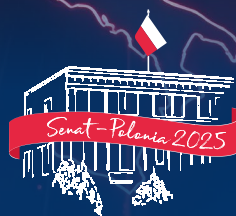


Warszawa, 2025

POSTAWY PRZEDSIĘBIORCZE I PLANY EDUKACYJNE UCZNIÓW SZKÓŁ POLONIJNYCH

Raport z badania

Tomasz Rachwał, Krystian Bigos, Jakub Garncarz



Dofinansowano w ramach sprawowania opieki Senatu Rzeczypospolitej Polskiej nad Polonią i Polakami za granicą w 2025 roku.

 WARSZAWSKI
INSTYTUT
BANKOWOŚCI

www.wib.org.pl



POLONIJNA
AKADEMIA
PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

www.polonija.wib.org.pl



Krajowe Centrum
Edukacji
Ekonomicznej

www.kcee.edu.pl

O raporcie

Badania przeprowadzone w ramach projektu „Polonijna Akademia Przedsiębiorczości” prowadzonego przez Fundację Warszawski Instytut Bankowości przy wsparciu finansowym Senatu Rzeczypospolitej Polskiej w konkursie „Senat – Polonia 2025”.

NOTKA BIBLIOGRAFICZNA RAPORTU

Rachwał, T., Bigos K., Garncarz J. (2025). Postawy przedsiębiorcze i plany edukacyjne uczniów szkół polonijnych. Raport z badania. Warszawa: Fundacja Warszawski Instytut Bankowości.

WYDAWCA

Fundacja Warszawski Instytut Bankowości, 2025.

Autorzy

Raport przygotowany przez zespół w składzie:

dr hab. Tomasz Rachwał, prof. EK

Profesor Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie w Katedrze Handlu Zagranicznego Instytutu Ekonomii. Nauczyciel akademicki, badacz przedsiębiorczości i jej roli w rozwoju układów przestrzennych, procesów transformacji społeczno-gospodarczej, funkcjonowania przedsiębiorstw oraz problematyki edukacji ekonomicznej i geograficznej. Autor ponad 200 publikacji naukowych oraz wielu podręczników szkolnych do podstaw przedsiębiorczości, biznesu i zarządzania oraz geografii. Ma wieloletnie doświadczenie w zarządzaniu jednostkami szkolnictwa wyższego, biznesowe oraz eksperckie. Koordynator i realizator wielu projektów z zakresu edukacji ekonomicznej. Członek organizacji naukowych (m.in. PTE, PTG, AIB) i redakcji wielu czasopism krajowych i zagranicznych.

dr Krystian Bigos

Adiunkt badawczo-dydaktyczny w Katedrze Handlu Zagranicznego Instytutu Ekonomii Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. Nauczyciel akademicki oraz badacz biznesu międzynarodowego w obszarze przedsiębiorczości międzynarodowej. Jego zainteresowania naukowe obejmują zagadnienia związane z intencjami przedsiębiorczymi, wczesną internacjonalizacją, zrównoważonym rozwojem oraz znaczeniem kapitału intelektualnego w przedsiębiorstwach wczesnie umiędzynarodowionych. Autor wielu publikacji naukowych i materiałów dydaktycznych z zakresu edukacji ekonomicznej. Członek organizacji naukowych – Polskiego Towarzystwa Ekonomicznego (PTE), Academy of International Business (AIB), European International Business Academy (EIBA), European Trade Study Group (ETSG) oraz kierownik studiów podyplomowych *Analitik biznesowy* KSB UEK.

mgr Jakub Garncarz

Asystent w Katedrze Handlu Zagranicznego Instytutu Ekonomii Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. Nauczyciel akademicki. Absolwent Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. Tytuł zawodowy magistra w zakresie ekonomii uzyskał w 2022 r. na podstawie pracy pt. „Rozwój mikroprzedsiębiorczości w Polsce na początku trzeciej dekady XXI wieku”. Jego zainteresowania badawcze obejmują przedsiębiorczość, biznes międzynarodowy, ewolucję biznesu oraz wykorzystywanie sztucznej inteligencji w procesach biznesowych. Autor wielu publikacji naukowych i materiałów dydaktycznych do edukacji ekonomicznej. Członek organizacji Academy of International Business (AIB).

Spis treści

| | |
|--|----|
| WSTĘP | 4 |
| 1. CHARAKTERYSTYKA RESPONDENTÓW | 5 |
| 2. POSTAWY PRZEDSIĘBIORCZE | 8 |
| 3. WPŁYW SZKOŁY NA ROZWIJANIE POSTAW PRZEDSIĘBIORCZYCH | 12 |
| 4. PLANY EDUKACYJNE..... | 15 |
| 5. DODATKOWE OPINIE RESPONDENTÓW | 20 |
| PODSUMOWANIE – KLUCZOWE WNIOSKI I REKOMENDACJE | 21 |
| SPIS TABEL | 24 |
| SPIS RYSUNKÓW | 24 |

WSTĘP

Współczesny świat stawia przed młodym pokoleniem Polaków żyjących poza granicami kraju wyzwania o szczególnym znaczeniu dla przyszłości zarówno ich samych, jak i całej wspólnoty narodowej. Procesy globalizacji, różnego typu kryzysy geopolityczne i gospodarcze na świecie, dynamiczne zmiany na rynku pracy oraz rosnąca rola kompetencji przedsiębiorczych sprawiają, że inicjatywność, kreatywność, umiejętność zarządzania ryzykiem i samodzielnego kreowania własnej ścieżki edukacji i później kariery zawodowej staje się jednym z kluczowych czynników zarówno sukcesu osobistego, jak i społeczno-gospodarczego układów krajowych, regionalnych i lokalnych, w których będą funkcjonować w dorosłym życiu. Dla dzieci i młodzieży polonijnej, wychowywanej w dwóch, lub czasem nawet więcej, systemach kulturowych i edukacyjnych, dodatkowe znaczenie ma zdolność do zachowania i łączenia polskiej tożsamości z otwartością na międzynarodowe możliwości rozwoju. W tym kontekście szczególnie istotne jest poznanie ich postaw przedsiębiorczych, aspiracji edukacyjnych oraz oczekiwań wobec instytucji wspierających – w tym szkół polonijnych, które pełnią rolę nie tylko edukacyjną, ale także kulturową i dbałości o zachowanie polskiej tożsamości. Brak aktualnej, szerokiej wiedzy na temat zainteresowania przedsiębiorczością wśród młodych Polaków z diaspory, ich planów życiowych w zakresie dalszej edukacji oraz roli, jaką w tym procesie odgrywają placówki polonijne, stanowiło pewną lukę badawczą, którą niniejsze opracowanie ma na celu wypełnić.

Badania zostały zrealizowane w ramach projektu „Polonijna Akademia Przedsiębiorczości” prowadzonego przez Warszawski Instytut Bankowości przy wsparciu finansowym Senatu Rzeczypospolitej Polskiej w konkursie „Senat – Polonia 2025”. Ich głównym celem było kompleksowe rozpoznanie postaw przedsiębiorczych oraz planów edukacyjnych uczniów szkół polonijnych, ze szczególnym uwzględnieniem roli tych placówek w kształtowaniu kompetencji kluczowych dla przyszłego rozwoju osobistego i zawodowego młodzieży polonijnej. Cele badań szczegółowe obejmowały:

- 1) ocenę postaw przedsiębiorczych młodzieży polonijnej.
- 2) identyfikację czynników sprzyjających i barier rozwoju kompetencji przedsiębiorczych.
- 3) ocenę roli szkół polonijnych w kształceniu w zakresie przedsiębiorczości i rozwijaniu kompetencji przedsiębiorczych uczniów oraz diagnozę stosowanych metod dydaktycznych i źródeł wiedzy z tego zakresu,

- 4) rozpoznanie planów edukacyjnych uczniów, w tym ich otwartości na kontynuację nauki w Polsce na poziomie studiów wyższych, wraz z identyfikacją motywatorów i obaw związanych z takim wyborem;
- 5) sformułowanie rekomendacji dla szkół polonijnych, organizacji polonijnych oraz instytucji publicznych w zakresie skuteczniejszego wspierania rozwoju przedsiębiorczości i realizacji ambitnych planów edukacyjnych młodzieży polonijnej.

Dla realizacji postawionych celów opracowano kwestionariusz ankiety badawczej, składający się z 21 pytań (w tym 7 metryczki), podzielonych na pięć części. Ze względu na specyfikę badanej grupy, były to pytania głównie zamknięte jedno- i wielokrotnego wyboru, często z możliwością podania innej, niż przyjęte w danym pytaniu w kafeterii, odpowiedzi. Ostatnie pytanie, jako jedyne było w pełni otwarte. Ankieta badawcza była dystrybuowana zarówno w postaci tradycyjnej, papierowej bezpośrednio w szkołach polonijnych, jak w postaci elektronicznej (technika CAWI- Computer-Assisted Web Interview). Należy jednak stwierdzić, że nawet taki kwestionariusz, z przewagą pytań zamkniętych, stanowił dla części uczniów trudność w wypełnianiu, ze względu na bardzo zróżnicowany poziom posługiwania się językiem polskim i czasem nieznaną pojęć związanych z przedsiębiorczością i edukacją, szczególnie przez młodszych uczniów. Badaniem objęto ponad 400 uczniów szkół polonijnych z 23 krajów świata. Respondenci mieszkali przede wszystkim w krajach europejskich (m.in. Austria, Dania, Belgia, Finlandia, Hiszpania, Holandia, Irlandia, Islandia, Litwa, Łotwa, Norwegia, Wielką Brytania, Ukraina), ale także poza Europą, głównie w Stanach Zjednoczonych. Próba była zróżnicowana pod względem poziomu edukacyjnego, płci, wieku (najlicniejsza grupa respondentów miała 13–16 lat), typu szkoły polonijnej (najczęściej szkoły przy placówkach dyplomatycznych) oraz polskiego pochodzenia rodziców (w ponad 70% przypadków – oboje rodzice pochodzili z Polski). Tak zróżnicowana struktura pozwoliła na uchwycenie zróżnicowanych uwarunkowań życia i edukacji polonijnej i wyciągnięcie wniosków mogących stanowić podstawę formułowania rekomendacji.

Struktura badań i niniejszego raportu odzwierciedla przyjęte cele oraz logikę kwestionariusza ankietowego zastosowanego w badaniu. W pierwszej części scharakteryzowano respondentów, uwzględniając ich miejsce zamieszkania według państw, profil społeczno-demograficzny oraz typ placówek polonijnych do jakich uczęszczają. Kolejny rozdział koncentruje się na analizie postaw przedsiębiorczych – od poziomu zainteresowania te-

matyką przedsiębiorczości, przez skojarzenia z cechami osoby przedsiębiorczej, po deklaracje dotyczące ewentualnego założenia własnej firmy, z uwzględnieniem wpływu rodzinnego modelu przedsiębiorczości. Trzecia część raportu poświęcona jest roli szkoły w rozwijaniu kompetencji przedsiębiorczych – omówiono w niej główne źródła wiedzy o przedsiębiorczości, preferowane metody dydaktyczne oraz najważniejsze bariery stojące na przeszkodzie rozwojowi tych kompetencji. Czwarty rozdział przedstawia plany edukacyjne uczniów, ze szczególnym naciskiem na kontynuację nauki w szkole polonijnej, wybory dotyczące studiów wyższych (w tym otwartość na studiowanie w Polsce), preferowane kierunki kształcenia oraz motywacje i obawy związane z podjęciem nauki w ojczyźnie przodków. Piąty rozdział zawiera dodatkowe opinie respondentów na temat najcenniejszych form wsparcia w zakresie rozwoju kompetencji przedsiębiorczych oraz ich własne pomysły na przyszłość zawodową i edukacyjną. Całość zamyka syntetyzujące podsumowanie oraz rekomendacje dla szkół polonijnych, organizacji polonijnych i instytucji publicznych odpowiedzialnych za współpracę z Polonią i Polakami za granicą.

Wyniki badań stanowią nie tylko diagnozę aktualnego stanu postaw przedsiębiorczych i planów edukacyjnych młodzieży polonijnej, ale przede wszystkim konkretny materiał do projektowania skuteczniejszych programów wsparcia – zarówno w wymiarze edukacyjnym, jak i tożsamościowym. Pokazują one, że młodzi Polacy na świecie posiadają znaczny potencjał przedsiębiorczy i edukacyjny, który przy odpowiednim wsparciu może stać się istotnym kapitałem dla rozwoju gospodarczego i kulturalnego zarówno ich krajów zamieszkania, jak i Rzeczypospolitej Polskiej.

Autorzy dziękują Panom Hubertowi Leśniakowi oraz Krzysztofowi Ostafińskiemu z Fundacji Warszawski Instytutu Bankowości za wsparcie przy opracowywaniu kwestionariusza ankiety i jej wersji elektronicznej, digitalizacji zebranych danych w formie papierowej, a także pozostałym pracownikom WIB za udział w przeprowadzaniu badania w szkołach polonijnych.

Podziękowania składamy również na ręce dyrekcji i nauczycieli szkół polonijnych oraz rodziców za przychylność i wsparcie w realizacji badań, a przede wszystkim samym uczniom – za wypełnienie ankiet.

I. CHARAKTERYSTYKA RESPONDENTÓW

Badanie pt. „Postawy przedsiębiorcze i plany edukacyjne uczniów szkół polonijnych” zostało przeprowadzone w dniach 18.09.2025- 12.11.2025, w ramach projektu „Polonijna Akademia Przedsiębiorczości” (konkurs „Senat-Polonia 2025”). Struktura próby badawczej była zróżnicowana geograficznie, co odzwierciedla szeroką pod względem przestrzennym obecność Polonii w świecie

oraz zróżnicowane warunki funkcjonowania młodych osób uczących się języka polskiego poza granicami kraju. W badaniu wzięto udział łącznie 416 uczniów szkół polonijnych mieszkających głównie w różnych krajach Europy, oraz Australii, Brazylii i USA (łącznie 23 państwa świata).

Tabela 1. Liczebność badanych respondentów wg kraju zamieszkania

| Kraj | Liczba respondentów | % |
|-----------------|---------------------|-------|
| Islandia | 52 | 12,5% |
| Litwa | 42 | 10,1% |
| Belgia | 41 | 9,9% |
| Norwegia | 39 | 9,4% |
| USA | 34 | 8,2% |
| Irlandia | 29 | 7,0% |
| Austria | 26 | 6,3% |
| Dania | 22 | 5,3% |
| Ukraina | 19 | 4,6% |
| Wielka Brytania | 19 | 4,6% |
| Łotwa | 18 | 4,3% |
| Holandia | 16 | 3,8% |
| Finlandia | 15 | 3,6% |
| Hiszpania | 13 | 3,1% |
| Szwajcaria | 9 | 2,2% |

| Kraj | Liczba respondentów | % |
|------------|---------------------|------|
| Francja | 9 | 2,2% |
| Włochy | 6 | 1,4% |
| Niemcy | 2 | 0,5% |
| Luksemburg | 1 | 0,2% |
| Mołdawia | 1 | 0,2% |
| Australia | 1 | 0,2% |
| Brazylia | 1 | 0,2% |
| Szwecja | 1 | 0,2% |

Źródło: opracowanie na podstawie wyników badań przeprowadzonych na próbie 416 osób.

