

Aleksandra Kolemba

Czynniki warunkujące przedsiębiorczość małych i średnich przedsiębiorstw w opinii studentów Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania Uniwersytetu Mikołaja Kopernika

Ekonomiczne Problemy Usług nr 51, 421-429

2010

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.

ALEKSANDRA KOLEMBA

Uniwersytet Mikołaja Kopernika

**CZYNNIKI WARUNKUJĄCE PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ MAŁYCH
I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORSTW W OPINII STUDENTÓW
WYDZIAŁU NAUK EKONOMICZNYCH I ZARZĄDZANIA
UNIWERSYTETU MIKOŁAJA KOPERNIKA**

Wprowadzenie

Znaczenie małych i średnich przedsiębiorstw dla rozwoju całej gospodarki jest niekwestionowalne. Wyznacznikiem przedsiębiorczości w skali kraju jest także liczba zarejestrowanych podmiotów, z czego znaczący udział mają właśnie małe i średnie przedsiębiorstwa. Oprócz kapitału, ziemi i pracy przedsiębiorczość jest postrzegana jako konieczny czynnik produkcji. Na przedsiębiorczość składa się wiele zjawisk, czynników, zdarzeń. Studenci stanowią potencjał rozwoju, edukacja na poziomie wyższym należy bowiem do istotnych uwarunkowań determinujących przedsiębiorczość. Wraz z rozwojem techniki, informatyzacją społeczeństwa, globalizacją nowa gospodarka (oparta na wiedzy) mobilizuje (szczególnie w małych i średnich przedsiębiorstwach – o czym świadczy ich liczebność w stosunku do dużych przedsiębiorstw) – pozytywne cechy osoby przedsiębiorczej i je stymuluje.

Wobec powyższego nasuwa się pytanie: które z charakterystyk są postrzegane jako te, które decydują o byciu osobą przedsiębiorczą i jak wpływają na zachowania? Tak postawione pytanie wyznacza cel opracowania, jakim jest próba identyfikacji cech, przejawów i zachowań przedsiębiorczych, a także wskazanie czynników sprzyjających i ograniczających bycie przedsiębiorczym w opinii tych, którzy posiadają potencjał do działalności na „własny rachunek”, a więc studentów Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania. W opracowaniu przedstawiono wyniki badania ankietowego, które mimo że nie ma charakteru reprezentatywnego, skłania do rozważań.

Postawy determinujące przedsiębiorczość

Człowiek na rynku może odgrywać różne role: klienta, nabywcy, dostawcy, producenta. Każda z tych form cechuje się charakterystykami właściwymi dla niej samej. Fakt, że każdy może być klientem czy nabywcą, nie determinuje podobnego schematu do bycia przedsiębiorcą, a tym bardziej do bycia przedsiębiorczym. Przedsiębiorczość stanowi centrum zainteresowania wielu nauk i w każdej z nich poruszane są jej składniki, które się ze sobą kompilują. Niezależnie jednak od tego, należy mieć na uwadze fakt, iż przedsiębiorczość trwa w określonych ramach czasowych. Wymaga ona wdrażania ciągłych zmian zarówno na poziomie jednostki jak i całości. Z tego względu, że przedsiębiorczość jest zjawiskiem wieloaspektowym, nie istnieje jego jednorodna definicja. Próbując się dopasować do rzeczywistości, współcześni przedsiębiorcy za cel swojej działalności wytyczają osiągnięcie określonej wartości dodanej, która umożliwi uzyskanie i utrzymanie przewagi konkurencyjnej¹. To inicjatywę tworzenia innowacji nazwano przedsiębiorczością (wewnętrzną i zewnętrzną), a podmiot realizujący na rynku tę koncepcję jest postrzegany jako osoba przedsiębiorcza². Tak więc istnieje silne sprzężenie zwrotne między przedsiębiorczością a innowacyjnością. W literaturze jest wiele różnych typologii osobowości charakteryzujących osoby przedsiębiorcze, które bezpośrednio związane są z wyborem określonych zachowań. Kryteriów, według których dokonuje się klasyfikacji, może być wiele. Z tego względu, iż cechy odróżniające przedsiębiorców od innych jednostek nie są (w większości przypadków) dziedziczone czy uwarunkowane genetycznie, ważne jest odpowiednie ich utrwalanie w trakcie procesu uczenia. Ważne jest również dostrzeżenie, iż dzięki indywidualnym wyborom czy decyzjom zdobywa się doświadczenie, które również umacnia cechy przedsiębiorcy. Można stworzyć długą listę cech osobowościowych, jednakże żaden człowiek nie jest w stanie posiadać ich wszystkich. Ponadto taka lista zawsze będzie niekompletna, a także obarczona semantycznością czy synonimowością i rozpiętością znaczenia. Jedyną cechą, którą towarzyszy osobom prowadzącym działalność, a która wynika ze zmienności otoczenia, jest ryzyko. Cechy osobowościowe bez wątpienia warunkują zachowania. Tak naprawdę nie można postrzegać przedsiębiorczości jako indy-

