

Anna Pawłowska

Młodzi w biznesie z perspektywy teorii rozwoju zawodowego : wyniki badań własnych

Problemy Zarządzania 10/1 (2), 131-143

2012

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach
dozwolonego użytku.

Młodzi w biznesie z perspektywy teorii rozwoju zawodowego. Wyniki badań własnych

Anna Pawłowska

W prezentowanym artykule aktywność przedsiębiorczą rozpatruje się z perspektywy psychologicznej na poziomie jednostkowym. Rozważania koncentrują się głównie na podjęciu przez osobę młodą decyzji o byciu przedsiębiorcą. Poszukuje się czynników, które wpływają na tę decyzję w celu optymalnego dopasowania instrumentów i metod wspierania przedsiębiorczości.

W początkowej części artykułu zaprezentowane zostały wyniki badań, które kwestionują pewne obiegowe założenia dotyczące źródeł efektywności młodych przedsiębiorców. Przede wszystkim dotyczy to skuteczności oddziaływania treningu przedsiębiorczości oraz znaczenia predyspozycji osobowościowych. Wyniki te zaprezentowane zostały w kontekście dotychczasowego dorobku badawczego w tym zakresie.

Prezentowane rozważania prowadzą do wniosku, że w celu poszukiwania uwarunkowań zachowań przedsiębiorczych wskazane jest odwołanie się do teorii rozwoju zawodowego, co jest szczególnie istotne w przypadku osób młodych, dla których założenie własnej firmy często jest pierwszym miejscem pracy i zdobywania doświadczenia zawodowego. Zaproponowane podejście zweryfikowane zostało wynikami ilościowych i jakościowych badań własnych.

1. Wprowadzenie

Wiele wskazuje na to, że dorobek naukowy w obszarze badań nad przedsiębiorczością nadal nie osiągnął na tyle zadowalającego poziomu, aby wskazywać praktyce najefektywniejsze metody i instrumenty pobudzania tej sfery gospodarczej. Wsparcie przedsiębiorczości w dużej mierze koncentruje się na ułatwianiu dostępu do środków finansowych i przekazywaniu wiedzy formalnej, a beneficjentów wybiera się na podstawie biznesplanów, abstrahując od ich proprzedsiębiorczego potencjału kompetencyjnego.

Niniejszy artykuł wskazuje na pewne kwestie psychologiczne związane z przedsiębiorczym funkcjonowaniem na poziomie jednostkowym. W początkowej części prezentowane są wyniki badań, które podważają obiegowe opinie na temat procesu edukacji przedsiębiorczości oraz tzw. profilu cech potencjalnego przedsiębiorcy. Z tego wynikają kolejne problemy, wprost

związane z prowadzeniem badań nad przedsiębiorczością. Należą do nich przede wszystkim zagadnienia związane z projektowaniem i metodologią badań, doбором osób badanych, a przede wszystkim z przyjętą perspektywą teoretyczną. Weryfikacji badawczej poddane zostały przekonania dotyczące znaczenia wiedzy formalnej. Ponadto wskazano dane, które kwestionują sens przekonania, że osoba przed założeniem własnej firmy powinna posiadać cechy, które charakteryzują efektywnego przedsiębiorcę.

Przeprowadzone wnioskowanie wskazuje na konieczność poszukiwania innych obszarów badań i psychologicznych determinant rozwoju przedsiębiorczości. Ponieważ koncentruje się na specyficznej grupie osób, jaką są młodzi przedsiębiorcy, warto przyjrzeć się decyzji o prowadzeniu działalności na własny rachunek z punktu widzenia teorii rozwoju zawodowego. Jest to próba odpowiedzi na pytanie, dlaczego niektóre osoby unikają zaangażowania biznesowego, choć być może posiadają wiedzę o tym, jak prowadzić firmę, a także są do tego predysponowane osobowościowo. I odwrotnie, niektóre osoby podejmują próbę prowadzenia firmy, nie posiadając umiejętności i predyspozycji osobowościowych do tego. Odpowiedzi na te pytania pomogą znaleźć wskazówki optymalnego dopasowania instrumentów i metod wspierania rozwoju przedsiębiorczości, na co wskazują wyniki badań własnych.

2. Przegląd badań

2.1. Rola wiedzy formalnej

Z perspektywy psychologii pracy jednostka musi posiadać określone kompetencje, niezbędne do tego, aby mogła podjąć i efektywnie realizować określoną aktywność. Podejście to zakłada, że na kompetencje składają się trzy nierozłączne elementy. Pierwszy z nich to wiedza o tym, co należy robić. Kolejny dotyczy tego, czy podmiot potrafi to zrobić, co uwarunkowane jest jego predyspozycjami osobowościowymi i posiadanymi umiejętnościami. Ostatni element obejmuje motywację do zachowania się w określony sposób, gwarantującą skuteczność i efektywność na niezbędnym poziomie. Tak więc, podejście to zakłada, że osoba, która chce podjąć działalność gospodarczą, wie, potrafi i chce to robić. Wspieranie przedsiębiorczości powinno koncentrować się na wszystkich tych składnikach, a nie na przykład wyłącznie na przekazywaniu wiedzy, co jest wynikiem założenia, że jej brak stanowi główną barierę rozwoju przedsiębiorczości.

