

UNIWERSYTET EKONOMICZNY W POZNANIU
WYDZIAŁ EKONOMII
Katedra Socjologii i Filozofii

Katarzyna Kukowska

Ekonomiczno-społeczne aspekty rozwoju przedsiębiorczości
w rejonie częstochowskim

Praca doktorska

Promotor:

Prof. dr hab. Henryk Januszek, prof. zw. UEP

Poznań 2010

Spis treści

WSTĘP	5
1. PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ W UJĘCIU TEORETYCZNYM	12
1.1. Definicje przedsiębiorczości w teoriach ekonomicznych	12
1.2. Szkoły badawcze przedsiębiorczości	22
1.3. Typologia przedsiębiorczych działań	26
2. EKONOMICZNE, PRAWNO-POLITYCZNE ORAZ INSTYTUCJONALNE UWARUNKOWANIA FUNKCJONOWANIA PODMIOTÓW GOSPODARCZYCH	32
2.1. Przedsiębiorczość indywidualna – samozatrudniający i pracodawcy small biznesu w aspekcie ilościowym i jakościowym	32
2.1.1. <i>Rozwój podmiotów gospodarczych</i>	37
2.1.2. <i>Konkurencyjność firm</i>	39
2.1.3. <i>Innowacyjność przedsiębiorstw</i>	41
2.2. Elementy otoczenia makroekonomicznego sektora MŚP	46
2.2.1. <i>Polska polityka wspierania rozwoju małych i średnich firm</i>	59
2.2.2. <i>Instytucje wspierające przedsięwzięcia gospodarcze w sektorze MŚP</i>	64
2.2.3. <i>Jednostki samorządu lokalnego wobec małych i średnich podmiotów gospodarczych</i>	67
2.2.4. <i>Polityka Unii Europejskiej wobec małej przedsiębiorczości</i>	73
3. PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ A KAPITAŁ SPOŁECZNY	78
3.1. Pojęcie kapitału społecznego i jego wskaźniki	78
3.2. Mała przedsiębiorczość a środowisko lokalne	84
3.3. Kooperacja jako determinanta rozwoju podmiotów gospodarczych	88
4. PRZEDSIĘBIORCA JAKO PODMIOT PRZEDSIĘBIORCZOŚCI	96
4.1. Definiowanie pojęcia przedsiębiorcy i jego typologie	96
4.2. Profil psychospołeczny przedsiębiorczego człowieka	102
4.3. Współcześni polscy przedsiębiorcy w świetle badań	106

5. METODYKA WŁASNYCH BADAŃ EMPIRYCZNYCH	114
5.1. Problematyka i cel badań	114
5.1.1. <i>Przyjęte hipotezy badawcze. Konstrukcja wskaźników zmiennych zależnych i niezależnych</i>	<i>117</i>
5.2. Wykorzystane metody i techniki badawcze	124
5.3. Dobór próby badawczej. Test losowości próby	126
5.4. Sposób i forma prezentacji zebranego materiału empirycznego.....	131
6. CHARAKTERYSTYKA GOSPODARczo - SPOŁECZNA CZĘSTOCHOWY I POWIATU CZĘSTOCHOWSKIEGO	136
6.1. Kształtowanie się przestrzeni gospodarczo – społecznej rejonu częstochowskiego... 136	
6.1.1. <i>Wybrane determinanty działalności przedsiębiorstw rejonu częstochowskiego według danych statystycznych na 2007 rok.....</i>	<i>147</i>
6.1.2. <i>Przedsiębiorczość na tle strategii rozwoju rejonu</i>	<i>153</i>
6.2. Ekonomiczne czynniki działalności podmiotów gospodarczych według danych przeprowadzonego sondażu	164
6.2.1. <i>Stan rozwoju firm.....</i>	<i>167</i>
6.2.2. <i>Trudności przedsiębiorców w zakładaniu, bieżącej działalności i rozwoju przedsiębiorstw.....</i>	<i>178</i>
6.3. Elementy kapitału społecznego małej przedsiębiorczości	182
6.3.1. <i>Sieci współpracy tworzone przez jednostki gospodarcze.....</i>	<i>185</i>
6.3.2. <i>Klimat współpracy w otoczeniu przedsiębiorstwa</i>	<i>188</i>
6.4. Charakterystyka społeczno- osobowa przedsiębiorców	200
6.4.1. <i>Postawy właścicieli podmiotów gospodarczych</i>	<i>205</i>
6.4.2. <i>Stosunek przedsiębiorców do etyki działań rynkowych.....</i>	<i>211</i>
7. DETERMINANTY ROZWOJU PRZEDSIĘBIORCZOŚCI W REJONIE CZĘSTOCHOWSKIM.....	216
7.1. Badanie przedsiębiorstw w perspektywie ich potencjału.....	216
7.1.1. <i>Wewnętrzne determinanty działalności przedsiębiorstwa.....</i>	<i>219</i>
7.1.2. <i>Struktury sieciowe przedsiębiorstwa.....</i>	<i>227</i>
7.1.3. <i>Otoczenie społeczno – gospodarcze podmiotu gospodarczego.....</i>	<i>231</i>
7.2. Przedsiębiorstwa rozwijające się a kapitał społeczny rejonu.....	239
7.2.1. <i>Silne struktury sieciowe a przedsiębiorstwa rozwojowe.....</i>	<i>239</i>
7.2.2. <i>Ocena stosunków z otoczeniem a przedsiębiorstwa rozwojowe.....</i>	<i>241</i>

7.2.3. Ocena stosunków z otoczeniem a silne struktury sieciowe	243
7.3. Profil przedsiębiorcy na tle rozwoju firmy.....	245
7.3.1. Cechy psychospołeczne i demograficzne właścicieli podmiotów gospodarczych....	245
7.4. Etyczne aspekty funkcjonowania przedsiębiorstwa.....	257
7.5. Przedsiębiorstwa zarządzane przez właścicieli o cechach przyjętych za przedsiębiorcze	262
ZAKOŃCZENIE.....	277
BIBLIOGRAFIA.....	282
SPIS TABEL	290
SPIS WYKRESÓW	295
SPIS RYSUNKÓW	299
ZAŁĄCZNIK	300

WSTĘP

Przedsiębiorczość odgrywa znaczącą rolę w procesie wzrostu gospodarczego, gdyż niesie ze sobą wielki, dynamiczny potencjał rozwojowy. Wielu badaczy udowodniło, że cechy i możliwości małych i średnich firm (MŚP) czynią je ważnym ogniwiem rozwoju gospodarki rynkowej. Podmioty o niewielkiej sile wytwarzania to specyficzne organizacje, posiadające właściwości i cechy niemożliwe do odtworzenia w dużych podmiotach gospodarczych. MŚP integrują lokalne zasoby, wyzwalaając różne formy przedsiębiorczości. Efektywne procesy gospodarcze, które inicjuje mała przedsiębiorczość, wynikają m.in. z jej elastyczności, operatywności, niskiej kapitałochłonności, podatności na innowacje, możliwości szybkiego uruchomienia nowych produkcji i realizacji niewielkich serii oraz krótszego cyklu wykonawstwa inwestycji. Funkcjonowanie MŚP prowadzi do takich zjawisk gospodarczych, jak: obniżanie społecznych kosztów wytwarzania, wykorzystanie niezagospodarowanych zasobów ludzkich i produkcyjnych, a więc do racjonalizacji alokacji zasobów i tworzenia miejsc pracy, czego efektem jest wzrost gospodarczy i spadek bezrobocia. Oddziałując z pozycji środowisk lokalnych, niewielkie firmy stymulują aktywność gospodarczą i podnoszą poziom życia mieszkańców poprzez umiejętne wykorzystanie rozproszonych materialnych i niematerialnych zasobów, będących często indywidualnością danego rejonu.

Celem podjętych badań było wskazanie cech i zależności między wybranymi zjawiskami ekonomiczno – społecznymi kształtującymi rozwój przedsiębiorczości rejonu częstochowskiego. Przyjętym zadaniem badawczym było przedstawienie uwarunkowań rozwoju małych i średnich firm. W badaniach usiłowano określić poziom rozwoju MŚP postrzegany przez pryzmat zależności między cechami psychospołecznymi i demograficznymi przedsiębiorcy oraz kapitałem społecznym w wymiarze podejmowanej przez przedsiębiorstwa współpracy i dobrego klimatu cechującego ich otoczenie społeczno-gospodarcze.

Szczególną uwagę skierowano na uwarunkowania rozwoju przedsiębiorstw z perspektywy przedsiębiorcy i kapitału społecznego środowiska lokalnego. Podjęcie problematyki w ramach tych granic wynikało z zainteresowania sferą społeczną działalności gospodarczej. Na wybór kierunku badań wpłynęły dwie cechy MŚP, odróżniające je od dużych firm:

- przedsiębiorca (właściciel) posiada w swej firmie silną pozycję i pełni w niej główną rolę;

- mała przedsiębiorczość, a przede wszystkim firmy mikro i małe, funkcjonują głównie na rynkach lokalnych i regionalnych, ulegając społeczno – kulturowym wpływom tych środowisk bardziej niż duże przedsiębiorstwa.