¹ M. Bartnicki, *Refleksje i teoretyka nad przedsiębiorczością i przedsiębiorcami współczesnego biznesu*, „Przegląd Organizacji” 2001, nr 5.

² T. Kotarbiński, *Traktat o dobrej robocie*, Ossolineum, Wrocław 1989, s. 369–370; W. Tatar-kiewicz, *Dzieje sześciu pojęć*, Wydanie Naukowe PWN, Warszawa 2005, s. 309–311; J.A. Schumpeter, *Teoria rozwoju gospodarczego*, PWN, Warszawa 1960, s. 104–108.

widuum, na jej charakter składa się bowiem wiele składowych. Elizabeth Chell, Jean M. Haworth, Sally Brearley wyróżnili ze względu na indywidualne atrybuty i charakterystyki następujące typy przedsiębiorców³:

- a) przedsiębiorca sukcesu – osoba zaangażowana, o silnym charakterze, ze zdolnościami do konkurowania, wykształcona, podejmująca ryzyko, określana jako budowniczy, wytyczająca realistyczne cele, z wysoką moralnością;
- b) przedsiębiorca bez sukcesu – osoba o przeciwnych kompetencjach, a więc skoncentrowana na sobie, niechętnie słuchająca innych, nierozróżniająca „skali” ryzyka, z niejasnymi celami, dla której pieniądze są ważniejsze niż tworzenie, działanie i zaangażowanie w działalność;
- c) profesjonalny zarządzający – osoba doświadczona, potrafiąca wytyczać cele, zarządzać i motywować, pewna siebie, myśląca o kolejnej pracy, w której mogłaby się sprawdzić, podchodząca z lekką dozą ostrożności do ryzyka;
- d) wynalazca – osoba charakteryzująca się wysokim wzorcem osobistym, pewna siebie, z wyobraźnią, niezmienna, z wiedzą teoretyczną, o umyśle analitycznym, ale samotnik;
- e) promotor – tzw. artysta najniższego szczebla, o niskiej etyce, a więc i jego fuzja wchodzi w grę, motywowany przez własne ego, hazardzista, o wysokim potencjale „sprzedawcy”.

Przedsiębiorcą może być każdy, kto ma właściwe, naturalne cechy do podjęcia działalności. Zdobyta wiedza w czasie studiów nie tylko kształtuje postawy czy zachowania przedsiębiorcze, ale także je umacnia.

Metodyka badań

Wychodząc z założenia, że przedsiębiorczość wynika z doświadczenia i ciągłego uczenia się, podjęto badanie studentów Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, którego celem było:

- a) poznanie cech osobowościowych i przejawów determinujących określone zachowania przedsiębiorcze, które są preferowane przez studentów;
- b) poznanie preferencji w podejmowaniu decyzji przedsiębiorczych;
- c) określenie podejścia studentów do postrzegania zjawiska przedsiębiorczości w stosunku do prezentowanego w literaturze.