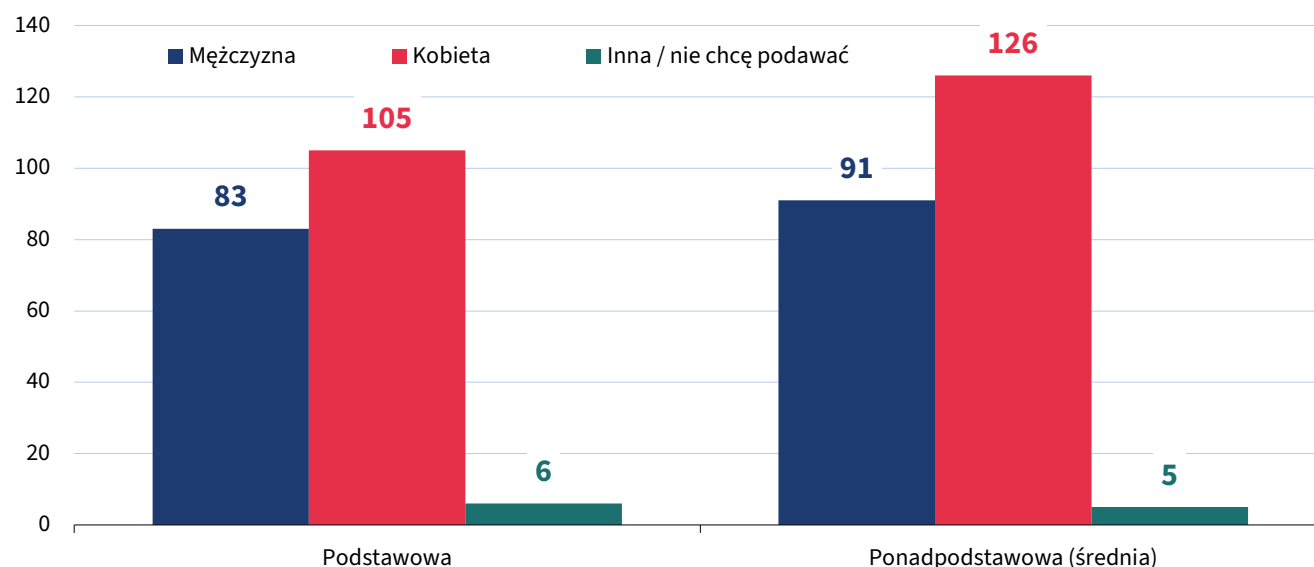
Bazując na danych w tabeli 1 można zaobserwować, że stosunkowo największą grupę respondentów w próbie stanowili uczniowie mieszkający w Islandii, skąd pochodziło 52 badanych (co stanowi w przybliżeniu 12,5% próby). Na kolejnych miejscach znaleźli się uczniowie z Litwy (42 osoby, co stanowi 10,1%), Belgii (41 osób, co stanowi 9,9%) oraz Norwegii (39 osób, co stanowi 9,4%). Szczególnie istotny odsetek respondentów stanowili również uczniowie polonijni zamieszkujący Stany Zjednoczone – odpowiedzi na pytania z kwestionariusza ankietowego udzieliły tam 34 osoby (8,2% ogółu próby).

Względnie umiarkowaną pod kątem liczebności próby stanowili uczniowie szkół polonijnych zamieszkujących Irlandię (29 osób, co stanowi 7,0% próby), Austrię (26 osób, co stanowi 6,9% próby), Danię (22 osób, co stanowi 5,3% próby) oraz Ukrainę i Wielką Brytanię (po 19 osób, co stanowi łącznie 9,2% próby). Do tej grupy można również zaliczyć uczniów zamieszkujących Łotwę (18 osób, co stanowi 4,3% próby), Holandię (16 osób, co stanowi 3,8% próby), Finlandię (15 osób, co stanowi 3,6% próby) i Hiszpanię (13 osób, co stanowi 3,1% próby).

W próbie badawczej stosunkowo mniej liczną reprezentację stanowili uczniowie mieszkający i uczęszczający do szkół polonijnych w Szwajcarii i Francji (po 9 osób, co stanowi 4,4% próby), Włoszech (6 osób, co stanowi 1,4% próby), Niemczech (2 osoby, co stanowi 0,5% próby) oraz Luksemburgu, Mołdawii, Australii, Brazylii i Szwecji (po 1 osobie; kraje te stanowiły łącznie 1% próby).

Spośród 416 uczniów, którzy wzięli udział w badaniu, 194 respondentów uczęszczało do szeroko pojętej szkoły polonijnej na poziomie podstawowym (co stanowi 46,6% próby badawczej), z kolei 222 osób (53,4%) stanowili uczniowie uczęszczający do placówek na poziomie ponadpodstawowym (odpowiedniku polskiej szkoły średniej) (zob. rysunek 1.). W badaniu 55,5% ankietowanych stanowiły kobiety, z kolei resztę (174 osoby) mężczyźni (41,8% ogółu próby). Oprócz tego, 11 osób uznało, że nie chce podawać płci bądź określa się jako osoby o innej płci (ok. 2,7% ogółu próby).

Rysunek 1. Liczebność badanych respondentów wg poziomu szkoły polonijnej i płci

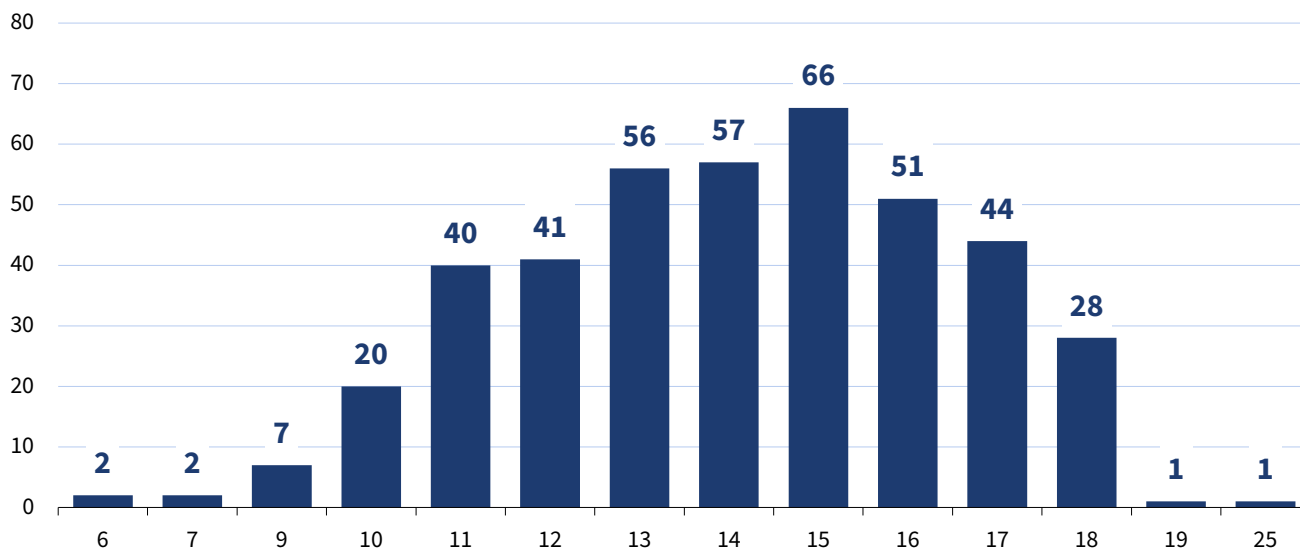


Źródło: opracowanie na podstawie wyników badań przeprowadzonych na próbie 416 osób.

Analiza struktury respondentów wg wieku wskazuje, że w próbie badawczej najliczniejszą grupę stanowiły osoby mające 15 lat (66 osób, 15,9% próby), z kolei najmniej liczna osoby odpowiednio w wieku 19 i 25 lat

(po 1 osobie), oraz 6 i 7 lat (po 2 osoby). Nieco ponad połowę próby (55,3%) stanowiły osoby między 13 a 16 rokiem życia (zob. rysunek 2.).

Rysunek 2. Liczebność badanych respondentów wg wieku

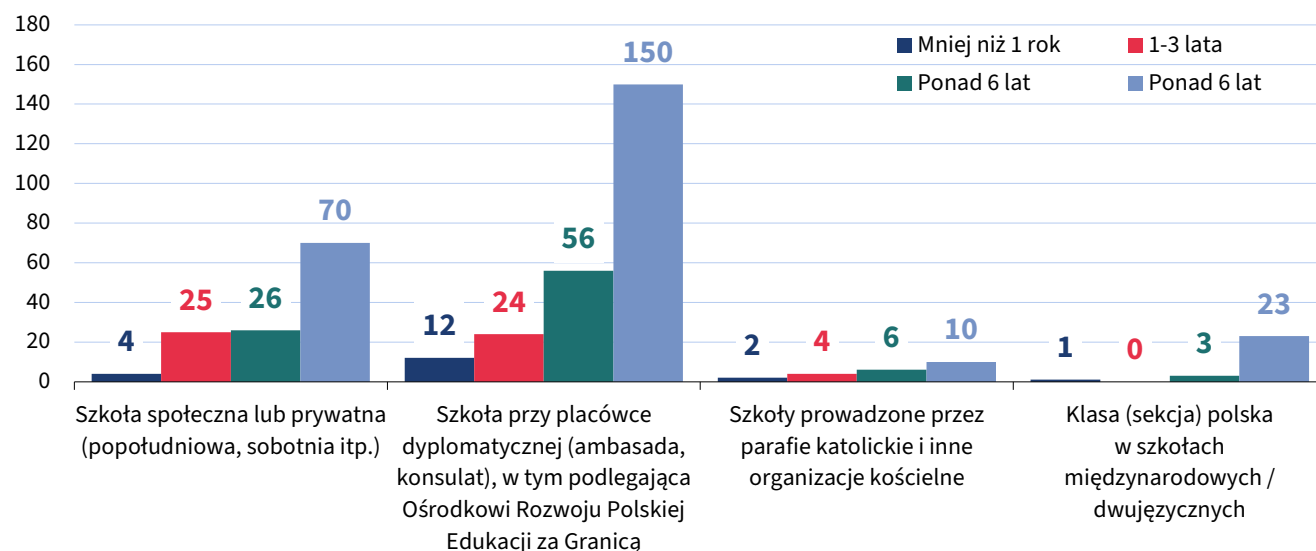


Źródło: opracowanie na podstawie wyników badań przeprowadzonych na próbie 416 osób.

Respondenci uczęszczali do różnych typów szkół polonijnych (zob. rysunek 3.), a więc: (1) szkół społecznych i prywatnych (w trybie popołudniowym lub weekendowym), (2) szkół przy placówkach dyplomatycznych (ambasadach, konsulatach), w tym tych podlegających Ośrodkowi Rozwoju Polskiej Edukacji za granicą, (3) szkół prowadzonych przez parafie katolickie i inne organizacje kościelne, (4) szkół międzynarodowych (dwujęzycznych), w których istnieje klasa (sekcja) polska. W badaniu najliczniejszą grupę respondentów stanowiły osoby uczęszczające do szkół funkcjonujących przy placów-

kach dyplomatycznych. W tej placówce uczyło się 242 respondentów (58,2%), a zdecydowana większość z nich uczęszcza do niej ponad 6 lat (150 osób). Z kolei w szkole społecznej lub prywatnej realizowało naukę 125 ankietowanych, z czego zdecydowana większość, tj. 70 osób uczęszcza do niej ponad 6 lat. Jeśli chodzi o szkoły prowadzone przez parafie katolickie i inne organizacje kościelne to można zaobserwować, że do tego typu placówek uczęszczały 22 osoby, natomiast do polskich klas (sekcji) w szkołach międzynarodowych – 27 osób.

Rysunek 3. Długość uczęszczania do szkoły polonijnej w zależności od typu szkoły



Źródło: opracowanie na podstawie wyników badań przeprowadzonych na próbie 416 osób.

Na pytanie odnoszące się do tego czy rodzice (opiekunowie) respondentów pochodzą z Polski zdecydowana większość ankietowanych (298 osób, tj. 71,6%) wskazała, że zarówno matka, jak i ojciec są Polakami, natomiast 12,5% próby (tj. 52 osoby) stanowili ci uczniowie, którzy

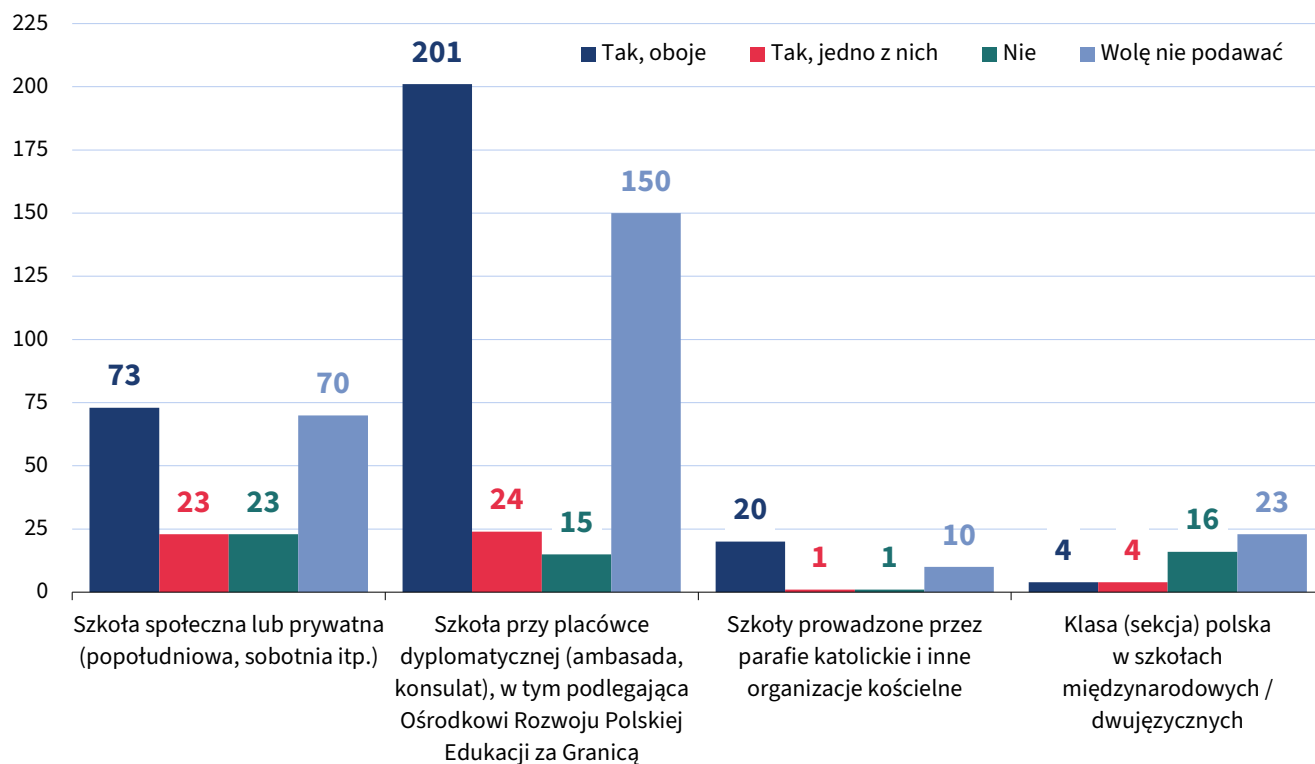
podali, że tylko jeden z rodziców pochodzi z Polski. Ponadto, w ankiecie odnotowano, że rodzice 13,2% ankietowanych nie pochodzą z Polski (55 osób), a 11 osób (2,5%) odmówiło odpowiedzi na to pytanie (zob. tabela 2).

