

Paula Pestka

Wyższa Szkoła Bankowa w Poznaniu

Dominująca logika młodych przedsiębiorców

Niniejsze opracowanie stanowi podsumowanie pilotażowych badań w zakresie dominującej logiki młodych przedsiębiorców, przeprowadzonych wśród uczestników przedmiotu Przedsiębiorczość w praktyce oraz beneficjentów Akademickiego Inkubatora Przedsiębiorczości. Analiza dostarcza informacji na temat ogólnych cech badanej zbiorowości oraz różnic w dominującej logice przedsiębiorców i osób, które nie prowadzą własnej działalności gospodarczej.

Zjawisko rosnącego zainteresowania przedsiębiorczością ma swoje źródła zarówno w dynamicznie rozwijającym się sektorze usług¹, jak i sukcesywnie poprawiającym się wizerunku społecznym przedsiębiorcy². Coraz częściej decyzja o rozpoczęciu własnego biznesu, podejmowana przez młodych ludzi, jest świadomym wyborem, nie zaś przymusem związanym z obawą przed bezrobociem. Z badań przeprowadzonych w 2004 roku przez *Global Entrepreneurship Monitor*³ wynika, iż ponad 30% osób, które zamierzają rozpocząć własną działalność gospodarczą w Polsce reprezentuje grupę wiekową 18–24 lata. Około połowa z nich to studenci i uczniowie.

Niniejsze opracowanie jest wynikiem badań przeprowadzonych wśród wszystkich uczestników zajęć Przedsiębiorczość w praktyce w jednej z wiodących prywatnych uczelni ekonomicznych oraz beneficjentów Akademickich Inkubatorów Przedsiębiorczości w Poznaniu. Stanowi ona próbę odnalezienia motywów podjęcia działalności gospodarczej w społeczności studenckiej, a także różnic w dominującej logice młodych przedsiębiorców oraz osób, które dopiero planują podjęcie własnej działalności gospodarczej bądź wcale nie zamierzają jej prowadzić. Przyjmując za autorami koncepcji, Battisem i Prahaladem⁴, poprzez

¹ W tym, w szczególności usług internetowych.

² Por. L. Kolarska-Bobińska, *Świadomość ekonomiczna społeczeństwa i wizerunek biznesu*, Instytut Spraw Publicznych, Warszawa 2004.

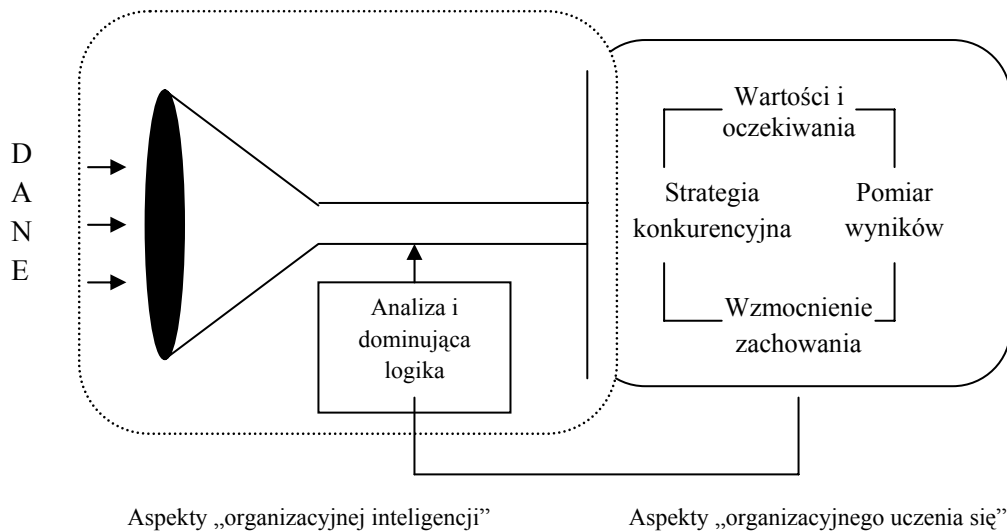
³ Por. *Studium przedsiębiorczości w Polsce w 2004 roku*, Global Entrepreneurship Monitor, Polska 2005.

⁴ Por. R.A. Bettis, C.K. Prahalad, *Dominant logic: retrospective and extension*, „Strategic Management Journal” 1995, tom 16, s. 5–14.

dominującą logikę autorka rozumie pewien schemat poznawczy, stosowany przez menedżerów. Dzięki niemu ocena tej samej sytuacji przez różnych przedsiębiorców, jak również podejmowanie decyzji i wynikających z nich działań jest odmienna, gdyż zależy od przyjętych paradygmatów i dotychczasowych doświadczeń. Głównym założeniem tej koncepcji jest występowanie pewnego subiektywnego filtra, przez który przedsiębiorcy „przepuszczają” informacje dotyczące otoczenia oraz umiejętności i zasobów, którymi dysponują, w ten sposób, aby odpowiadały one przyjętym wzorcom, wartościom, a w rezultacie strategiom. Poprzez system filtrowania informacji utrwalany zostaje pewien schemat postrzegania rzeczywistości, nazywany *organizacyjną inteligencją* lub też *zdolnością do uczenia się*.