Tymczasem R.W. Fairlie i W. Holleran (2011) przeprowadzili badania, których wyniki do pewnego stopnia kwestionują to założenie. Zbadali oni efektywność Programu GATE – The Growing America through Entrepreneurship, w ramach którego przeprowadzono trening przedsiębiorczości dla losowo wybranej grupy ponad 4 tysięcy podmiotów spośród 17 miast z 3 stanów. Początkowa ogólna ocena efektywności programu wskazuje, że trening przedsiębiorczości ma pozytywny, ale stosunkowo mały wpływ na rozpoczę-

cie i efektywność prowadzenia własnego biznesu. Autorzy badań zadali w związku z tym pytanie, czy trening przedsiębiorczości ma inny wpływ na biorących w nim udział w zależności od ich cech osobowości i innych cech psychologicznych. Okazało się, że innowacyjność i potrzeba autonomii nie miały żadnego wpływu na podjęcie decyzji o założeniu własnej firmy. Natomiast wykazano znaczenie skłonności do ryzyka. Jednostki z większą tolerancją ryzyka zyskały więcej z treningu przedsiębiorczości niż osoby z mniejszą tolerancją. Wysłunięto przypuszczenie, że wzrost posiadanej wiedzy i informacji z programu treningowego może powodować większą awersję do prowadzenia własnej firmy i ponowne rozważenie jej założenia. R.W. Fairlie i W. Holleran (2011) stwierdzili, że nadal stosunkowo niewiele wie się na temat skuteczności takich programów. Ustalenie związków z osobowością uczestników jest istotne dla efektywnego wykorzystania środków wspierających, które dzięki temu mogą być kierowane do właściwej grupy beneficjentów. Badania te kwestionują więc sens oferowania przypadkowo dobranym uczestnikom wyłącznie wiedzy na temat prowadzenia firmy.

2.2. Znaczenie cech osobowościowych potencjalnego przedsiębiorcy

Znaczenie osobowości w przedsiębiorczości wielokrotnie było przedmiotem badań i analiz. Sformułowano w związku z tym szereg funkcjonujących w obiegu opinii o znaczeniu niektórych cech, jak na przykład poczucie umiejscowienia kontroli czy motywacja osiągnięć. Zagadnienie to jest przedmiotem badań psychologii ekonomicznej (Tyszka 1997; Zaleśkiewicz 2004). Poszukuje się właśnie odpowiedzi na pytanie, czy ktoś, kto jest przedsiębiorcą, posiada wyjątkowe cechy, predyspozycje i umiejętności, którymi różni się od innych. Na znaczenie tych cech wskazują między innymi Littunen i Storhammar (2000), Wesołowska (2001). Dla przykładu Wong, Cheung i Venuvinod (2005) wykazują badaniami istotne znaczenie tych cech u absolwentów studiów inżynierskich, rozpoczynających działalność gospodarczą z wykorzystaniem nowoczesnych technologii w inkubatorach przedsiębiorczości na uniwersytecie w Hongkongu. Szczególnie istotnym czynnikiem decydującym o sukcesie początkującego przedsiębiorcy okazała się motywacja osiągnięć. Tymczasem tym, co decydowało o potencjalnej porażce podjętej działalności było zewnętrzne poczucie umiejscowienia kontroli wykazywane przez założyciela firmy. Wspomniane wcześniej badania R.W. Fairlie i W. Hollerana (2011) potwierdzają znaczenie cech osobowości.

Jak jednak wspomniano we wprowadzeniu, istnieją badania, które kwestionują te założenia. Wykazują to przede wszystkim badania przeprowadzone na przestrzeni określonego czasu. Mianowicie Hansemark (2002) zdiagnozował motywację osiągnięć i poczucie umiejscowienia kontroli u uczestników projektu wspierającego rozwój przedsiębiorczości. Po jedenastu latach sprawdził, czy osoby te prowadzą działalność gospodarczą na własny rachunek. Wbrew licznym wcześniejszym badaniom nie wykazano

związku między motywacją osiągnąć a skłonnością do założenia własnej firmy. W przypadku poczucia umiejscowienia kontroli (LOC) wystąpiła korelacja, ale tylko u mężczyzn, co sugeruje, że u kobiet inne zmienne mają prawdopodobnie większe znaczenie. Hansemark (2002) proponuje interesujące i inspirujące do innych badań wyjaśnienie tej sytuacji. Mianowicie model efektywnego przedsiębiorcy ustalony został w badaniach nad przedsiębiorcami, czyli osobami, które już prowadzą własną firmę. Być może jednak wiele cech kształtuje się w trakcie prowadzenia firmy. W związku z tym wcale nie oznacza to, że osoba, zanim rozpocznie działalność gospodarczą, musi je na porównywalnym poziomie posiadać, gdyż nabędzie je w trakcie tej specyficznej aktywności.