Tabela 2. Czy rodzice/opiekunowie uczniów pochodzą z Polski?

| Odpowiedź | Liczba respondentów | % |
|-------------------|---------------------|-------|
| tak, jedno z nich | 52 | 12,5% |
| tak, oboje | 298 | 71,6% |
| nie | 55 | 13,2% |
| wolę nie podawać | 11 | 2,6% |

Źródło: opracowanie na podstawie wyników badań przeprowadzonych na próbie 416 osób.

Rysunek 4. Wybór polonijnej placówki oświatowej w zależności od polskiego pochodzenia rodziców/opiekunów



Źródło: opracowanie na podstawie wyników badań przeprowadzonych na próbie 416 osób.

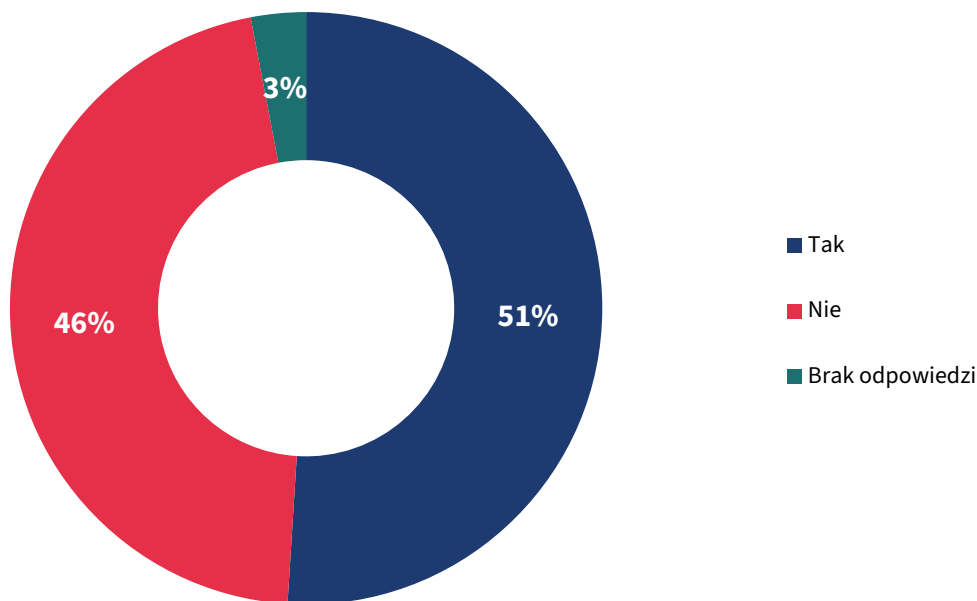
Co ciekawe, jeśli oboje rodziców respondenta pochodzą z Polski to znacznie częściej wysyłają swoje dziecko do szkoły przy placówce dyplomatycznej lub szkoły społecznej lub prywatnej (popołudniowej lub weekendowej), z kolei, jeśli rodzice nie mają polskiego pochodzenia, to wtedy tacy uczniowie uczęszczają do klas (sekcji) polskich w szkołach międzynarodowych bądź dwujęzycznych (zob. rysunek 4.).

wej), z kolei, jeśli rodzice nie mają polskiego pochodzenia, to wtedy tacy uczniowie uczęszczają do klas (sekcji) polskich w szkołach międzynarodowych bądź dwujęzycznych (zob. rysunek 4.).

II. POSTAWY PRZEDSIĘBIORCZE

Pierwsza część zasadniczej części raportu koncentruje się na postawach przedsiębiorczych uczniów szkół polonijnych. W pierwszej kolejności zapytano respondentów o doświadczenie biznesowe rodziców i innych bliskich członków rodziny, gdyż może mieć to wpływ na postre-

gania problematyki przedsiębiorczości i zainteresowanie rozwijaniem kompetencji przedsiębiorczych. Z zebranych danych wynika, że 51% uczniów ma w bliskim otoczeniu rodzinnym osobę zaangażowaną w prowadzenie firmy (zob. rysunek 5.).

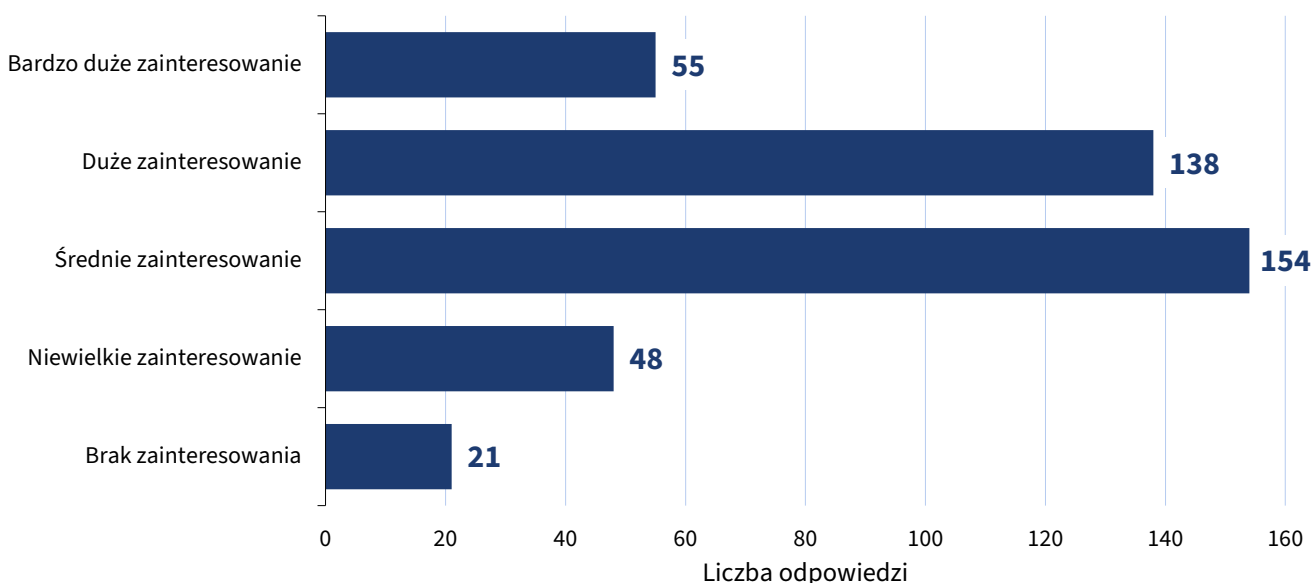
Rysunek 5. Działalność gospodarcza prowadzona w bliskiej rodzinie ucznia

Źródło: opracowanie na podstawie wyników badań przeprowadzonych na próbie 416 osób.

W kolejnym pytaniu uczniowie zostali zapytani o zainteresowanie przedsiębiorczością. Wynika badania pokazują, że uczniowie szkół polonijnych wykazują wyraźne zainteresowanie przedsiębiorczością i rozwojem kompetencji z nią związanych. Choć najliczniejszą grupę stanowią uczniowie deklarujący średnie zainteresowanie, to łącznie odpowiedzi „duże” i „bardzo duże” stanowią aż ok. 46% wszystkich wskazań (zob. rysunek 6.).

Struktura uzyskanych odpowiedzi wskazuje, że młodzież uczęszczająca do szkół polonijnych charakteryzuje się ogólnie wysokim poziomem otwartości na przedsiębiorczość. Co prawda najliczniejszą grupę stanowią uczniowie

deklarujący średnie zainteresowanie (154 osoby, ok. 37%), jednak istotne jest to, że niemal połowa respondentów, łącznie 46%, zgłasza duże (138 osób, ok. 33%) lub bardzo duże zainteresowanie (55 osób, ok. 13%) rozwijaniem kompetencji przedsiębiorczych. Tak wysoki poziom zaangażowania świadczy o znacznym potencjale edukacyjnym oraz o gotowości młodzieży do podejmowania aktywności ukierunkowanych na rozwój wiedzy, umiejętności i postaw z zakresu przedsiębiorczości. Relatywnie niewielkie są natomiast grupy uczniów niezainteresowanych tą tematyką (odpowiednio 48 osób czyli około 12% wskazało niewielkie zainteresowanie oraz 21 osób czyli około 5% wskazało brak zainteresowania).

Rysunek 6. Zainteresowanie przedsiębiorczością i kompetencjami z nią związanymi

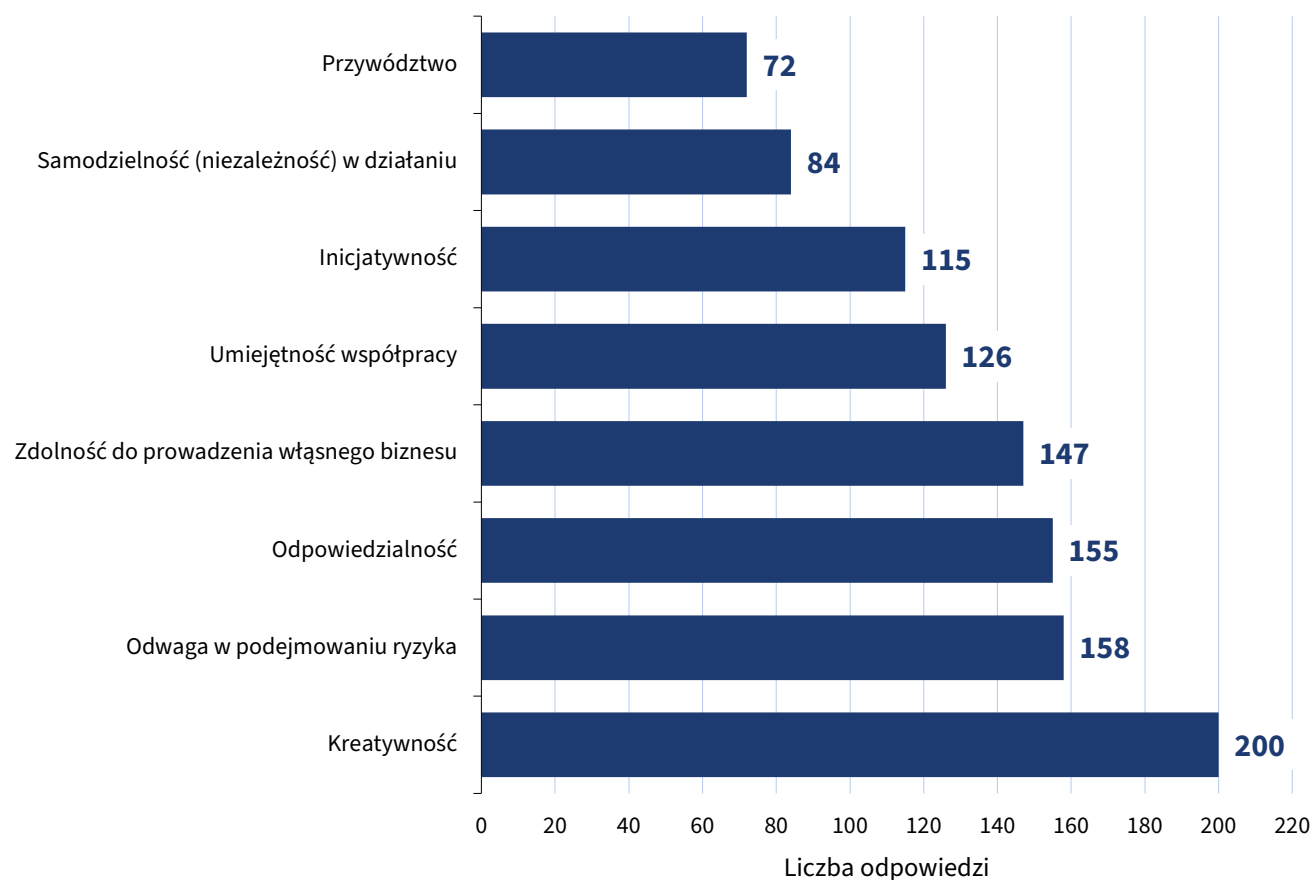
Źródło: opracowanie na podstawie wyników badań przeprowadzonych na próbie 416 osób.

Zaobserwowano nieznacznie wyższy poziom zainteresowania przedsiębiorczością oraz kompetencjami z nią związanymi wśród uczniów, których bliscy członkowie rodziny prowadzą działalność gospodarczą. Średnia wartość tego wskaźnika wyniosła w ich przypadku 3,51, wobec 3,27 w grupie uczniów nieposiadających w rodzinie przedsiębiorców. Zbliżony wzorzec zaobserwowano w odniesieniu do płci, gdzie średni poziom zainteresowania przedsiębiorczością wśród uczniów płci męskiej wyniósł 3,52, podczas gdy wśród uczennic był nieco niższy – 3,27. Nie stwierdzono natomiast istotnych różnic w po-

ziomie zainteresowania przedsiębiorczością w zależności od etapu edukacyjnego, na którym znajdowali się badani. W ujęciu geograficznym najwyższy poziom zainteresowania odnotowano wśród uczniów z Francji (średnia 4,22), natomiast najniższy wśród uczniów z Islandii (średnia 2,90).

Uczniowie biorący udział w badaniu zostali poproszeni o wskazanie, jakie cechy najbardziej kojarzą im się z osobą przedsiębiorczą (zob. rysunek 7.).

Rysunek 7. Cechy osoby przedsiębiorczej w opinii uczniów

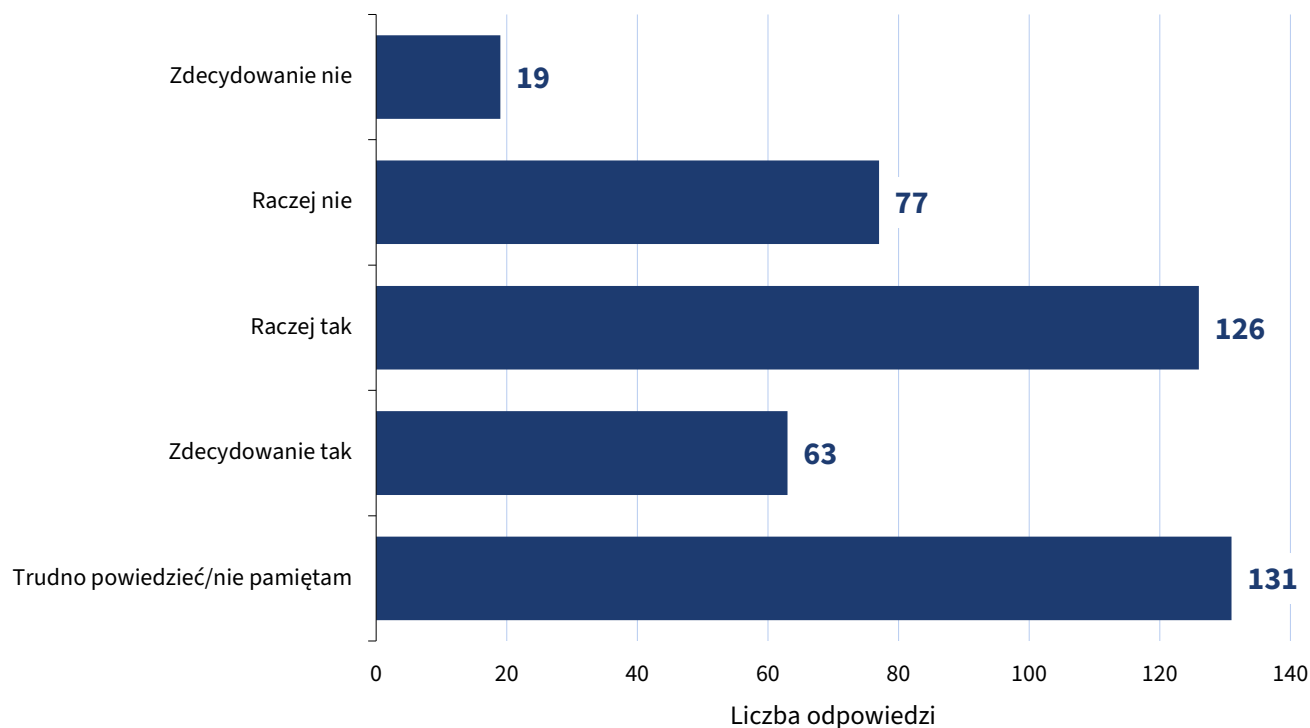


Źródło: opracowanie na podstawie wyników badań przeprowadzonych na próbie 416 osób (możliwość wskazania maksymalnie 3 odpowiedzi).