Bezpośrednią inspiracją dla podjęcia poniższych badań stały się prace zespołu prof. Oblója, który analizował różnice pomiędzy dominującą logiką przedsiębiorstw – liderów oraz ich *alter ego*, czyli tych, które spadły na *peryferia rynku*⁵. Wynik badań wskazał na różnice w kluczowych elementach dominującej logiki liderów rynkowych oraz *firm peryferyjnych*, takich jak paradygmaty otoczenia i organizacji, rutyny, kluczowe wybory i wzmocnienia. Warto odnotować, iż analiza dowiodła, że *dominująca logika firm peryferyjnych nie uległa zmianie w trakcie ewolucji, tylko powstała w całości niemal od razu w momencie powstawania firmy lub w bardzo wczesnym okresie jej rozwoju*⁶.

Rysunek 1. Dominująca logika



Źródło: R.A. Bettis, C.K. Prahalad, *Dominant logic: retrospective and extension*, „*Strategic Management Journal*” 1995, tom 16.

⁵ Por. K. Oblój (red.), *Dominująca logika firmy*, Wydawnictwo WSPiZ, Warszawa 2003.

⁶ Por. Tamże, s. 179.

Wychodząc z powyższych założeń, autorka postanowiła zweryfikować różnice w dominującej logice przyszłych i początkujących przedsiębiorstw. Jako sukces przyjęto w badaniach sam fakt założenia firmy przez osoby kończące studia. Pierwszy etap dotyczy całej społeczności respondentów, oceniając ich ogólne nastawienie do kwestii związanych z uruchamianiem i prowadzeniem biznesu. Następnie, wyodrębniono różnice pomiędzy sposobem postrzegania rzeczywistości przez osoby, które prowadzą lub zamierzają rozpocząć działalność gospodarczą oraz te, które nie wiążą swej przyszłości z własnym biznesem. Analiza ma charakter badania pilotażowego i stanowi punkt wyjścia do badań ilościowych i jakościowych na szeroką skalę.

Badaniom ankietowym poddano 72 studentów trybu dziennego i wieczorowego z piątego roku, którzy uczestniczyli w zajęciach *Przedsiębiorczość w praktyce*⁷. Należy dodać, iż przedmiot ten był wybierany przez studentów jako dodatkowy, nieobjęty obowiązkowym programem nauczania i miał charakter warsztatów. Można zatem założyć, iż osoby, które brały udział w badaniach wykazują ponadprzeciętne zainteresowanie tematyką przedsiębiorczości. Wśród ankietowanych były 53 kobiety i 19 mężczyzn, z czego większość (65 osób) ukończyła 23 lata. Respondenci, którzy prowadzą własną działalność gospodarczą stanowili najmniej liczną grupę – 8 osób (11% próby), natomiast ci, którzy zadeklarowali zamiar uruchomienia firmy byli w większości – 40 osób (56%). Pozostała grupa badanych osób (24, 33%) nie zamierza rozpoczynać własnego biznesu. Dodatkowo, badaniom poddano 10 beneficjentów Akademickiego Inkubatora Przedsiębiorczości, którzy funkcjonują jako pioniry inkubatora, bez konieczności rejestracji swojej działalności⁸.

Odpowiadając na pytanie o główne źródło decyzji o rozpoczęciu działalności gospodarczej najwięcej osób wskazało na *zainteresowanie tematyką zarządzania* oraz *wspólny pomysł kilku osób* (po 47%), jak również *tradycję rodzinną* (46%). W dalszej kolejności wymieniano: *wsparcie ze strony organizacji okołobiznesowych* (32%), *odkrycie predyspozycji menedżerskich* (29%), *strach przed trudnościami ze znalezieniem pracy* (22%) oraz *podpatrzony pomysł* (10%). Najmniej osób wskazało na *wsparcie ze strony uczelni* jako impuls dla decyzji o własnym przedsiębiorstwie (7%). W pytaniu o trudność w podjęciu decyzji o uruchomieniu własnego biznesu większość badanych uznała ją za *średnio trudną* (39%), następnie *dość trudną* (19%), *trudną* (17%), *dość łatwą* (8%), *bardzo trudną* (8%) oraz *bardzo łatwą* (3%). Badani studenci swoje predyspozycje w zakresie prowadzenia działalności gospodarczej określają jako *duże* (46%), *średnie* (38%), znacznie rzadziej jako:

