

# PRACE NAUKOWE

Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

# RESEARCH PAPERS

of Wrocław University of Economics

Nr 422

**Zasoby organizacji.  
Zagadnienia epistemologiczne  
i metodologiczne**



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu  
Wrocław 2016

Redakcja wydawnicza: Anna Grzybowska, Joanna Świrska-Korlub

Redakcja techniczna: Barbara Łopusiewicz

Korekta: Justyna Mroczkowska

Łamanie: Beata Mazur

Projekt okładki: Beata Dębska

Informacje o naborze artykułów i zasadach recenzowania

znajdują się na stronie internetowej Wydawnictwa

[www.pracnaukowe.ue.wroc.pl](http://www.pracnaukowe.ue.wroc.pl)

[www.wydawnictwo.ue.wroc.pl](http://www.wydawnictwo.ue.wroc.pl)

Publikacja udostępniona na licencji Creative Commons

Uznanie autorstwa-Użycie niekomercyjne-Bez utworów zależnych 3.0 Polska

(CC BY-NC-ND 3.0 PL)



© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu  
Wrocław 2016

**ISSN 1899-3192**

**e-ISSN 2392-0041**

**ISBN 978-83-7695-572-8**

Wersja pierwotna: publikacja drukowana

Zamówienia na opublikowane prace należy składać na adres:

Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

53-345 Wrocław, ul. Komandorska 118/120

tel./fax 71 36 80 602; e-mail: [econbook@ue.wroc.pl](mailto:econbook@ue.wroc.pl)

[www.ksiegarnia.ue.wroc.pl](http://www.ksiegarnia.ue.wroc.pl)

Druk i oprawa: TOTEM

## Spis treści

Wstęp.....	9
------------	---

---

### Część 1. Wiedza i organizacyjne uczenie się oraz kultura organizacyjna

---

<b>Paweł Bartkowiak:</b> Znaczenie procesu współkreowania wartości dla klienta z perspektywy przedsiębiorstwa (Value-co-creation process for a customer from company's perspective) .....	13
<b>Jarema Batorski, Ewa Wszendybył-Skulska:</b> Zmiany w kapitale ludzkim jako rezultat organizacyjnego uczenia się (Changes in human capital as a result of organizational learning).....	27
<b>Katarzyna Boczkowska:</b> Wybrane aspekty kultury bezpieczeństwa na uczelni technicznej (Some aspects of safety culture at technical university).....	39
<b>Sylwia Flaszewska:</b> Bariery utrudniające realizację procesów zarządzania wiedzą w przedsiębiorstwach wysokich technologii (Barriers to implementation of knowledge management processes in high technology companies).....	52
<b>Marta Juchnowicz, Łukasz Sienkiewicz:</b> Kultura organizacyjna kreatorem kapitału ludzkiego (Organisational culture as a creator of human capital) .....	61
<b>Piotr Pachura:</b> <i>Ba</i> jako przestrzeń kontekstu w procesie zarządzania wiedzą ( <i>Ba</i> as contextual space in knowledge management) .....	72
<b>Sylwia Stańczyk:</b> Paradoksy kultury organizacyjnej (Paradoxes of organizational culture).....	81
<b>Monika Stelmaszczyk, Jarosław Karpacz:</b> Związek między dzieleniem się wiedzą a innowacjami mediowany zaufaniem – poziom indywidualny (Relationship between knowledge sharing and innovations mediated by trust – individual level).....	95

---

### Część 2. Reputacja, marki, relacje

---

<b>Ewa Głuszek:</b> Paradoksy dobrej i złej reputacji przedsiębiorstwa (A good and bad corporate reputation – some paradoxes) .....	109
<b>Paweł Mielcarek:</b> Ekosystem innowacji w świetle paradygmatu otwartej innowacji (Innovation ecosystem in view of open innovation paradigm .....	122
<b>Łukasz Sułkowski:</b> Teorie, paradygmaty, metafory i ideologie zarządzania – kontrowersje wokół współczesnego dyskursu organizacji i zarządzania .....	

(Theories, paradigms, metaphors and ideologies of management – different ways of performing organizational and managerial discourse).....	131
<b>Janina Stankiewicz, Hanna Bortnowska:</b> Wizerunek zawodowy studentów na rynku pracy w świetle badań empirycznych (Professional image of students on labour market in the light of empirical research) .....	144
<b>Anna Walecka:</b> Kapitał relacyjny przedsiębiorstw w kryzysie (Enterprises relational capital in crisis).....	158

---

### Część 3. Ludzie w organizacji: postawy, przywództwo

---

<b>Piotr Górski:</b> Ludzka strona zarządzania. Zagadnienia metodologiczne (Human side of management. Methodological issues) .....	173
<b>Teresa Kraśnicka, Tomasz Ingram:</b> Rola przywództwa transformacyjnego w kształtowaniu zachowań innowacyjnych pracowników (The role of transformational leadership in shaping employee innovative behaviors)...	181
<b>Katarzyna Piórkowska:</b> Wybrane menedżerskie postawy społeczne w ujęciu dualnym (Selected managerial social attitudes from a dual perspective)...	193
<b>Barbara A. Sypniewska:</b> Cechy i postawy przedsiębiorcze szansą własnej działalności gospodarczej (Proactive enterprise -like attitude as a chance to run own business activity) .....	210
<b>Dorota Wójcik-Kośla:</b> Orientacja prorynkowa kadry kierowniczej w podejmowaniu decyzji strategicznych – wyniki badań (Market orientation of the managers in the proces of strategic decision-making – results of the research).....	222
<b>Aleksandra Zaleśna:</b> Motywowanie menedżerów i kształtowanie wizji przyszłości firmy (Incentives for managers and the company’s vision creation) .....	235