Na podstawie zebranych danych wynika, że uczniowie najczęściej kojarzą osobę przedsiębiorczą z kreatywnością – cechę tę wskazało 200 respondentów (48% badanych osób). Na kolejnych miejscach znalazły się: odwaga w podejmowaniu ryzyka (158 wskazań, co stanowi 38% respondentów), odpowiedzialność (155 wskazań) oraz zdolność do prowadzenia własnego biznesu (147 wskazań). Istotne znaczenie przypisywano także umiejętności rozwiązywania problemów (131 wskazań) i umiejętności współpracy (126 wskazań). Takie odpowiedzi uczniów w bardzo wysokim stopniu pokrywają się z europejską definicją przedsiębiorczości jako kompetencji kluczowej. Nieco rzadziej uczniowie wymieniali inicjatywność (115 wskazań) oraz samodzielność/nieza-

leżność w działaniu (84 wskazania). Najrzadziej z osobą przedsiębiorczą kojarzono przywództwo – cechę tę wskazało 72 respondentów, co stanowi około 17% badanych uczniów. Można to uznać za nieco zaskakujące, gdyż nie wynika z niezrozumienia pojęcia (w pytaniu dopowiedziano, że jest ona rozumiana jako umiejętność przewodzenia innym np. lider zespołu). Najwyraźniej zatem tylko niewielka część uczniów łączy przedsiębiorczość z osobą lidera.

Na kolejnym etapie badania uczniowie zostali poproszeni o ocenę, czy kiedykolwiek rozważali lub rozważają założenie własnej firmy (zob. rysunek 8.).

Rysunek 8. Zainteresowanie założeniem własnej działalności gospodarczej wśród uczniów

Źródło: opracowanie na podstawie wyników badań przeprowadzonych na próbie 416 osób.

Wśród 416 respondentów odpowiedź „zdecydowanie tak” wskazało 63 uczniów (15,1%), a „raczej tak” 126 uczniów (30,3%), co łącznie daje 189 osób, czyli 45,4% badanych deklarujących rozważanie założenia własnej firmy. Odpowiedzi negatywne udzieliło 96 uczniów, w tym 77 osób zaznaczyło „raczej nie” (18,5%), a 19 „zdecydowanie nie” (4,6%), co łącznie stanowi 23,1% próby. Jednocześnie aż 131 uczniów (31,5%) wybrało odpowiedź „trudno powiedzieć/nie pamiętam”, co wskazuje na znaczną grupę osób niezdecydowanych co do swoich planów przedsiębiorczych.

Wyniki wskazują, że uczniowie, których bliscy prowadzą własną działalność gospodarczą, wyraźnie częściej deklarują chęć założenia własnej firmy niż uczniowie bez takiego zaplecza rodzinnego. W grupie 211 uczniów mających w rodzinie przedsiębiorców łącznie 111 osób wybrało odpowiedź „zdecydowanie tak” lub „raczej tak”, co stanowi 52,6% badanych, podczas gdy w grupie 190 uczniów bez przedsiębiorców w rodzinie takie deklaracje złożyło 75 osób, czyli 39,5% respondentów. Odwrotną tendencję widać wśród osób nieplanujących założenia firmy. Wśród uczniów z zapleczem przedsiębiorczym odpowiedzi „raczej nie” i „zdecydowanie nie” udzieliło łącznie 40 osób (19,0%), natomiast wśród uczniów bez przedsiębiorców w rodzinie odsetek ten jest wyższy i obejmuje 48 osób, czyli 25,3% badanych. Zwraca także uwagę odsetek uczniów niezdecydowanych. W grupie z przedsiębiorcami w rodzinie odpowiedź „trudno powiedzieć/nie pamiętam” wybrało 28,4% uczniów, natomiast w grupie bez zaplecza przedsiębiorczego 35,3% respondentów

pozostało niezdecydowanych co do planów założenia własnej firmy. Wskazuje to, że kontakt z przedsiębiorczością w najbliższym otoczeniu sprzyja zarówno wyższemu poziomowi deklarowanej gotowości do założenia firmy, jak i nieco mniejszej niepewności w tym zakresie.

W analizie odpowiedzi na pytanie o rozważanie założenia własnej firmy widoczne są wyraźne różnice między uczniami i uczennicami. Wśród 174 chłopców łącznie 94 osoby (54,0%) udzieliły odpowiedzi „zdecydowanie tak” lub „raczej tak”, podczas gdy w grupie 231 dziewcząt podobne deklaracje złożyło 88 osób, co stanowi 38,1% tej grupy. Chłopcy rzadziej niż dziewczęta deklarują brak zainteresowania założeniem firmy – odpowiedzi „raczej nie” i „zdecydowanie nie” wskazało łącznie 36 uczniów (20,7%), wobec 60 uczennic (26,0%). Jednocześnie to dziewczęta częściej pozostają niezdecydowane: odpowiedź „trudno powiedzieć/nie pamiętam” wybrało 35,9% z nich, przy 25,3% wśród chłopców, co może sugerować większą niepewność uczennic co do własnych planów przedsiębiorczych.

Analiza odpowiedzi ze względu na poziom szkoły pokazuje, że uczniowie szkół ponadpodstawowych częściej deklarują rozważanie założenia własnej firmy niż uczniowie szkół podstawowych. W szkołach podstawowych odpowiedzi „zdecydowanie tak” i „raczej tak” udzieliło łącznie 80 z 194 uczniów, co stanowi około 41%, podczas gdy w szkołach ponadpodstawowych takich odpowiedzi było 109 na 222 uczniów, czyli około 49%. Odwrotna tendencja widoczna jest w przypadku braku zamiaru za-

łożenia firmy – w szkołach podstawowych odpowiedzi „raczej nie” i „zdecydowanie nie” udzieliło 49 uczniów (około 25%), natomiast w szkołach ponadpodstawowych 47 uczniów (około 21%). Jednocześnie odsetek osób niezdecydowanych („trudno powiedzieć/nie pamiętam”) pozostaje zbliżony: około 34% w szkołach podstawowych (65 osób) oraz 30% w szkołach ponadpodstawowych (66 osób). Taki rozkład odpowiedzi wskazujący, że uczniowie szkół ponadpodstawowych wyraźnie częściej niż młodsi ze szkół podstawowych widzą siebie w roli właścicieli własnej firmy, może wynikać z większej świadomości realiów rynku pracy, bliższej perspektywy wejścia w dorosłe życie oraz silniejszego wpływu edukacji w zakresie przedsiębiorczości realizowanej na poziomie szkoły średniej.

Najwyższy łączny poziom deklarowanego zainteresowania założeniem własnej firmy (odpowiedzi „zdecydowanie tak” i „raczej tak”) obserwowany jest wśród uczniów z Litwy, Irlandii, Norwegii i USA. Na Litwie łącznie 23 z 42 uczniów (17 „raczej tak” i 6 „zdecydowanie tak”) rozważa własny biznes, co stanowi około 54,8% wszystkich odpowiedzi, przy jednocześnie 8 osobach (ok. 19,0%) odpowiadających „raczej nie” lub „zdecydowanie nie” oraz 10 niezdecydowanych (ok. 23,8%). W Irlandii łącznie 17 z 29 uczniów (9 „raczej tak” i 8 „zdecydowanie tak”) deklaruje rozważanie założenia firmy, co daje bardzo wysoki odsetek około 58,6%, podczas gdy odpowiedzi negatywne („raczej nie” i „zdecydowanie nie”) stanowią łącznie ok. 13,8%, a niezdecydowani („trudno powiedzieć/nie pamiętam”) około 27,6%. W Norwegii na 39 odpowiedzi 22 (15 „raczej tak” i 7 „zdecydowanie tak”) wskazują na chęć założenia firmy, co stanowi ok. 56,4%, przy 8 odpowiedziach negatywnych (ok. 20,5%) i 9 niezdecydowanych (ok. 23,1%). W USA struktura odpowiedzi jest bardziej wyrównana: łącznie 16 z 34 uczniów (11 „raczej tak” i 5 „zdecydowanie tak”) deklaruje rozważanie własnego biznesu, co stanowi ok. 47,1%, natomiast 7 osób

(ok. 20,6%) zaznacza „raczej nie” lub „zdecydowanie nie”, a aż 11 uczniów (ok. 32,4%) pozostaje niezdecydowanych. W Belgii i na Litwie, mimo licznej grupy niezdecydowanych (odpowiednio 23 z 41, czyli ok. 56,1% w Belgii oraz 10 z 42, ok. 23,8% na Litwie), odsetek osób skłaniających się ku przedsiębiorczości (Belgia: 10 z 41, ok. 24,4%; Litwa: 54,8%) pozostaje istotny. Najniższy poziom zainteresowania założeniem własnej firmy, wśród krajów z relatywnie licznymi odpowiedziami, widoczny jest na Łotwie oraz częściowo w Danii. Na Łotwie jedynie 6 z 18 uczniów (3 „raczej tak” i 3 „zdecydowanie tak”) deklaruje rozważanie założenia firmy, co stanowi ok. 33,3% wszystkich odpowiedzi, natomiast 9 osób (ok. 50,0%) wybiera odpowiedź „raczej nie”, a pozostałe 3 są niezdecydowane, co wskazuje na wyraźnie niskie aspiracje przedsiębiorcze w tej grupie. W Danii udział odpowiedzi pozytywnych jest również ograniczony – tylko 6 z 22 uczniów (2 „raczej tak” i 4 „zdecydowanie tak”) rozważa założenie własnego biznesu, czyli ok. 27,3%, przy czym aż 5 osób (ok. 22,7%) odpowiada „raczej nie”, 1 „zdecydowanie nie”, a 10 uczniów (ok. 45,5%) pozostaje niezdecydowanych. Takie wyniki oznaczają, że zainteresowanie założeniem własnej firmy różni się znacznie pomiędzy krajami i najsilniej zauważalne jest w krajach o dynamicznie rozwijającej się gospodarce lub silnej kulturze samozatrudnienia i start-upów, podczas gdy w państwach o bardzo rozwiniętych systemach ochrony socjalnej i stabilnym rynku pracy (jak np. Dania) młodzież rzadziej widzi siebie w roli właścicieli firm. Należy jednak zwrócić uwagę na ograniczenia wnioskowania w tym zakresie, ze względu na duże rozproszenie respondentów wg państw i tym samym stosunkowo małą liczbę respondentów w wielu krajach. Dokładna analiza zróżnicowania intencji przedsiębiorczych wg kraju zamieszkania wymagałaby więc odrębnych badań w poszczególnych krajach i szczegółowej analizy uwarunkowań prowadzenia w nich działalności gospodarczej.

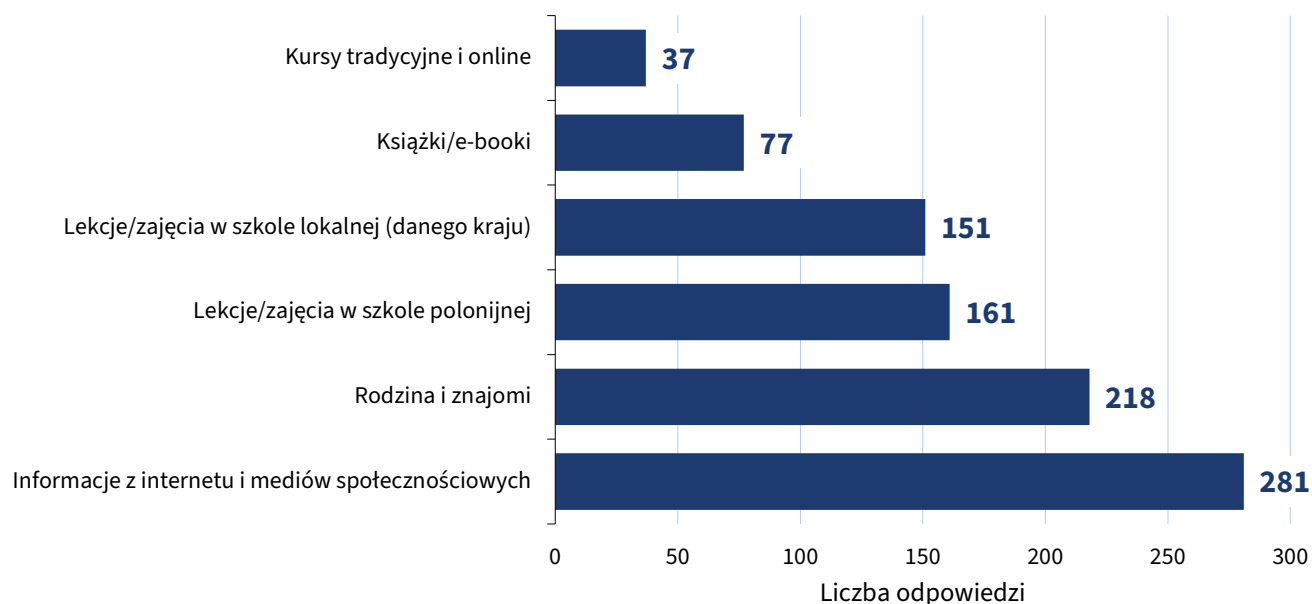
III. WPŁYW SZKOŁY NA ROZWIJANIE POSTAW PRZEDSIĘBIORCZYCH

Kolejna część raportu poświęcona jest analizie wpływu szkoły na rozwijanie postaw przedsiębiorczych wśród uczniów. Omawiane zagadnienia obejmują główne źródła wiedzy z zakresu przedsiębiorczości, metody dydaktyczne wspierające kształtowanie kompetencji przedsiębiorczych oraz bariery, które mogą utrudniać ich rozwój.

W tej części badania uczniowie zostali w pierwszej kolejności poproszeni o wskazanie, z jakich źródeł najczęściej czerpią wiedzę na temat przedsiębiorczości. Każdy respondent mógł wybrać maksymalnie trzy odpowiedzi.

Zebrane dane (zob. rysunek 9.) pokazują wyraźną dominację źródeł cyfrowych – informacje z internetu i mediów

społecznościowych zostały wskazane 281 razy, co stanowi około 30,4% wszystkich 925 wskazań. Bardzo ważnym źródłem są także najbliżsi: rodzina i znajomi pojawili się w 218 odpowiedziach (ok. 23,6%), a następnie lekcje i zajęcia w szkole polonijnej (161 wskazań, ok. 17,4%) oraz szkole lokalnej danego kraju (151 wskazań, ok. 16,3%). Znacznie rzadziej uczniowie sięgają po książki i e-booki (77 wskazań, ok. 8,3%) oraz kursy tradycyjne i online (37 wskazań, ok. 4,0%), co sugeruje, że formalne, zorganizowane formy kształcenia przedsiębiorczości są raczej uzupełnieniem, a nie głównym kanałem pozyskiwania wiedzy i rozwijania umiejętności w tym zakresie. Pojedyncze osoby wskazywały również na sztuczną inteligencję jako źródło wiedzy w zakresie przedsiębiorczości.

