innowacyjności?
* Jaka jest sytuacja materialna rodziny pochodzenia badanych?
* Czy i w jaki sposób sytuacja materialna rodziny pochodzenia wpływa na postawy młodzieży w obszarze przedsiębiorczości i innowacyjności?
* Czy i w jaki sposób płeć i wiek badanych korelują z poziomem i charakterem ich postaw w zakresie przedsiębiorczości i innowacyjności?
* W jakiej szkole/ na jakim kierunku studiów uczą się badani?
* Czy i w jaki sposób etap edukacji – typ szkoły/kierunek studiów różnicuje poziom i charakter ich postaw w zakresie przedsiębiorczości i innowacyjności?
* Jak młodzież wiejska ocenia sytuację społeczno-gospodarczą swojej wsi? Jakie jej atuty i niedostatki (w tym bariery rozwoju) dostrzega?
* Jakie możliwości i sposoby podejmowania działań przedsiębiorczych i realizacji przedsięwzięć innowacyjnych na obszarach wiejskich (przede wszystkim w lokalnej społeczności) dostrzega młodzież wiejska?
* Czy młodzież wiejska wiąże swoją przyszłość z zamieszkiwaniem na obszarach wiejskich czy też lokuje ją w miastach? Jakie są przyczyny dokonywanych wyborów?
* Jaka jest sytuacja społeczno – gospodarcza gmin, w których zamieszkuje badana młodzież (jaka jest oferta zawodowa, oferta edukacyjna i kulturalna, liczba organizacji pozarządowych, liczba i charakter realizowanych innowacji, jakimi zasobami lokalnymi dysponuje gmina)?
* Czy i w jaki sposób sytuacja społeczno – gospodarcza gmin, w których zamieszkuje badana młodzież wiąże się z poziomem jej przedsiębiorczości i innowacyjności?
* Czy i w jaki sposób postawy przedsiębiorcze i innowacyjność młodzieży wiejskiej (o poziomie i zakresie zidentyfikowanym w badaniu) mogą zostać wykorzystane dla rozwoju społeczności lokalnej?
 |

1. **DOBÓR PRÓBY DO BADAŃ**

Dobór próby młodzieży wiejskiej do badań będzie miał charakter celowy i wieloetapowy.

I TURA BADAŃ – MŁODZIEŻ WIEJSKA W WIEKU 16-19 LAT UCZĘSZCZAJĄCA DO SZKÓŁ PONADGIMNAZJALNYCH

W pierwszym etapie dokonany zostanie dobór obszaru badań tzn. trzech województw zróżnicowanych ze względu na wartości wybranych wskaźników charakteryzujących sytuację społeczno – ekonomiczną województw:

* stopę bezrobocia rejestrowanego,
* liczbę pracujących na 1000 ludności,
* współczynnik aktywności zawodowej,
* liczbę osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą na 10 tys. ludności,
* liczbę podmiotów w rejestrze REGON na 10 tys. ludności w wieku produkcyjnym,
* frekwencję wyborczą w ostatnich wyborach samorządowych,
* liczbę organizacji trzeciego sektora zarejestrowanych na obszarze województwa,
* strukturę obszarową gospodarstw rolnych.

Do badań włączone zostanie województwo charakteryzujące się wartościami przyjętych wskaźników zbliżonymi do przeciętnych (na tle wszystkich województw), województwo charakteryzujące się wartościami większości wskaźników wyższymi od przeciętnych oraz województwo, w którym większość wskaźników osiągnęła poziom poniżej przeciętnego.