---

### Część 4. Zachowania organizacji i w organizacji

---

<b>Katarzyna Bratnicka, Monika Kulikowska-Pawlak:</b> Organizacyjny umysł i innowacyjność przedsiębiorstwa (Organizational mind and firm innovativeness) .....	247
<b>Radosław Drozd, Wioleta Kucharska:</b> Paradoks rozwoju przez innowacje produktowe (Development paradox through product innovations).....	257
<b>Aldona Glińska-Noweś, Andrzej Lis:</b> Paradoks współwystępowania organizacyjnych zachowań obywatelskich i kontrproduktywnych (The paradox of co-existence of organisational citizenship behaviours and counterproductive work behaviours) .....	265

---

<b>Piotr Grajewski, Jacek Rybicki:</b> Paradoks radykalizmu zmiany na przykładzie organizacji procesowej (The paradox of a change radicalism on an example of the process organization) .....	275
<b>Sylwester Gregorczyk, Wioletta Mierzejewska, Agnieszka Sopińska, Piotr Wachowiak, Albert Tomaszewski:</b> Paradoksy zachowań przedsiębiorstw w czasie kryzysu gospodarczego (Paradoxes of enterprises' behavior during the economic crisis).....	287
<b>Lech Miklaszewski:</b> Twórcza destrukcja jako imperatyw rozwoju na przykładzie firmy inwestycyjnej (Constructive destruction as an imperative of development on the example of investment company) .....	303
<b>Maciej Mitrega:</b> Dynamiczne zdolności marketingowe jako obiekt badań w zarządzaniu (Dynamic marketing capabilities as a research area in management) .....	313
<b>Barbara Mróz-Gorgoń, Aleksandra Calka:</b> Branding i rebranding na przykładzie rynku aptecznego (Branding and rebranding on the example of pharmaceutical market) .....	322
<b>Zofia Patora-Wysocka:</b> Dryf strategiczny i zmiana organizacyjna w perspektywie procesualnej (Strategic drift and organizational change in the processual perspective) .....	335
<b>Grzegorz Zieliński:</b> Błędy w działaniach zarządczych ukierunkowanych na kryzys w podmiotach leczniczych i ich wpływ na jakość usług (Mistakes in management actions directed on the crisis in health care centers and their influence on service quality).....	347

## Wstęp

Zasoby niematerialne organizacji od czasu publikacji Barneya znajdują się w centrum zainteresowania badaczy zajmujących się zarządzaniem, a zwłaszcza zarządzaniem strategicznym. Zasobowa teoria firmy ewoluuje wraz z licznymi badaniami odwołującymi się do jej założeń. Początkowo zainteresowania poznawcze ukierunkowane były głównie na zasób wiedzy i organizacyjne uczenie się, a aktualnie eksplorowane są intensywniej pozostałe zasoby, szczególnie kapitał relacyjny.

Ukierunkowanie badań na wnętrze organizacji i endogeniczne uwarunkowania jej funkcjonowania, strategii i zmian tworzy fundamenty pozwalające na lepsze zrozumienie istoty organizacji i mechanizmów, które w niej tkwią, wspomagając bądź ograniczając potencjał rozwoju.

Niniejsza publikacja jest wyrazem nieustającego wysiłku badaczy, skierowanego na wyjaśnianie rzeczywistości organizacyjnej z perspektywy zasobów.

Artykuły zostały pogrupowane pod kątem merytorycznym, tworząc jednorodne problemowo części:

1. Wiedza i organizacyjne uczenie się oraz kultura organizacyjna,
2. Reputacja, marki, relacje,
3. Ludzie w organizacji: postawy, przywództwo,
4. Zachowania organizacji i w organizacji.

Autorzy postawili wiele ważnych poznawczo pytań. Podjęli także wątki metodyczno-metodologiczne. Ale myślą przewodnią opracowania są paradoksy oraz paradygmaty odnoszone do poszczególnych obszarów problemowych. Liczymy, że lektura tego zbioru będzie inspiracją do stawiania kolejnych pytań badawczych, do rozwijania istniejących teorii, do konstruowania zaleceń aplikacyjnych, do prowadzenia badań empirycznych i w końcu stanie się inspiracją do rozwijania nauki o zarządzaniu w sposób satysfakcjonujący zarówno akademików, jak i praktyków.

Życząc owocnej lektury, dziękujemy Autorom za wysiłek włożony w przygotowanie publikacji, a Recenzentom za zaangażowanie na rzecz ich jakości.

*Ewa Stańczyk-Hugiet, Joanna Kacala*

**Barbara A. Sypniewska**

Wyższa Szkoła Finansów i Zarządzania w Warszawie  
e-mail: agata.sypni@op.pl

---

**CECHY I POSTAWY PRZEDSIĘBIORCZE  
SZANSĄ WŁASNEJ DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ**

---

**PROACTIVE ENTERPRISE-LIKE ATTITUDE  
AS A CHANCE TO RUN OWN BUSINESS ACTIVITY**

---

DOI: 10.15611/pn.2016.422.17

**Streszczenie:** W artykule zostały zaprezentowane wyniki autorskiego badania własnego dotyczącego przedsiębiorczości. Badanie zostało przeprowadzone w 2014 roku i stanowiło część projektu badawczego autorki. Celem prezentowanego badania była identyfikacja zależności pomiędzy przyczynami niepodejmowania działalności gospodarczej z powodu braku środków finansowych i braku pomysłu na biznes a wiedzą na temat przedsiębiorczości, rozumieniem, kim jest przedsiębiorca i co znaczy pojęcie „bycie przedsiębiorcą”, a także powodami zakładania i niezakładania firmy. W ramach obszernej problematyki w zakresie przedsiębiorczości podjęto próbę analizy zachowań przedsiębiorczych w aspekcie indywidualnym, cech jednostki, motywów i postaw. Jakie zatem postawy pomagają w prowadzeniu działań przedsiębiorczych – proaktywność, a może postawa reaktywna, indyferentna, konformistyczna? A jakie cechy jednostki decydują o sukcesie?