³ E. Chell, J.M. Haworth, S. Brearley, *The entrepreneurial personality: concepts, cases, and categories*, Routledge, London 1991, s. 44–53.

Narzędzie badawcze stanowił kwestionariusz ankiety, złożony z metryczki i 7 części dotyczących przejawów przedsiębiorczości, cech osobowych, elementów systemu wartości przedsiębiorczości, stwierdzeń, opisujących zachowania przedsiębiorcze, czynników utrudniających lub pobudzających do działań przedsiębiorczych, charakterystyki doświadczenia zawodowego i podstawy przedsiębiorczej, planów na przyszłość. Badanie zostało przeprowadzone w październiku 2009 roku. Objęto min studentów wszystkich lat studiów I i II stopnia, na wszystkich kierunkach prowadzonych na WNEiZ, czyli 3649 osób. Jednakże ze względu na liczebność kwestionariuszy do tej pory uzyskano 580 (z 590) poprawnie wypełnionych kwestionariuszy, które stanowią materiał badawczy niniejszego opracowania. Struktura badanej zbiorowości ze względu na wybrane cechy przedstawiała się następująco:

1. Ze względu na płeć: kobiety 406 osób (70%), mężczyźni 174 osoby (30%).
2. Ze względu na miejsce zamieszkania: wieś 170 osób (29,3%), miasto 409 osób (71,7%).
3. Ze względu na wiek: od 18 do 21 lat 240 osób (41,4%), od 22 do 25 lat 241 osób (41,5%), od 26 do 30 lat 41 osób (7%), od 31 do 40 lat 47 osób (8,1%), pow. 40 lat 11 osób (1,9%).
4. Ze względu na średnią ocen: od 3,0 do 3,4 16 osób (2,7%), od 3,5 do 3,8 119 osób (20,3%), od 3,9 do 4,2 196 osób (33,8%), od 4,3 do 4,5 58 osób (10%), pow. 4,5 33 osoby (5,7%), 159 (27,5%) badanych studentów nie udzieliło odpowiedzi na to pytanie.
5. Ze względu na posiadanie „korzeni” w prowadzeniu działalności: rodzice, którzy prowadzili, prowadzą działalność gospodarczą, 177 osób (30,5%), rodzice, którzy nie prowadzili działalności gospodarczej, 403 osoby (69,5%).
6. Ze względu na doświadczenie zawodowe studentów: pracujący (w tym także praca dorywcza) 269 osób (53,6%), bez doświadczenia zawodowego 311 osób (46,4%).
7. Ze względu na zależność finansową od rodziny: zależni finansowo (całkowicie lub częściowo) 215 osób (37,1%), niezależni finansowo 365 osób (62,9%).
8. Ze względu na tryb studiów: stacjonarne 320 osób (55,2%), niestacjonarne 260 osób (44,8%).

Jednocześnie przyjęto założenie, że uzyskane odpowiedzi są odzwierciedleniem tego, co sądzą studenci o sobie samych i jakie prezentują własne postawy.

Postawy studentów dotyczące zachowań, charakteru i cech osoby przedsiębiorczej

Dla studentów przedsiębiorczość kojarzy się z „realizacją przedsięwzięć” (83,6% badanych studentów), „podejmowaniem racjonalnych decyzji” (82,5%), „inicjowaniem przedsięwzięć” (81%). Kobiety zdecydowanie bardziej akcentowały wyróżnione działania niż mężczyźni. Warto zauważyć, że średnio 75% studentów z działaniami przedsiębiorczymi kojarzyło także „utworzenie własnego przedsiębiorstwa”, „ponoszenie ryzyka”. W najmniejszym stopniu badani studenci (42%) postrzegali fakty „posiadania władzy menedżerskiej”, a także, „że ma się zawsze rację”. Jak się okazało, cechy badanej zbiorowości nie miały istotnego wpływu na uzyskane odpowiedzi, a różnice wyniosły średnio 4%. Należy zauważyć, że studenci studiów niestacjonarnych II stopnia o średnio 7% bardziej akcentowali wskazane odpowiedzi niż studenci I stopnia. W przypadku badanej próby studentów trybu dziennego odpowiedzi były już zróżnicowane. Osoby studiujące na I stopniu (około 83%) preferowały podejmowanie „racjonalnych decyzji” na równi z „realizacją przedsięwzięć” (o średnio 4% więcej niż studenci II stopnia); 76% badanych na studiach licencjackich kojarzy przedsiębiorczość z „utworzeniem własnego przedsiębiorstwa” (różnica między studentami I i II stopnia wyniosła 2%).