Tabela 1 – Wartości wybranych wskaźników dla województw

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  województwo: | Stopa bezrobocia rejestrowanego w% | Pracujący na 1000 ludności | Współczynnik aktywności zawodowej ogółem w % | Osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą na 10 tys. ludności | Podmioty w rejestrze REGON na 10 tys. ludności w wieku produkcyjnym | Frekwencja w wyborach samorządowych 2010 | Organizacje trzeciego sektoraw tys. |
| dolnośląskie  | 13,5 | 267 | 53,8 | 796 | 1785,4 | 34,8 | 5,8 |
| kujawsko-pomorskie  | 18,1 | 256,3 | 56,3 | 674 | 1399 | 36,95 | 4,1 |
| lubelskie | 14,2 | 309 | 56,5 | 584 | 1217 | 39,64 | 5,2 |
| lubuskie  | 15,9 | 241 | 53,7 | 755 | 1621 | 39,35 | 2,0 |
| łódzkie | 14 | 290,3 | 56,6 | 708,9 | 1473,9 | 30,46 | 5,2 |
| małopolskie | 11,4 | 293 | 55,3 | 768 | 1616 | 37,19 | 7,3 |
| mazowieckie  | 10,7 | 331 | 62 | 910 | 2097 | 39,9 | 12,4 |
| opolskie | 14,4 | 244 | 54,4 | 711 | 1501 | 30,12 | 2,1 |
| podkarpackie  | 16,4 | 316 | 56,3 | 555 | 1040 | 40,96 | 5,0 |
| podlaskie  | 14,7 | 277 | 55,7 | 618 | 1241 | 39,23 | 2,6 |
| pomorskie  | 13,4 | 243 | 55,5 | 841 | 1813 | 40,58 | 4,7 |
| śląskie  | 11,1 | 278 | 53,5 | 727 | 1527 | 29,45 | 7,0 |
| świętokrzyskie  | 16 | 296 | 57,1 | 661 | 1342 | 41,24 | 2,6 |
| warmińsko-mazurskie  | 21,3 | 228 | 51,4 | 596 | 1272 | 41,1 | 3,2 |
| wielkopolskie  | 9,8 | 302,2 | 57,3 | 852 | 1748 | 31,51 | 8,0 |
| zachodniopomorskie  | 18,2 | 211,3 | 52,2 | 948 | 1941 | 33,04 | 3,2 |

*Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS (Statystyczne Vademecum Samorządowca 2013) i danych Państwowej Komisji Wyborczej z 12.2010r.*

*W tabeli nr 1:*

* *kolorem żółtym zaznaczono wartości wskaźników oscylujące wokół wartości przeciętnej dla ogółu województw*
* *kolorem zielonym wartości wskaźników wyższe (świadczące o lepszej sytuacji) od wartości przeciętnej dla ogółu województw*
* *kolorem szarym zaznaczono wartości wskaźników niższe (świadczące o gorszej sytuacji) od wartości przeciętnej dla ogółu województw*

Tabela 2 – Ranking województw ze względu na wartości wybranych wskaźników

|  |  |
| --- | --- |
|  województwo: | Pozycja województwa ze względu na wartość wskaźnika |
| Stopa bezrobocia rejestrowanego w% | Pracujący na 1000 ludności | Współczynnik aktywności zawodowej ogółem w % | Osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą na 10 tys. ludności | Podmioty w rejestrze REGON na 10 tys. ludności w wieku produkcyjnym | Frekwencja w wyborach samorządowych 2010 | Organizacje trzeciego sektoraw tys. |
| dolnośląskie  | 6 | 10 | 12 | 5 | 4 | 11 | 5 |
| kujawsko-pomorskie  | 14 | 11 | 6 | 11 | 11 | 10 | 10 |
| lubelskie | 8 | 3 | 5 | 15 | 15 | 6 | 7 |
| lubuskie  | 11 | 14 | 13 | 7 | 6 | 7 | 16 |
| łódzkie | 7 | 7 | 4 | 10 | 10 | 14 | 6 |
| małopolskie | 4 | 6 | 10 | 6 | 7 | 9 | 3 |
| mazowieckie  | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 5 | 1 |
| opolskie | 9 | 12 | 11 | 9 | 9 | 15 | 15 |
| podkarpackie  | 13 | 2 | 7 | 16 | 16 | 3 | 8 |
| podlaskie  | 10 | 9 | 8 | 13 | 14 | 8 | 14 |
| pomorskie  | 5 | 13 | 9 | 4 | 3 | 4 | 9 |
| śląskie  | 3 | 8 | 14 | 8 | 8 | 16 | 4 |
| świętokrzyskie  | 12 | 5 | 3 | 12 | 12 | 1 | 13 |
| warmińsko-mazurskie  | 16 | 15 | 16 | 14 | 13 | 2 | 12 |
| wielkopolskie  | 1 | 4 | 2 | 3 | 5 | 13 | 2 |
| zachodniopomorskie  | 15 | 16 | 15 | 1 | 2 | 12 | 11 |

*Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS (Statystyczne Vademecum Samorządowca 2013) i danych Państwowej Komisji Wyborczej z 12.2010r.*

Tabela 3 – Struktura obszarowa gospodarstw rolnych w województwach (odsetek gospodarstw danej wielkości wśród ogółu gospodarstw w danym województwie)

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| województwo: | do 1 ha | 1,01-4,99 ha | 5,00 - 9,99 ha | 10-19,99 ha | 20 - 29,99 ha | ponad 20 ha |
| dolnośląskie | 1 | 48 | 22 | 18 | 4 | 8 |
| kujawsko-pomorskie | 2 | 30 | 25 | 25 | 8 | 9 |
| lubelskie | 1 | 49 | 30 | 14 | 3 | 3 |
| lubuskie | 1 | 45 | 20 | 17 | 6 | 11 |
| łódzkie | 1 | 48 | 30 | 16 | 3 | 2 |
| małopolskie | 2 | 81 | 13 | 3 | 1 | 0 |
| mazowieckie | 1 | 46 | 29 | 17 | 4 | 3 |
| opolskie | 2 | 44 | 21 | 16 | 6 | 13 |
| podkarpackie | 1 | 83 | 9 | 5 | 1 | 1 |
| podlaskie | 1 | 26 | 26 | 29 | 11 | 8 |
| pomorskie | 2 | 35 | 22 | 23 | 8 | 11 |
| śląskie | 4 | 72 | 15 | 6 | 2 | 2 |
| świętokrzyskie | 2 | 62 | 28 | 8 | 1 | 0 |
| warmińsko-mazurskie | 1 | 29 | 19 | 25 | 11 | 16 |
| wielkopolskie | 1 | 30 | 33 | 21 | 7 | 8 |
| zachodniopomorskie | 3 | 39 | 18 | 17 | 9 | 15 |

*Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS (Rocznik Województw 2013)*

*W tabeli nr 2:*

* *kolorem zielonym zaznaczono województwa, charakteryzujące się największym udziałem (co najmniej 15% ogółu) gospodarstw dużych (ponad 20 ha)*
* *kolorem szarym zaznaczono województwa, charakteryzujące się największym udziałem (ponad 50% ogółu) gospodarstw małych (do 5 ha)*
* *kolorem żółtym zaznaczono województwa nie spełniające żadnego z powyższych kryteriów*

Na podstawie analizy wartości przedstawionych wskaźników, zgodnie z opisanymi wyżej kryteriami doboru, proponujemy realizację badań w województwach: łódzkim, wielkopolskim i warmińsko – mazurskim.

W etapie drugim na terytorium każdego z województw wylosowane zostaną szkoły ponadgimnazjalne zlokalizowane na obszarach wiejskich lub w ich bezpośredniej bliskości, tak aby znajdowały się w nich klasy w całości lub w większości złożone z młodzieży zamieszkującej obszary wiejskie. W każdym województwie badaniom poddanych zostanie co najmniej 200 uczniów (około 10 klas) uczęszczających do różnych typów szkół (liceum, technikum, zasadnicza szkoła zawodowa). Ponieważ zastosowana zostanie metoda ankiety audytoryjnej zakłada się uzyskanie zwrotu prawidłowo wypełnionych ankiet od nie mniej niż 180 uczniów w każdym województwie (90% badanych).