**Słowa kluczowe:** przedsiębiorczość, przedsiębiorca, proaktywność, konformizm, indyferentyzm.

**Summary:** In the present article the authoress shows the outcome of her research relating to resourcefulness. The research was done in 2014 and it was a part of the authoress's research project. The objective of the research was the identification of relations existing among reasons of not establishing own business due to the lack of financial resources and business ideas and the knowledge about enterprise, understanding who an entrepreneur is and what it means to be an entrepreneur as well as causes of founding and not founding a company. As part of extensive issues concerning resourcefulness the authoress tried to analyze enterprise-like attitudes from the individual person's point of view, a person's characteristic features, incentives and attitudes. The question is: what type of personal approaches helps conduct business activity: proactivity or maybe reactive, indifferent or conformist attitude and what type of personal features brings about business success?

**Keywords:** enterprise, entrepreneur, proactivity, conformism, indifference.

## 1. Wstęp

Od lat zainteresowania badaczy kierują się na osoby, które decydują się na założenie własnej działalności gospodarczej. Pytania koncentrują się wokół ich cech i powodów takiej decyzji, wokół pojęcia działań przedsiębiorczych i przedsiębiorczości. W niniejszym artykule będzie poruszana problematyka przedsiębiorczości indywidualnej, która odnosi się przede wszystkim do pojedynczej osoby, do jednostki. Kim jest zatem osoba przedsiębiorcza? Często kojarzona jest z osobą aktywną, mającą inicjatywę, energiczną, odważną, ambitną, szybko podejmującą decyzje, szybko przystosowującą się do zmian w otoczeniu, a także zdolną do podejmowania ryzyka [Sudoł 2008, s. 9].

Z punktu widzenia psychologii obiektem zainteresowania jest osoba i umysł przedsiębiorcy. Natomiast socjologię interesuje wpływ otoczenia na jednostkę [Kurzewska 2013, s. 55-58]. Wydaje się, że nieuchronne jest łączenie obu podejść: psychologicznego i socjologicznego, co autorka artykułu próbuje udowodnić zarówno teoretycznie, jak i empirycznie na podstawie przeprowadzonych badań.

Zauważa się, że w literaturze przedmiotu przedsiębiorczość definiowana jest różnie. Niektórzy dzielą ją na dwie grupy: przedsiębiorczość jako cecha (T. Kotarbiński) i jako funkcja (J. Schumpeter, P. Drucker). W pierwszym ujęciu przedsiębiorczość oznacza postawę wynikającą z indywidualnego zbioru cech danej osoby (energia, odwaga w podejmowaniu decyzji, aktywność, kreatywność, podejmowanie ryzyka, akceptowanie niepewności), natomiast w aspekcie funkcjonalnym oznacza poszukiwanie nowych rozwiązań i ich zastosowanie, dostosowanie do zmian otoczenia, dążenie do sukcesu drogą rozwiązywania problemów nawet w sposób niekonwencjonalny [Strużycki 2002, s. 110]. Oba pojęcia przedsiębiorczości różni podejście do zagadnienia. Zwolennicy pierwszego ujęcia (jako cechy), zwłaszcza psychologowie i socjologowie, uznają, że aby osoba mogła działać i wdrażać nowe innowacyjne rozwiązania, musi posiadać pewne cechy. Przenikanie obu pojęć wydaje się nieodłącznym warunkiem do definiowania przedsiębiorczości i osoby przedsiębiorcy. E. Lipiński twierdzi, że przedsiębiorczość oznacza gotowość do podejmowania nowych rozwiązań [Lipiński 1981, s. 457], ale owa gotowość wynika przecież z indywidualnych cech człowieka.

Postrzeganie szans jest jednym z głównych elementów procesu przedsiębiorczego. Dostarcza impulsu do działania, aby w ostateczności szansę wykorzystać. Znajdując lukę rynkową, należy znaleźć także pomysł wypełniający ten obszar [Glinka, Gutkova 2011, s. 57]. Znalezienie dobrego pomysłu na biznes, który jednocześnie może być uznany za szansę z potencjałem rozwojowym, nie jest łatwe [Glinka, Gutkova 2011, s. 65]. Wymaga od przedsiębiorcy kreatywności, twórczości, zaangażowania i cierpliwości w poszukiwaniach, otwarcia się na szanse i wrażliwości na nie. Sukces w zakładaniu i rozwoju działalności gospodarczej często jest spodziewany przez przedsiębiorców jako efekt ich zdolności do wygrania z niepewnością, wygrania z konkurentami, którzy gorzej kształtują i przewidują przyszłość własną i swoich firm [Noga 2011, s. 103].



## 2. Motywacja do działań przedsiębiorczych

Interesującym i zarazem istotnym zagadnieniem jest motywacja do działań przedsiębiorczych w zakresie zakładania własnej działalności gospodarczej. Wśród wielu motywów wymienia się chęć bycia niezależnym, gdyż prowadzenie własnej firmy kojarzone jest z większą swobodą niż praca na etacie [Glinka, Gudkova 2011, s. 70]. Działania przedsiębiorcze często podyktowane są czynnikami sytuacyjnymi zmuszającymi osoby do założenia własnej firmy, np. utrata pracy, czyli źródeł dochodu, czy trudności w znalezieniu nowej pracy. Osoby, które nawet mimo wymuszonej sytuacji nie podejmują działań przedsiębiorczych, jednocześnie nie widzą dla siebie pola do działania (reaktywność jako przeciwieństwo proaktywności). Polem działania przedsiębiorcy jest rynek i to właśnie z niego wywodzi się motywacja do podejmowania ryzyka, a przedsiębiorczość definiowana jest przez innowacyjność, co oznacza myślenie przedsiębiorcze polegające na wymyślaniu nowych produktów, usług czy też metod produkcji, szukając przy tym właśnie szans rynkowych, zwanych też okazjami, dla innowacji [Kostera 2014, s. 22]. Myślenie przedsiębiorcze wyraża się ciekawością, potrzebą poznania i działania, a działanie pozwala radzić sobie w zmieniających się warunkach, natomiast rezultatem działań przedsiębiorczych często bywa rozpoczęcie własnego przedsięwzięcia gospodarczego [Makarski 2000, s. 503].