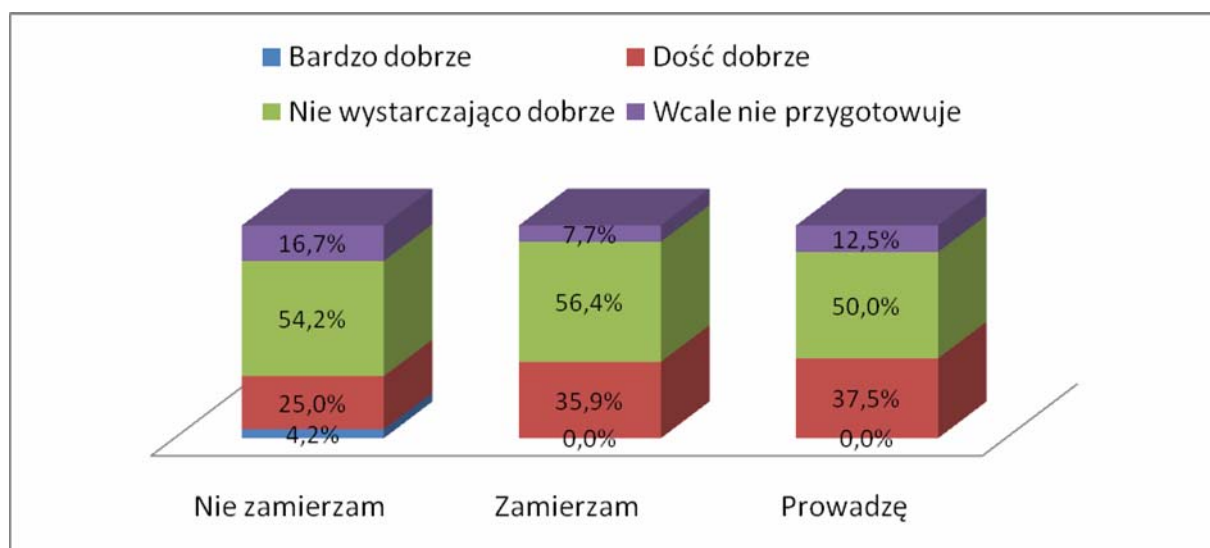
⁷ Wymiar godzin nauczania: studia dzienne – 20, studia wieczorowe – 16.

⁸ Okres inkubacji wynosi 2 lata. Więcej informacji na stronie www.inkubatory.pl.

bardzo duże lub *bardzo małe*. Znaczna większość respondentów przyznaje, że *trochę boi się konkurencji* (72%), wśród tych, którzy *bardzo się obawiają* lub *nie boją się konkurencji* proporcje są takie same (po 14%). Jedynie 15 osób (21%) potwierdziło, że istnieją osoby, które stanowią dla nich inspirację w zakresie prowadzenia działalności – są to przede wszystkim członkowie rodziny oraz medialni biznesmeni. 25 osób (35%) tworząc strategię, zamierza skorzystać z pomocy specjalistów – z dziedziny marketingu, bankowości i zarządzania. Ocena obecnej sytuacji rynkowej określana jest w większości wskazań jako sprzyjająca (57%), 36% respondentów uważa, że rynek *ani nie sprzyja, ani nie przeszkadza*, a jedynie 7% uznaje, iż obecna sytuacja nie sprzyja otwieraniu nowych firm. Jako główne źródła informacji przy konstruowaniu koncepcji własnego biznesu wskazywano odpowiednio: *osobiste relacje* (79%) oraz *spotkania z przedsiębiorcami* (76%), następnie *czasopisma* (47%), *konferencje* (46%), *programy telewizyjne* (39%), *ćwiczenia i wykłady* (36%) oraz *książki* (28%). Z badań wynika również, iż większość przyszłych przedsiębiorców *nie wyobraża sobie pracować w dużej firmie na stanowisku szeregowym* (75%), choć mają oni doświadczenie w pracy zawodowej (76%), w tym głównie w pracy *etatowej* (49%), na *podstawie umowy zlecenia* (32%), rzadziej sezonowej pracy w firmie rodzinnej (24%) lub za granicą (21%). Tylko 13% z badanych nie posiada doświadczenia w pracy zarobkowej. Niepokojące są opinie dotyczące oceny systemu edukacyjnego (wykres 1) – ponad połowa studentów uważa, że niewystarczająco dobrze (54%), a nawet wcale (11%) nie przygotowuje on do prowadzenia działalności gospodarczej. Ocen pozytywnych systemu kształcenia jest znacznie mniej – jako dość dobrze przygotowujący ocenia go 32% studiujących. Chętnie wymieniane są, jednak, zagadnienia, które zdaniem młodych przedsiębiorczych, należy wprowadzić, aby poprawić system kształcenia przyszłych przedsiębiorców (90% wskazań). Wśród najczęściej wymienianych postulatów pojawiają się dotyczące wprowadzenia praktycznych aspektów nauczania w zakresie: radzenia sobie z sytuacjami kryzysowymi, rozwiązywania konfliktów, podejmowania decyzji, negocjacji, motywacji oraz organizacji pracy menedżera.

Szczególne znaczenie poznawcze ma analiza różnic w dominującej logice charakteryzującej poszczególne grupy respondentów ankiet. W tym etapie włączono do analizy rezultaty badań przeprowadzonych wśród przedsiębiorców z Akademickiego Inkubatora Przedsiębiorczości.

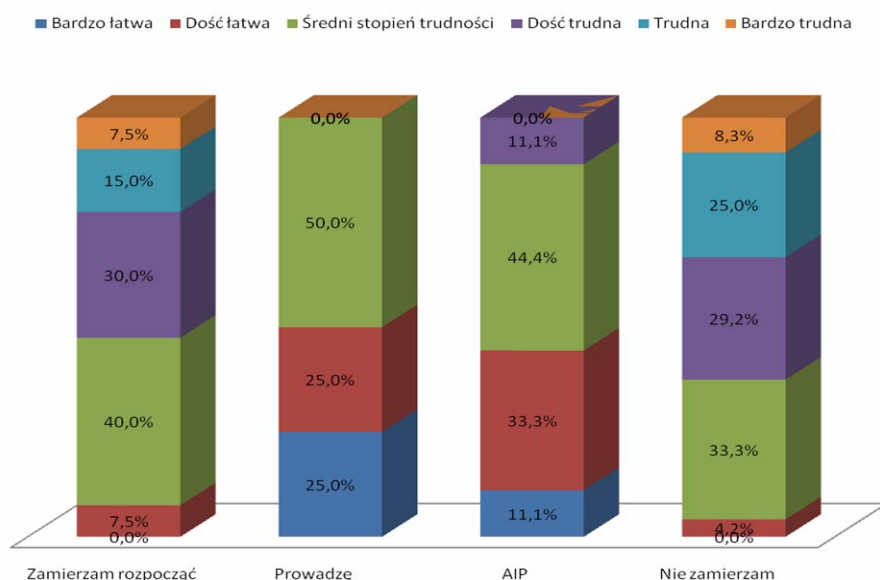
Wykres 1. Ocena systemu edukacyjnego w Polsce pod kątem przygotowania do prowadzenia własnego przedsiębiorstwa



Źródło: opracowanie własne

Dla potrzeb analizy, stworzono 4 grupy i uszeregowano je rosnąco – w zależności od zaangażowania w działalność gospodarczą: *nie zamierzam rozpocząć działalności gospodarczej, zamierzam uruchomić własny biznes, działam w ramach AIP, prowadzę własną firmę.*

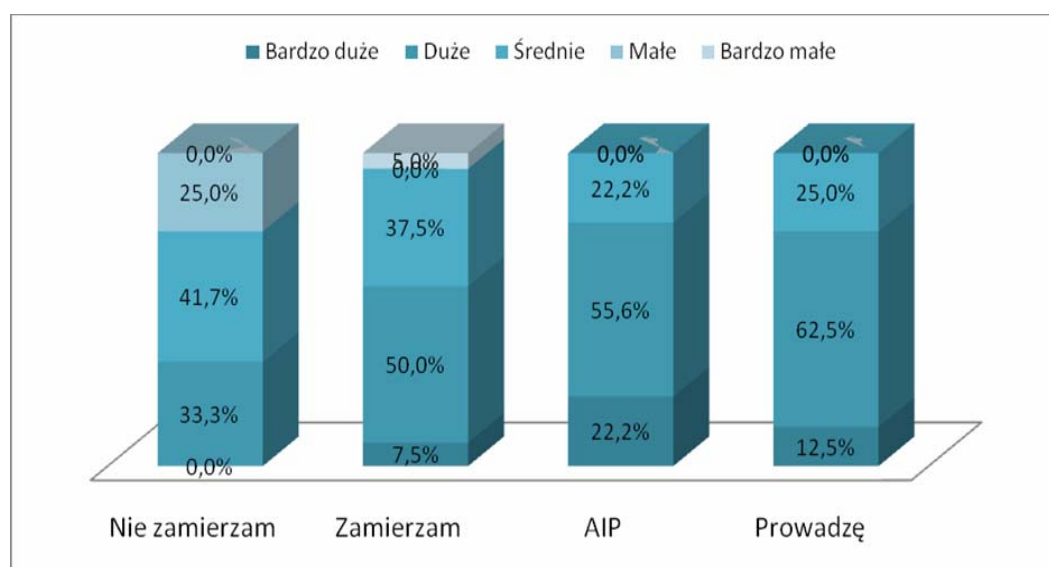
Wykres 2. Ocena stopnia trudności decyzji o rozpoczęciu działalności gospodarczej z podziałem na grupy respondentów



Źródło: opracowanie własne

Ocenę stopnia trudności podejmowania decyzji o własnym biznesie przedstawia wykres 2. Osoby prowadzące działalność gospodarczą, oceniły w większości tę decyzję jako *bardzo łatwą* i *łatwą*, co w znacznym stopniu odróżnia ich od respondentów bez doświadczenia w prowadzeniu własnego biznesu, którzy dużo częściej określali ją jako *trudną*, a nawet *bardzo trudną*. Może to oznaczać, iż ci, którzy już taką decyzję podjęli, wiedzą, że prowadzenie biznesu wiąże się z ciągłym podejmowaniem działań o znacznie większym stopniu trudności. Poza tym, nasuwa się wniosek, iż studenci mają sporą świadomość swoich kompetencji, niemal intuicyjnie oceniając swoje szanse na powodzenie w biznesie. Potwierdzają to odpowiedzi na kolejne pytanie o ocenę swoich predyspozycji do prowadzenia działalności gospodarczej (wykres 3).

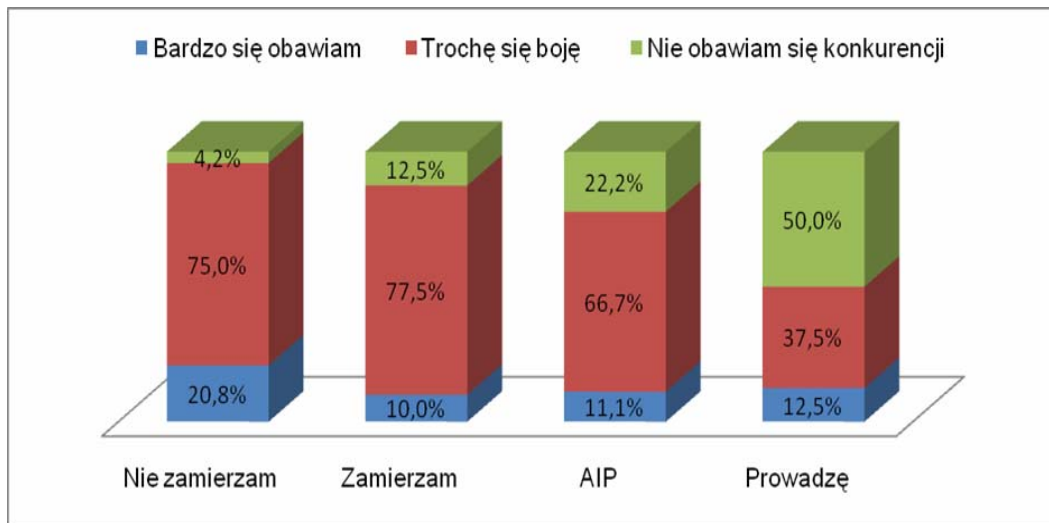
Wykres 3. Ocena własnych predyspozycji do prowadzenia działalności



Źródło: opracowanie własne

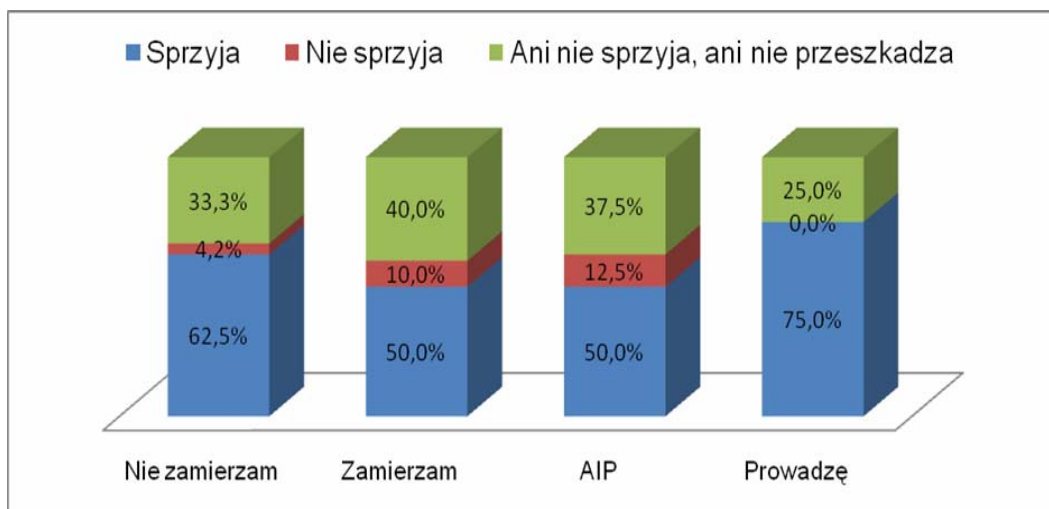
Odpowiedzi z dalszej części kwestionariusza, dotyczące postrzegania otoczenia, ukazują znacznie bardziej pozytywny stosunek do oddziaływania konkurencji rynkowej wśród prowadzących firmy, w odróżnieniu do tych, którzy nie mają w tym zakresie doświadczenia (wykres 4). Można, zatem, przyjąć założenie, że obawy przed konkurencją wśród osób bez własnej praktyki gospodarczej są nie do końca uzasadnione. Podobny jest natomiast stosunek wszystkich grup respondentów do wpływu obecnej sytuacji gospodarczej na prowadzenie biznesu, który większość ankietowanych uznała jako sprzyjający (wykres 5).

Wykres 4. Stosunek do konkurencji rynkowej



Źródło: opracowanie własne

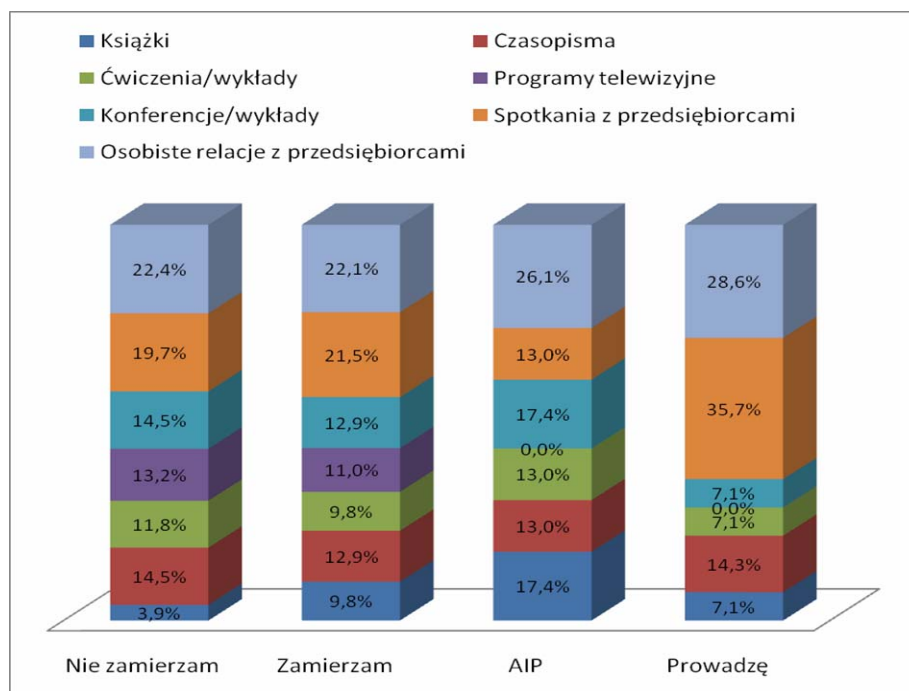
Wykres 5. Ocena obecnej sytuacji gospodarczej pod kątem prowadzenia działalności gospodarczej



Źródło: opracowanie własne

Podobnie kształtuje się struktura wskazywanych źródeł informacji, wykorzystywanych do tworzenia koncepcji biznesu w obu ocenianych grupach. Najczęściej wskazywanymi obszarami, skąd można czerpać wiedzę i inspirację, są spotkania i osobiste relacje z przedsiębiorcami – w szczególności dotyczy to osób, które prowadzą już swoje firmy. Można w związku z tym założyć, iż spotkania z właścicielami firm, którym się powiodło są jednym z podstawowych wzorców, z których czerpią przyszli przedsiębiorcy.