Pojawia się w związku z tym istotny problem zarówno badawczy, jak i diagnostyczny. Ten ostatni jest ważny z punktu widzenia optymalizacji oddziaływań i dopasowania instrumentów wspierania przedsiębiorczości, gdyż pozwala na selekcję beneficjentów tych oddziaływań. Problem badawczy, pierwotny w stosunku do diagnostycznego, dotyczy zaś tego, jak konstruować badania, aby dostarczały informacji, kto jest potencjalnie najlepiej rokującym kandydatem na przedsiębiorcę. Być może inne umiejętności i zmienne decydują o założeniu własnej firmy niż te, które są ważne już w momencie zarządzania, kierowania nią, gdy już istnieje. Czy można więc porównywać kompetencje tych, co prowadzą firmę i co nie prowadzą firmy? Jest to istotne dla ustalenia doboru prób badawczych i tego, kogo badać. Cechy osobowości jako trwale predyspozycje do określonego zachowania mogą więc nie być wystarczającym wskaźnikiem przyszłej efektywności gospodarczej, a przede wszystkim predyktorem podjęcia decyzji o założeniu własnej firmy przez osobę młodą. Istotny może być trzeci element modelu kompetencyjnego – motywacja do takiej formy aktywności.

3. Teorie rozwoju zawodowego a aktywność przedsiębiorcza

M. Obschonka, R.K. Silbereisen, E. Schmitt-Rodermund i M. Stuetzer (2010) zwracają uwagę, że być może należy szukać determinant w innym obszarze funkcjonowania jednostki. Szczególnie dotyczy to osób młodych, które są w trakcie kształtowania się postaw związanych z wyborem zawodu. Podobnie jak Lent, Brown i Hackett (1994), Schmitt-Rodermund (2004, 2007) sugerują odwołanie się do ogólnych teorii kariery zawodowej. W szczególności zaś nawiązujących do społecznych teorii funkcjonowania poznawczego jednostek, podkreślających znaczenie przekonań jednostki związanych z własnymi kompetencjami. Młodzi przedsiębiorcy, podejmując decyzję o założeniu własnej firmy, są jednocześnie na etapie wyboru kierunku rozwoju zawodowego. Być może kluczem jest udzielenie odpowiedzi na pytanie, co decyduje o wyborze ścieżki zawodowej, a szczególnie tej o charakterze przedsiębiorczym.

Istnieje wiele teorii rozwoju zawodowego. Wcześniejsze koncepcje wiążą decyzję o wyborze zawodu z zainteresowaniami i umiejętnościami. Zgodnie z tym podejściem na przykład w diagnostyce zawodowej na założeniu o istnieniu specyficznych przedsiębiorczych cech osobowościowych opiera się między innymi test Hollanda z narzędzi ilościowych oraz projekcyjny test obrazkowy TAT opracowany przez McClellanda.

Nowsze koncepcje rozwoju zawodowego odchodzą od tego podejścia, gdyż według nich wybór zawodu nie jest oparty wyłącznie na umiejętnościach i zainteresowaniach. Zwłaszcza w przypadku decyzji o założeniu własnej firmy wydaje się to niewystarczające. Bardziej adekwatne wydaje się przyjęcie perspektywy koncepcji odwołujących się do funkcjonowania poznawczego jednostki w procesie podejmowania decyzji o wyborze zawodu. Wśród nich wyróżnia się dwie: teorię kariery zawodowej Supera oraz ograniczania i kompromisu L. Gottfredson (Bajcar i in. 2006).

3.1. Znaczenie poznawczej mapy zawodu

W koncepcjach rozwojowych, między innymi właśnie Supera i Gottfredson (Bajcar i in. 2006), wyraźnie podkreśla się, że koncentracja wyłącznie na zainteresowaniach jednostki nie daje wystarczającej podstawy do wnioskowania o jej efektywności zawodowej. Zdaniem Gottfredson (Bajcar i in. 2006), która podkreśla aspekt publiczny „ja”, wybór ścieżki kariery jest podyktowany przede wszystkim jej dążeniem do zrealizowania się w kontekście społecznym, a w dalszej kolejności psychologicznym. Dokonując wyboru zawodu, opiera się na informacjach dotyczących jej samej i środowiska zawodowego. Od dzieciństwa jednostka tworzy mapę poznawczą zawodów. Na tej mapie wyodrębnia zawody, które ją interesują i które jest w stanie, w jej przekonaniu, wykonywać. Istotna jest tutaj zgodność wyobrażenia jednostki o sobie samej z tym, jak postrzega środowisko zawodowe. Następnie określa ona poziom dostępności zawodów, a decyzja o wyborze zawodu jest wynikiem kompromisu między najbardziej zgodnym z wewnętrzną, prywatną koncepcją „Ja” a zawodem, który jest najbardziej dostępny, i aspiracjami.