Mówiąc o motywacji do działań przedsiębiorczych, możemy także wymienić niektóre cechy osobowości, jak: orientacja na osiągnięcia i sukces, dążenie do własności i posiadania, a także motywy bycia przedsiębiorczym. Optymizm jest także nieodłączną cechą, dzięki której pozytywne nastawienie determinuje twórcze myślenie. Natomiast do cech osobowości utrudniających działania przedsiębiorcze zalicza się lęk i obawy, pesymizm, unikanie sytuacji i decyzji obciążonych ryzykiem, konformizm czy postawę zachowawczą [Wiatrak 2003, s. 31]. Cechą osobowości mającą silny związek z przedsiębiorczością jest nonkonformizm, który oznacza, że ludzie posiadają wysokie poczucie własnej wartości, są pewni siebie i swoich racji, posiadają też rozległą wiedzę wynikającą często z doświadczenia osobistego i zawodowego [Kaliszczak 2003, s. 88]. Bez wątplenia założenie i prowadzenie własnej firmy wymagają posiadania wiedzy fachowej z danej dziedziny, w której przedsiębiorca zamierza działać. Osoby, które nie posiadają wiedzy fachowej, powinny dążyć do ciągłego jej uzupełniania, korzystając z różnych kursów czy porad [Niemczyk 2003, s. 14]. Niejednokrotnie same też nie mają świadomości, że być może wiedza wpływająca z ich zawodowego doświadczenia może odgrywać dużą rolę i mieć pozytywny wpływ na ich działanie. Własne doświadczenie, prywatne czy zawodowe, może stać się źródłem informacji o możliwościach identyfikacji szans, problemów i sposobów ich rozwiązania [Kubów 2014, s. 167]. Kluczowym czynnikiem przedsiębiorczości jest zatem nie tylko wewnętrzna motywacja, lecz także zdolność do uczenia się i wykorzystywania posiadanej wiedzy [Wójcik 2014, s. 245].

### 3. Cechy i postawy przedsiębiorcze (konformizm vs nonkonformizm; proaktywność vs indyferentyzm)

Warto zauważyć, że postawy są rozpatrywane w literaturze w różnych kategoriach, m.in.: konformizm *versus* nonkonformizm lub proaktywność *versus* indyferentyzm. Nastawienie na działanie cechuje osoby proaktywne, które szukają rozwiązań, a problemy są dla nich wyzwaniem i motorem do działania. Człowiek proaktywny jest zorientowany na zmiany i stara się je inicjować, biorąc jednocześnie osobistą odpowiedzialność. W takim ujęciu proaktywne zachowanie przedsiębiorcze staje się szansą na podjęcie własnej działalności gospodarczej. Osoby takie są ambitne i cechuje je optymizm, który determinuje postrzeganie pozytywnych stron różnych spraw, wiarę we własne siły i zdolności. Natomiast indyferentyzm to postawa zobojętnienia i braku zainteresowania wobec istotnych spraw. Jednostka indyferentna jest biernie nastawiona do czegoś, cechuje ją pesymizm, bierność, uległość, a także pasywność i rezygnacja. Z kolei postawa konformistyczna oznacza tendencję do podporządkowania się naciskom zewnętrznym, skłonność do przyjmowania zachowań i opinii innych ludzi, ma formę uległości i posłuszeństwa [Stańczyk, Sus 2013, s. 32-35]. Postawa taka nie jest właściwa dla zachowań i myślenia przedsiębiorczego nawet w warunkach stabilnych, a niepewność otoczenia wzmacnia zarówno postawę indyferentną, jak i konformistyczną. Nonkonformizm ukierunkowany jest na określony cel i racjonalność działania, co z kolei prowadzi do szukania nowych szans działań przedsiębiorczych.

Osoby pragnące rozpocząć własną działalność gospodarczą próbują same oceniać swoje cechy przedsiębiorcze. Celem takich ocen jest podejmowanie decyzji i działań. Często otoczenie dokonuje takich ocen. Czasami zdarza się, że osoby we własnych oczach i oczach otoczenia postrzegane są jako mało przedsiębiorcze, ale w obliczu niebezpieczeństwa czy zagrożenia brakiem pracy nieoczekiwanie przejawiają inicjatywę, pomysłowość i energię w działaniu [Sudoł 2008, s. 11]. Owe czynniki stają się bodźcem uruchamiającym dotąd niedostrzeżony potencjał wynikający z posiadania pewnych cech będących rezultatem wiedzy ukrytej i doświadczenia.

Cechy i postawa przedsiębiorcza pozwalają na założenie, ale także na prowadzenie przedsiębiorstwa, czyli bycie przedsiębiorcą, co również pozwala na aktywne uczestniczenie w życiu społeczno-gospodarczym, w tym także życiu rodzinnym, a to już daje dużo satysfakcji i zadowolenia, co w odczuciu własnym może kojarzyć się z szansą na sukces życiowy [Rachwał 2004]. Ponadto postawa przedsiębiorcza może przejawiać się poprzez działania przedsiębiorcze, które można określić jako działania racjonalne i celowe, motywowane potrzebą osiągnięć, niezależności i autonomii, aktywną i kreatywną postawą, zaufaniem do siebie i innych, a także otwartością na zmiany i chęcią ponoszenia ryzyka [Kolasiński 2010].

Celem artykułu było wskazanie cech i postaw przedsiębiorczych, które przyczyniają się do zakładania, lub nie, własnej działalności gospodarczej. W części teoretycznej starano się odpowiedzieć na pytanie, „kim jest osoba przedsiębiorcza”, jakie

cechy i postawy mają znaczenie w podejmowaniu działalności gospodarczej. W części empirycznej podjęto próbę identyfikacji zależności istotnych statystycznie zmiennych w dwóch grupach wyodrębnionych na podstawie pogłębionej analizy statystycznej. Klasyfikacja dotyczyła powodów niezakładania własnej działalności gospodarczej. W jednej grupie znalazły się osoby, które wskazały jako powody brak środków finansowych, a w drugiej – brak pomysłu na biznes. Następnie, odnosząc się do charakterystyki, w części teoretycznej, cech i postaw przedsiębiorczych, szukano zależności istotnych statystycznie pomiędzy obiema grupami.