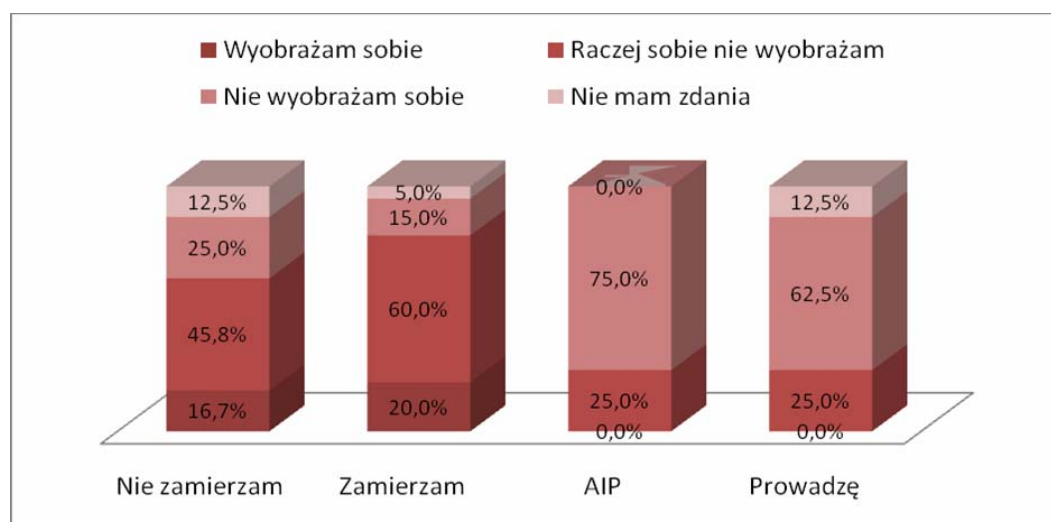
Wykres 6. Źródła informacji przy konstruowaniu koncepcji biznesu



Źródło: opracowanie własne

Dużą różnicę widać pomiędzy nastawieniem przedsiębiorców i tych, którzy nie zamierzają prowadzić działalności gospodarczej do pracy na stanowisku szeregowym w dużej firmie (powyżej 250 pracowników). Respondenci prowadzący własne firmy lub działający w ramach inkubatora zdecydowanie nie wyobrażają sobie pracy na stanowisku szeregowym w dużej firmie. Wskazują przy tym na potrzebę niezależności, wpływu na swoją pracę i chęci sprawdzenia się w warunkach rynkowych.

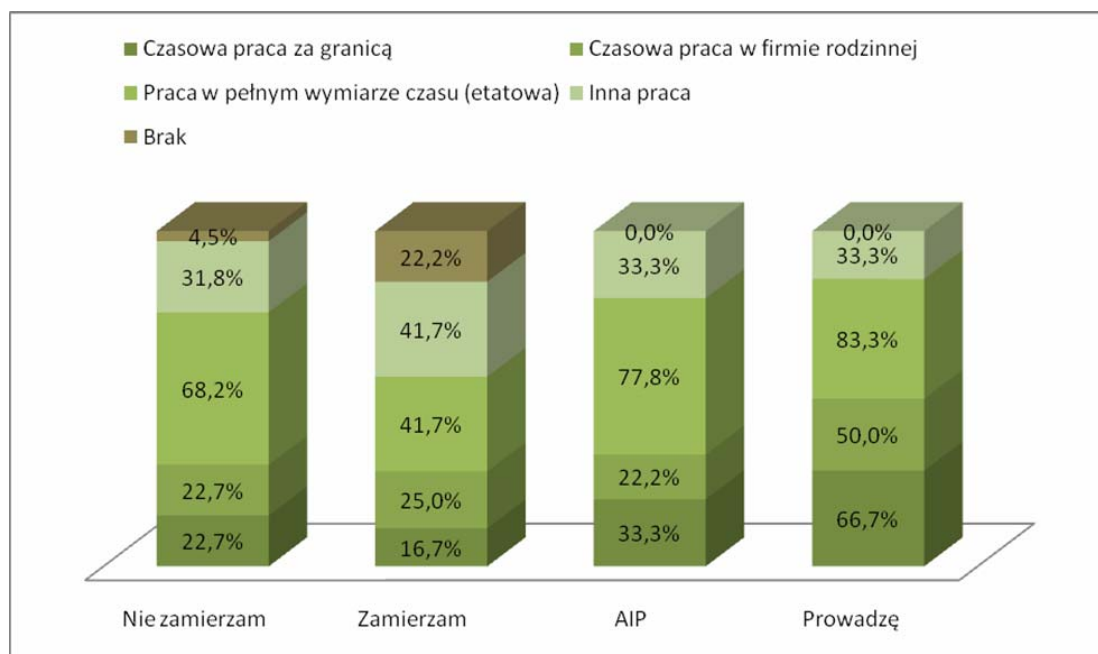
Wykres 7. Stosunek do podjęcia pracy w dużej firmie na stanowisku szeregowym



Źródło: opracowanie własne

Kolejną różnicą pomiędzy grupą osób, które prowadzą i nie prowadzą własnych przedsiębiorstw jest doświadczenie zawodowe. Wszyscy przedsiębiorcy mają doświadczenie w pracy zawodowej, w tym często zdobyte w firmie rodzinnej oraz zagranicą. Może to skutkować postawieniem hipotezy, zakładającej, iż atmosfera rodzinnego biznesu oraz doświadczenia z pracy poza granicami kraju jest bardzo przydatne do prowadzenia własnej firmy.