Rysunek 9. Źródła wiedzy w zakresie przedsiębiorczości

Źródło: opracowanie na podstawie wyników badań przeprowadzonych na próbie 416 osób (możliwość wskazania maksymalnie 3 odpowiedzi).

Osoby bardzo zainteresowane przedsiębiorczością (odpowiedzi 4 i 5 w skali 1–5) najczęściej korzystają z połączenia kilku źródeł, z wyraźną dominacją internetu, rodziny oraz lekcji szkolnych. Wśród tych uczniów wyjątkowo często pojawiają się zestawy typu: „informacje z internetu i mediów społecznościowych” wraz z „rodziną i znajomymi” oraz „lekcjami/zajęciami w szkole polonijnej” lub „szkole lokalnej”, co sugeruje, że intensywnie korzystają zarówno z zasobów online, jak i z najbliższego otoczenia oraz formalnej edukacji. Uczniowie o niskim poziomie zainteresowania przedsiębiorczością (odpowiedzi 1–2) znacznie częściej ograniczają się do pojedynczych kanałów, przede wszystkim internetu lub samej rodziny, rzadziej wskazując jednocześnie lekcje szkolne czy dodatkowe kursy. Z kolei osoby o średnim poziomie zainteresowania (odpowiedź 3) częściej niż grupa najmniej zainteresowana łączą internet z lekcjami w szkole lokalnej bądź polonijnej, ale rzadziej niż te najbardziej zainteresowane deklarują korzystanie z wielu źródeł jednocześnie, co pokazuje, że wielokanałowe uczenie się i rozwijanie kompetencji w zakresie przedsiębiorczości jest charakterystyczne głównie dla uczniów o najwyższych aspiracjach w tym obszarze.

Widoczne są także różnice pomiędzy wybieranymi źródłami wiedzy w poszczególnych krajach. W Ukrainie zauważalna jest zdecydowana dominacja internetu i mediów społecznościowych – prawie każdy respondent (tj. 89% uczniów) z Ukrainy wskazuje na to źródło, często łącznie z rodziną i szkołą polonijną. Uczniowie mieszkający na Litwie i w Łotwie bardzo często wskazują jako źródło wiedzy szkołę polonijną (53%) oraz lokalną (25%), chociaż wciąż dominuje Internet (75%). Wśród uczniów z Irlandii, Wielkiej Brytanii i Szwajcarii internet jest wska-

zywany niemal przez każdego respondenta, ale jednocześnie dość często pojawiają się w odpowiedziach kursy tradycyjne/online (16%) oraz książki/e-booki (21%), co odróżnia te kraje np. od Ukrainy, gdzie kursy i książki są rzadziej wymieniane.

Dziewczęta i chłopcy w bardzo zbliżony sposób korzystają ze źródeł wiedzy o przedsiębiorczości, głównie z informacji z internetu i mediów społecznościowych (odpowiednio 155 i 121 wskazań, tj. 67% kobiet i 70% mężczyzn korzysta z internetu) oraz rodziny i znajomych (123 i 90 wskazań, tj. 53% kobiet oraz 52% mężczyzn). Obie grupy często odwołują się także do zajęć w szkole polonijnej (37% kobiet oraz 41% mężczyzn) oraz w szkole lokalnej danego kraju, choć dziewczęta nieco częściej niż chłopcy wskazują szkołę lokalną (95 vs 54 wskazania, tj. 41% kobiet i 31% mężczyzn).

W zebranych danych widać wyraźne różnice między szkołą podstawową a ponadpodstawową (średnią) w częstości korzystania z poszczególnych źródeł wiedzy w zakresie przedsiębiorczości. W grupie uczniów szkół podstawowych dominują informacje z internetu i mediów społecznościowych (ok. 60% wskazań) oraz rodzina i znajomi (ok. 54%), przy stosunkowo wysokiej roli szkoły polonijnej (ok. 42%) i nieco mniejszym znaczeniu szkoły lokalnej (ok. 31%) oraz materiałów książkowych (16%) i kursów (8%). W szkołach ponadpodstawowych Internet staje się jeszcze silniejszym źródłem (ok. 75% wskazań), rośnie także udział lekcji w szkole lokalnej (ok. 41%) oraz książek/e-booków (20%) i kursów (10%), natomiast udział szkoły polonijnej jest nieco niższy (ok. 36%), a rola rodziny i znajomych pozostaje stabilna (ok. 51%).

Metody pracy zastosowane na zajęciach mają kluczowe znaczenie dla rozwijania kompetencji przedsiębiorczych uczniów, ponieważ to one decydują o stopniu ich aktywności, samodzielności i odpowiedzialności za rezultaty

działania. W badaniu poproszono uczniów o wskazanie maksymalnie trzech metod kształcenia, które uznają za szczególnie pomocne w rozwijaniu kompetencji w zakresie przedsiębiorczości (zob. rysunek 10.).

Rysunek 10. Metody zajęć pomocne w rozwijaniu kompetencji w zakresie przedsiębiorczości



Źródło: opracowanie na podstawie wyników badań przeprowadzonych na próbie 416 osób (możliwość wskazania maksymalnie 3 odpowiedzi).

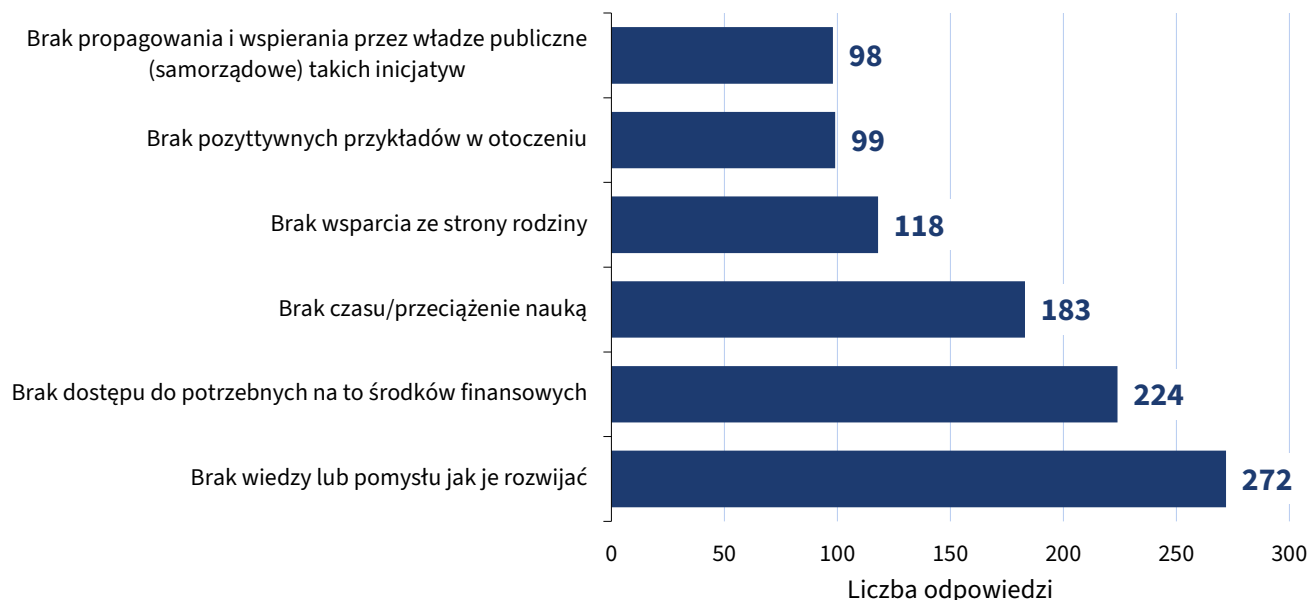
Najczęściej wskazywaną metodą są projekty grupowe – pojawiły się 243 razy (25% wszystkich odpowiedzi), wyraźnie dominując nad pozostałymi metodami. Gry dydaktyczne (symulacyjne/biznesowe) uzyskały 153 wskazania (16%), a spotkania z przedsiębiorcami 139 (14%). Na dalszych miejscach znalazły się: praktyki i wolontariat (108 wskazań – 11% wszystkich odpowiedzi) oraz dyskusje w różnych formach, np. debaty oksfordzkie (105 wskazań), które również angażują uczniów w realne sytuacje decyzyjne. Symulacje i inscenizacje (72) oraz lektura podręczników i innych książek (70) są postrzegane jako ważne, choć wyraźnie rzadziej wybierane niż projekty czy gry. Najrzadziej wskazywane były: udział w zajęciach kółek przedsiębiorczości (49 – około 5%) oraz prowadzenie spółdzielni uczniowskiej lub miniprzedsiębiorstwa (45 – około 5%), mimo że literatura podkreśla duży potencjał edukacyjny takich rozwiązań w kształto-

waniu kompetencji przedsiębiorczych. Zapewne wynika to z braku dostępności do tych sposobów rozwijania kompetencji w danych szkołach.

Widoczne jest tu również zróżnicowanie wg krajów. Uczniowie z Belgii najczęściej wskazywali projekty grupowe (61% wskazań), częściej niż gry symulacyjne (29%) i symulacje negocjacyjne (20%), co kontrastuje z Litwą, gdzie gry symulacyjne miały największą liczbę wskazań (45%), a projekty grupowe tylko 38%. Odpowiedzi respondentów z Islandii wskazują na zrównoważony udział różnych metod, z dyskusjami/debatami na czele (30%), podczas gdy uczniowie z Norwegii akcentowali projekty grupowe (56%) i gry symulacyjne (49%). Podobnie w przypadku uczniów z USA najczęstsze wskazania (47%) dotyczą projektów grupowych.

W kolejnym pytaniu proszono respondentów o wskazanie barier, które mogą utrudniać rozwój kompetencji w zakresie przedsiębiorczości (zob. rysunek 11.).

Rysunek 11. Bariery utrudniające rozwój kompetencji przedsiębiorczych



Źródło: opracowanie na podstawie wyników badań przeprowadzonych na próbie 416 osób (możliwość wskazania maksymalnie 3 odpowiedzi).

Z analizy danych wynika, że najpowszechniejszą barierą jest brak wiedzy lub pomysłu, jak rozwijać kompetencje przedsiębiorcze (272 wskazania; 65,4% uczniów), następnie brak dostępu do potrzebnych środków finansowych (224; 53,8%) oraz brak czasu związany głównie z przeciążeniem nauką (183; 44%). Nieco rzadziej wskazywano na brak wsparcia ze strony rodziny (118; 28,4%), brak pozytywnych wzorców w najbliższym otoczeniu (99; 23,8%) oraz niewystarczające propagowanie i wspieranie takich

inicjatyw przez władze publiczne (98; 23,6%), przy czym w pojedynczych odpowiedziach pojawiały się także wątki związane z niską motywacją, deklarowaną niechęcią do angażowania się w dodatkowe aktywności, poczuciem zbyt młodego wieku, aby interesować się takimi sprawami, obawą przed oceną ze strony rówieśników oraz rozpraszającą rolę nowych technologii, w szczególności telefonów.

IV. PLANY EDUKACYJNE

Plany edukacyjne uczniów szkół polonijnych są niezwykle istotnym elementem na ich osobistej i zawodowej drodze życia. Szczególnego znaczenia nabiera tutaj fakt, że ci uczniowie podejmują wiele trudu, aby pogodzić aktywny udział w życiu społecznym kraju zamieszkania z pielęgnowaniem tradycji i tożsamości, takich jak troska o język polski czy kulturę ojczystą. W tej sytuacji istotne jest zagadnienie aspiracji edukacyjnych uczniów szkół polonijnych, celem poznania ich potrzeb edukacyjnych, motywacji oraz wyzwań, przed którymi stoją. W tej części badań poddano ocenie m.in. plany edukacyjne uczniów szkół polonijnych w kontekście kontynuacji przez nich edukacji na kolejnych etapach, jak również zweryfikowano ich intencje w zakresie potencjalnego podjęcia studiów po zakończeniu edukacji na poziomie średnim wraz ze wskazaniem potencjalnych kierunków kształcenia. Ponadto, analizę rozszerzono o czynniki, które motywo-

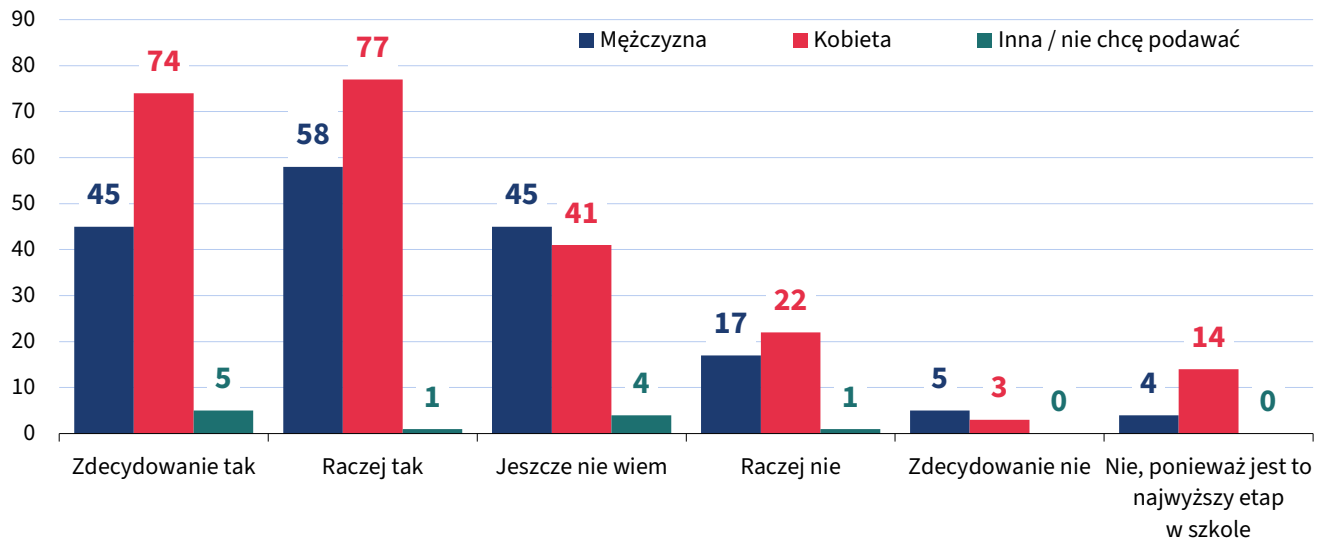
wałyby uczniów szkół polonijnych do podjęcia studiów w Polsce oraz ich obawy z tym związane.

Na podstawie danych przedstawionych na rysunku 12. można stwierdzić, że blisko 2/3 respondentów pozytywnie ocenia możliwość dalszego uczestniczenia w zajęciach szkół polonijnych, a w konsekwencji uważa, że będzie kontynuować edukację w tego typu szkołach na kolejnym etapie (łącznie 62,5% ogółu badanych), z czego 124 osoby odpowiedziały, iż z pewnością będą kontynuować naukę („zdecydowanie tak” – co stanowi 29,8% ogółu badanych), natomiast „raczej tak” odpowiedziało 136 osób (co stanowi 32,7% próby). Brak sprecyzowanych planów edukacyjnych w analizowanym kontekście wskazało 90 osób, co stanowi 21,6% próby. Natomiast 48 badanych osób odpowiedziało, iż raczej nie będzie kontynuować edukacji na kolejnym szczeblu edu-

kacji w szkole polonijnej, z czego 40 respondentów odpowiedziało „raczej nie”, z kolei tylko 8 osób było w pełni przekonanych o braku kontynuacji nauki w tego typu placówce (ok. 1,9% próby badawczej). Może to wynikać z natłoku obowiązków szkolnych bądź chęci skoncentro-

wania się uczniów na nauce w systemie edukacji danego kraju. W zadanym pytaniu jedynie 18 osób (ok. 4,3%) stwierdziło, że nie planuje kontynuować nauki w szkole polonijnej z powodu tego, że są obecnie już na najwyższym etapie.