II TURA BADAŃ – MŁODZIEŻ WIEJSKA W WIEKU 19-25 LAT KONTYNUUJĄCA EDUKACJĘ NA STUDIACH WYŻSZYCH

Dobór młodzieży kontynuującej edukację na studiach wyższych dokonany zostanie ze względu na kryteria:

1. Miejsca pochodzenia – w badaniach wezmą udział tylko studenci, których dom rodzinny znajduje się na obszarach wiejskich zlokalizowanych w trzech województwach wytypowanych do badania i którzy zamieszkiwali w nim (tzn. na obszarach wiejskich) przynajmniej do czasu rozpoczęcia nauki w szkole ponadgimnazjalnej.
2. Kierunku studiów – w badaniach wezmą udział studenci kierunków najczęściej wybieranych przez, zamieszkujących obszary wiejskie, uczniów szkół ponadgimnazjalnych (wytypowanych na podstawie I tury badań zrealizowanej we wrześniu w szkołach ponadgimnazjalnych).

Badaniu poddanych zostanie taka liczba studentów, mieszkańców obszarów wiejskich zlokalizowanych w trzech województwach wytypowanych do badania, studiujących w uczelniach znajdujących się na terenie każdego z badanych województw, aby w każdym z województw uzyskać co najmniej 100 prawidłowo wypełnionych ankiet.

1. **METODY I TECHNIKI BADAWCZE**

Badania na próbie młodzieży zamieszkującej obszary wiejskie i uczęszczającej do szkół ponadgimnazjalnych (16 – 18 lat) zostaną zrealizowane metodą ankiety audytoryjnej, zaś badania na próbie młodzieży zamieszkującej obszary wiejskie i kontynuującej edukację na studiach wyższych (18 - 25 lat) metodą ankiety indywidualnej.

* 1. **Ankieta audytoryjna**

Ankieta – standaryzowana technika zdobywania materiałów oparta na procesie wzajemnego komunikowania się badacza z badanym, podczas którego badany pisemnie odpowiada na pytania badacza - pozwala na zebranie w stosunkowo krótkim czasie dużej ilości informacji. Kwestionariusz ankiety jest narzędziem wystandaryzowanym, które zapewnia porównywalność otrzymanych wyników. Badani mają ustosunkować się do konkretnych pytań wybierając spośród zaproponowanych im kategorii odpowiedzi. W zależności od potrzeb, istnieje możliwość zastosowania w tym narzędziu również pytań otwartych. Niedomknięcie pytania umożliwia badanym trochę większą swobodę wypowiedzi. Uzyskane w ten sposób wypowiedzi są kodowane w elektronicznej bazie danych i ostatecznie analizowane ilościowo przy użyciu metod statystycznych.

W wersji audytoryjnej metoda ta polega na zebraniu w jednym miejscu, w tym przypadku w jednej klasie szkolnej, wybranej grupy osób i rozdaniu im ankiet do wypełnienia. Ankieter nie przeprowadza wywiadu osobiście z każdym respondentem z osobna, ani nie odczytuje pytań. Jednakże obecność osoby prowadzącej badanie umożliwia jednoznaczną i wyczerpującą prezentację celów badania oraz wyeliminowanie ewentualnych wątpliwości badanych związanych z treścią pytań bądź sposobem wypełniania kwestionariusza, a tym samym zmniejsza ryzyko udzielania odpowiedzi nieistotnych dla badacza.

Ankieta audytoryjna wydaje się być narzędziem najbardziej „naturalnym” w przypadku badań młodzieży szkolnej, nie powodując dodatkowego dyskomfortu badanych związanego z uczestnictwem w nowym przedsięwzięciu. Jej dodatkową zaletą jest nadzór nad zwrotem wypełnionych kwestionariuszy, co umożliwia kontrolę kompletności danych i bardzo wysoki poziom realizacji założonej próby.