Według 488 (84,1%) badanych studentów osoba przedsiębiorcza powinna cechować się ambicją; 436 badanych studentów (75,2%) uważa, że osoba przedsiębiorcza powinna „zawsze służyć pomocą”, a dla 430 (74,1%) badanych studentów odzwierciedleniem charakteru osoby przedsiębiorczej jest „bycie realistą”. Dla (14 badanych osób) 88,2% studentów z najniższą średnią, osoba przedsiębiorcza powinna mieć przede wszystkim „temperament”, dla około 83% tej grupy badanej powinna również „zarażać entuzjazmem” i „zawsze chętnie służyć pomocą”. Warto zauważyć że badane studentki studiujące w trybie niestacjonarnym udzielały o około 7% więcej takich odpowiedzi, niż badane kobiety ze studiów stacjonarnych. W przypadku mężczyzn ta różnica wahała się maksymalnie o 4%. Jedynie w przypadku postrzegania osoby przedsiębiorczej za taką, która się „nie odzywa, gdy jej nie pytają”, 10% więcej mężczyzn studiujących w trybie zaocznym uważa, że jest to najmniej ważna charakterystyka w stosunku do 20% mężczyzn studiujących w trybie stacjonarnym. Studenci z ocenami dobrymi, którzy stanowili najliczniejszą badaną grupę – 47% studiuje dziennie i 61,5% studiujących „zaocznie” – wskazywali na działania, które pokrywały się

z ogólnie przedstawionymi. Natomiast osoby przekraczające średnią 4,5, stanowiący nieliczną badaną próbę, w przypadku studiów niestacjonarnych uważają że najważniejsze jest „być realistą” (80%); 77% tej grupy badanej na kolejnym miejscu wskazywało „bycie ambitnym”, „posiadanie entuzjazmu”, „bycie chętnym do współpracy”. Najmniej, bo 20% ankietowanych studentów, uważa, że „bujanie w obłokach” to cecha, którą powinna posiadać osoba przedsiębiorcza. Wśród studentów przeciwnego trybu, stanowiący 11% badanych, dominowały te same odpowiedzi, jednakże z niewielką różnicą procentową. I tak, około 80% wskazywało przede wszystkim na „ambicje” i „entuzjazm”, około 70% na „chęć współpracy” i „bycie realistą”. W znacznie większym stopniu, bo aż 37,2% badanych studentów studiów stacjonarnych, uważa, że „bujanie w obłokach” to wartość charakteryzująca przedsiębiorcę.

Wśród studentów dominuje pogląd, że bycie przedsiębiorczym związane jest z „trzeźwym” stąpieniem po ziemi, nie ma miejsca na marzenia, co jednak nie przeszkadza w entuzjastycznym podejściu do twórczego myślenia. Takie twarde, utarte skojarzenia mogą być uwarunkowane historyczne.