Inny zwolennik teorii rozwojowych, Super (Bajcar i in. 2006), zwraca uwagę na znaczenie obrazu siebie (*self-concept*), akcentując, że jest to subiektywne wyobrażenie własnej osoby w określonej roli, sytuacji czy pozycji społecznej. Stanowi źródło oceny własnych możliwości realizacji podejmowanych ról. Super wprowadza też pojęcie zawodowego obrazu siebie (*vocational self-concept*), które kształtuje się pod wpływem obserwacji sytuacji pracy, identyfikacji z innymi i ze środowiskiem ogólnym. Obejmuje on subiektywne wyobrażenia własnej osoby w określonej roli, sytuacji czy pozycji społecznej i stanowi źródło oceny własnych możliwości realizacji podejmowanych ról. według Supera ma on ważniejsze znaczenie dla kariery niż tzw. obiektywne pomiary zainteresowań, preferencji, zdolności itp. (Bajcar i in. 2006).

Z perspektywy tych teorii istotne wydają się wyobrażenia młodych potencjalnych przedsiębiorców o sobie oraz o tym, jaki jest przedsiębiorca i na czym polega jego praca. Należy zauważyć, że informacje, na których podstawie jednostka podejmuje decyzje zawodowe, mają charakter subiektywny i są wypadkową jej relacji z otoczeniem. Jest jakby skazana na to, jakie informacje uzyska, i nie zawsze mają one charakter obiektywny, ale są rodzajem stereotypów, uogólnień i uproszczeń funkcjonujących w danym społeczeństwie i przekazywanych jej w ramach socjalizacji. Dotyczy to zarówno postrzegania siebie samego, jak i wyobrażeń zawodów.

Na pewne obszary poszukiwań z tym związanych wskazują wyniki badania Koellingera, Minniti i Sceda (2007). Zbadali oni przedsiębiorców z 29 krajów, w tym z Polski, wykorzystując bazę Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Według nich subiektywne przekonania, percepcja samego siebie i otoczenia mają istotne znaczenie dla aktywności przedsiębiorczej. Te zaś są kształtowane przez wiele czynników, takich jak kultura, historia, zjawiska ekonomiczne danego kraju. Ich zdaniem przedsiębiorcze decyzje są w dużym stopniu oparte na percepcji i mechanizmach poznawczych. Może to na przykład prowadzić do nadmiernej pewności siebie i skutkować tym, że przedsiębiorca przecenia swoją kontrolę nad wydarzeniami, błędnie oceniając ryzyko. Zgodnie z tym podejściem wybór zawodu odbywa się więc na podstawie treści zawartych w poznawczej mapie umysłowej i dotyczy własnego „Ja”, zawodu i środowiska zawodowego.

4. Badania własne

4.1. Założenia metodologiczne

Odnosząc się do wyników wymienionych badań, teorii i przeprowadzonego wnioskowania, można więc postawić hipotezę, że osoby, które planują założyć własną firmę, będą różniły się wyobrażeniami na temat tego, co wiąże się z prowadzeniem firmy, byciem przedsiębiorcą i oceną własnych możliwości w tym zakresie, od tych, które nie planują własnej działalności gospodarczej. Ta różnica znajdzie swoje konsekwencje w motywacji do wyboru zawodu przedsiębiorcy.

Dlatego celem przeprowadzonych badań było ustalenie, czy istnieje różnica między osobami proprzedsiębiorczymi a osobami nieplanującymi własnego biznesu w zakresie wybranych elementów poznawczej mapy zawodów. Analizowano zwłaszcza u osób badanych wyobrażenie tego, jaki jest typowy przedsiębiorca, obraz siebie samego jako potencjalnego przedsiębiorcy, przekonanie co do posiadania niezbędnych cech i umiejętności, reguł i zasad obowiązujących w środowisku pracy przedsiębiorcy oraz tego, co jest niezbędne, aby efektywnie prowadzić firmę. Postawiono następujące pytanie badawcze: „Czy osoby te różnią się treścią poznawczej mapy umysłowej odnośnie obrazu typowego przedsiębiorcy, siebie jako potencjal-

nego przedsiębiorcy oraz cech zawodu i reguł środowiska pracy przedsiębiorcy?”.