W rzeczywistości gospodarczej rolę pierwszoplanową odgrywa podmiot gospodarczy, którego reprezentantem (przedstawicielem) jest przedsiębiorca. W MŚP to głównie zarządzający właściciel jest podstawą istnienia, funkcjonowania i rozwoju firmy. Przedsiębiorstwa są utożsamiane z osobą przedsiębiorcy, wielokrotnie też spotykana jest charakterystyka organizacji przez ocenę jego indywidualnych cech i zachowań. Niepowtarzalna tożsamość takiej organizacji to w wielu przypadkach odzwierciedlanie cech, poglądów i postaw właściciela, które tworzą określone środowisko społeczno – kulturowe. Podejmując aktywność gospodarczą, przedsiębiorca wkomponowuje swoją firmę w otoczenie z którego często sam się wywodzi i poddaje ją jego wpływom. Rozwój MŚP jest zatem determinowany wieloma czynnikami, które mają swoje konotacje w lokalnym kapitale społecznym. Przedsiębiorstwo, jest w pewnym sensie produktem tegoż kapitału, a jednocześnie ma swój udział w jego tworzeniu. Podstawowym podmiotem funkcjonowania małej przedsiębiorczości są właściciele firm, dlatego też charakterystyka przedsiębiorców była ważnym elementem realizacji celu badawczego. Podjęta problematyka uwzględniała tło środowiskowe przedsiębiorczości określone w kategoriach kapitału społecznego. Utylitarnym celem pracy było rozpoznanie mocnych i słabych stron działalności oraz wskazanie czynników rozwoju przedsiębiorstw.

Rola, jaką odgrywa mała przedsiębiorczość w życiu gospodarczym i społecznym wymaga ciągłego poszerzania wiedzy, poprzez badanie jej cech i uwarunkowań. Stało się to podstawowym motywem podjęcia badań teoretyczno-empirycznych.

W badaniach przyjęto, że przedsiębiorczość jest aktywnością rozumianą jako proces organizowania i prowadzenia działalności gospodarczej na własny rachunek i własne ryzyko, którego początkiem jest intencja lub pomysł zrodzony w jednostce, prowadzące do ciągu zdarzeń wynikających z podjętych decyzji na bazie dostrzegalnych i subiektywnie interpretowanych uwarunkowań.

W analizie problematyki małej przedsiębiorczości zostały wyszczególnione następujące cele cząstkowe:

- przedstawienie rozumienia pojęcia przedsiębiorczości w ujęciu definicyjnym różnych autorów;
- identyfikacja teorii przedsiębiorczości w literaturze przedmiotu;

- prezentacja form i typów przedsiębiorczości gospodarczej;
- charakterystyka małej przedsiębiorczości w ujęciu ilościowym i jakościowym;
- przedstawienie wybranych danych dotyczących pozycji gospodarczej MŚP;
- opis działań wspierających rozwój sektora MŚP;
- określenie instytucji i narzędzi wsparcia dla niewielkich jednostek gospodarczych;
- zaprezentowanie charakterystyki dotyczącej bliskiego otoczenia, pozycji oraz szans i zagrożeń małej przedsiębiorczości;
- identyfikacja, charakterystyka oraz zbadanie stopnia wpływu wybranych determinant rozwoju przedsiębiorstwa;
- opis poziomu rozwoju przedsiębiorstw o niewielkiej skali wytwarzania;
- przedstawienie elementów kapitału społecznego rejonu częstochowskiego z perspektywy działalności przedsiębiorstw;
- omówienie roli MŚP w środowisku lokalnym na tle kapitału społecznego;
- opracowanie problematyki związanej z osobą przedsiębiorcy oraz nakreślenie profilu polskiego przedsiębiorcy;
- scharakteryzowanie cech psychospołecznych przedsiębiorcy - głównego aktora przedsiębiorczej inicjatywy.

Problem badawczy podjęty w niniejszej rozprawie dotyczył określenia poziomu rozwoju MŚP w rejonie częstochowskim, przez analizę stopnia wpływu wybranych czynników ekonomicznych i społecznych na działalność firm. Przedmiotem badań teoretyczno-empirycznych były małe i średnie firmy rejonu częstochowskiego oraz przedsiębiorcy, będący fundamentem małej przedsiębiorczości.

Badaniom przypisano różne cele: opisowy, wyjaśniający, warunkujący i szacujący. Cel deskryptywny (opisowy) podjętych badań naukowych polegał na przedstawieniu rzeczywistego stanu i funkcjonowania małych i średnich przedsiębiorstw rejonu częstochowskiego. Cel eksplikacyjny (wyjaśniający) odnosił się do próby określenia genezy zjawisk mających wpływ na to, jak ukształtowała się przedsiębiorczość analizowanej przestrzeni społeczno-gospodarczej. Natomiast cel relatywizujący (warunkujący) polegał na wskazaniu zależności między zjawiskami, m.in. takimi jak: sieć współpracy a rozwój przedsiębiorstwa, stan firmy a profil osobowy przedsiębiorcy. Badania miały również cel oceniający (szacujący), który dotyczył różnic w poziomie rozwoju firm.

Dla realizacji celu badawczego postawiono następujące hipotezy:

- I. Determinanty wewnętrzne oraz struktury sieciowe w większym stopniu wpływają na rozwój małej przedsiębiorczości niż czynniki otoczenia.
- II. Właściciele przedsiębiorstw o wyższych wskaźnikach rozwoju wyżej oceniają czynniki kapitału społecznego środowiska lokalnego niż pozostali przedsiębiorcy.
- III. Rozwój małej przedsiębiorczości jest w większym stopniu uzależniony od czynników psychospołecznych przedsiębiorców niż od czynników ekonomicznych.
- IV. Deklarowana postawa etyczna przedsiębiorcy pozostaje w zależności z poziomem rozwoju przedsiębiorstwa.
- V. Firmy rozwijające się, zarządzane są przez przedsiębiorców, którzy charakteryzują się cechami określanymi jako przedsiębiorcze.
- VI. Przedsiębiorstwa o wyższych wskaźnikach rozwoju i przedsiębiorstwa o niższych wskaźnikach rozwoju różnią się od siebie typami psychospołecznymi zarządzających nimi właścicieli.
- VII. Analiza zależności poszczególnych czynników ekonomicznych, społecznych i podmiotowych identyfikuje determinanty rozwoju przedsiębiorstwa.
- VIII. Scharakteryzowanie MŚP rejonu częstochowskiego pozwala na określenie roli, jaką odgrywa mała przedsiębiorczość w swoim najbliższym środowisku społeczno – gospodarczym.
- IX. Kapitał społeczny środowiska lokalnego sprzyja rozwojowi małej przedsiębiorczości.

Przyjęte hipotezy zostały zainspirowane zainteresowaniami autorki wciąż ewoluującym zjawiskiem przedsiębiorczości oraz literaturą przedmiotu, w tym badaniami o tej tematyce.

Rozprawa doktorska ma charakter teoretyczno-empiryczny. Teoretyczny charakter pracy narzucił stosowanie metod opisowych, analizy jakościowo-statystycznej oraz porównawczej. Studium empiryczne było analizą aspektów (uwarunkowań) funkcjonowania MŚP, które w sposób umowny nazwano bezpośrednimi, gdyż dotyczyły czynników wewnętrznych i bliskiego otoczenia.

W celu uzyskania rzeczywistego stanu wielkości zbiorowości generalnej została przeprowadzona analiza materiałów źródłowych uzyskanych z Urzędów Skarbowych w Częstochowie. Dla przeprowadzenia dowodu reprezentatywności próby badawczej zastosowano test serii losowości próby, który potwierdził, że próba ma charakter losowy.

Przeprowadzono badania sondażowe stosowane dla opisu i wyjaśnienia zjawisk w dużej liczebnie populacji. Próba badawcza liczyła 198 firm, prowadzących działalność na terenie miasta Częstochowy i powiatu częstochowskiego, w których zatrudnienie nie przekraczało liczby 250 pracowników. Narzędziem badawczym była ankieta zawierająca 68 pytań. Uzyskane dane miały głównie formę jakościową. Zawarte w ankiecie pytania objęły następujące tematy:

- podstawowych informacji o przedsiębiorstwie, tj. roku założenia, branży, formie prawnej, wielkości, liczbie wspólników itp.;
- stopnia rozwoju i innowacyjności przedsiębiorstwa;
- poziomu współpracy oraz klimatu przedsiębiorczości w środowisku społecznym i gospodarczym;
- psychospołecznych cech przedsiębiorców.

Materiał zebrany metodą sondażu dostarczył informacji na temat stanu i funkcjonowania przedsiębiorstw w ich wymiarze ekonomicznym i społecznym.