* 1. **Ankieta indywidualna (rozdawana)**

Ankieta indywidualna również opiera się na procesie wzajemnego komunikowania się badacza z badanym, podczas którego badany pisemnie odpowiada na pytania badacza zamieszczone w standaryzowanym kwestionariuszu (umożliwiającym pozyskanie danych o charakterze ilościowym). Jej odmienność w stosunku do ankiety audytoryjnej polega na tym, że umożliwia realizację badania w grupach bardziej zróżnicowanych, niedostępnych jednorazowo w pełnym składzie w określonym (tym samym) miejscu. Każdy Respondent otrzymuje kwestionariusz i samodzielnie wypełnia go w dowolnym momencie czasowym, po czym zwraca ankieterowi w umówionym miejscu i czasie. Nieobecność ankietera pozwala na uniknięcie tzw. efektu ankieterskiego polegającego na (celowym bądź niezamierzonym) wpływaniu ankietera na treść udzielanych odpowiedzi, co podnosi wiarygodność uzyskanych odpowiedzi (wzmacniając poczucie anonimowości badanych pozwala im na większą szczerość). Tym samym zmniejsza się także ryzyko odmowy udziału w badaniu argumentowanej brakiem czasu lub bieżącymi okolicznościami. Dane uzyskane przy zastosowaniu techniki ankiety indywidualnej są kodowane w elektronicznej bazie danych i analizowane przy użyciu metod statystycznych.

1. **PROPONOWANY SPOSÓB PREZENTACJI WYNIKÓW I MOŻLIWOŚCI ICH WYKORZYSTANIA**

Ostatecznym efektem przeprowadzonych badań będzie raport końcowy. Będzie on zawierał szczegółowy opis wszystkich zrealizowanych działań oraz odnosił się do wszystkich celów i pytań problemowych prezentując zarówno wyniki wykonanych badań i analiz, jak i wnioski wyprowadzone na ich podstawie. Zgodnie z założonymi celami, raport zawierał będzie przede wszystkim informacje umożliwiające:

* diagnozę postaw młodzieży zamieszkującej obszary wiejskie w zakresie przedsiębiorczości i innowacyjności (obejmujących wiedzę na temat przedsiębiorczości i innowacyjności, przekonania na temat znaczenia obu zjawisk w życiu młodzieży, samooceny oraz zachowania w tym obszarze);
* identyfikację czynników sprzyjających rozwijaniu postaw przedsiębiorczych przez młodzież zamieszkującą obszary wiejskie oraz czynników proces ten zakłócających (w tym rolę sytuacji społeczno – demograficznej młodzieży, edukacji w zakresie przedsiębiorczości i innowacyjności realizowanej w szkołach oraz na terenie miejsca zamieszkania, nastawienia młodzieży do przedsiębiorczości, sytuacji społeczno – gospodarczej gmin, w których zamieszkuje badana młodzież);
* ocenę możliwości wykorzystania tych postaw dla rozwoju lokalnego (związaną zarówno ze zdiagnozowanym zakresem i charakterem przedsiębiorczości i innowacyjności młodzieży wiejskiej, jak i ze sposobami postrzegania przez młodzież wiejską potencjału wsi, jako ewentualnego miejsca dalszego zamieszkiwania i realizowania kariery zawodowej oraz sytuacją społeczno – gospodarczą badanych obszarów wiejskich).

Raport końcowy zostanie przekazany Zamawiającemu, który będzie mógł go wykorzystać do realizacji własnych działań lub przekazać do wykorzystania innym instytucjom zajmującym się problematyką rozwoju przedsiębiorczości i innowacyjności wśród młodzieży wiejskiej (np. instytucjom zaangażowanym w realizację programów na rzecz rozwoju obszarów wiejskich, instytucjom edukacyjnym, władzom lokalnym). Dzięki przeprowadzonej diagnozie postaw młodzieży wiejskiej w omawianym zakresie oraz identyfikacji przynajmniej niektórych czynników sprzyjających kształtowaniu postaw przedsiębiorczych oraz czynników oddziaływujących na tego typu postawy negatywnie, raport będzie mógł stanowić dobry, empirycznie ugruntowany, punkt wyjścia do planowania działań zmierzających do wzmocnienia kapitału ludzkiego i społecznego obszarów wiejskich (poprzez wspomaganie rozwoju postaw przedsiębiorczych oraz innowacyjności młodzieży obszary te zamieszkującej).