Aby udzielić odpowiedzi na postawione pytanie, przeprowadzono badania ilościowe i jakościowe. W kwietniu 2011 r. dokonano ilościowej analizy porównawczej 93 studentów I i II roku stacjonarnych studiów dziennych i wieczorowych Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego. Wyodrębniono grupę osób deklarujących, że w przyszłości zamierzają założyć własną firmę, oraz drugą grupę, nieplanującą prowadzenia własnej firmy. Wszystkie osoby badane wypełniały kwestionariusz, w którym proszone były, aby oceniły na skali, jak bardzo ich zdaniem ważne są wymienione czynniki w prowadzeniu własnej firmy. 1 – całkowicie nieważne, 2 – nieważne, 3 – ważne, 4 – bardzo ważne. Ponadto miały uporządkować je od najważniejszych 1 do najmniej ważnych 16.

Następnie zastosowano analizę testem t-Studenta w celu stwierdzenia, czy istnieje statystycznie istotna różnica między obiema grupami. Przyjęto założenie, że grupy te będą różniły się pod względem tego, na ile ważny jest dany czynnik w prowadzeniu własnej firmy. Będzie to wynikało z odmiennych wyobrażeń na ten temat, co potwierdzi przyjętą perspektywę badawczą.

Badania jakościowe przeprowadzono w listopadzie 2008 r. wśród uczestników dwóch projektów EFS realizowanych na Wydziale Zarządzania UW. Byli to:

- uczestnicy ubiegający się o dofinansowanie działalności gospodarczej w ramach projektu *Przedsiębiorczość. Zakładamy własną firmę* – PRZEDSIĘBIORCY (20 osób badanych);
- uczestnicy projektu szkoleniowego *Nowoczesna administracja państwowa* – ADMINISTRACJA (15 osób badanych).

Dobór osób do badania opierał się na założeniu, że preferowana przez nich aktywność zawodowa spowoduje różnice w udzielanych odpowiedziach, co wskaże charakterystyczne dla przedsiębiorców treści zawarte w mapie poznawczej umysłu. Założono, że przedsiębiorcy będą mieli inne wyobrażenia niż pracownicy administracji.

W badaniu wykorzystano dwie techniki o charakterze projekcyjnym: test niedokończonych zdań i test metafor. Test niedokończonych zdań jest narzędziem wzorowanym na teście niedokończonych zdań J.B. Rottera (*Rotter Incomplete Sentences Blank* – RISB). Jest to częściowo ustrukturyzowana technika projekcyjna, w której wymaga się od badanego, aby dokończył zdania, dopisując dalszy ciąg do podanych słów początkowych (tzw. trzonów). Zakłada się, że w utworzonych przez badanego zdaniach znajdują odzwierciedlenie jego nastawienia, motyw, dążenia, pragnienia oraz wyobrażenie o otaczającej rzeczywistości. Kończąc zdanie, badany „projektuje” własne postawy i poglądy na różne aspekty życia, dzięki czemu można sięgnąć do źródeł i motywów jego postępowania. Test zastosowany w niniejszym badaniu był specjalnie do tego celu skonstruowany. Jest to zgodne z metodolo-

gicznymi założeniami, że „test niedokończonych zdań, podobnie jak inne techniki projekcyjne, jest konstruowany oddzielnie dla każdego problemu badawczego” (Maison 2001: 30).

Oprócz tego w prezentowanym badaniu zastosowano test metafor, który zawiera pytania projekcyjne, ale mają one odmienny charakter niż w przypadku testu niedokończonych zdań. Otóż jego „projekcyjność” wynika z zastosowania metafory, która według G. Morgana stanowi „podstawową całościową formę doświadczenia, poprzez którą jednostki angażują się, organizują i rozumieją swój świat” (Morgan 1997: 231, więcej na ten temat w: Pawłowska 2006). Na podstawie znajomości metafory, którą jednostka opisuje rzeczywistość, możliwe jest przewidywanie działań, postępowania, typu podejmowanych decyzji, uznawanych reguł, zasad itp. Pozostawiając osobom badanym swobodę skojarzeń i wyboru metafory, utrzymuje się projekcyjny charakter testu i ogranicza ingerencję badacza oraz uproszczenia, jakie mogłyby z tego wynikać. Pozwala to na dotarcie do odczuć, założeń i poglądów ukrywanych i w dużym stopniu nieuświadomionych. Metafora pokazuje funkcjonowanie poznawcze osoby badanej, uwzględniając jednocześnie aspekt emocjonalny zagadnień. W teście wykorzystano metaforę zwierzęcia. Metafora ta jest bliższa „przeciętnemu” człowiekowi, bardziej powszechna oraz inspirująca, przez co stosunkowo łatwo trafia do jego wyobraźni i daje się odnieść do rzeczywistości. Osoba badana, opisując sytuację metaforycznie, czuje się stosunkowo bezpieczna, prezentując nie wprost własną perspektywę. W sytuacji pytania zadanego bezpośrednio mogłaby ukrywać istotne szczegóły, zwłaszcza emocjonalne.