Podstawą weryfikacji hipotez było wyodrębnienie zbioru przedsiębiorstw rozwojowych z badanej próby. Wyznaczono zatem cechy przedsiębiorstw rozwojowych w oparciu o wybrane wskaźniki. Przeprowadzenie weryfikacji hipotez wymagało wyodrębnienia również innych zbiorów z badanej populacji. Zostały one określone odpowiednio:

- przedsiębiorstwa o silnej strukturze sieciowej (przedsiębiorstwa spełniające wyznaczone kryteria sieciowości);
- właściciele wysoko (pozytywnie) oceniający relacje z otoczeniem;
- przedsiębiorcy charakteryzujący się cechami określanymi jako przedsiębiorcze (przedsiębiorczy właściciele firm).

Dane poddano analizie związku pomiędzy zmiennymi z wykorzystaniem testu niezależności chi-kwadrat, siły związku z zastosowaniem C-Pearsona oraz przeprowadzono test dla dwóch średnich. Opracowanie statystyczne umożliwiło identyfikację istotnych zależności między wybranymi wskaźnikami i wnioskowanie na populację generalną.

Dysertacja składa się z siedmiu rozdziałów. Rozdziały od pierwszego do czwartego stanowią studium teoretyczne, które zawiera przegląd teorii na temat przedsiębiorczości i przedsiębiorcy, specyfiki małych i średnich firm oraz kapitału społecznego. Wykorzystano w nich również wyniki badań empirycznych innych autorów.

Rozdział pierwszy stanowi studium literatury na temat zjawiska przedsiębiorczości w jej różnych przejawach i formach. We wstępie zasygnalizowano podejścia badawcze do przedsiębiorczości reprezentowane przez inne nauki. Następnie przedstawiono ekonomiczne definicje pojęcia „przedsiębiorczość” według szesnastu wybranych autorów, ukazując odmienny sposób jego ujmowania i rozumienia. Zestawienie zgromadzonej terminologii posłużyło do syntetycznego opisu, czym jest przedsiębiorczość. Analizując w dalszej kolejności podjętą problematykę przedstawiono szkoły badawcze, wyróżniając ich podział na dwa kierunki zainteresowań. Pierwszy z nich rozpatruje zewnętrzne procesy oraz czynniki pozostające najczęściej poza wpływem indywidualnego przedsiębiorcy, podczas gdy on sam tym oddziaływaniom podlega. Drugi bada czynniki będące pod kontrolą i wpływem przedsiębiorcy oraz jego szczególne cechy. Ostatni punkt rozdziału prezentuje typologię przedsiębiorczości.

Rozdział drugi omawia przedsiębiorczość w aspekcie aktywności gospodarczej, której wyrazem jest sektor MŚP. Przedstawiono w nim charakterystykę małej przedsiębiorczości w aspekcie ilościowym i jakościowym, poruszając zagadnienia rozwoju ekonomicznego, innowacyjności i konkurencyjności. Zaznaczono makroekonomiczne uwarunkowania badanej formy przedsiębiorczości, opisując stan sektora w Polsce w 2007 roku. Rozwinięcie problemu traktuje o polityczno-gospodarczych założeniach oraz instrumentarium wsparcia dla MŚP.

Rozdział trzeci poświęcono przedsiębiorczości w odniesieniu do kapitału społecznego lokalnych środowisk. Zdefiniowano zjawisko kapitału społecznego oraz wyszczególniono wskaźniki je charakteryzujące. Sieci współpracy ukazano jako katalizator przedsiębiorczości wzmacniający nie tylko pozycję rynkową indywidualnych firm, ale również społeczności lokalnych i regionalnych. Rozdział kończy prezentacja form współpracy między przedsiębiorstwami, których złożoną postacią są różnego rodzaju struktury sieciowe.

Rozdział czwarty koncentruje się na roli przedsiębiorcy, definiując tę rolę oraz prezentując typologię w odniesieniu do różnych kryteriów. Zidentyfikowano cechy wyróżniające przedsiębiorczą osobowość, tym samym obrazując profil psychospołeczny przedsiębiorcy. W celu głębszej charakterystyki podmiotu przedsiębiorczości wyróżniono wyniki wybranych badań. Pozwoliło to na zamknięcie rozdziału charakterystyką przedsiębiorców działających w polskiej rzeczywistości społeczno-gospodarczej.

Rozdział piąty omawia metodologię badań empirycznych, których przeprowadzenie miało na celu weryfikację postawionych hipotez. W niniejszej części określono przyjęte wskaźniki dla zmiennych. Dalej zaprezentowano metodę realizacji celu badawczego, scharakteryzowano zastosowane narzędzie badawcze, jakim był kwestionariusz oraz

przeprowadzono procedurę dowodu na reprezentatywność próby. Następnie opisano sposób analizy materiału empirycznego: badanie niezależności chi-kwadrat, siły związku współczynnikiem kontyngencji C- Pearsona oraz testu dla dwóch zmiennych.

W pierwszej części rozdziału szóstego scharakteryzowano teren badań: Częstochowę i powiat częstochowski w ujęciu historycznym oraz opisano warunki rozwoju aktywności gospodarczej rejonu. Dalszą część poświęcono na prezentację danych uzyskanych z ankiet oraz rozmów z badanymi właścicielami firm. Zagadnienia dotyczyły kolejno: stanu podmiotów, trudności z rozpoczęciem działalności i bieżącym funkcjonowaniem oraz barier rozwoju. Następnie zaprezentowano formy współpracy podejmowane przez przedsiębiorców z innymi organizacjami oraz opinie na temat klimatu współdziałania w otoczeniu firm. Ostatnie zagadnienie dotyczyło charakterystyki psychospołecznej przedsiębiorców.

Rozdział siódmy prezentuje analizę statystyczną hipotez badawczych. Zidentyfikowano determinanty rozwoju przedsiębiorstw z wybranych wskaźników. Strukturę rozdziału przyporządkowano weryfikacji pierwszych pięciu hipotez, dla których skonstruowano zmienne: „wewnętrzne determinanty działalności”, „uwarunkowania ekonomiczne przedsiębiorstwa”, „struktury sieciowe przedsiębiorstwa”, „otoczenie społeczno – gospodarcze”, „ocena relacji z otoczeniem”, „cechy psychospołeczne i demograficzne przedsiębiorcy”, „deklarowana postawa etyczna przedsiębiorcy”, „cechy właściciela określane mianem przedsiębiorczych” ze zmienną „stan rozwoju przedsiębiorstwa”. Opisano przeprowadzenie trzydziestu sześciu testów statystycznych, udowadniając istotną statystycznie zależność dla piętnastu determinant.

W rozdziałach szóstym i siódmym zgodnie z przyjętym porządkiem opisywanych zagadnień zostały zweryfikowane hipotezy oraz odpowiedziano na pytania badawcze.

1. PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ W UJĘCIU TEORETYCZNYM

1.1. Definicje przedsiębiorczości w teoriach ekonomicznych

Zagadnienie przedsiębiorczości podejmują w swoich badaniach naukowcy różnych dyscyplin naukowych: ekonomii, socjologii, psychologii, historii gospodarczej, kulturoznawstwa, politologii i prawa.

Psycholodzy traktują przedsiębiorczość jako zbiór cech psychicznych jednostki uznawanej za przedsiębiorczą. Główne teorie i koncepcje psychologiczne jako przedmiot badań wyznaczają: osobowość, sposób myślenia, motywacje, umiejscowienie kontroli, postawę wobec ryzyka, jego postrzeganie i ocenę¹. Jedną z bardziej znanych koncepcji jest teoria D. McClellanda (1961, 1962), która wskazuje zależność potrzeby osiągnięć z poziomem motywacji dla dobrego wykonywania zadań². W przypadku analizy przedsiębiorczych zachowań, ich źródła upatruje się również w wewnętrznym i zewnętrznym poczuciu sterowania własnym losem. Przedstawicielem tej teorii jest między innymi J. Rotter³. Kolejnym problemem badawczym jest percepcja i przyjmowane postawy w stosunku do ryzyka (podejście relacyjne), które to odróżniają przedsiębiorców od nieprzedsiębiorców⁴. Z polskich badaczy zajmował się tym zagadnieniem J. Kozielecki⁵. Teoria osobowościowa celem badań czyni szczególne cechy (zespół dyspozycji psychicznych), które mogą wpływać na przedsiębiorcze zachowania, odróżniając je tym samym od innych grup społecznych. Problematyka sięga tu przede wszystkim zagadnień innowacyjności i kreatywności jednostki (D. McClelland, J.A. Walsh, J.F. White)⁶.

Socjolodzy ukazują przedsiębiorczość jako zjawisko zachodzące w rzeczywistości społecznej. Stanowisko to jest bliskie antropologom i etnografom, którzy badają przedsiębiorczość jako swoisty fenomen kulturowy. Przedstawiciele wymienionych nauk badają uwarunkowania kulturowe rozwoju przedsiębiorczości, wpływając na zmianę i rozwój grup ludzkich i społeczeństw. Pojawia się w tym kontekście pojęcie przedsiębiorczej społeczności, której celem jest rozwój i poprawa jakości życia. Tak rozumiana

¹ Pietras M. [red.], *Wprowadzenie do psychologii ekonomicznej*, Uniwersytet Śląski, Katowice 1994, s. 66-67.

² Tyszka T., *Psychologia zachowań ekonomicznych*, PWN, Warszawa 1997, s. 162-163.

³ Brockhaus R.H., Horowitz P.S., *The Psychology of Entrepreneur*, [in:] *The Art. and Science of Entrepreneurship*, Sexton D.L., Smilor R.W. [ed.], Ballinger Publishing Company, Cambridge, Massachusetts 1986, s. 27-29.

⁴ Ibidem, s. 30.

⁵ Kozielecki J., *Psychologiczna teoria decyzji*, PWN, Warszawa 1977, s. 366.

⁶ Brockhaus R.H., Horowitz P.S., *The Psychology of Entrepreneur...*, op. cit., s. 31-34.

przedsiębiorczość jest procesem tworzenia nowych przedsięwzięć gospodarczych będących efektem odkrywania nowych możliwości i okazji do poprawy swej pozycji na rynku.⁷ Zatem przedsiębiorczość można ujmować w szerszym, społecznym kontekście. Uwarunkowania przedsiębiorczości w procesie badawczym dotyczą otoczenia społecznego, politycznego i ekonomicznego, kształtowanego przez religię, wierzenia, zwyczaje, wiedzę potoczną i naukową, zbiorowe i indywidualne doświadczenie. W odniesieniu do identyfikowania związków między kulturą a przedsiębiorczością w społeczeństwach i społecznościach analizowane są wartości wyznawane przez ogół populacji i postawy przedsiębiorców. Z tego punktu widzenia przedsiębiorczość jest przedstawiana jako zjawisko poddawane wielu czynnikom pozaekonomicznym. Prekursorem kulturowego podejścia do przedsiębiorczości jest M. Weber, który badał wpływ etyki protestanckiej na rozwój kapitalizmu⁸.

Przedsiębiorczość jest pojęciem, które wraz z upływem czasu ewoluowało wraz z rozwojem analizy szeroko pojętych działań gospodarczych. Dla ekonomisty przedsiębiorczość jest ważnym czynnikiem wytwórczym i związana jest bezpośrednio z określonym rodzajem zachowania. Uwaga skupiona jest tu na roli przedsiębiorcy, jaką odgrywa on w rozwoju ekonomicznym przedsiębiorstwa i całej gospodarki. Przedsiębiorczość jest formą aktywności podejmowaną w określonych okolicznościach i w sytuacji ryzyka, przejawia się przez uruchomienie lub zainicjowanie przedsięwzięcia. Towarzyszy temu ryzyko, które może być finansowe, psychiczne jak i społeczne.

Pierwsze prace, które analizowały zagadnienie przedsiębiorczości, zostały opublikowane na przełomie XVIII i XIX wieku. Historię pojęcia przedsiębiorczości przedstawia w swojej pracy „Teoria ekonomii” M. Blaug. Autor zarzuca klasykom ekonomii, którzy często nie rozróżniali funkcji kapitalisty - dostawcy kapitału, od przedsiębiorcy - ostatecznej „wyroczni”, decydenta działalności przedsiębiorstwa, zaniedbanie kategorii przedsiębiorczości. M. Blaug dzieląc ekonomię na okres przed i po A. Smith (1723-1790), wskazuje, że o przedsiębiorczości pisał już dwadzieścia lat wcześniej R. Cantillon.

R. Cantillon rozumiał przedsiębiorczość jako umiejętność (możliwość) przewidywania i gotowości do podejmowania ryzyka, co nie musi wiązać się z zatrudnieniem pracy w procesie wytwórczym. Przedsiębiorcą nazwał on osobę, która jest skłonna kupić po określonej cenie w celu odsprzedaży po cenie niepewnej. Chodzi zatem o arbitraż – możliwość kupowania tanio i sprzedaży po wyższej cenie. Działanie przedsiębiorców

⁷ Berger B. [red.], *Kultura przedsiębiorczości*, Oficyna Wydawnicza RÓJ, Warszawa 1994, s. 16.

⁸ Weber M., *Etyka protestancka a duch kapitalizmu*, Wydawnictwo Test, Lublin MCMXCIV.

nie musi zatem obejmować produkcji, a nawet osobistych funduszy przedsiębiorcy. Autor ten wyraźnie odróżnia funkcje przedsiębiorcy od kapitalisty⁹. R. Cantillon jest uważany za twórcę najstarszej koncepcji przedsiębiorczości, której fundamenty leżą w ryzyku i niepewności. Koncepcja ta była opracowywana w późniejszym okresie również przez F. Knight, który rozwinął dotychczasowe podejście do ryzyka w działalności gospodarczej i powiązał to zjawisko z przedsiębiorcą, który je podejmuje. Przedsiębiorca, jako podmiot ponoszący ryzyko, działa zatem w sytuacji niepewności, gdy przeniesienie tego ryzyka na innych jest niemożliwe. Zysk uzyskiwany przez przedsiębiorcę jest przychodem z tytułu ponoszonej przez niego niepewności. F. Knight analizował istotę i wpływ niepewności i ryzyka na przebieg i skutki decyzji gospodarczych.

Zasadnicze punkty rozważań F. Knight nad przedsiębiorczością¹⁰:

1. Społeczeństwo podlega podziałom według różnych kryteriów, które dotyczą między innymi podziału pracy i specjalizacji wynikającej z umiejętności i posiadanej wiedzy w zakresie podejmowania decyzji dotyczących przyszłości i ponoszenia za nie odpowiedzialności.
2. Przedsiębiorca musi posiadać umiejętność przewidywania, kalkulowania cen i zapotrzebowania na zasoby. Jego działanie jest związane z niepewnością i ryzykiem odnośnie skutków jego decyzji.
3. Prawem przedsiębiorcy jest zawłaszczenie określonych korzyści za podjęte ryzyko i pokonanie niepewności, której ciężar jest niemierzalny.
4. Przedsiębiorca działa w warunkach wolnej konkurencji. Pracownicy najemni konkurują o zatrudnienie, a producenci o oferowane produkty i usługi. Zasadniczo wszyscy mogą stać się przedsiębiorcami, ale nie każdy ma na to równe szanse ze względu na posiadane umiejętności.

Poglądy wiążące przedsiębiorczość z ryzykiem i niepewnością, głoszone m.in. przez R. Cantillon i F. Knight, a należą do fundamentalnych koncepcji przedsiębiorczości, ich dorobek jest kontynuowany przez innych twórców.

Na pismach R. Cantillona opierał się również J.B. Say, który opisuje przedsiębiorczość jako: „możliwość przenoszenia zasobów ekonomicznych z obszarów niższej na obszar wyższej wydajności i wyższego zysku”¹¹. Jak podają W.M. Grudzewski i I.K. Hejduk to właśnie J.B. Say, a także B.F. de Belidon upowszechnili termin

⁹ Blaug M., *Teoria ekonomii. Ujęcie retrospektywne*, PWN, Warszawa 2000, s. 471.

¹⁰ Ibidem, s. 470.

¹¹ Haber L.H., *Działania przedsiębiorcze w biznesie*, [w:] *Przedsiębiorczość i rynek*, Haber L.H. [red.], Wydawnictwo Profesjonalnej Szkoły Biznesu, Kraków 1996, s. 10.

„przedsiębiorczość”. J.B. Say „za przedsiębiorcę uznał tego kto inwestował swoje dzisiejsze zasoby w nieznaną i niepoznawalną przyszłość”¹². B.F. de Belidon „jako przedsiębiorczego określił takiego kupca, który kupuje pracę i materiały po niepełnej, zmiennej cenie i sprzedaje ich rezultat, produkt po wcześniej określonej i niezmiennej cenie”¹³.

W późniejszym okresie problematykę przedsiębiorczości rozwinął J. Schumpeter. Dostrzegł on przedsiębiorczość jako czynnik rozwoju gospodarczego, którego inicjatorem jest przedsiębiorca. Koncepcja J. Schumpetera wniosła znaczący wkład do dorobku ekonomii. Autor ten dostrzegł naturę przedsiębiorczości nie tylko w aspekcie ekonomicznym, ale również społecznym i psychologicznym, jednoznacznie definiując przedsiębiorcę i przedsiębiorczość. W jego ujęciu, przedsiębiorczość jest szeroko rozumianą innowacyjnością, którą tłumaczy jako: wytwarzanie i wprowadzanie na rynek nowych dóbr bądź też poprawę ich jakości, stosowanie nowych metod produkcji, pozyskiwanie nowych rynków zbytu, powstawanie nowych organizacji gospodarczych, odkrywanie nowych źródeł nabywców surowców i materiałów¹⁴. M. Blaug zaznacza, że późniejsi autorzy swoje formuły definicyjne określają często przez różnice w stosunku do definicji J. Schumpetera. J.B. Say i J. Schumpeter wskazywali, że przedsiębiorczość wymaga bezustannych zmian i rozwoju. Ryzyko utraty pozycji innowatora i związanego z tym zysku jest ogromne. Konkurencja zagraża wszystkim, którzy dążą do stabilizacji i równowagi, zadowolając się jednorazowym sukcesem. J.B. Say wiąże przedsiębiorczość ze wzrostem, pomnażaniem, lokowaniem na lepszej pozycji, kapitału (materialnego jak i niematerialnego), którym dysponuje przedsiębiorca. Dla J. Schumpetera przedsiębiorczość jest przede wszystkim twórczością, wyrażaną w różnych aspektach: nowy produkt, lub jego modyfikacja, nowe metody, rynki, możliwości, organizacje. Odmienne podejścia reprezentowane przez J.B. Say i J. Schumpetera, W. Dobrołowicz opisuje jako „dwojakiego rodzaju formy”, jakie może przyjąć przedsiębiorczość. „Pierwsza polega na odkrywaniu nowego sposobu zaspokajania potrzeb klientów, który jest lepszy od występujących dotychczas – w tym ujęciu przedsiębiorczość jest często utożsamiana z innowacyjnością.(...) Druga forma działalności biznesowej polega na swoistym arbitrażu (...) kojarzy się z tym, że handlowiec bądź kupiec nabywa towar na jednym rynku po danej cenie i równocześnie sprzedaje go na innym rynku po innej cenie. (...) Arbitraż ma również ogólniejsze i szersze znaczenie: pozwala

¹² Grudzewski W.M., Hejduk I.K., *Małe i średnie przedsiębiorstwa w gospodarce rynkowej w Polsce*, Wyższa Szkoła Handlu i Przedsiębiorczości, Warszawa 1998, s. 175.

¹³ Ibidem, s. 175.

¹⁴ Schumpeter J.A., *Teoria rozwoju gospodarczego*, PWN, Warszawa 1960, s. 60.

na przenoszenie czynników wytwórczych (...) z działalności przynoszącej mniejsze zyski do działalności przynoszącej większe zyski”¹⁵.

I. Kirzner stworzył koncepcję przedsiębiorczości dotyczącą aspektu procesów rynkowych. Procesy rynkowe są ciągiem decyzji podejmowanych przez konsumentów, przedsiębiorców (producentów) i właścicieli zasobów, które oddziałują na siebie wzajemnie. Twórca analizuje zagadnienie przedsiębiorczości na poziomie jednostkowym i procesów rynkowych. Według I. Kirznera istota przedsiębiorczości zawiera następujące przesłania w odniesieniu do poziomu jednostkowego¹⁶:

- przedsiębiorczość indywidualna to pewien wysiłek, który jest podejmowany w celu realizacji wizji przyszłości. Wysiłek ten to czujność, obejmująca różne aspekty wyobraźni i kreatywności;
- przedsiębiorczość jest związana z niepewnością co do przyszłości. Błędna ocena przyszłości przedsiębiorcy może spowodować na niego porażkę, dlatego też istotna jest jego czujność;
- czysty zysk lub chęć uniknięcia straty jest determinantem działania przedsiębiorczej czujności.

Rola przedsiębiorczości w procesach rynkowych sprowadza się do następujących założeń¹⁷:

- przedsiębiorczość to forma specyficznego regulatora oddziałującego na procesy rynkowe, dzięki niemu różne elementy rynku mogą ze sobą spójnie funkcjonować;
- granice przedsiębiorczości na rynku są określane wiedzą poszczególnych podmiotów;
- chęć zysku jest podstawowym czynnikiem pobudzającym do działań rynkowych. Możliwość jego osiągnięcia jest tym większa, im przedsiębiorca szybciej niż inni dostrzeże różnice cenowe w różnych częściach rynku.

Przedsiębiorczość jednostki autor nazywa przedsiębiorczym pierwiastkiem, którego istota dotyczy szczególnie rozumianej wiedzy, na którą składają się rzeczywiste informacje o rynku oraz wiedza, gdzie te informacje są możliwe do zdobycia.

T.J. Peters i R.H. Waterman Jr. prezentują pogląd, iż: „Przedsiębiorczość to otwartość na zmiany, umiejętność wykorzystania zmian i zagrożeń, a także umiejętność uwolnienia się

¹⁵ Dobrołowicz W., *Przedsiębiorczość. Problematyka przedsiębiorczości*, [w:] *Encyklopedia biznesu*, Pomykało W. [red.], tom 1, Fundacja Innowacja, Warszawa 1995, s. 689.

¹⁶ Kirzner I.M., *Uncertainty, Discovery, and Human Action: A Study of the Entrepreneurial Profile in the Misesian System*, [in:] *Method, Process and Austrian Economics: Essays in Honour of Ludwig von Mises*, Kirzner I.M. [ed.], Lexington, Mass, D.C. Heath, [in:] *Entrepreneurship*, Casson M. [ed.], An Elgar Reference Collection, England, USA, 1990, s. 151.

¹⁷ Kraśnicka T., *Koncepcja rozwoju przedsiębiorczości ekonomicznej i pozaekonomicznej*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Katowice 2002, s. 35.

od starych wzorców postępowania”¹⁸. Pojęcie przedsiębiorczości ujęte w ten sposób nie jest już bezpośrednio kojarzone przez odbiorcę z innowacją - zagadnieniem stanowiącym „klucz” klasycznego pojmowania i definiowania przedsiębiorczości.

Według M. Croziera, przedsiębiorczość dotyczy umiejętności „kalkulacji dokonywanych kompleksowo z uwzględnieniem otwartości systemu, niepewności i wielości parametrów”¹⁹. Autor ten definiuje analizowane zagadnienie, wskazując na czynniki określające działania przedsiębiorcze. Są to według niego:

- umiejętności i zdolności ludzi wprowadzających nowe zadania;
- elastyczność w działaniu i przyjmowaniu nowych wzorów;
- umiejętność uczenia się nowych rozwiązań (uznawanych za niemożliwe) przy użyciu dotychczasowych środków.

Interpretacja przedsiębiorczości M. Croziera nasuwa jej podobieństwo do przedstawionego wyżej stanowiska T.J. Petersa i R.H. Watermana Jr gdzie „wykorzystanie zmian i zagrożeń” to inaczej ujmując „umiejętność kalkulacji”.

Jedno z najbardziej popularnych dziś ujęć przedsiębiorczości zaproponował P.F. Drucker. Autor ten interpretuje przedsiębiorczość jako gromadzenie i wykorzystanie zasobów w celu osiągnięcia rezultatów, by dokonywać ich ponownej alokacji w miarę pojawiających się możliwości (okazji). P.F. Drucker sprowadza istotę przedsiębiorczości do tworzenia nowych przedsięwzięć gospodarczych mających swe źródło w innowacjach lub ich twórczej imitacji. Przedsiębiorczość opiera się według niego na akceptacji zmiany jako prawidłowości i podążania za czymś, czego nie było do tej pory. „Innowacje i przedsiębiorczość nie zmieniają wszystkiego od podstaw, lecz wprowadzają zmiany krok po kroku – w wyrobie, zasadzie postępowania, usłudze publicznej; nie są planowane, lecz koncentrują się na takiej czy innej okazji i potrzebie, są wprowadzane warunkowo i znikają, jeśli nie przyniosą oczekiwanych i potrzebnych wyników, innymi słowy: są pragmatyczne, a nie dogmatyczne, raczej skromne niż pretensjonalne”²⁰.

R.H. Hisrich, wskazując na przedsiębiorczość, wyodrębnia ją spośród innych działań rynkowych poprzez jej elementy składowe. „Przedsiębiorczość jest to proces tworzenia nowych wartości przy niezbędnym wysiłku i w koniecznym czasie, przy uwzględnieniu ryzyka finansowego, psychologicznego i społecznego oraz przy oczekiwanym wynagrodzeniu

¹⁸ Peters T.J., Waterman R.H. Jr, *In Search of Excellence*, Harper Collins, New York 1982, s. 206.

¹⁹ Crozier M., *Przedsiębiorczość na podśluchu*, PWE, Warszawa 1993, s. 57.

²⁰ Drucker P.F., *Innowacja i przedsiębiorczość. Praktyka i działanie*, PWE, Warszawa 1992, s. 72.

materialnym.”²¹ Specyfika tego ujęcia polega na zaakcentowaniu korelacji między podjętym wysiłkiem, czasem, ryzykiem i wynagrodzeniem, której wynikiem jest przedsiębiorczość.