1. **PROPONOWANY HARMONOGRAM PRAC BADAWCZYCH**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Lp.** | **Zadania ogólne - etapy projektu** | **Zadania szczegółowe** | **Termin realizacji** |
| **1** | **Opracowanie raportu metodologicznego** | Przygotowanie raportu metodologicznego wraz z narzędziami badawczymi w języku polskim i przekazanie go Zamawiającemu | 25.06.2014 |
| Przygotowanie raportu metodologicznego w języku angielskim  | 10 dni od wniesienia uwag Zamawiającego do polskiej wersji raportu |
| **2.** | **Realizacja badań** | Opracowanie graficzne ankiet i ich wydruk | Termin proponowany:  30.08.2014 |
| Realizacja badań w województwie warmińsko – mazurskim, wielkopolskim i łódzkim: dobór respondentów według schematu opracowanego w ramach raportu metodologicznego (mieszkańców obszarów wiejskich w wieku 16- 25 uczących się w szkołach ponadgimnazjalnych lub studiujących), przeprowadzenie badań ankietowych, przekazanie kwestionariuszy do zakodowania i opracowania. | Termin proponowany: * dla uczniów szkół ponadgimnazjalnych do 30.09.2014
* dla studentów szkół wyższych do 31.10.2014
 |
| **3.** | **Przygotowanie wyników badań do opracowania statystycznego** | Opracowanie kluczy kodowych, zakodowanie danych, opracowanie schematu elektronicznej bazy danych, wprowadzenie danych do bazy | Termin proponowany:30.11.2014 |
| Przekazanie baz danych Zamawiającemu | Termin proponowany:30.11.2014 |
| **4.** | **Wstępne opracowanie wyników badań** | Analiza statystyczna danych i wstępna interpretacja wyników | Termin proponowany:30.12.2014 |
| **5.** | **Opracowanie raportu z badań** | Opracowanie szczegółowego raportu z przeprowadzonych badań i przekazanie go Zamawiającemu | Termin proponowany:15.02.2015 |
| Opracowanie artykułu do publikacji upowszechniającej efekty projektu | Termin proponowany:28.02.2015 |
| Opracowanie skróconego raportu z badań w języku angielskim | 14 dni od wniesienia uwag Zamawiającego do polskiej wersji raportu |

1. **BIBLIOGRAFIA**

Altschuller H., 1972, *Algorytm wynalazku*, Biblioteka Wiedzy Powszechnej OMEGA

Bieniok H., 2007, *Kształtowanie postaw przedsiębiorczych młodzieży w rodzinie, szkole i uczelni,* [w:] (red.) P. Wachowiak, M. Dąbrowski, B. Majewski, *Kształtowanie postaw przedsiębiorczych a edukacja ekonomiczna*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Warszawa

Bławat F., 2003, *Przedsiębiorca w teorii przedsiębiorczości i praktyce małych firm*, Gdańskie Towarzystwo Naukowe, Gdańsk

Chell E., Athayde R., 2009, The identification and measurement of innovative characteristics of young people, Research Report, NESTA

Cierniak-Szóstak E., Karwińska A., *Socjalizacja do przedsiębiorczości. Możliwości i ograniczenia*, [w:] (red.) P. Wachowiak, M. Dąbrowski, B. Majewski, *Kształtowanie postaw przedsiębiorczych a edukacja ekonomiczna,* Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Warszawa

Cybulska A., 2012, Zaufanie społeczne, komunikat CBOS nr 33/2012

Duraj J., Papiernik-Wojdera M., 2010, *Przedsiębiorczość i innowacyjność*, Difin, Warszawa

Entreprenörskapsforum. 2013, ENTREPRENÖRSK APS - UTBILDNING – FR ÅN ABC TILL PhD . Entreprenörskapsforum .