Studenci mieli również za zadanie odnieść się do 10 stwierdzeń, które tkwią jako paradygmaty w społeczności. Są one niejako odzwierciedleniem polskich losów, a także kreowania wizerunku przedsiębiorcy przez media. Dla ponad 90% badanych studentów przedsiębiorcą jest ten, który „potrafi dostrzec potencjalne szanse wynikające z otoczenia”, i ten, który „podejmuje racjonalne decyzje, liczący się z ryzykiem i zarządzający przedsiębiorstwem”. Prawie połowa badanych uważa, że przedsiębiorcą jest ten, który ma „układy i potrafi je wykorzystać”, jednak także „człowiek czynu, dla którego wiedza ma drugorzędne znaczenie”, i ten, który jest „wynalazcą”. Oznacza, to, iż zachwiane w pewnym stopniu zostało podejście do norm etycznych czy moralnych. Należy jednak wskazać, że to kobiety studiujące na studiach dziennych częściej udzielały takich odpowiedzi, utożsamiając się z osobą przedsiębiorczą, podczas gdy na studiach niestacjonarnych dominowali mężczyźni – kierunek studiów nie miał tutaj większego znaczenia. Zauważyć należy również, że w tym przypadku widoczna była niewielka (średnio 5%) zależność udzielonych odpowiedzi od posiadanego doświadczenia – osoby pracujące i jednocześnie studiujące w trybie zaocznym podchodziły bardziej sceptycznie do badanych stwierdzeń niż osoby posiadające doświadczenie zawodowe, studiujące dziennie.

Badaniu zostały poddane także 33 cechy, które charakteryzują osobę przedsiębiorczą. Dominowały następujące: „szacunek” – wskazywany przez: 98%

najmłodszych studentów, 89% wywodzących się z rodzin prowadzących działalność, 92% bez doświadczenia zawodowego, 90% uzależnionych finansowo od rodziców; „ambicja” – 82,1% wskazań wśród badanych mężczyzn na studiach niestacjonarnych, 85,4% badanych na kierunku zarządzanie (studia niestacjonarne, II stopnia); „zaradność” – głównie doceniana przez kobiety (82,4%) studiujące na studiach niestacjonarnych, 81,8% niezależnych finansowo (również ze studiów niestacjonarnych); „dokładność” i „pomysłowość”, które dominowały niezależnie od przyjętych cech badanej zbiorowości. Cechy te wskazywało średnio 80% badanych, lecz dla kobiet (85%) były to dominujące charakterystyki (mężczyźni stanowili 75%). Dla 89,5% badanych studentów mieszkających w mieście najważniejszą cechą był „zacunek”, a dla 82% badanych mieszkających na wsi „dokładność” i „ambicja”. Dodatkowo, osoby uczące się najslabiej (82%) wskazywały „zaradność”, „pomysłowość” i „aktywność”, a najlepsi (92,4%) uważali, że „wrażliwość” jest cechą determinującą postać osoby przedsiębiorczej, również tę cechę wskazywało 80% studentów kierunku ekonomia (niestacjonarne). Różnice w postrzeganiu cech osobowych szczególnie widać wśród studentów studiów zaocznych w podziale na stopień studiów. I tak, na studiach licencjackich wskazania dotyczą w ponad 70% badanych – „dokładności”, „wrażliwości”, „pomysłowości”, „zaradności” i „sposobności”, a na studiach magisterskich cechy te są wskazywane przez ponad 80% (na studiach stacjonarnych rozbieżności kształtują się średnio na poziomie 1,5%).

Jak wspomniano w pierwszej części opracowania, to zdobycie i utrzymanie przewagi konkurencyjnej staje się głównym celem działalności przedsiębiorstw, z której wynikają wszelkie korzyści. Jednakże inicjatorem działań przedsiębiorczych w założeniu pierwotnym jest przedsiębiorca, którego zdolność do reagowania na zmiany zależy od konfiguracji cech osobowościowych. Szczególnie wśród małych i średnich przedsiębiorców. Poziom świadomości przedsiębiorcy wpływa na jego działania i decyzje pozwalające dopasować się do zmian w otoczeniu. Oczywiście nie jest tak, że przedsiębiorcy funkcjonują na rynku bez ryzyka i obawy. W naturalnym środowisku także występują pewne ograniczenia. Warto zauważyć, że 36,7% studentów uważa, że w Polsce nie ma pozytywnych warunków do podejmowania działalności przedsiębiorczej, z czego bardziej sceptycznie okazali się studenci studiów niestacjonarnych (39,7%).

Studenci poproszeni zostali również o wybór czynników, które w ich opinii „zdecydowanie hamują” lub „zdecydowanie pobudzają” do działań przedsiębiorczych. Do pierwszej grupy czynników zaliczyć zdecydowanie można „utrudnienia

w dostępie do kredytów”, co potwierdzają liczne publikacje naukowe dotyczące źródeł finansowania małych i średnich przedsiębiorstw jak i „politykę państwa”. Zagrożenia te dostrzegali częściej studenci studiów niestacjonarnych i stacjonarnych mieszkając w miastach (o średnio 4% więcej wskazań) niż mieszkający na wsi. Do czynników pobudzających działalność przedsiębiorczą studenci, zaliczyli „postęp techniczny” i „cechy osobowościowe”. Równie ważnym czynnikiem okazało się „członkostwo Polski w Unii Europejskiej”, które otworzyło perspektywę na generowanie i wykorzystanie nowego potencjału. Działalność małych i średnich przedsiębiorstw uzależniona jest od warunków, które umożliwiają im nie tylko przetrwanie, ale także rozwój, co związane jest niewątpliwie z dokonującymi się zmianami w otoczeniu. Jednakże wśród studentów studiów stacjonarnych to kobiety zdecydowanie wyżej oceniały te czynniki niż mężczyźni (o średnio 10%), a wśród studentów studiów niestacjonarnych byli to mężczyźni (o średnio 4% wyższe wskazania). Do czynników niejako neutralnych zaliczyć można system podatkowy, który w opinii 50% badanych może wpływać pobudzająco, ale także ograniczająco na działalność przedsiębiorców.

Podsumowanie

Studenci utożsamiają się z pozytywnymi cechami kształtującymi osobowość przedsiębiorczą. Są świadomi występowania istotnych barier, ale także istnienia pobudzających implikatorów. Potrafią zauważyć i docenić zmieniające się warunki w kraju w zakresie uwarunkowań prawnych i wskazują na UE jako jeden z głównych czynników dających szansę na rozwój. Studenci zdają sobie sprawę z faktu, że w ramach strategii lizbońskiej przedsiębiorcy mają szansę na działalność innowacyjną. Postrzegając osobę przedsiębiorczą, badani wskazują na wiele istotnych cech, jednakże kojarzenie przedsiębiorczości z „posiadaniem układów” skłania do refleksji głównie przedstawicieli zaufania publicznego. Wraz z rozwojem społecznym i gospodarczym zmienia się postrzeganie i przedsiębiorczości. Mimo braku jednoznacznej definicji i kontrowersyjności pojęcia, zarówno wśród badaczy jak i społeczeństwa istnieje zgoda co do pozytywnego wpływu zarówno na jednostkę, ale również na kraj i całą sytuację gospodarczą. Pozytywnym aspektem jest fakt, że ponad 80% badanych studentów chce w przyszłości założyć własne przedsiębiorstwo mimo istnienia wielu rzeczywistych barier, w których to studenci upatrują szansę a nie zagrożenia. Studenci dostrzegają swoje możliwości i potencjał, wiedzą że mają wpływ na swoje własne życie.

**CRITICAL DETERMINANTS OF ENTREPRENEURSHIP OF SMALL
AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES IN THE OPINION OF ECONOMICS
AND MANAGEMENT FACULTY STUDENTS, UNIVERSITY
OF NICOLAS COPERNICUS**

Summary

The importance of small and medium-sized enterprises for the development of the economy is unquestionable. In addition to capital, land and workforce, the spirit of enterprise is seen as a necessary factor of production. Enterprise involves many factors and events. Students, in particular, have potential for growth, because higher education is an important element which contributes to the development of enterprise. With the development of technology throughout society, globalization, new economy (knowledge) mobilizes (especially in small and medium-sized enterprises – as evidenced by their abundance in relation to large enterprises) the positive features of entrepreneurial people and stimulates them.

Translated by Aleksandra Kolemba