Wykres 8. Doświadczenie w pracy zarobkowej



Źródło: opracowanie własne

Celem powyższych pilotażowych badań było stworzenie ogólnej charakterystyki młodych przedsiębiorczych, a następnie zweryfikowanie, czy istnieją różnice pomiędzy dominującą logiką studentów, którzy prowadzą własne przedsiębiorstwa i tych, którzy takowych nie posiadają. Wyniki ankiet, wzbogacone o informacje płynące z rozmów i licznych dyskusji z uczestnikami kursu, dają obraz otwartych na wiedzę i praktyczne umiejętności studentów, ceniących niezależność i przekonanych o wysokim poziomie własnych kompetencji. Większość z tych osób wzrastała w atmosferze przedsiębiorczości rodzinnej i posiada doświadczenie w pracy zarobkowej (często za granicą). Nie w pełni wykorzystują oni, jednak, swój twórczy potencjał, popadając często w schematy myślowe oraz w małym stopniu poszukując przykładów i wzorów do naśladowania na własną rękę. Niepokojąca jest ocena systemu edukacyjnego, gdzie wśród głównych zarzutów wymienia się najczęściej niską przydatność praktyczną przekazywanej wiedzy oraz niedostateczny wymiar

czasowy zajęć z obszaru zarządzania operacyjnego: rozwiązywania konfliktów, negocjacji czy organizacji pracy menedżera. Należy jednak wziąć pod uwagę fakt, że jest to zbiorowość pochodząca głównie z jednej uczelni, zatem – dla potwierdzenia powyższych hipotez – należy przeprowadzić badania w innych ośrodkach akademickich.

Wśród czynników różnicujących dwie wydzielone grupy można natomiast wymienić: bardziej optymistyczny stosunek do otoczenia i większe przekonanie o predyspozycjach do prowadzenia działalności gospodarczej oraz większe doświadczenie zawodowe i dążenie do autonomii wśród obecnych przedsiębiorców. Warto dodać, iż doświadczenie gospodarcze młodych przedsiębiorców obejmuje jedynie okres wzrostu gospodarczego, zatem ich ocena otoczenia może ulec zmianie w momencie dekonjunktury.

Powyższe badania potwierdzają celowość przeprowadzenia szczegółowej analizy na szeroką skalę, a w dalszej kolejności, zweryfikowania cech różnicujących młodych przedsiębiorców, którzy rozwinęli swoje firmy od tych, którzy zaprzestali działalności lub *spadli na peryferia*⁹. Pomimo że nie dostarczą one gotowej recepty na sukces, to być może będą przydatne w opracowywaniu programów pomocowych dla młodych przedsiębiorców tworzonych przez szkoły i instytucje okołobiznesowe.

Bibliografia

- R.A. Bettis, C.K. Prahalad, *Dominant logic: retrospective and extension*, „Strategic Management Journal” 1995, tom 16, s. 5–14.
- A. Charney, D.G. Libecap, *Impact of Entrepreneurship Education*, Kaufman Center for Entrepreneurial Leadership, Boston 2000.
- J. Cieślik, *Przedsiębiorczość dla ambitnych. Jak uruchomić własny biznes*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2006.
- P.F. Drucker, *Innowacja i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady*, PWE, Warszawa 1992.
- P.F. Drucker, *Natchnienie i fart czyli innowacja i przedsiębiorczość*, Wydawnictwo Studio Emka, Warszawa 2004.
- Kwiatkowski S., *Przedsiębiorczość intelektualna*, WN PWN, Warszawa 2002.
- S. Kwiatkowski, J. Sadlak (red.), *Knowledge Café for Intellectual Entrepreneurship through Higher Education*, red, Wydawnictwo WSPiZ, Warszawa 2003.
- Studium przedsiębiorczości w Polsce w 2004 roku*, Global Entrepreneurship Monitor, Polska 2005.
- L. Kolarska-Bobińska (red.), *Świadomość ekonomiczna społeczeństwa i wizerunek biznesu*, Instytut Spraw Publicznych, Warszawa 2004.

⁹ Por. *Dominująca logika firmy*, dz. cyt.

Netografia

www.inkubatory.pl, [kwiecień 2007].

Abstract

The paper is a summation of preliminary research on dominant logic of young entrepreneurs carried out among students taking part in the Practical Entrepreneurship course and the Academic Entrepreneurship Incubator. The analysis has provided information about overall characteristics of young entrepreneurs and differences between dominant logic of entrepreneurs and non-entrepreneurs.

Nota o Autorce

Autorka jest pracownikiem Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu oraz konsultantem z zakresu zarządzania strategicznego. Od 1,5 roku prowadzi własną działalność gospodarczą niezwiązaną ze swoją specjalizacją. Od 4 lat interesuje się tematyką przedsiębiorczości wśród studentów i absolwentów. Współpracuje z inkubatorami, analizując efektywność stosowanych przez nie programów wsparcia dla przedsiębiorców.