Glinka B., Gudkova S., 2011, *Przedsiębiorczość*, Oficyna, Warszawa

Grzegorzewska-Mishka E., 2010, *Współczesne uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości w Polsce*, Oficyna Wydawnicza, Warszawa

Hagen E., 1962, *On the Theory of Social Change*, IL: Dorsey Press, Homewood

Hipsz N., 2011, Wądołowska K., Aktywność społeczna Polaków. Poziom zaangażowania i motywacje, komunikat CBOS nr 62/2011

Hipsz N., 2014, Wieś polska- stereotypy, Komunikat CBOS nr 4/2014

Hytti, U., & Kuopusjärvi , P. 2004*,. Evaluating and Measuring Entrepreneurship and Enterprise Education: Methods, Tools and Pratices*. Entreva . Turkuu : Small Business Institute Business Research and Development Centre, Turku School of Economics and Business Administration.

Kailer, N. 2005, *Evaluation of Entrepren eurship Education at Universities*. University of Linz, Institute for Entrepreneurship and Organizational Development. University of Linz .

*Kompetencje kluczowe w uczeniu się przez całe życie – europejskie ramy odniesienia*, 2006, Zalecenia Parlamentu Europejskiego

Kożusznik B. (red.), 2010, *Psychologiczne uwarunkowania innowacyjności,* Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego

Krzysztofek K., Szczepański M., 2002, Zrozumieć rozwój. Od społeczeństw tradycyjnych do informacyjnych, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice

Kwiecińska-Zdrenka, 2004, *Aktywni czy bezradni wobec własnej przyszłości?,* Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń

Marody M., 1976, *Sens teoretyczny a sens empiryczny pojęcia postawy. Analiza metodologiczne zasad doboru wskaźników w badaniach nad postawami*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa

Mądrzycki T., 1970, *Psychologiczne prawidłowości kształtowania się postaw*, Państwowe Zakłady Wydawnictw Szkolnych, Warszawa

Nawojczyk M., 2009, *Przedsiębiorczość. O trudnościach w aplikacji teorii*, Nomos, Kraków

Nowak S., 1973, *Teorie postaw*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa

OECD 2009, *Evaluation of Programmes Concerning Education for Entrepreneurship, report by the OECD Working Party on SMEs and Entrepreneurship*, OECD.

Pietrzyk I., 2000, Polityka regionalna Unii Europejskiej i regiony w państwach członkowskich, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa

Psyk-Piotrowska E., Sudra E. 2014, *Przedsiębiorczość osób młodych na wsi – stymulatory i bariery.,* Journal of Agribusiness and Rural Development 2 (32) Wyd. Uniwersytetu Przyrodniczego w Poznaniu, Poznań

Ratajczak Z., 1980, *Człowiek w sytuacji innowacyjnej*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa

Sztompka P., 2005, *Socjologia zmian społecznych,* Wydawnictwo ZNAK, Kraków

Sztompka P., 2012, *Socjologia. Analiza społeczeństwa*, Znak, Kraków

Targalski J., Kosała M., Pichur A., *Postawy przedsiębiorcze wśród studentów kierunku ekonomia Akademii Ekonomicznej w Krakowie. Analiza wyników badań*, [w:] (red.) P. Wachowiak, M. Dąbrowski, B. Majewski, *Kształtowanie postaw przedsiębiorczych a edukacja ekonomiczna*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Warszawa

Tuziak A., 2013, Innowacyjność w endogenicznym rozwoju regionu peryferyjnego. Studium socjologiczne, Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR, Warszawa

United Nations. (2012) ENTREPRENEURSHIP POLICY FRAMEWORK AND IMPLEMENTATION GUIDANCE. The Division on Investment and Enterprise. United Nations.

World Economic Forum, 2010, *Global Education Initiative MENA Roundtable on Entrepreneurship Education.* Marrakech: World Ecomif Forum.

Zajda K., 2012, Rozwój wielofunkcyjny, zrównoważony i innowacyjny w gminach wiejskich. Realizacja typu idealnego czy działania pozorne (na przykładzie powiatu radomszczańskiego), Wieś i Rolnictwo, 3(156), s. 66-77

Zielińska M., 2006, *Uwarunkowania i przejawy przedsiębiorczości na obszarach wiejskich w Polsce*, [w:] M. Strużycki, *Przedsiębiorczość w teorii i praktyce*, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa