

Ewa Banachowicz

Jaki jest polski przedsiębiorca

W ubiegłym roku zostały przeprowadzone badania polskich przedsiębiorców zarządzających małymi przedsiębiorstwami. Odpowiedzi udzieliło 50 przedsiębiorców z przedsiębiorstw usługowych, produkcyjnych oraz prowadzących równocześnie handel, produkcję i usługi. Od razu wypada zauważyć brak czystości branżowej przedsiębiorstw. Wielu przedsiębiorców (około połowa badanych) prowadzi przedsiębiorstwa wielobranżowe zajmując się równocześnie różnymi rodzajami działalności. Wynika to z braku stabilizacji na wielu rynkach. Przedsiębiorstwa szukają możliwości zabezpieczenia swojej egzystencji na kilku rynkach równocześnie.

Jaki jest polski przedsiębiorca początki lat dziewięćdziesiątych?

- średnia wieku badanych – ok. 40 lat,
- wykształcenie – polscy przedsiębiorcy są bardzo dobrze wykształceni. Około połowa badanych ukończyła studia (47%), a wszyscy ukończyli co najmniej 11 klas,
- doświadczenie – przedsiębiorcy są osobami relatywnie doświadczonymi; prowadzą przedsiębiorstwa średnio ponad 9 lat. Ponadto wielu z nich odziedziczyło doświadczenie po rodzicach. 36% miało ojca przedsiębiorcę, a 22% matkę prowadzącą działalność gospodarczą. Potwierdza to tezę, że łatwiej zostać przedsiębiorcą mając tradycje rodzinne.

Należy zaznaczyć, że przedsiębiorcy polscy sami zakładają swoje firmy (82%). Bardzo rzadko kupują (10%), a równie rzadko dziedziczą (8%). Duża grupa tych przedsiębiorstw to przedsiębiorstwa osób indywidualnych, ale równie znaczna to przedstawiciele spółek. Średni procentowy udział kapitałowy w przedsiębiorstwie badanego przedsiębiorcy wynosił 68%.

Postawa

Dla przedsiębiorców rozwój firmy ma decydujące znaczenie. Potwierdza to deklaracja, iż wkładają maksymalny wysiłek w założenie i pro-

wadzenie przedsiębiorstwa. Przedsiębiorcy ci przedkładają prowadzenie własnej firmy nad pracę w charakterze najemnika w innej firmie – nawet jeżeli przyniosłoby im to znaczną korzyść materialną. Równocześnie stwierdzić należy, że nie zamierzają sprzedać swojej firmy, co potwierdza ich przywiązanie do firmy i zamiar rozwojowego jej prowadzenia.

W procesie tworzenia przedsiębiorstwa oraz budowy rynku polscy przedsiębiorcy deklarują duże zaangażowanie osobiste. Przejawia się to chęcią pokonania barier – w tym braku wiedzy menedżerskiej. Jako najważniejszy i najchętniej podejmowany wysiłek zgłaszano gotowość zdobycia kwalifikacji – nawet na własny koszt. Przedsiębiorcy deklarowali gotowość wykonywania każdej czynności związanej z funkcjonowaniem firmy; wielogodzinną pracę w firmie (ponad 60 godzin tygodniowo). Potwierdza to oświadczenie, iż pracują średnio 61 godzin tygodniowo – nie są to zatem jedynie deklaracje, ale realizowana działalność.

Zauważyć wypada, że polscy przedsiębiorcy nie są skłonni poświęcić życia rodzinnego dla kariery zawodowej. Cenią czas spędzony z dziećmi i niechętnie z niego rezygnują. Również starają się pogodzić obowiązki męża z karierą zawodową, nie zaryzykują rozpadu małżeństwa ani konfliktu w rodzinie.

Motywacje

Co jest podstawowym motywem podejmowania działalności gospodarczej? Wydaje się, że motywacje polskich przedsiębiorców są takie same, jak większości przedsiębiorców w krajach rozwiniętych. Do podstawowych należą:

- osiągnięcie osobistej satysfakcji,
- zdobycie pozycji finansowej,
- niezależność w podejmowaniu decyzji.

Co cenią przedsiębiorcy najwyżej? Oto niektóre wypowiedzi badanych: „*podejmuję działalność gospodarczą ze względu na uzyskanie swobody w realizacji własnego podejścia do mojej pracy*”; „*robię to, aby zarabiać więcej pieniędzy*”; „*decyduję się na tę działalność, aby uzyskać poczucie osobistej satysfakcji*”.

Najniżej wśród motywacji zostało ocenione kontynuowanie rodzinnych tradycji oraz uzyskiwanie dodatkowych świadczeń, a także wzorowanie się na kimś, kto prowadził działalność gospodarczą. Niskie oceny uzyskała motywacja w postaci frustracji w poprzedniej pracy, wspomaganie materialne krewnych oraz wejście do środowiska przedsiębiorców. Te czynniki słabo motywują polskich przedsiębiorców do tworzenia nowych firm.

Zamierzenia dotyczące firmy

Zamierzenia dotyczące rozwoju przedsiębiorstwa prowadzonego przez badanych przedsiębiorców nie są sprecyzowane jasno i klarownie. Brak wyraźnych priorytetów wynika prawdopodobnie z barier w prognozowaniu przyszłości działalności gospodarczej, które mają podłoże w transformacji systemowej. Można zwrócić uwagę na położenie nacisku na strategię marketingową przejawiającą się w dążeniu do wprowadzenia nowego produktu lub usługi oraz rozwoju działań promocyjnych i reklamy. Zamierzenia rozwojowe warunkowane takimi inwestycjami, jak przeprojektowywanie zakładu, wymiana sprzętu, unowocześnienie systemów komputerowych jest brane pod uwagę w mniejszym zakresie.

Wyższa jakość życia

Oto oceny przypisane przez badanych przedsiębiorców takim wartościom, jak:

- wzrost poczucia niezależności,
 - realizacja celów osobistych,
 - uzyskanie odpowiednich dochodów
- we wszystkich przypadkach 3,8 na maks. 5.

Osobiste nastawienie i poglądy

Poglądy badanych przedsiębiorców, odzwierciedlające stopień akceptacji danego stwierdzenia, pokazują bardzo reformatorskie nastawienie badanych wobec zachodzących zmian. Największą akceptację zyskały stwierdzenia, że:

- tylko wtedy, gdy różnice w dochodach i statusie społecznym są wystarczająco duże, ludzie mają ochotę do indywidualnego wysiłku,

● różnice w statusie społecznym są uzasadnione, gdyż pokazują, w jaki sposób ludzie wykorzystują życiowe możliwości.

Identyfikacja z powyższymi opiniami świadczy o zrozumieniu i akceptacji mechanizmu ujawniania się przedsiębiorczości w wyniku wykorzystania indywidualnych możliwości i finansowych motywacji. Przyznają również kobietom prawo do udziału w życiu zawodowym na równi z mężczyznami.

Najniżej zostało ocenione stwierdzenie, że człowiek powinien żyć chwilą, nie martwiąc się co będzie jutro oraz że rząd powinien zadbać, żeby wszyscy mieli pracę i ceny były stabilne.

Ewa Banachowicz

W następnym numerze tematem rozważań autorki będzie counselling jako metoda prowadzenia doradztwa dla przedsiębiorców i menedżerów małych przedsiębiorstw.



Akademia Controllingu



prowadzi kompleksowe usługi w dziedzinie
controllingu

- seminaria ogólnodostępne i wewnątrzzakładowe
- działalność wydawnicza
- oprogramowanie komputerowe controllingu
- wdrażanie controllingu w przedsiębiorstwach

Controlling to poszukiwanie i znajdowanie drogi do zysku!

OŚRODEK DORADZTWA I TRENINGU KIEROWNICZEGO

80-286 Gdańsk, ul. Jaśkowa Dolina 78 tel.: 41-10-65, 41-02-22, 41-13-85 tlx: 0512346