#### **4. Metodyka badań**

Celem badania była identyfikacja zależności pomiędzy powodami niepodejmowania działalności gospodarczej z przyczyn braku środków finansowych i braku pomysłu na biznes a wiedzą na temat przedsiębiorczości, rozumieniem, kim jest przedsiębiorca i co znaczy pojęcie bycie przedsiębiorcą, a także powodami zakładania i niezakładania firmy.

W procesie badawczym starano się odpowiedzieć na następujące problemy badawcze:

1. Czy istnieje zależność pomiędzy powodami niepodejmowania działalności gospodarczej z przyczyn braku środków finansowych i braku pomysłu na biznes a wiedzą na temat przedsiębiorczości?

2. Czy istnieje zależność pomiędzy powodami niepodejmowania działalności gospodarczej z przyczyn braku środków finansowych i braku pomysłu na biznes a rozumieniem pojęcia przedsiębiorca i skojarzeń dotyczących bycia przedsiębiorcą?

3. Czy istnieje zależność pomiędzy powodami niepodejmowania działalności gospodarczej z przyczyn braku środków finansowych i braku pomysłu na biznes a powodami zakładania i niezakładania własnej działalności gospodarczej?

Badanie zostało przeprowadzone w 2014 roku, a prezentowane wyniki stanowią część autorskiego projektu badawczego dotyczącego bezrobocia i przedsiębiorczości. Dobór osób do badania był przypadkowy. W czasie prowadzonego badania wszystkie osoby pracowały, ale miały już pewne doświadczenie poszukiwania pracy.

#### **5. Wyniki badań**

W badaniu brało udział 209 respondentów. Większość badanych – ponad 77% – to osoby w wieku 20-29 lat. Kolejne 14% to osoby między 30 do 40 rokiem życia. W grupie badanych przeważały kobiety (152), natomiast mężczyzn było 57. Wyższe wykształcenie zadeklarowały 124 osoby (59,3%), średnie 85 osób (40,7%). Wśród respondentów było najwięcej osób, które pracowały na stanowisku specjalistycznym (34%) oraz jako pracownik umysłowy (26,8%). Pracowników fizycznych było 34 (16,3%), a na stanowisku kierowniczym pracowało 38 osób (18,2%).

Na podstawie wyników okazało się, że w badanej próbie było 85 osób (40,7%), które jako powód niepodjęcia działalności gospodarczej podały brak środków finansowych, i 28 osób (13,4%), które jako powód niepodjęcia działalności gospodarczej podały brak pomysłu, nie wskazując braku środków finansowych.

Analiza testem  $\chi^2$  nie wykazała istotnej statystycznie zależności pomiędzy powodami niepodjęcia działalności gospodarczej a możliwością założenia własnej firmy w sprzyjających okolicznościach,  $\chi^2(1) = 0,75$ ,  $p > 0,05$ . W obu grupach większość, tj. 94,1% osób, które nie miały środków finansowych, i 89,3% osób, które nie miały pomysłu, podało, że w sprzyjających okolicznościach założyłyby własną firmę. W tabeli 1 przedstawiono rozkład częstości dla oceny własnej wiedzy na temat przedsiębiorczości w grupie osób, które nie założyłyby własnej firmy z powodu braku środków, oraz w grupie osób, które nie założyłyby własnej firmy z powodu braku pomysłu. Za pomocą testu  $\chi^2$  stwierdzono, że zależność pomiędzy przyczyną niepodjęcia działalności gospodarczej a oceną własnej wiedzy na temat przedsiębiorczości była istotna statystycznie,  $\chi^2(3) = 12,75$ ,  $p < 0,01$ .

**Tabela 1.** Rozkład częstości dla oceny własnej wiedzy na temat przedsiębiorczości w grupie osób, które nie założyłyby własnej firmy z powodu braku środków, oraz w grupie osób, które nie założyłyby własnej firmy z powodu braku pomysłu

Wiedza na temat przedsiębiorczości	Przyczyna niepodjęcia działalności			
	brak środków		brak pomysłu	
	n	%	n	%
bardzo dobra	4	4,7	0	0
dobra	47	55,3	7	25,0
przeciętna	34	40,0	20	71,4
słaba	0	0	1	3,6
Ogółem	85	100,0	28	100,0

n – liczba osób; % – odsetek grupy

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Osoby, które nie zakładałyby własnej firmy z powodu braku środków finansowych, lepiej oceniały swoją wiedzę na temat przedsiębiorczości niż osoby, które nie zakładałyby własnej firmy z powodu braku pomysłu.

Kolejnymi badanymi problemami były opinie odnoszące się do przyczyn niepodjęcia działalności i do określeń dotyczących „kim jest przedsiębiorca”. W tabeli 2 przedstawiono średnie wartości rang cech, które wg osób badanych charakteryzują przedsiębiorcę w grupie osób, które nie założyłyby własnej firmy z powodu braku środków, i w grupie osób, które nie założyłyby własnej firmy z powodu braku pomysłu. Zestawienie uzupełniono wartościami testu U Manna-Whitneya.

**Tabela 2.** Średnie wartości rang cech, które wg osób badanych charakteryzują przedsiębiorcę w grupie osób, które nie założyłyby własnej firmy z powodu braku środków, i w grupie osób, które nie założyłyby własnej firmy z powodu braku pomysłu wraz z testem istotności różnic

Przedsiębiorca to osoba	Przyczyna niepodejmowania działalności				Z	p
	brak środków		brak pomysłu			
	M	SD	M	SD		
ciężko pracująca	1,80	1,40	2,82	1,93	-2,68**	0,007
odnosząca sukcesy	2,55	1,09	2,39	1,52	-1,26	0,207
ciesząca się prestiżem społ.	3,65	1,21	3,68	1,09	-0,09	0,931
bogacąca się kosztem innych	5,11	1,20	4,68	1,68	-0,79	0,428
dbająca o własny interes	3,08	1,53	3,32	1,54	-0,91	0,365
wykorzystująca luki prawne	4,51	1,40	4,36	1,50	-0,45	0,653

M – wartość średnia; SD – odchylenie standardowe; Z – statystyka testu; p – dwustronna istotność statystyczna; \*\* –  $p < 0,01$

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Zanotowano istotną statystycznie różnicę w zakresie przypisywania przedsiębiorcy ciężkiej pracy. Ten czynnik był oceniany jako ważniejszy przez osoby, które nie podejmowałyby własnej działalności gospodarczej ze względu na brak środków finansowych.

Kolejna pogłębiona analiza statystyczna dotyczyła przyczyn niepodejmowania działalności i rozumienia pojęcia przedsiębiorcy pod kątem korzyści i ich braku. W tabeli 3 przedstawiono średnie wartości rang dla elementów rozumienia, z czym się wiąże bycie przedsiębiorcą, w grupie osób, które nie założyłyby własnej firmy z powodu braku środków, i w grupie osób, które nie założyłyby własnej firmy z powodu braku pomysłu. Zestawienie uzupełniono wartościami testu U Manna-Whitneya.

**Tabela 3.** Średnie wartości rang dla elementów rozumienia, z czym się wiąże bycie przedsiębiorcą, w grupie osób, które nie założyłyby własnej firmy z powodu braku środków, i w grupie osób, które nie założyłyby własnej firmy z powodu braku pomysłu wraz z testem istotności różnic

Bycie przedsiębiorcą to	Przyczyna niepodejmowania działalności				Z	p
	brak środków		brak pomysłu			
	M	SD	M	SD		
dobry sposób zarabiania pieniędzy	2,90	1,75	3,30	1,92	-0,87	0,386
atrakcyjny styl życia	4,44	2,06	4,85	1,98	-0,89	0,376
sposób samorealizacji	2,83	1,74	3,04	1,79	-0,59	0,557
sposób na sukces życiowy	3,30	1,55	2,89	1,55	-1,23	0,221
stres	4,86	2,10	4,04	2,18	-1,81	0,071
prestiż	5,17	1,76	5,22	1,74	-0,18	0,860
satisfakcja i zadowolenie	3,75	1,94	4,67	1,62	-2,27*	0,023

M – wartość średnia; SD – odchylenie standardowe; Z – statystyka testu; p – dwustronna istotność statystyczna; \* –  $p < 0,05$

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Zanotowano istotną statystycznie różnicę w zakresie przypisywania przedsiębiorcy odczuwania satysfakcji i zadowolenia. Ten element był oceniany jako ważniejszy przez osoby, które nie podejmowałyby własnej działalności gospodarczej ze względu na brak środków finansowych.

Kolejna pogłębiona analiza statystyczna dotyczyła określenia zależności pomiędzy przyczynami niepodjęcia działalności a motywami jej zakładania. W tabeli 4 przedstawiono średnie wartości rang dla czynników, które zdaniem osób badanych mogą skłaniać do zakładania własnej firmy w grupie osób, które nie założyłyby własnej firmy z powodu braku środków, i w grupie osób, które nie założyłyby własnej firmy z powodu braku pomysłu. Zestawienie uzupełniono wartościami testu U Manna-Whitneya.

**Tabela 4.** Średnie wartości rang dla czynników, które zdaniem osób badanych mogą skłaniać do zakładania własnej firmy, w grupie osób, które nie założyłyby własnej firmy z powodu braku środków, i w grupie osób, które nie założyłyby własnej firmy z powodu braku pomysłu wraz z testem istotności różnic

Powody zakładania własnej firmy	Przyczyna niepodjęcia działalności				Z	p
	brak środków		brak pomysłu			
	M	SD	M	SD		
Możliwość uzyskania wyższych dochodów	2,99	2,35	3,04	2,21	-0,39	0,696
Trudność w znalezieniu pracy na etat	4,40	2,90	4,70	3,07	-0,20	0,840
Chęć realizacji marzeń	3,74	2,44	4,22	2,71	-0,89	0,376
Poczucie niezależności	3,35	1,99	3,22	1,91	-0,22	0,826
Chęć poprawy pozycji społecznej	5,25	2,14	4,93	2,83	-0,42	0,678
Chęć zainwestowania pieniędzy	6,27	2,32	6,30	3,02	-0,65	0,515
Chęć sprawdzenia się	5,75	2,06	5,74	1,97	-0,01	0,989
Nienormowany czas pracy	5,92	2,12	4,89	2,28	-2,09*	0,036
Brak szefa	5,56	2,94	5,41	2,42	-0,37	0,713

M – wartość średnia; SD – odchylenie standardowe; Z – statystyka testu; p – dwustronna istotność statystyczna; \*  $-p < 0,05$

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Zanotowano istotną statystycznie różnicę w zakresie oceny wagi nienormowanego czasu pracy. Ten element był oceniany jako ważniejszy przez osoby, które nie podejmowałyby własnej działalności gospodarczej ze względu na brak pomysłu.

Interesujące jest także sprawdzenie zależności pomiędzy przyczynami niepodjęcia działalności gospodarczej a powodami jej niezakładania. W tabeli 5 przedstawiono średnie wartości rang dla czynników, które zdaniem osób badanych mogą powstrzymać od zakładania własnej firmy w grupie osób, które nie założyłyby własnej firmy z powodu braku środków, i w grupie osób, które nie założyłyby włas-



**Tabela 5.** Średnie wartości rang dla czynników, które zdaniem osób badanych mogą powstrzymać od zakładania własnej firmy, w grupie osób, które nie założyłyby własnej firmy z powodu braku środków, i w grupie osób, które nie założyłyby własnej firmy z powodu braku pomysłu wraz z testem istotności różnic

Powody niezakładania własnej firmy	Przyczyna niepodejmowania działalności				Z	p
	brak środków		brak pomysłu			
	M	SD	M	SD		
Brak odpowiednich środków finansowych	1,55	1,40	2,04	1,68	-1,96*	0,050
Zbyt duża biurokracja	4,20	2,21	4,44	2,44	-0,46	0,649
Strach przed porażką	3,24	1,75	2,85	1,63	-0,97	0,333
Brak pomysłu na biznes	3,55	2,01	3,11	1,50	-0,80	0,426
Trudności w łączeniu obowiązków rodzinnych z pracą	6,09	1,71	6,00	1,78	-0,08	0,937
Nadmierne obciążenie pracą	5,84	1,63	5,41	2,02	-0,64	0,526
Nienormowany czas pracy	7,18	1,73	7,30	2,09	-0,97	0,333
Niechęć do brania na siebie odpowiedzialności	5,07	1,83	4,70	1,98	-0,95	0,344
Sprzeciw bliskich, rodziny	7,52	2,16	7,52	2,26	-0,26	0,795

M – wartość średnia; SD – odchylenie standardowe; Z – statystyka testu; p – dwustronna istotność statystyczna; \* –  $p < 0,05$

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

nej firmy z powodu braku pomysłu. Zestawienie uzupełniono wartościami testu U Manna-Whitneya.

Zanotowano istotną statystycznie różnicę w zakresie oceny braku odpowiednich środków finansowych. Ten element był oceniany jako ważniejszy przez osoby, które nie podejmowałyby własnej działalności gospodarczej właśnie z tego powodu.

## 6. Podsumowanie i dyskusja wyników

Na podstawie analizy wyników badania stwierdzono, że większość osób wskazała jako powód niepodejmowania działalności gospodarczej brak środków finansowych, a najmniej – brak pomysłu, nie wskazując braku środków finansowych.

Natomiast na podstawie pogłębionej analizy statystycznej wyniki można rozpatrywać w dwóch aspektach. Dotyczy to wyodrębnienia dwóch grup: osób, dla których przyczyną niezakładania własnej działalności gospodarczej jest brak środków finansowych, i osób, które jako powód wskazały brak pomysłu.

Okazało się, że osoby, które jako przyczynę niezakładania własnej działalności gospodarczej wskazują brak środków finansowych, lepiej oceniają swoją wiedzę na

temat przedsiębiorczości niż osoby, które jako tę przyczynę podają brak pomysłu. Być może osoby te mają pomysł na biznes, dostrzegają szanse, ale nie mają środków na jego realizację, a czas na ich zdobycie wykorzystują na pogłębianie swojej wiedzy w zakresie prowadzenia firmy. W takiej sytuacji wynik ten nie zaskakuje, bowiem dostrzegając znaczenie posiadania wiedzy w obszarze realizacji pomysłu, rozwijają swoje umiejętności, zdobywając niezbędną wiedzę.

Ponadto wyniki pokazały, że osoby, które jako przyczynę niezakładania własnej działalności gospodarczej wskazują brak środków finansowych, jako czynnik opisujący, „kim jest przedsiębiorca”, wskazują, że przedsiębiorca to osoba ciężko pracująca. Mając na uwadze powyższe wnioski, wynik ten nie zaskakuje. Osoby badane zdają sobie sprawę, jak wiele pracy i czasu wymaga samo opracowanie realizacji pomysłu na biznes. Zatem przypisanie przedsiębiorcy ciężkiej pracy staje się oczywiste.

Wyniki badania wskazują także, że osoby, które jako przyczynę niezakładania własnej działalności gospodarczej wskazują brak środków finansowych jako czynnik opisujący, co znaczy „bycie przedsiębiorcą”, przypisują przedsiębiorcy odczuwanie satysfakcji i zadowolenia. Realizując własny pomysł na biznes, każdy człowiek może odczuwać satysfakcję. Jest to także związane ze sposobem na samorealizację, a ten stan jest bez wątpienia pozytywny, przynoszący człowiekowi pewien stan zadowolenia. Można uznać, że istotna jest umiejętność dostrzegania swoich możliwości oraz własny rozwój, a przede wszystkim chęć do uzupełniania wiedzy, a cecha ta wiąże się z ciekawością i otwartością na rzeczywistość.

Natomiast wyniki pokazały, że dla osób, które jako przyczynę niepodjęcia działalności gospodarczej podały brak pomysłu, powodem do jej zakładania wskazały jako najważniejszy nienormowany czas pracy. Być może osoby te dużą wagę przywiązują do czynnika czasu, ale w takiej sytuacji trudno przewidzieć, że osiągną sukces, prowadząc własną firmę, która na pewno będzie od nich wymagała poświęcenia większej uwagi i czasu.

Ponadto badanie pokazało, że osoby, które jako przyczynę niezakładania własnej działalności gospodarczej wskazują brak środków finansowych, do powodów niezakładania firmy jako najważniejszy czynnik wskazują brak odpowiednich środków finansowych. Ten wynik nie zaskakuje, wręcz można powiedzieć, że trudno spodziewać się innego wyniku.