Odmienne stanowisko dotyczące definiowania przedsiębiorczości przedstawia T. Sztucki: „Przedsiębiorczość można zdefiniować jako wszelkie działania i przedsięwzięcia, polegające na wytwarzaniu, oferowaniu, dostarczaniu i sprzedawaniu produktów oraz usług uznawanych za niezbędne do zaspokajania potrzeb ludzi i funkcjonowania gospodarki (...) to umiejętność wykrywania nowych związków między otaczającymi nas rzeczami, między potrzebami i tym, czym je dotąd zaspokajamy, a także zdolność wypełniania produktami i usługami luk dostrzeżonych między podażą i popytem na rynku”²². W ujęciu przedsiębiorczości według T. Sztuckiego, nasuwa się analogia do interpretacji tego zjawiska przez J. Schumpetera i P.F. Druckera. Wszyscy trzej autorzy wyraźnie określają funkcje realizowane przez przedsiębiorczość.

J. Macieja przedsiębiorczość określa jako sposób tworzenia i budowania nowego „z niczego”, na podstawie pomysłów i możliwości niedostrzeganych i niewykorzystanych przez innych²³.

P. Mc Gowan prezentuje stanowisko, w którym określa: „Przedsiębiorczość jest rodzajem działalności charakteryzującym się twórczym myśleniem oraz umiejętnościami organizacyjnymi i planistycznymi. Znajduje odbicie w cechach psychologicznych i w zachowaniach poszczególnych osób. (...) Zazwyczaj (...) działalność menedżerów-właścicieli, tworzących lub rozbudowujących swoje małe firmy”²⁴. Autor jednoznacznie ujmując przedsiębiorczość w ramach zachowań, umiejętności i cech psychologicznych, z wyraźnym akcentem na cechy osobnicze jednostki.

Z polskich autorów definiuje to pojęcie między innymi L. Milian: „Przedsiębiorczość jest specyficzną formą aktywności ludzkiej w obrębie rynku, której – aby mogła się spełnić w wymiarze satysfakcjonującym przedsiębiorczą jednostkę – musi towarzyszyć sukces”²⁵. Autor ten wyraźnie wskazuje na nierozzerwalny związek, między aktywnością na rynku a sukcesem, którym musi charakteryzować się działanie przedsiębiorcze. W zasadzie brak

²¹ Hisrich R.D., *Entrepreneurship and Intrapreneurship: Methods for Creating New Companies That Have an Impact on the Economic Renaissance of an Area*, [in:] *Entrepreneurship, Intrapreneurship, and Venture Capital*, Hisrich R.D. [ed.], Lexington Books, 1986, s. 96.

²² Sztucki T., *Marketing przedsiębiorcy i menedżera*, Placet, Warszawa, 1996, s. 23.

²³ Macieja J., *Przedsiębiorczość w systemie ekonomicznym*, Studia Ekonomiczne Instytutu Nauk Ekonomicznych PAN, Warszawa 1990, nr 24, s. 51.

²⁴ McGowan P., *Innowacja i przedsiębiorczość wewnętrzna*, [w:] *Praktyka kierowania*, Stewart D.M. [red.], PWE, Warszawa 1997, s. 580.

²⁵ Milian L., *Przedsiębiorczość i przedsiębiorstwo turystyczne*, Wydawnictwo Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa 2000, s. 5.

sukcesu jest niejako oceną, która skreśla podjęte działanie z listy działań określanych jako przedsiębiorcze. L. Milian podkreśla również w swoich pracach znaczenie kompetencji. To w bezustannie pogłębianej wiedzy dotyczącej rynku (zachodzących na nim procesów) i samodoskonaleniu, widzi szansę na trwały sukces.

Na zagadnienie funkcji przedsiębiorczości w zarządzaniu wskazuje R.W. Griffin. Według tego autora: „Przedsiębiorczość jest procesem organizowania, prowadzenia działalności gospodarczej oraz podejmowania związanego z nią ryzyka. (...) Przedsiębiorczość oznacza uruchomienie przedsięwzięcia gospodarczego i wykonywanie aktywnej roli w jego zarządzaniu”²⁶. Prezentuje on stanowisko, w którym przedsiębiorczość oznacza prowadzenie działalności gospodarczej przez jej założyciela na własne ryzyko i rachunek. Ten sposób postrzegania przedsiębiorczości jest zawężony do ściśle określonej działalności (w ramach własnej firmy) jednostki na rynku.

Analiza przytoczonych interpretacji zjawiska przedsiębiorczości wskazuje na przypisywaną przez wielu autorów fundamentalną rolę innowacyjności. Pojęcie innowacyjności jest przedstawione w kolejnym rozdziale (rozdział 2.2.) niniejszej dysertacji.

Tabela 1 przedstawia przedsiębiorczość w rozumieniu przytaczanych autorów.

Tabela 1. Pojęcie przedsiębiorczości w ujęciu wybranych autorów

AUTOR	ISTOTA PRZEDSIĘBIORCZOŚCI
R. Cantillon	Przedsiębiorczość to umiejętność (możliwość) przewidywania i gotowości do podejmowania ryzyka, co nie musi wiązać się z zatrudnieniem pracy w procesie wytwórczym.
F. Knight	Aktywność gospodarcza niesie ze sobą dwojakiego rodzaju ryzyko takie, które jest określone i możliwe do przeniesienia na innych w ramach ubezpieczenia i te, które jest związane z niepewnością, której to konsekwencje ponosi tylko przedsiębiorca. Właśnie ta niepewność pozwala na aktywizowanie się przedsiębiorczości.
J.B. Say	Przedsiębiorczość to możliwość przenoszenia zasobów ekonomicznych z obszarów niższej na obszar wyższej wydajności i wyższego zysku.
B.F. de Belidon	Przedsiębiorczym jest kupiec, który kupuje pracę i materiały po niepełnej, zmiennej cenie i sprzedaje ich rezultat, produkt po wcześniej określonej i niezmiennej cenie
J. Schumpeter	Przedsiębiorczość jest szeroko rozumianą innowacyjnością. Innowacyjność to wytwarzanie i wprowadzanie na rynek nowych dóbr bądź też poprawę ich jakości, stosowanie nowych metod produkcji, pozyskiwanie nowych rynków zbytu, powstawanie nowych organizacji gospodarczych, odkrywanie nowych źródeł nabywców surowców i materiałów.

²⁶ Griffin R.W., *Podstawy zarządzania organizacjami*, PWN, Warszawa 1998, s. 730.

c.d. Tabeli 1.

I. Kirzner	„Rynek, na którym działają wyłącznie jednostki zorientowane na maksymalizację korzyści, nie generuje procesu rynkowego. Uruchomienie tego procesu wymaga dodatkowego elementu, którego nie można zrozumieć w ramach założeń, jakie proponuje wąska koncepcja zachowań gospodarczych. Ten element rynku najlepiej można określić jako przedsiębiorczość.”
T.J. Peters, R.H. Waterman Jr.	Przedsiębiorczość to otwartość na zmiany, umiejętność wykorzystania zmian i zagrożeń, a także umiejętność uwolnienia się od starych wzorców postępowania.
P.F. Drucker	Przedsiębiorczość to gromadzenie i wykorzystanie zasobów w celu osiągnięcia rezultatów, by dokonywać ich ponownej alokacji w miarę pojawiających się okazji. Istota przedsiębiorczości: tworzenie nowych przedsięwzięć gospodarczych mających swe źródło w innowacjach lub ich twórczej imitacji.
R.D. Hisrich	Przedsiębiorczość jest to proces tworzenia nowych wartości przy niezbędnym wysiłku i w koniecznym czasie, przy uwzględnieniu ryzyka finansowego, psychologicznego i społecznego oraz przy oczekiwanym wynagrodzeniu materialnym.
T. Sztucki	Przedsiębiorczość to wszelkie działania i przedsięwzięcia, polegające na wytwarzaniu, oferowaniu, dostarczaniu i sprzedawaniu produktów oraz usług uznawanych za niezbędne do zaspokajania potrzeb ludzi i funkcjonowania gospodarki; to umiejętność wykrywania nowych związków między otaczającymi nas rzeczami, między potrzebami i tym, czym je dotąd zaspokajamy, a także zdolność wypełniania produktami i usługami luk dostrzeżonych między podażą i popytem na rynku.
J. Maciejka	Przedsiębiorczość to sposób tworzenia i budowania nowego „z niczego”, na podstawie pomysłów i możliwości niedostrzeżonych i niewykorzystanych przez innych.
M. Crozier	Przedsiębiorczość jest efektem kalkulacji dokonywanych kompleksowo z uwzględnieniem otwartości systemu, niepewności i wielości parametrów.
P. McGowan	Przedsiębiorczość jest rodzajem działalności charakteryzującym się twórczym myśleniem oraz umiejętnościami organizacyjnymi i planistycznymi. Znajduje odbicie w cechach psychologicznych i w zachowaniach poszczególnych osób.
L. Milian	Przedsiębiorczość jest rodzajem dyspozycji osobniczych, które umożliwiają podjęcie działania przedsiębiorczego, to znaczy związanego z rynkową aktywnością jednostki.
R.W. Griffin	Przedsiębiorczość jest procesem organizowania, prowadzenia działalności gospodarczej oraz podejmowania związanego z nią ryzyka. Przedsiębiorczość oznacza uruchomienie przedsięwzięcia gospodarczego i wykonywanie aktywnej roli w jego zarządzaniu.