Rysunek 12. Czy planujesz kontynuować edukację w szkole polonijnej na kolejnym etapie?

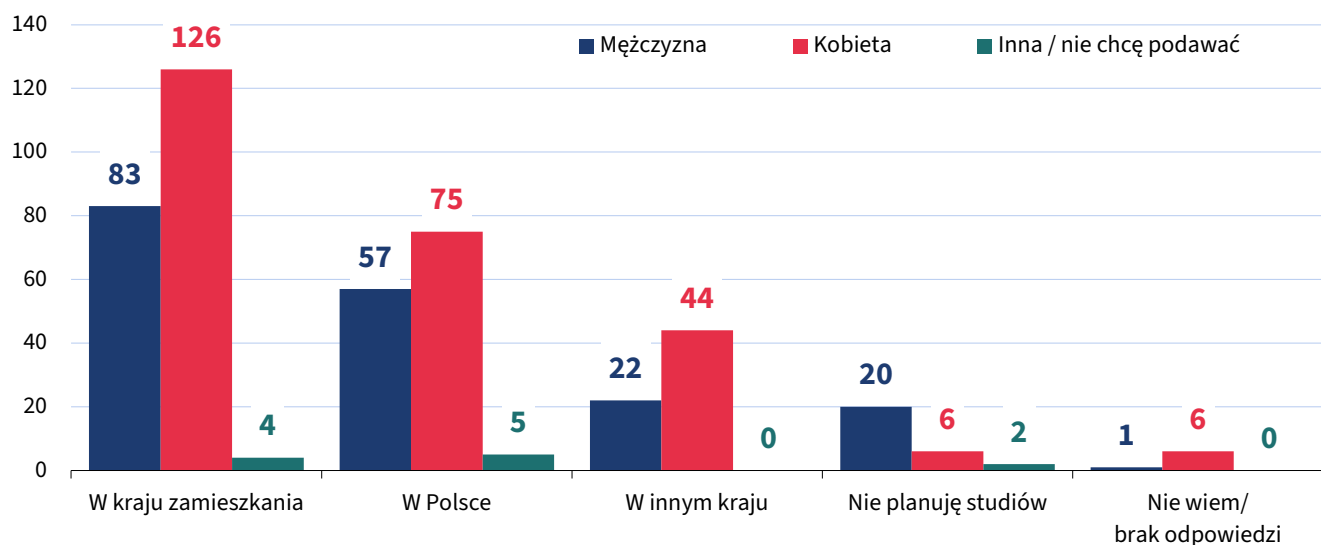


Źródło: opracowanie na podstawie wyników badań przeprowadzonych na próbie 416 osób.

W zdecydowanej większości chęć kontynuowania nauki na kolejnym etapie w szkole polonijnej wyrażały dziewczyny niż chłopcy (74 wskazań kobiet vs. 45 mężczyzn). Podobnie sytuacja prezentowała się w przypadku osób, które odpowiedziały na to pytanie „raczej tak” (77 kobiety vs. 58 mężczyzn). Brak jednoznacznej opinii na ten temat wyraziło łącznie 90 osób, z czego można zaobserwować, że względnie więcej mężczyzn wyrażało taką wolę niż kobiety (por. rysunek 12.).

Wśród uczniów szkół polonijnych można zaobserwować, że dostrzegalna jest wyraźna tendencja na podejmowanie studiów po ukończeniu szkoły średniej (zob. rysunek 13.). Co istotne, zdecydowana większość ankietowanych wskazuje, że planuje kontynuować naukę na szczeblu wyższym w kraju zamieszkania (213, tj. 47,2% wskazań).

Rysunek 13. Gdzie chciał(a)byś studiować w szkole wyższej po ukończeniu szkoły średniej?



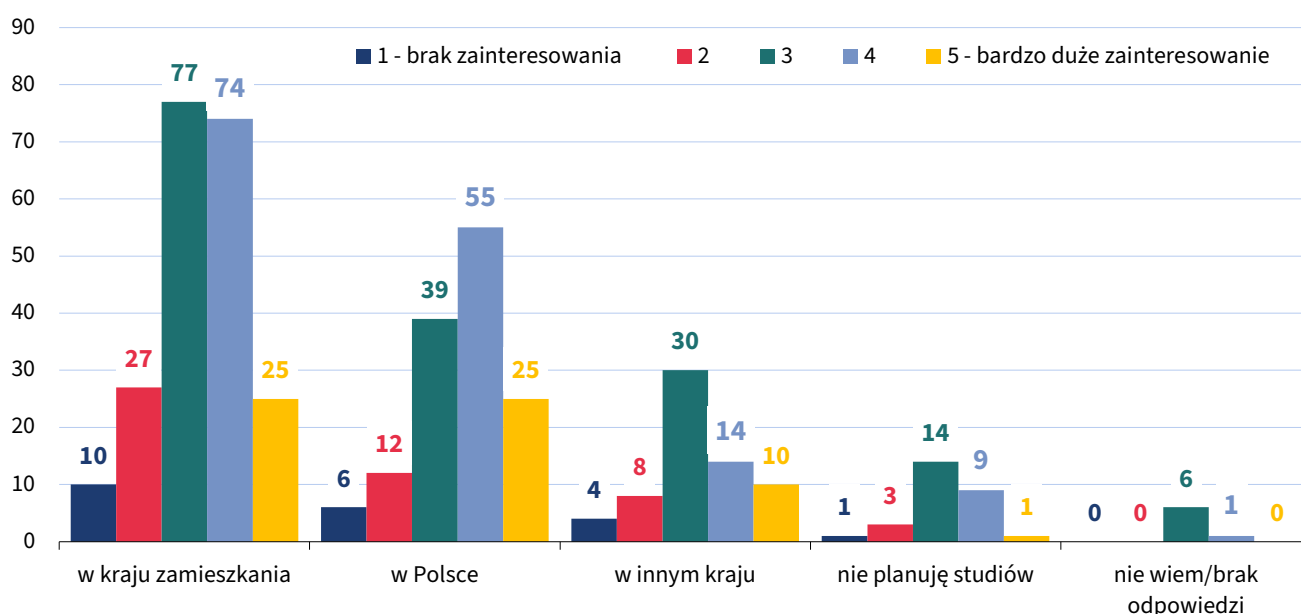
Źródło: opracowanie na podstawie wyników badań przeprowadzonych na próbie 416 osób (możliwość wskazania maksymalnie 3 odpowiedzi)

Chęć powrotu do Polski celem podjęcia studiów zostało wskazane 137 razy (30,4% wszystkich odpowiedzi). Z kolei na trzecim miejscu znalazły się osoby, które wskazały (66 razy, 14,6%) inny kraj niż kraj zamieszkania i Polska. Ze względu na możliwość wyboru trzech odpowiedzi, można zauważyć, że część młodzieży rozważa również podjęcie studiowania nie tylko w krajach zamieszkania, lecz również wskazuje otwartość na umiędzynarodowienie ich planów edukacyjnych w kontekście podejmowanych studiów wyższych. Co istotne, w próbie badawczej ewidentnie widać, że kobiety przejawiają względnie wyższą skłonność do podejmowania studiów wyższych

niż mężczyźni. Z danych wynika również, że brak zainteresowania podjęciem studiów wyższych wykazywali względnie częściej mężczyźni niż kobiety (20 wskazań vs. 6 wskazań). W badanym kontekście, jedynie 7 osób ankietowanych nie wskazało żadnej odpowiedzi, co może być również interpretowane jako brak zdania w przedmiotowej sprawie.

Ciekawa zależność prezentuje się, gdy miejsce studiowania zostanie skonfrontowane z zainteresowaniem przedsiębiorczością i rozwijaniem kompetencji z nią związanych (zob. rysunek 14.).

Rysunek 14. Miejsce studiowania a zainteresowanie przedsiębiorczością i rozwijaniem kompetencji z nią związanych



Źródło: opracowanie na podstawie wyników badań przeprowadzonych na próbie 416 osób.

Można zaobserwować, że wśród osób, które wskazały kraj zamieszkania jako miejsce podjęcia nauki na uczelni wyższej po ukończonej edukacji na poziomie średnim 46,5% odpowiedzi stanowiły te, których respondenci jednocześnie wykazywali zainteresowanie przedsiębiorczo-

ścią i rozwijaniem kompetencji z nią związanych. Z kolei w wypadku osób wyrażających zainteresowanie podjęciem studiów w Polsce, aż 58,4% wskazań odnosiło się do respondentów wykazujących zainteresowanie przedsiębiorczością i rozwijaniem kompetencji z nią związanych.

Tabela 3. Preferencje dotyczące kraju studiowania po ukończeniu szkoły średniej

| Kraj | Liczba wskazań |
|-----------------|----------------|
| USA | 17 |
| Wielka Brytania | 10 |
| Kanada | 3 |
| Dania | 2 |
| Francja | 2 |
| Hiszpania | 2 |
| Holandia | 2 |
| Japonia | 2 |
| Niemcy | 2 |
| Norwegia | 2 |

| Kraj | Liczba wskazań |
|--------------------------|----------------|
| Australia | 1 |
| Austria | 1 |
| Korea Płd. | 1 |
| Szwajcaria | 1 |
| Szwecja | 1 |
| Włochy | 1 |
| nie wiem/brak odpowiedzi | 24 |

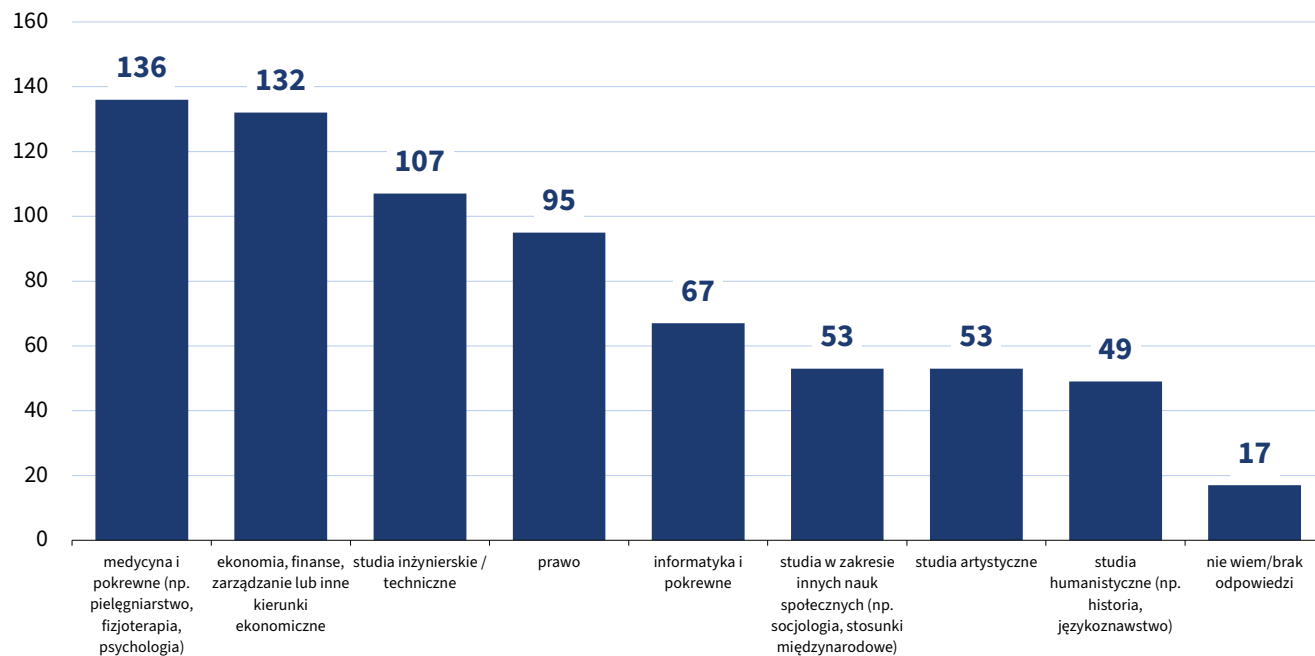
Źródło: opracowanie na podstawie wyników badań przeprowadzonych na próbie 416 osób.

Spośród osób, które wybrały opcję „w innym kraju” (zob. tabela 3.), respondenci najczęściej wskazywali na chęć studiowania w USA (17 wskazań), Wielkiej Brytanii (10 wskazań) i Kanadzie (3 wskazania). W mniejszym stopniu ankietowani wymieniali Danię, Francję, Hiszpanię, Holandię, Japonię, Niemcy, Norwegię (po 2 wskazania) oraz Australię, Austrię, Koreę Płd., Szwajcarię, Szwecję i Włochy (po 1 wskazaniu).

Uczniowie polonijni wykazywali zróżnicowane zainteresowanie kierunkami studiów (zob. rysunek 15.). Wśród rozważanych kierunków studiów uczniowie szkół polonijnych dominowały przede wszystkim na te związa-

ne z medycyną bądź pokrewne (136, tj. 19,2% wszystkich wskazań), związane z ekonomią, finansami bądź zarządzaniem (132, tj. 18,6% wskazań) oraz studia inżynierskie/techniczne (107, tj. 15,1% wskazań). Nie mniej istotnym kierunkiem, który uczniowie chcieliby studiować w przyszłości to prawo (95, tj. 13,4% wskazań) oraz informatyka i kierunki jej pokrewne (67, tj. 9,4% wskazań), zaś w mniejszym stopniu respondenci typowali studia w zakresie innych nauk społecznych (53 wskazania), studia artystyczne (53 wskazania) czy studia humanistyczne (49 wskazań). Generalnie, można zauważyć, że uczniowie często wybierają przyszłościowe kierunki studiów o wysokim znaczeniu na globalnym rynku pracy.