W niniejszym opracowaniu zostaną przedstawione wyłącznie przykładowe odpowiedzi osób z poszczególnych grup badanych. Należy jednak odnieść się do podstawowego zarzutu wobec technik projekcyjnych, dotyczącego subiektywizmu interpretacji. W celu jego ograniczenia zebrane dane w sposób losowy można przekazać do oceny sędziom kompetentnym. Ustalają oni na podstawie odpowiedzi udzielonych w testach niedokończonych zdań i metafor, do której grupy należy osoba badana. W dalszej kolejności wskazania sędziów kompetentnych poddaje się analizie z wykorzystaniem współczynnika stopnia zgodności sędziów kompetentnych *W*-Kendalla (Brzeziński 1996: 500–505). Współczynnik ten w tym przypadku zostaje wykorzystany do określenia rzetelności zestawów kryteriów (wyrażonych przynależnością do grupy) ocen odpowiedzi udzielonych przez osoby badane. Bada on poziom zgodności sędziów co do kryteriów, jakimi posługiwali się przypisując osobę badaną do danej grupy (przedsiębiorcy lub administracja). Współczynnik ten przyjmuje wartości od 0 (brak zgodności) do +1 (całkowita zgodność). Istotność statystyczną uzyskanych współczynników *W*-Kendalla sprawdza się przy zastosowaniu testu Chi-kwadrat. Dzięki takiemu postępowaniu metodologicznemu ogranicza się subiektywizm interpretacji, co jest krytyczne w przypadku analizy jakościowej.

4.2. Wyniki badań

Z analizy danych z badań ilościowych testem t-Studenta ustalono istotne statystycznie różnice między grupami w zakresie oceny znaczenia posiadanego kapitału finansowego i znajomości rynku i marketingu. Planujący założenie własnej firmy przypisywali większe znaczenie tym czynnikom niż nieplanujący. Osoby nieplanujące większe znaczenie przypisywały czynnikowi „konieczność ciągłego uczenia się” niż osoby planujące.

Wreszcie w prezentowanych badaniach stwierdzono istotną statystycznie różnicę między grupami pod względem tego, że nieplanujący opisywali siebie jako osoby bardziej „poświęcające się dla innych” niż planujący założenie firmy. Jak widać, grupy różnią się wyobrażeniem siebie samego w kontekście zawodowym, co może wpływać na rodzaj wybieranego zawodu.

Natomiast obie grupy nie różniły się pod względem oceny najważniejszego i najmniej ważnego ich zdaniem czynnika. Największe znaczenie ich zdaniem ma „pomysł”. Natomiast najmniejsze znaczenie obie grupy przypisywały czynnikowi „zaufanie do ludzi”.

W tym ostatnim przypadku należy zwrócić uwagę, że wyobrażenie o prowadzeniu własnego biznesu w obu grupach pod tym względem jest podobne, ale jednocześnie jest to niepokojące w kontekście znaczenia budowania sieci relacji społecznych jako jednego z ważniejszych aspektów prowadzenia biznesu. Świadczy to o pewnej nierealistyczności i nieadekwatności tych wyobrażeń. Tym bardziej, że badania M. Caliendo, F. Fossen i A. Kritikos (2011) udowadniają, że osoby wykazujące wysoki poziom zaufania do ludzi lepiej radzą sobie z ryzykiem, łatwiej zakładają firmy i rozwijają je.

Jak widać, dzięki przeprowadzonym badaniom z perspektywy teorii rozwoju zawodowego można zidentyfikować pewne przekonania, które uniemożliwiają bądź utrudniają podjęcie decyzji lub efektywne prowadzenie firmy. Ich modyfikacja pomaga w dostosowaniu oddziaływań edukacyjnych. Szczególnie przydatne w tym kontekście wydają się informacje uzyskane z badań jakościowych. Przykładowe odpowiedzi przedstawione zostały w tabelach 1 i 2.

W przypadku obu zastosowanych testów – niedokończonych zdań i metafor – odpowiedzi przedsiębiorców i pracowników administracji wyraźnie różnią się między sobą. W ich treściach można zauważyć, że przedsiębiorcy wskazują odmienne cechy jako kluczowe oraz inne reguły i zasady pracy w biznesie. Podobnie inaczej postrzegają siebie i swoje możliwości prowadzenia działalności gospodarczej na własny rachunek. Na przykład źródłem najpoważniejszych zagrożeń w prowadzeniu firmy dla przedsiębiorców są oni sami – brak pomysłów, motywacji. Pracownicy administracji zaś wskazują otoczenie jako głównego „dostarczyciela” zagrożeń, czyli coś, co jest poza ich kontrolą. W dodatku przypisują oni szereg negatywnych cech przedsiębiorcom (lis), a siebie w tym kontekście opisują jako osoby lekkie, skoncentrowane na ciężkiej, bieżącej pracy. Ten sposób percepcji sytuacji deter-

minuje to, jaką aktywność podejmuje jednostka i jak planuje określone działania, w tym przypadku związane z wyborem zawodu.

Z uzyskanych danych w ramach badań jakościowych i ilościowych wynika, że osoby planujące i nieplanujące założenie własnej firmy różnią się treścią poznawczej mapy umysłowej odnośnie obrazu typowego przedsiębiorcy, siebie jako potencjalnego przedsiębiorcy oraz cech zawodu i reguł środowiska pracy przedsiębiorcy. Diagnozując treści zawodowej mapy poznawczej, można więc identyfikować bariery związane z podjęciem aktywności przedsiębiorczej. W dalszej zaś kolejności dopasowywać instrumenty jej wspierania, wychodzące poza sferę wyłącznie formalną.

Bodźce projekcyjne	Przedsiębiorcy	Administracja
Gdy chce się założyć firmę...	trzeba mieć dobry pomysł, wiedzę, doświadczenie, być zaangażowanym, mieć swoje pasje	trzeba być odważnym, przedsiębiorczym, mieć wizję
Ludzie zakładają działalność gospodarczą, bo... (wersja dla administracji) Zakładam działalność gospodarczą, bo...	moje cechy charakteru wskazują iż byłoby to najlepszym wyjściem (lubię wyzwania, jestem samodzielny); chcę decydować o swojej przyszłości i sukcesie firmy	chcą być na swoim; chcą zarabiać pieniądze
Warunkiem osiągnięcia sukcesu przez firmę jest...	zainteresowanie klienta moimi usługami; duża ilość klientów	ciężka praca; ciężka praca i szczęście
Klient...	to ktoś, kogo chcę ustawicznie diagnozować pod względem potrzeb	nasz pan
W prowadzeniu firmy należy obawiać się...	nieuczciwości (problemy z egzekucją płatności) ze strony klienta	Konkurencji
Najpoważniejsze zagrożenie w prowadzeniu firmy to...	wyczerpanie pomysłów; brak motywacji i błędy formalne	jej otoczenie
Moje najważniejsze cechy pomagające mi w pracy zawodowej...	upór, wyobraźnia, pracowitość; wiara w sukces, zdecydowanie, otwartość, elastyczność, optymizm, umiejętność nawiązywania kontaktów i kierowania ludźmi	to staranność i rzetelność; rzetelność, obowiązkowość
W naszym kraju jest bardzo trudno prowadzić własny biznes...	nie uważam tak; nie podzielam tego zdania;	niesprzyjające przepisy prawne, brak pomocy ze strony administracji; ze względu na skomplikowane i często zmieniające się przepisy

Tab. 1. Zestawienie wybranych odpowiedzi osób badanych w teście niedokończonych zdań. Źródło: opracowanie własne.

Bodźce projekcyjne	Przedsiębiorcy	Administracja
Wybierz zwierzę, które symbolizuje przeciętnego przedsiębiorcę. Krótko uzasadnij swój wybór	<p>Tygrys – szybki (w reagowaniu na zmiany rynkowe), silny (aby nie poddawać się konkurencji) odważny (żeby nie bać się podejmować ryzyka)</p> <p>Kangur – szybko się przemieszcza i dość nietypowo na tle innych. Ma schowek, w którym trzyma swoje dziecko (pomysł, tajemnicę). Wiem, jak wygląda i gdzie żyje, ale owiany jest aurą tajemniczości czyli wzbudza ciekawość. Jego pomysł – dziecko dojrzewa, ma więc następców tej samej krwi</p>	<p>Lis – sprytny, szybki, fałszywy</p> <p>Lis – musi być przebiegły, chytry, wytrzymały</p>
Wybierz zwierzę, które symbolizuje ciebie jako przedsiębiorcę. Krótko uzasadnij swój wybór	<p>Pies – przyjazny, otwarty, zdolny do kooperacji, lojalne, chętne pomagać i tworzyć dobre relacje (które później procentują)</p> <p>Żółw – lubię to zwierzę, rzadko je karmiłem, czasem więc umiejętność przetrwania w ciężkich zewnętrznych warunkach, uparte dążenie do celu, choćby się oddalał, podejmowanie decyzji przemyślanych, nastawienie się na sukces w dłuższym czasie, ale pewniejszy, odporność na niepowodzenia losu – twardy pancerz</p>	<p>Zając – boi się podjąć ryzyko;</p> <p>Myszka – ciężko, pracuje, zbiera zapasy, wszędzie znajdzie coś dla siebie</p>

Tab. 2. Zestawienie wybranych odpowiedzi osób badanych w teście metafor. Źródło: opracowanie własne.