Źródło: Kukowska K., Pytel M., *Concepts of Enterprise*, [in:] *Interdisciplinary Approach to Sustainable Development*, Lescroart R., Pachura P. and Nitkiewicz T. [ed.], ISI Pierrard HEC du Luxemburg, Virton 2007, s. 116²⁷.

²⁷ Cytat w tabeli: Lavoie D., *Odkrywanie i postrzeganie szansy gospodarczej: kultura a kirznerowski model przedsiębiorczości*, [w:] *Kultura przedsiębiorczości*, Berger B. [red.], Oficyna Wydawnicza RÓJ, Warszawa 1994, s. 47.

Podsumowując przytoczone ujęcia przedsiębiorczości, można stwierdzić, iż przedsiębiorczość:

1. jest efektem pragnienia ponoszenia korzyści przede wszystkim indywidualnych, jednak aktywność gospodarcza jednostek niesie ze sobą korzyści dla innych;
2. zawsze jest związana z ponoszeniem szeroko rozumianych nakładów i zasobów (materialnych i niematerialnych), które w konsekwencji prowadzą do zaspokajania potrzeb innych;
3. to duże zdolności organizatorskie, dotyczy umiejętności postrzegania i wykorzystania nadarzających się okazji;
4. jest związana z ponoszeniem ryzyka, dlatego też nie zawsze kończy się sukcesem; Porażka jest nieodłącznie wpisana w działania przedsiębiorcze, o przedsiębiorczości świadczy umiejętność jej minimalizowania.
5. to szczególny rodzaj innowacyjności, która musi być poparta aktywnością i zdolnością wywoływania synergii²⁸;
6. jest siłą, która scala różnorodne zasoby niezbędne do uruchomienia działalności gospodarczej i wykorzystuje je pomnażając wartości materialne i niematerialne;
7. to wdrażanie nowych technologii, wyrobów, form organizacji produkcji i sprzedaży;
8. jest szczególną cechą zasobów ludzkich, która jak dotąd przejawia się najpełniej w warunkach gospodarki rynkowej;
9. może stanowić wrodzoną cechę osobowości, ale to również sposób zachowania, umiejętność, której można się nauczyć;
10. odbierana jest głównie jako proces związany z jednostką, jednak przedsiębiorczość to również inicjatywa społeczna²⁹.

Przegląd literatury na temat pojęcia przedsiębiorczości ma na celu jego przybliżenie oraz zweryfikowanie, jakie rozumienie przyjęto dla potrzeb niniejszej pracy badawczej. W dysertacji przedsiębiorczość w ogólnym ujęciu definiowana jest jako **proces organizowania i prowadzenia działalności gospodarczej na własny rachunek i własne ryzyko, którego początkiem jest intencja lub pomysł zrodzony w jednostce, prowadzące do ciągu zdarzeń wynikających z podjętych decyzji na bazie dostrzegalnych i subiektywnie interpretowanych uwarunkowań.** Jednak w procesie analiz empirycznych,

²⁸ Habuda L., *Przedsiębiorczość, przedsiębiorca, przedsiębiorcze zarządzanie*, [w:] *Zarządzanie przedsiębiorstwem: problemy wybrane*, Habuda L. [red.], 2002, s. 24.

²⁹ Mikołajczyk Z. [red.], *Jak zarządzać przedsiębiorstwem w gospodarce rynkowej*, PWN, Warszawa 1993, s. 11.

przedsiębiorczość będzie ujmowana również w węższych aspektach odnoszących się do przytaczanych definicji.

Następna część opracowania pogłębia studium zjawiska poprzez przegląd szkół badawczych nad przedsiębiorczością.

1.2. Szkoły badawcze przedsiębiorczości

Przedsiębiorczość jako zjawisko o złożonym charakterze można analizować w wielu aspektach. Uchwycenie przedsiębiorczości jako całości w jej wszystkich formach i przejawach jest właściwie niemożliwe. Liczne badania oraz zróżnicowane podejścia badaczy doprowadziły do ogólnego podziału kierunków zainteresowań przedsiębiorczością na dwie grupy. Pierwsza z nich dotyczy przedsiębiorczości w aspekcie makro. W tym podejściu, uwaga skupiona jest na procesach i czynnikach zewnętrznych, pozostających najczęściej poza kontrolą wpływu indywidualnego przedsiębiorcy, mając jednocześnie na niego wpływ. Druga dotyczy aspektu mikro, gdzie badane są szczególne cechy przedsiębiorców. W tym ujęciu analizowane są również czynniki podlegające kontroli i wpływom przedsiębiorcy. Powyższe podejścia do badań nad przedsiębiorczością są reprezentowane przez różne szkoły.

W odniesieniu do wymiaru makro wyróżnia się³⁰:

1. Szkołę czynników zewnętrznych, która zajmuje się badaniem wpływu instytucji i systemów wartości na rozwój przedsiębiorczości - dotyczy głównie otoczenia socjopolitycznego.
2. Szkołę skupiającą się na procesach poszukiwania i pozyskiwania kapitału. Jest to spojrzenie z perspektywy finansów, kapitału i związanego z tym ryzyka. Kapitał jest tu traktowany jako podstawowy element przedsiębiorczości.
3. Szkołę badającą grupy wpływające na przedsiębiorczość. Kierunek ten bada grupy społeczne, które oddziałują na określone czynniki wpływające na postawy i działania ludzi w odniesieniu do przedsiębiorczości. Wpływ ten może być zarówno pozytywny jak i negatywny. W świetle tego zagadnienia monitorowane są przemiany polityczne, kulturowe i ekonomiczne.

³⁰ Kuratko D.F., Hodgetts R.M.: *Entrepreneurship. A Contemporary Approach*, The Dryden Press 1989, s. 19-20.

Szkoły badawcze o charakterze mikroekonomicznym dzielone są na³¹:

1. Kierunek nastawiony na zidentyfikowanie cech osoby przedsiębiorczej. Szczególna uwaga jest tu zwrócona na te cechy, które są wspólne dla przedsiębiorców odnoszących sukces w działalności gospodarczej.
2. Kierunek, który przedsiębiorczość bada z perspektywy źródeł pomysłów, opracowania koncepcji przedsięwzięcia i jego wdrożenia. Tutaj szczególną rolę przypisuje się okazji, pewnym szczególnym okolicznościom, szansie.
3. Kierunek określany mianem szkoły strategicznej, w którym najwięcej uwagi skupia się na zagadnieniu formułowania i wyboru strategii.

Inny podział współczesnych kierunków badawczych nad przedsiębiorczością wyróżnia³²:

1. badania teoretyczne (wieloaspektowe i jednoaspektowe);
2. badania historyczne;
3. badania wpływów otoczenia w ujęciu makro i mikro;
4. badania przedsiębiorczości w różnych typach organizacji;
5. badania w ujęciu funkcjonalnym – różnicując przedsiębiorczość wewnętrzną (korporacyjną) i indywidualną (small business);
6. badania projekcyjne odnoszące się do przyszłości - dotyczą projektowania rozwoju różnych form przedsiębiorczości.

Nauki o zarządzaniu systematyzują szkoły badawcze przedsiębiorczości w sposób następujący³³:

1. Kierunek skupiony na wybitnych postaciach przedsiębiorców, cechach wyróżniających ich spośród innych. Przedstawiciele tej szkoły zakładają, że wielcy przedsiębiorcy charakteryzują się takimi zachowaniami i umiejętnościami jak: intuicja, wigor, energia, wytrwałość, ambicja. Przedsiębiorczość jest związana głównie z powstawaniem nowego przedsiębiorstwa.
2. Kierunek badań charakterystyk psychologicznych przedsiębiorców. Podejście to zakłada, że przedsiębiorcy mają odrębne wartości, postawy, potrzeby, którymi się kierują, a ich zachowania są rezultatem dążenia do zaspokojenia określonych potrzeb. Osoby te mają własny system wartości, podejmują ryzyko i mają silną potrzebę

³¹ Ibidem, s. 20-21.

³² Ibidem, s. 273 – 299.

³³ Cunningham J.B., Lischeran J., *Defining Entrepreneurship*, Journal of Small Business Management 1991, January, s. 46 – 47.

osiągnięć. Przy tych założeniach przedsiębiorczość jest również wiązana z powstaniem nowego przedsiębiorstwa.