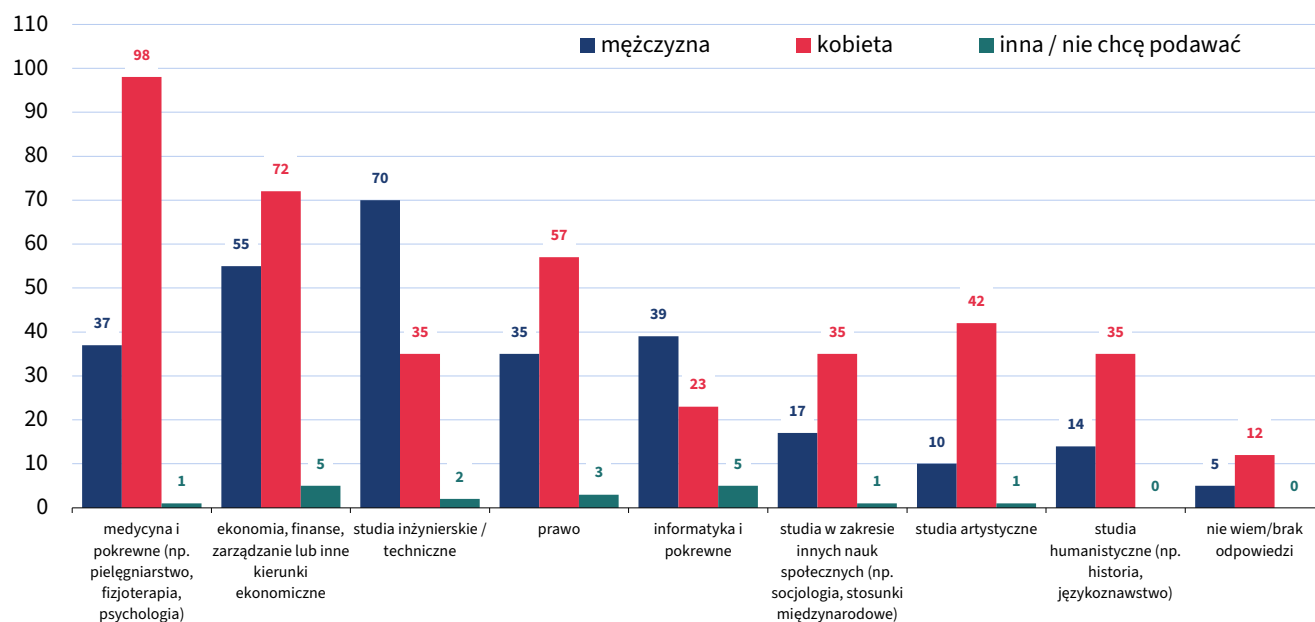
Rysunek 15. Rozważane kierunki studiów



Źródło: opracowanie na podstawie wyników badań przeprowadzonych na próbie 416 osób (możliwość wskazania maksymalnie 3 odpowiedzi).

Na podstawie danych w podziale na płeć respondentów, przedstawionych na rysunku 16., można stwierdzić, że w przeciwieństwie do mężczyzn kobiety znacznie częściej wyrażały zainteresowanie kierunkami o szeroko pojętym profilu medycznym (98 wskazań w grupie), ekonomią, finansami i zarządzaniem (72 wskazania w grupie),

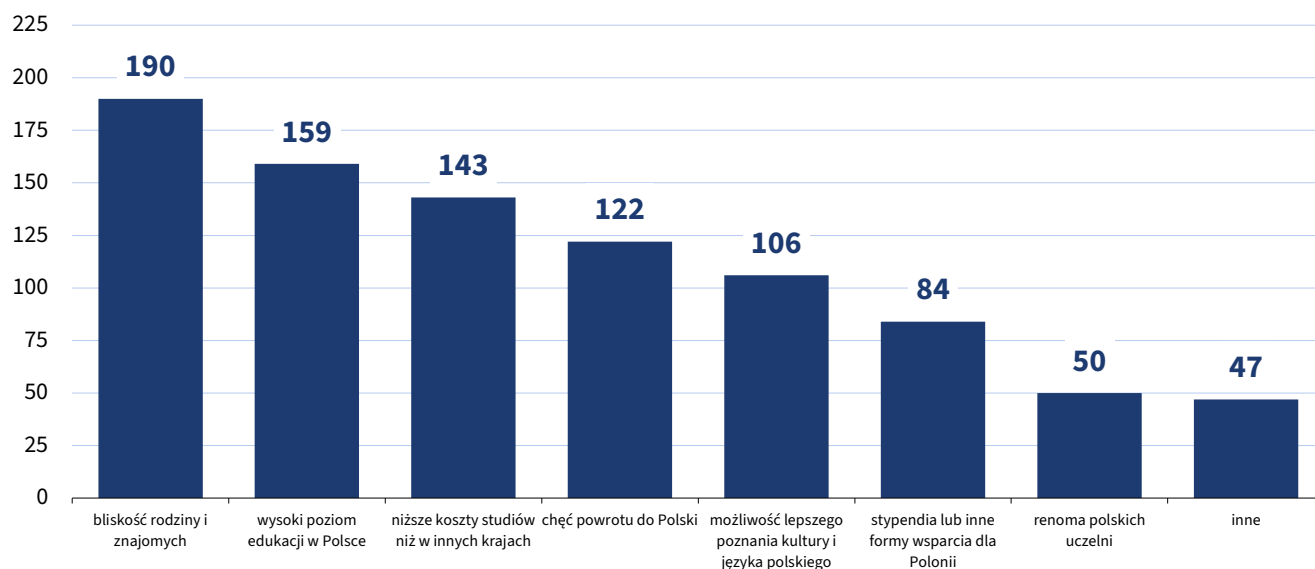
prawem (57 wskazań w grupie), studiami artystycznymi (42 wskazań w grupie) oraz studiami humanistycznymi (35 wskazań w grupie). Z kolei mężczyźni znacznie częściej wykazywali swoje zainteresowanie kierunkami inżynierskimi/technicznymi (70 wskazań w grupie) oraz informatycznymi (39 wskazań w grupie).

Rysunek 16. Rozważane kierunki studiów a płeć respondentów

Źródło: opracowanie na podstawie wyników badań przeprowadzonych na próbie 416 osób (możliwość wskazania maksymalnie 3 odpowiedzi)

Szczególnie ważnym elementem podjęcia decyzji o studiowaniu w Polsce są motywacje uczniów polonijnych, które wynikają z ich więzi z krajem pochodzenia (zob. rysunek 17.). Wśród dominujących czynników zachęcających do podjęcia studiów w Polsce respondenci wskazali bliskość rodziny i znajomych (190, tj. 21,1% wskazań). Ponadto, wielu ankietowanych uczniów uznaje polski system szkolnictwa wyższego za przyjazny studentom (159, tj. 17,6% wskazań) oraz konkurencyjny pod względem kosztów w przeciwieństwie do kraju zamieszkania (143, tj. 15,9% wskazań). Wielu uczniów polonijnych wiąże chęć studiowania w Polsce z możliwością powro-

tu do ojczyzny (122, tj. 13,5% wskazań) oraz możliwością lepszego poznania kultury i języka polskiego, a więc istotne znaczenie tutaj ma perspektywa nawiązania relacji społecznych i wzmocnienia kontaktu z rówieśnikami z Polski (106, tj. 11,8% wskazań). Istotnymi czynnikami zachęcającymi do studiowania w Polsce są stypendia lub inne formy wsparcia dla Polonii, co zostało zauważone przez niecałe 10% ankietowanych (84 wskazania). Dla części respondentów (po ok. 5% odpowiedzi) szczególne znaczenie ma renoma polskich uczelni (50 wskazań), zaś zdaniem pozostałych (47 wskazań) inne czynniki niż wymienione w kwestionariuszu.

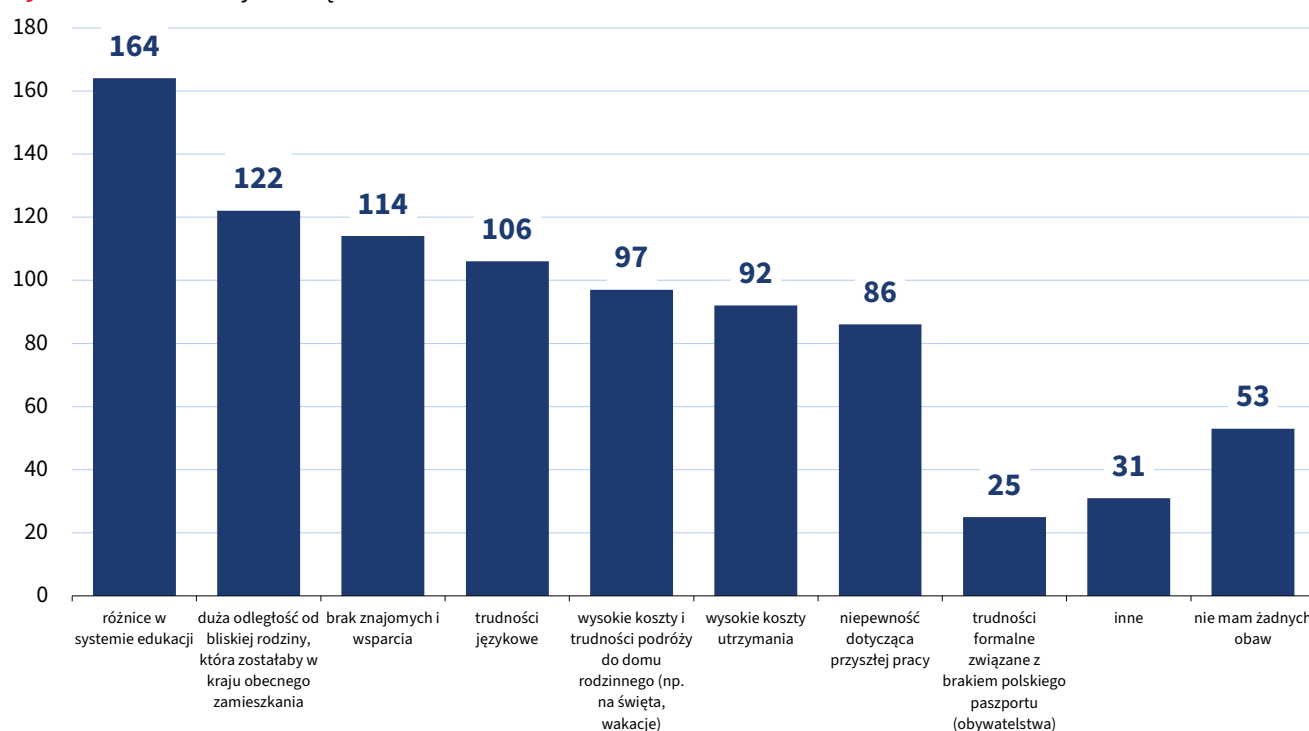
Rysunek 17. Czynniki motywujące do podjęcia studiów w Polsce

Źródło: opracowanie na podstawie wyników badań przeprowadzonych na próbie 416 osób (możliwość wskazania maksymalnie 3 odpowiedzi).

Jednocześnie wybór studiów w Polsce wiąże się dla części uczniów szkół polonijnych z różnego rodzaju obawami, które zostały zaprezentowane na rysunku 18. Wśród najczęściej wymienianych barier respondenci eksponowali te, które odnoszą się do szeroko pojętych kwestii adaptacyjnych, a więc ankietowani zwracali uwagę na różnice (programowe) w systemie edukacji – 164 wskazania (18,4% wszystkich odpowiedzi). Wyniki badania wskazują również, że wśród obaw wyrażanych przez uczniów były zbyt duża odległość od bliskiej rodziny, która zostałaby w kraju obecnego zamieszkania (122, tj. 13,7% wskazań) oraz poczucie samotności ze względu na brak znajomych

i wsparcia w Polsce (114, tj. 12,8% wskazań). Co ciekawe, w przypadku konieczności podjęcia studiów w Polsce wielu uczniów szkół polonijnych odczuwa dyskomfort względem komunikowania się w języku ojczystym (polskim) – 106 wskazań (tj. 12,8% wszystkich odpowiedzi). Barierą zniechęcającą do podjęcia studiów w Polsce są również potencjalnie wysokie koszty i trudności podróży do domu rodzinnego (97 wskazań) oraz wysokie koszty utrzymania (92 wskazania). Część ankietowanych wyraża obawy względem niepewności dotyczącej przyszłej pracy (86 wskazań) oraz, choć w mniejszym stopniu, związane z brakiem polskiego obywatelstwa (25 wskazań).

Rysunek 18. Obawy w związku ze studiami w Polsce



Źródło: opracowanie na podstawie wyników badań przeprowadzonych na próbie 416 osób (możliwość wskazania maksymalnie 3 odpowiedzi).

Podsumowując tę część badania należy stwierdzić, że wielu respondentów wykazuje wysoką świadomość względem własnych planów edukacyjnych, a istotną rolę pełni w tym kontekście możliwość studiowania w Polsce i innych krajach. Uczniowie szkół polonijnych demonstrują ambitne plany studiowania na dających dobre

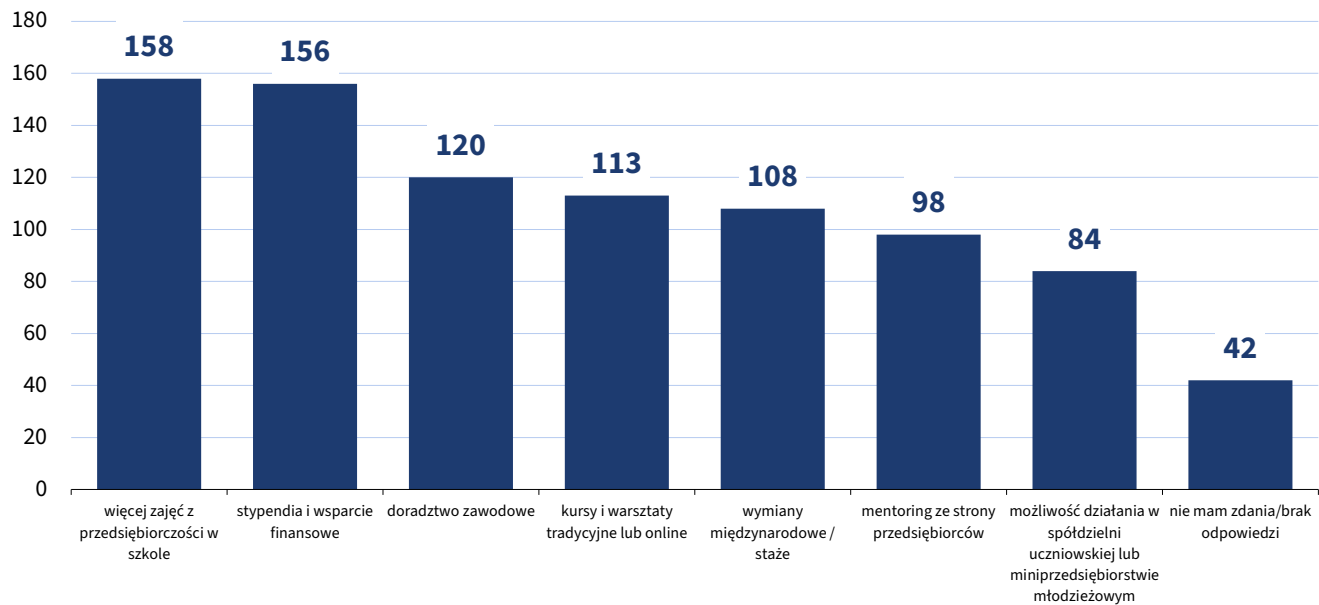
perspektywy z punktu widzenia ich kariery zawodowej kierunkach technicznych, ekonomicznych i medycynie. Wyniki te jednoznacznie potwierdzają, że edukacja stanowi ważny element planowania przyszłości dla młodzieży polonijnej, którzy podchodzą do niej w sposób świadomy i refleksyjny.

V. DODATKOWE OPINIE RESPONDENTÓW

Wspieranie rozwoju kompetencji przedsiębiorczych uczniów jest szczególnie istotne z punktu widzenia nie tylko ich przyszłości osobistej, ale także gospodarki kraju, w którym będą mieszkać w dorosłym życiu, stąd analiza odpowiedzi ankietowanych uczniów szkół polonijnych może stanowić cenne źródło informacji na temat ich oczekiwanych form. Generalnie, na podstawie danych

przedstawionych na rysunku 19. można stwierdzić, że potrzeby respondentów obejmują zarówno wsparcie praktyczne, jak i inspiracyjne, organizacyjne oraz kompetencyjne. Ankietowani oczekują nie tylko dostępu do wiedzy, lecz również warunków sprzyjających podejmowaniu inicjatyw i kształtowaniu ich samodzielności.