Warto tu podkreślić, że osoby badane miały do wyboru zróżnicowaną paletę odpowiedzi, także dotyczące postawy reaktywnej lub indyferentnej. Z nieopublikowanych jeszcze wyników projektu badawczego autorki wynika, że zdaniem respondentów motywami, które powstrzymują przed otwieraniem własnej firmy, są: odpowiednich środków finansowych (ranga 2,21), strach przed porażką (ranga 3,14), brak pomysłu na biznes (ranga 3,29). Niższe rangi uzyskały odpowiedzi związane ze zbyt dużą biurokracją (ranga 4,46) i wskazujące niechęć do brania na siebie odpowiedzialności (ranga 4,94). Natomiast najniższe rangi w hierarchii miały: nadmierne obciążenie pracą (ranga 5,59), trudności w łączeniu obowiązków rodzinnych z pracą



(6,08) i nienormowany czas pracy (ranga 6,88). Pogłębiona analiza statystyczna, która miała na celu wskazanie zależności istotnych statystycznie badanych zmiennych, wykazała brak zależności z czynnikami charakteryzującymi m.in. postawę reaktywną czy indyferentną. Rozpoczęcie i prowadzenie działalności gospodarczej jest silnie motywowane materialnie i ambicjonalnie. Obszarem nieodzownym do wyjaśnienia przedsiębiorczości pojedynczych osób jest sfera związana z problematyką psychologii – osobowość człowieka, jego cechy i życiowe postawy. Aby mówić o sukcesie w działaniach przedsiębiorczych, należy brać pod uwagę złożoność problematyki przedsiębiorczości indywidualnej. Istotne stają się m.in.: nastawienie na działanie (aktywność/bierność czy zobojętnienie), podejście do problemów (szukanie rozwiązań/przejmowanie się problemami), odpowiedzialność za podejmowane działanie (branie odpowiedzialności lub nie), podporządkowanie się i uległość lub ich brak.

Wyniki badania dotyczącego przedsiębiorczości skłoniły autorkę do zastosowania pogłębionej analizy statystycznej, aby wyodrębnić zależności istotne statystycznie i zanalizować obie grupy w zakresie przyczyn niepodjęcia działalności gospodarczej z powodu braku środków finansowych i braku pomysłu. Prezentowane badanie wykazało, że analizując problematykę przedsiębiorczości, należy brać pod uwagę występowanie, lub nie, różnych zależności zmiennych. Szczegółowa dedukcja może pomóc wyjaśnić pewne złożone kwestie i wysunąć pogłębione wnioski. Wnikliwa analiza pozwala uznać za pozytywną weryfikację postawionych problemów i osiągnięcie celu badawczego. Autorka rekomenduje problematykę przedsiębiorczości innym badaczom, aby wzięli pod uwagę perspektywę prowadzenia dalszych badań w tym zakresie, łącznie z obszarem zagadnień prezentowanego badania.

## Literatura

- Glinka B., Gudkowa S., 2011, *Przedsiębiorczość*, Oficyna a Wolters Kluwer business, Warszawa.
- Kaliszczyk L., 2003, *Motywy i uwarunkowania działań przedsiębiorczych*, [w:] Jaremczuk K. (red.), *Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości – szanse i zagrożenia*, Wydawnictwo PWSZ, Tarnobrzeg.
- Kolasińska E., 2010, *Stymulowanie działań przedsiębiorczych*, [w:] Kulawczuk P., Poszewicki A. (red.), *Behawioralne determinanty rozwoju przedsiębiorczości w Polsce. Behawioralny wymiar przedsiębiorczości*, Fundacja Rozwoju Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk.
- Kostera M., 2014, *Studium przypadku a edukacja przedsiębiorczości*, [w:] Kostera M. (red.), *O przedsiębiorczości. Historie niezwykle*, Wydawnictwo Difin, Warszawa.
- Kubów M., 2014, *Czynniki wpływające na zdolność do identyfikacji szans w przedsiębiorczości w branży sportowej – na przykładzie organizatorów sportu*, [w:] Postuła A., Glinka B., Pasieczny J. (red.), *Oblicza przedsiębiorczości*, Wydawnictwo UW, Warszawa.
- Kurczewska A., 2013, *Przedsiębiorczość jako proces współdziałania sposobności i intencji przedsiębiorczych*, Wydawnictwo PWE, Warszawa.
- Lipiński E., 1981, *Problemy, pytania, wątpliwości. Z warsztatu ekonomisty*, Wydawnictwo PWE, Warszawa.

- Makarski S., 2000, *Człowiek a przedsiębiorczość w gospodarce rynkowej*, [w:] Jaremczuk K. (red.), *Przedsiębiorstwo w procesie transformacji*, Wydawnictwo WSAiZ, Przemyśl.
- Niemczyk R., 2003, *Zakładam firmę. Krok po kroku do działalności gospodarczej*, Wydawnictwo AJG, Bydgoszcz.
- Noga A., 2011, *Teorie przedsiębiorstw*, Wydawnictwo PWE, Warszawa.
- Rachwał T., 2004, *Cele i treści kształcenia przedsiębiorczości w szkołach ponadgimnazjalnych*, [w:] Brdulak J., Kulikowski M. (red.), *Przedsiębiorczość stimulatorem rozwoju gospodarczego*, Wydawnictwo Instytut Wiedzy, Warszawa.
- Stańczyk S., Sus A., 2013, *Uwarunkowania trwania i rozwoju organizacji pozarządowych na terenie Dolnego Śląska. Raport z badań*, Dolnośląski Instytut Doradczy DID, Dolny Śląsk.
- Strużycki M., 2002, *Zarządzanie małym i średnim przedsiębiorstwem. Uwarunkowania europejskie*, Wydawnictwo Difin, Warszawa.
- Sudoł S., 2008, *Przedsiębiorczość – jej pojmowanie i czynniki ją kształtujące*, *Problemy Zarządzania*, nr 2, s. 9-26.
- Wiatrak A., 2003, *Pojęcie przedsiębiorczości, jej cele i rodzaje*, [w:] Jaremczuk K. (red.), *Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości – szanse i zagrożenia*, Wydawnictwo PWSZ, Tarnobrzeg.
- Wójcik G., 2014, *Przedsiębiorczość, kreatywność, zdolność do uczenia się źródłem wzrostu konkurencyjności przedsiębiorstw*, [w:] Postuła A., Glinka B., Pasieczny J. (red.), *Oblicza przedsiębiorczości*, Wydawnictwo UW, Warszawa.