5. Zakończenie

Przedstawione wyniki badań jakościowych i ilościowych potwierdzają, że osoby planujące założenie własnej firmy mają odmienne treści zawarte w ich zawodowych mapach poznawczych niż niebiorące pod uwagę pracy na własny rachunek. Stanowi to wskazówkę do wykorzystania teorii rozwoju zawodowego, odnoszących się do społecznego funkcjonowania poznawczego jednostek, w celu określania barier rozwoju przedsiębiorczości i poszukiwania sposobów ich pokonywania. Dzięki temu formy wsparcia tej sfery gospodarki będą efektywniej wykorzystane, gdyż lepiej będą odpowiadać na potrzeby beneficjentów, zwłaszcza będących u progu kariery zawodowej.

W artykule potwierdzono też, że badanie i uczenie przedsiębiorczości nie mogą koncentrować się wyłącznie na wiedzy formalnej. Wskazane jest też prowadzenie badań i analiz zarówno jakościowych, jak i ilościowych, gdyż daje to poznawczo szerszy obraz zjawiska, jakim jest przedsiębiorczość.

Informacje o autorce

Dr Anna Pawłowska – Katedra Teorii Organizacji, Zakład Socjologii Organizacji, Wydział Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego.

E-mail: annap@mail.wz.uw.edu.pl.

Bibliografia

- Bajcar, B., Borkowska, A., Czerw, A., Gąsiorowska, A. i C.S. Nosal 2006. *Psychologia preferencji i zainteresowań zawodowych. Przegląd teorii i metod*, Warszawa: Departament Rynku Pracy MPiPS.
- Caliendo, M., Fossen, F. i A. Kritikos 2011. Trust, positive reciprocity, and negative reciprocity. Do these traits impact entrepreneurial dynamics? *Journal of Economic Psychology*, January, s. 1–16.
- Fairlie, R.W. i W. Holleran 2011. Entrepreneurship training, risk aversion and other personality traits: evidence from a random experiment. *Journal of Economic Psychology*, February, s. 1–37.
- Hansemark, O.C. 2002. Reed for achievement, locus of control and the prediction of business start-ups: A longitudinal study. *Journal of Economic Psychology*, nr 24, s. 301–319.
- Koellinger, P., Minniti, M. i Ch. Schade 2007. “I think I can, I think I can”: Overconfidence and entrepreneurial behavior. *Journal of Economic Psychology*, nr 28, s. 502–527.
- Lent, R.W., Brown, S.D. i G. Hackett 1994. Toward a unifying social cognitive theory of career and academic interest, choice, and performance. *Journal of Vocational Behavior*, nr 1 (45), s. 79–122.
- Littunen, H. i E. Storhammar 2000. The indicators of locus of control in the small business context. *Journal of Enterprising Culture*, nr 4 (8), s. 343–360.
- Maison, D. 2001. *Zogniskowane wywiady grupowe: jakościowa metoda badań marketingowych*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Morgan, G. 1997. *Obrazy organizacji*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Obschonka, M., Silbereisen, R.K. i E. Schmidt-Rodermund 2010. Entrepreneurial intention as developmental outcome. *Journal of Vocational Behavior*, nr 77, s. 63–72.
- Pawłowska, A. 2006. Badanie relacji społecznych w organizacji z wykorzystaniem metod projekcyjnych. *Studia i materiały*, nr 1 (3), Warszawa: Wydawnictwo Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego, s. 7–17.
- Schmitt-Rodermund, E. 2004. Pathways to successful entrepreneurship: Parenting, personality, entrepreneurial competence, and interests. *Journal of Vocational Behavior*, nr 65, s. 498–518.
- Schmitt-Rodermund, E. 2007. The long way to entrepreneurship: Personality, parenting, early interests, and competencies as precursors for entrepreneurial activity among the ‘Termites’, w: R.K. Silbereisen i R.M. Lerner (red.) *Approaches to positive youth development*, s. 205–224. London: Sage.
- Tyszka, T. 1997. *Psychologia zachowań ekonomicznych*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

- Wesołowska, E. 2001. *Adaptacja do zmian w okresie transformacji własnościowej. Psychologiczny punkt widzenia*, Olsztyn: Wydawnictwo Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego.
- Wong, W., Hong-Man, Ch. i P.K. Venuvinod 2005. Individual entrepreneurial characteristics and entrepreneurial success potential. *International Journal of Innovation and Technology Management*, nr 3 (2), s. 277–292.
- Zaleśkiewicz, T. 2004. Przedsiębiorczość i podejmowanie ryzyka, w: T. Tyszka (red.) *Psychologia ekonomiczna*, Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.