Rysunek 19. Najcenniejsze formy wsparcia rozwoju kompetencji w zakresie przedsiębiorczości



Źródło: opracowanie na podstawie wyników badań przeprowadzonych na próbie 416 osób (możliwość wskazania maksymalnie 3 odpowiedzi).

Wśród najcenniejszych form wsparcia rozwoju kompetencji przedsiębiorczych wielu respondentów wskazało na możliwość uczestniczenia w zajęciach szkolnych, które obejmują swoim zakresem problematykę z zakresu przedsiębiorczości. Tego typu zajęcia umożliwiałyby uczniom doskonalenie umiejętności praktycznych, takich jak działanie samodzielnie lub w grupie, czy rozwijania umiejętności krytycznego myślenia (158, tj. 18,0% wskazań). Nie mniej istotne w oczach respondentów byłyby formy doskonalenia umiejętności poprzez aktywny udział w specjalistycznych kursach i warsztatach tradycyjnych (lub online) niejednokrotnie umożliwiające zdobycie wiedzy z zakresu planowania działań, zarządzania projektami, zarządzania firmą, czy podejmowania decyzji finansowych, marketingowych (113, tj. 13% wskazań). Wielu respondentów uznało za cenną formę wsparcia rozwoju kompetencji przedsiębiorczych doradztwo zawodowe (120, tj. 13,7% wskazań) i mentoring ze strony przedsiębiorców (98, tj. 11,1% wskazań). Dzięki tego typu działaniom uczniowie mogliby w sposób praktyczny poznać działalność gospodarczą od środka, zainspiro-

wać się przedsiębiorcami, którzy podzieliłoby się wskazówkami dotyczącymi rozwoju ich przyszłej kariery.

Wielu uczniów zwracało również uwagę na możliwość współdziałania w spółdzielni uczniowskiej lub miniprzedsiębiorstwie młodzieżowym (84, tj. 9,6% wskazań), dzięki którym mogliby nauczyć się wielu praktycznych umiejętności zarządzania przedsiębiorstwem. Wielu ankietowanych podkreślało również znaczenie wsparcia finansowego w postaci stypendiów (156, tj. 17,7% wskazań) oraz pokrycia kosztów stażu i wymiany międzynarodowej (108, tj. 12,3% wskazań).

Co ciekawe, na zadane pytanie otwarte odnośnie do własnych pomysłów związanych z rozwijaniem kompetencji przedsiębiorczych oraz przyszłością zawodową i edukacyjną, wielu respondentów wskazało, że chce mieć własny biznes oraz nadal rozwijać kompetencje przedsiębiorcze. Wskazuje to na stosunkowo wysoką świadomość roli tych kompetencji w ich przyszłym życiu.

PODSUMOWANIE – KLUCZOWE WNIOSKI I REKOMENDACJE

Przeprowadzone badanie, obejmujące 416 uczniów szkół polonijnych z 23 krajów, dostarcza unikalnego, aktualnego obrazu postaw przedsiębiorczych oraz aspiracji edukacyjnych młodego pokolenia Polaków żyjących w diasporze. Wyniki wskazują jednoznacznie, że młodzież polonijna posiada wysoki potencjał przedsiębiorczy i silną motywację do rozwoju osobistego, co stanowi cenny kapitał ludzki zarówno dla krajów i regionów ich zamieszkania, jak i potencjalnie dla Polski.

Analiza postaw przedsiębiorczych dzieci i młodzieży daje optymistyczny obraz, gdyż niemal połowa respondentów deklaruje duże lub bardzo duże zainteresowanie przedsiębiorczością i poważnie rozważa założenie własnej firmy w przyszłości. Najsilniejszymi skojarzeniami dla uczniów z osobą przedsiębiorczą są kreatywność, odwaga w podejmowaniu ryzyka oraz odpowiedzialność – są to cechy w pełni zgodne z europejską definicją przedsiębiorczości jako kompetencji kluczowej. Istotnym

czynnikiem wzmacniającym postawy przedsiębiorcze okazują się rodzinne doświadczenia biznesowe – uczniowie pochodzący z rodzin prowadzących działalność gospodarczą wykazują wyższy poziom zainteresowania i mniejszą niepewność co do własnych intencji przedsiębiorczych. Obserwuje się również wyraźne zróżnicowanie w zakresie płci (chłopcy częściej deklarują gotowość do założenia firmy) oraz wieku (starsza młodzież jest bardziej zdecydowana na taki krok).

W zakresie planów edukacyjnych młodzież polonijna wykazuje bardzo wysokie aspiracje – zdecydowana większość planuje studia wyższe, przy czym niemal co trzeci respondent poważnie rozważa podjęcie nauki w Polsce. Najpopularniejsze kierunki to medycyna i nauki o zdrowiu, szeroko rozumiane kierunki ekonomiczne oraz kierunki techniczne i informatyczne, co świadczy o realistycznym i przyszłościowym podejściu do wyboru ścieżki kariery zawodowej. Chęć studiowania w Polsce najsilniej motywowana jest więziami rodzinnymi, przyjaznym i relatywnie tanim systemem szkolnictwa wyższego oraz pragnieniem pogłębienia kontaktu z polską kulturą i językiem. Jednocześnie pojawiają się istotne obawy – przede wszystkim adaptacyjne (różnice programowe, bariera językowa mimo polskiego pochodzenia, samotność, odległość od najbliższej rodziny).

Kluczową rolę w kształtowaniu kompetencji przedsiębiorczych uczniów odgrywa edukacja nieformalna (internet i media społecznościowe, rodzina), natomiast szkoła – zarówno polonijna, jak i lokalna – wciąż pozostaje ważnym, lecz niewystarczająco wykorzystywanym źródłem wiedzy i rozwijania kompetencji przedsiębiorczych. Uczniowie za najskuteczniejsze metody kształcenia uznają te z grupy metod aktywizujących, takich jak realizacja projektów grupowych, gry dydaktyczne, symulacje oraz spotkania z praktykami biznesu. Najpoważniejszymi barierami utrudniającymi rozwijanie kompetencji przedsiębiorczych są brak wiedzy lub pomysłu jak je rozwijać, brak niezbędnych do tego środków finansowych oraz deficyt czasu spowodowany m.in. przeciążeniem obowiązkami szkolnymi.

Podsumowując wyniki badań można stwierdzić, że młodzi Polacy uczęszczający do szkół polonijnych łączą silnej poczucie polskiej tożsamości z otwartością na globalne możliwości rozwoju. Ich przedsiębiorczość i ambicje edukacyjne mogą stać się istotnym pomostem między Polską a środowiskami polonijnymi, a jednocześnie ważnym wkładem w rozwój gospodarczy zarówno krajów zamieszkania jak i naszej ojczyzny.

Na podstawie wyników badania można sformułować następujące rekomendacje skierowane do trzech grup podmiotów – szkół polonijnych, organizacji polonijnych oraz instytucji publicznych Rzeczypospolitej Polskiej i organi-

zacji pozarządowych realizujących cele w zakresie współpracy z Polakami z zagranicą:

1. Wprowadzenie obowiązkowego, wieloletniego modułu edukacji przedsiębiorczej w szkołach polonijnych na poziomie ponadpodstawowym (w wymiarze m.in. 30 godz. rocznie), opartego na metodach aktywizujących (głównie projektów i symulacji), nawiązującego do wybranych treści kształcenia realizowanego w Polsce przedmiotu biznes i zarządzanie (w przypadku szkół, które nie realizują tego przedmiotu).
2. Włączenie w edukację na poziomie szkół podstawowych elementów edukacji ekonomiczno-finansowej związanej z przedsiębiorczością w różne przedmioty szkolne (np. poprzez wykorzystanie lektury Janusza Korczaka „Bankructwo małego Dżeka” na lekcjach języka polskiego).
3. Organizacja we wszystkich typach szkół klubów przedsiębiorczości lub kół zainteresowań dla chętnych uczniów z dodatkowymi aktywnościami rozwijającymi kompetencje przedsiębiorcze; kluby takie mogą mieć także wkład w organizację niektórych wydarzeń szkolnych, co wpłynie pozytywnie na rozwój kompetencji przedsiębiorczych uczniów dzięki takim praktycznym doświadczeniom.
4. Stworzenie międzynarodowej sieci klubów przedsiębiorczości działających przy szkołach polonijnych, organizujących regularne spotkania (stacjonarne i online), warsztaty i inne aktywności mające na celu wymianę pomysłów i doświadczeń z działalności.
5. Stworzenie ogólnopolonijnej, otwartej platformy e-learningowej (np. pod nazwą „Polonijna Akademia Przedsiębiorczości”) z praktycznymi informacjami i kursami w języku polskim i angielskim, zawierającymi moduły o przedsiębiorczości jako kompetencji kluczowej, zakładaniu firmy i źródłach finansowania biznesu, zarządzaniu przedsiębiorstwem (na przykładzie miniprzedsiębiorstwa szkolnego lub spółdzielni uczniowskiej) oraz o studiowaniu w Polsce.
6. Rozwój programu mentorskiego, polegającego na połączeniu uczniów szkół z polskimi i polonijnymi przedsiębiorcami (spotkania online i stacjonarne, konsultacje biznesowe w zakresie zakładania miniprzedsiębiorstwa szkolnego lub spółdzielni uczniowskiej).
7. Organizację corocznych, międzynarodowych konkursów biznesowych dla młodzieży polonijnej (np. „Mój pierwszy startup”, „Polonijny biznesplan roku”) z nagrodami i ewentualnym finansowym wsparciem inku-

bacyjnym dla starszych uczniów, planujących realnie założyć swój pierwszy biznes.

8. Wdrożenie w szkołach polonijnych modelu miniprzedsiębiorstw młodzieżowych lub spółdzielni uczniowskich działających przez cały rok szkolny.
9. Stworzenie dedykowanego funduszu stypendialnego (finansowanego na przykład przez Senat RP lub NAWA w ramach możliwych kompetencji tych instytucji i ewentualnie prywatnych darczyńców), przeznaczonego na pokrycie części kosztów studiowania w Polsce dla najlepszych uczniów szkół polonijnych zainteresowanych przedsiębiorczością.
10. Uruchomienie programu letnich, dwutygodniowych obozów przedsiębiorczo-językowych w polskich uczelniach (z zajęciami, wizytami w firmach, start-upach i inkubatorach) dla młodzieży polonijnej.
11. Opracowanie i dystrybucję pakietu materiałów dla uczniów szkół polonijnych zawierającego praktyczne informacje o rekrutacji na studia, uznawaniu świadectw, stypendiach, akademikach, kosztach życia i pierwszych krokach po przyjeździe do Polski na studia.
12. Włączenie tematyki przedsiębiorczości polonijnej na stałe do strategii współpracy z Polonią.
13. Uruchomienie programu mikrograntów na realizację szkolnych projektów przedsiębiorczych (np. organizacja kiermaszu, konkursu, stworzenie aplikacji).
14. Organizację corocznej, ogólnopolonijnej konferencji dla Polonii z udziałem młodzieży, nauczycieli, dyrek-

torów, a także przedsiębiorców, przedstawicieli polskich uczelni i przedstawicieli rządu, dotyczącej problematyki edukacji i przedsiębiorczości.

15. Rozwój programu wymiany, polegającego na semestralnym lub rocznym pobycie uczniów polonijnych w polskich szkołach ponadpodstawowych z rozbudowanym modułem edukacyjnym w zakresie przedsiębiorczości (np. rozszerzonym programem biznesu i zarządzania).
16. Zaangażowanie polskich inkubatorów przedsiębiorczości i parków technologicznych w zdalne programy akceleracyjne dla najzdolniejszej młodzieży polonijnej (z możliwością późniejszej relokacji zwycięskich zespołów i ich początkujących biznesów do Polski).
17. Regularne (co 3–4 lata) powtarzanie badania postaw przedsiębiorczych i planów edukacyjnych młodzieży polonijnej w celu monitorowania trendów i skuteczności wprowadzanych działań.

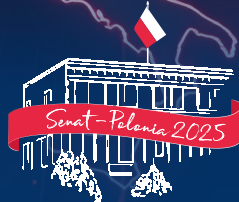
Rozpatrując wprowadzenie tych rekomendacji w życie, należy zwrócić uwagę, że młodzież uczęszczająca do szkół polonijnych to nie tylko strażnicy polskiej tożsamości za granicą, lecz także potencjalni ambasadorzy nowoczesnej, innowacyjnej i przedsiębiorczej Polski. Inwestycja w ich kompetencje przedsiębiorcze i realizację planów edukacyjnych to inwestycja w przyszłość całego narodu, choć rozproszonego w sensie geograficznym na całym świecie, to zjednoczonego wspólną wizją sukcesu. Czas więc ten zidentyfikowany w badaniu potencjał wykorzystać poprzez konkretne, systemowe działania nie tylko dla dobra Polaków mieszkających za granicą, ale także dla państwa polskiego.

SPIS TABEL

| | |
|--|----|
| Tabela 1. Liczebność badanych respondentów pod kątem kraju zamieszkania..... | 5 |
| Tabela 2. Czy rodzice/opiekunowie uczniów pochodzą z Polski? | 8 |
| Tabela 3. Preferencje dotyczące kraju studiowania po ukończeniu szkoły średniej..... | 17 |

SPIS RYSUNKÓW

| | |
|---|----|
| Rysunek 1. Liczebność badanych respondentów wg poziomu szkoły polonijnej i płci | 6 |
| Rysunek 2. Liczebność badanych respondentów wg wieku | 7 |
| Rysunek 3. Długość uczęszczania do szkoły polonijnej w zależności od typu szkoły..... | 7 |
| Rysunek 4. Wybór polonijnej placówki oświatowej w zależności od polskiego pochodzenia rodziców/opiekunów..... | 8 |
| Rysunek 5. Działalność gospodarcza prowadzona w bliskiej rodzinie ucznia | 9 |
| Rysunek 6. Zainteresowanie przedsiębiorczością i kompetencjami z nią związanymi | 9 |
| Rysunek 7. Cechy osoby przedsiębiorczej w opinii uczniów..... | 10 |
| Rysunek 8. Zainteresowanie założeniem własnej działalności gospodarczej wśród uczniów | 11 |
| Rysunek 9. Źródła wiedzy w zakresie przedsiębiorczości | 13 |
| Rysunek 10. Metody zajęć pomocne w rozwijaniu kompetencji w zakresie przedsiębiorczości..... | 14 |
| Rysunek 11. Bariery utrudniające rozwój kompetencji przedsiębiorczych..... | 15 |
| Rysunek 12. Czy planujesz kontynuować edukację w szkole polonijnej na kolejnym etapie? | 16 |
| Rysunek 13. Gdzie chciał (a) byś studiować w szkole wyższej po ukończeniu szkoły średniej? (max. 3 odpowiedzi) | 16 |
| Rysunek 14. Miejsce studiowania a zainteresowanie przedsiębiorczością i rozwijaniem kompetencji z nią związanych..... | 17 |
| Rysunek 15. Rozważane kierunki studiów | 18 |
| Rysunek 16. Rozważane kierunki studiów a płeć respondentów | 19 |
| Rysunek 17. Czynniki motywujące do podjęcia studiów w Polsce | 19 |
| Rysunek 18. Obawy w związku ze studiami w Polsce..... | 20 |
| Rysunek 19. Najcenniejsze formy wsparcia rozwoju kompetencji w zakresie przedsiębiorczości | 21 |



Dofinansowano w ramach sprawowania opieki Senatu Rzeczypospolitej Polskiej nad Polonią i Polakami za granicą w 2025 roku.



www.wib.org.pl



www.p Polonia.wib.org.pl



www.kcee.edu.pl