3. Kierunek skupiony na rozpoznaniu okazji i działaniach innowacyjnych, tzw. podejście klasyczne. Typowe zachowania przedsiębiorcy to innowacyjność, kreatywność i odkrywanie. Związki przedsiębiorczości z etapami rozwoju organizacji dotyczą etapu jej rozwoju i wczesnego wzrostu.
4. Kierunek menedżerski. W tym podejściu przedsiębiorczość jest utożsamiana z zarządzaniem. Podstawowe założenia odnoszą się do przedsiębiorcy jako organizatora (założyciela) przedsięwzięcia gospodarczego, którym kierują, podejmując związane z tym ryzyko. Przedsiębiorców można zatem kształcić w zakresie funkcji zarządzania. Przedsiębiorcy planują, organizują, kierują ludźmi, zarządzają finansami itp. Przedsiębiorczość dotyczy etapu wczesnego wzrostu i dojrzałości organizacji.
5. Kierunek przywództwa, podobnie jak kierunek menedżerski, bada przedsiębiorczość w aspekcie zarządzania. Podejście to zakłada, że przedsiębiorcy są przywódcami. Należą do osób, które potrafią dostosować swój styl przewodzenia do potrzeb innych. Dzięki swemu zarządzaniu personelem osiągają zamierzone cele. Charakter działań przedsiębiorców ma na celu ukierunkowanie i motywowanie ludzi oraz przewodzenie im. Przedsiębiorczość również tu będzie odnosiła się głównie do wczesnego wzrostu i dojrzałości firmy.
6. Przedsiębiorczość wewnętrzna, która zajmuje się głównie zmianami i dostosowywaniem się organizacji do zmiennego otoczenia. Zatem przedsiębiorczość będzie miała swój wyraz w tworzeniu nowych, niezależnych jednostek organizacyjnych, rynków, rozszerzaniu rynków i usług. Przedsiębiorcy – menedżerowie mają umiejętność wykorzystywania okazji i podejmowania decyzji. W tym podejściu przedsiębiorczość związana jest z etapem dojrzałości i zmian organizacji.

Usystematyzowanie teorii i koncepcji przedsiębiorczości proponuje wielu badaczy. Wiodące propozycje kategoryzacji przedsiębiorczości należą do R.F. Heberta i A.N. Linka oraz M.Cassona. R.F. Hebert i A.N. Link zaproponowali wyróżnienie czterech typów teorii przedsiębiorczości³⁴:

³⁴ Hebert R.F., Link A.N., *The Entrepreneur. Mainstream Views and Radical Critiques. Pracger Special Studies*, Preader Scientific, New York 1982, s. 109.

Typ A – teorie czystej niepewności; podstawowym problemem badawczym jest radzenie sobie z niepewnością i ponoszenie ryzyka. Za głównych twórców tej koncepcji uważani są: R. Cantillon, F. Knight oraz G.L.S. Shackle.

Typ B – teorie czystej innowacji; kwestią główną pozostaje tu wprowadzanie innowacji prowadzące w konsekwencji do nierównowagi na rynku. Przedstawicielem tej teorii jest J. Schumpeter.

Typ C – teorie niepewności i „zdolności” do innowacji; koncepcja ta dotyczy kombinacji funkcji radzenia sobie z niepewnością i funkcji wprowadzania innowacji. Reprezentantami tych poglądów są J.H. von Thunen, H.K.E. von Mangoldt, A.H. Cole.

Typ D – teorie koncepcji i przystosowania; głównym problemem jest tu postrzeganie otoczenia i przystosowanie do warunków nierównowagi, by doprowadzić do równowagi na rynku. Przedstawicielami tych poglądów są: I. Kirzner oraz T.W. Schultz.

M. Casson wyróżnił również cztery podejścia w swej systematyce koncepcji przedsiębiorczości³⁵:

1. Koncepcja charakteryzująca przedsiębiorczość z perspektywy ryzyka i niepewności, gdzie podstawową rolę odgrywają czynniki dystrybucji dochodów i zysków.
2. Koncepcje, według których przedsiębiorczość jest rezultatem dynamiki procesów rynkowych.
3. Koncepcja J. Schumpetera, której podstawą jest innowacja. Przedsiębiorca dokonuje „twórczej destrukcji” prowadzącej do burzenia równowagi rynkowej i inicjowania wzrostu gospodarczego.
4. Koncepcje, w których głównym problemem jest podejmowanie decyzji. Przedsiębiorczość jest tu rozważana w aspekcie relacji między przedsiębiorcą a firmą.

Z powyższej systematyki należy wyróżnić fundamentalne koncepcje przedsiębiorczości, mające wpływ na rozwój tego nurtu jako przedmiotu analizy. Nurty te dominują we współczesnych badaniach nad przedsiębiorczością. Należy do nich koncepcja dotycząca ryzyka i niepewności. Za jej twórcę uznany jest francuski ekonomista R. Cantillon. Teorię tę rozwinął F. Knight. Kolejne koncepcje to teoria innowacji J. Schumpetera oraz teoria dotycząca procesów rynkowych. Szkoła procesów rynkowych jest prezentowana przez I. Kirznera. Charakterystyka tych koncepcji została przedstawiona w pierwszym punkcie niniejszego rozdziału.

³⁵ Cassone M., *Entrepreneurship*, An Elgar Reference Collection, England, USA 1990, Introduction, s. XIII-XX.

1.3. Typologia przedsiębiorczych działań

Przedsiębiorczość jest zjawiskiem wielowymiarowym, dlatego też charakterystyka istoty przedsiębiorczości prezentuje różne jej aspekty i formy. Literatura przedstawia kryteria podziału przedsiębiorczości, takie jak ³⁶:

- kryterium rodzajowe, dzielące przedsiębiorczość na działalność rejestrowaną i nie rejestrowaną;
- kryterium postaci, dotyczy realizacji przedsięwzięć w organizacjach już istniejących oraz nowo powstających;
- kryterium miejsca realizacji odnoszące się do realizacji działań przedsiębiorczych, które mogą być w całości lub jej końcowej fazie podejmowane w kraju lub za granicą;
- kryterium modeli własności – przedsiębiorczość jest realizowana przez jednostki prawne, państwowe i samorządu terytorialnego;
- kryterium typów procesu przedsiębiorczości: produkcyjna, handlowa, usługowa;
- kryterium formy organizacyjno – prawnej: przedsiębiorstwa, fundacje, stowarzyszenia, jednostki i zakłady budżetowe, instytucje finansowe itp.

Jedną z najczęściej przytaczanych różnic w analizie przedsiębiorczości jest jej podział na indywidualną i wewnętrzną, która jest odnoszona do roli przedsiębiorcy. Przedsiębiorczość indywidualna charakteryzuje się nieograniczonym zakresem władzy danego podmiotu (właściciela firmy). To uprzywilejowanie wynika z własności zasobów lub z możliwości swobodnego nimi dysponowania, a zarazem z pełną odpowiedzialnością i ryzykiem za podejmowane działania. Indywidualna przedsiębiorczość odnosi się do konkretnej osoby, będącej właścicielem lub współwłaścicielem małej lub średniej firmy, bądź też prowadzącej jednoosobową działalność. Ta forma przedsiębiorczości polega głównie na tworzeniu nowych organizacji, w których podejmowane są dalsze działania. Przedsiębiorczość wewnętrzna oznacza ograniczoną władzę i swobodę działania w ramach organizacji, ale również ograniczone ryzyko. Dotyczy ona najczęściej dużych przedsiębiorstw i jest identyfikowana z zespołem pracowniczym, przy czym korzyści przedsiębiorcy są ograniczone do profitów objętych umową z organizacją, w której jest zatrudniony.

W odniesieniu do przedsiębiorczych działań można rozróżnić: działalność wewnętrzną (przedsiębiorczość wewnętrzna) i skierowaną na zewnątrz (przedsiębiorczość zewnętrzna). Ta pierwsza dotyczy kreowania innowacji rynkowych, produktowych, technicznych,

³⁶ Adamczyk W., *Przedsiębiorczość: próba systematyki*, Przegląd Organizacji 1996, nr 2.

organizacyjnych w ramach dotychczasowej działalności i może być realizowana zarówno przez przedsiębiorcę indywidualnego jak i wewnętrznego. Przedsiębiorczość zewnętrzna odnoszona jest do nowych dziedzin produkcji, a więc i nowych sektorów. Przedsiębiorczość zewnętrzna jest często realizowana przez wchłanianie innych przedsiębiorstw, a zatem dotyczy głównie przedsiębiorców wewnętrznych dużych firm³⁷.

Z. Kraśnicka dzieli przedsiębiorczość według kryterium miejsca realizacji przedsiębiorczości (sektor działalności) na: przedsiębiorczość gospodarczą (ekonomiczną) i pozagospodarczą (pozaekonomiczną). Pierwsza jest realizowana przez organizacje o charakterze ekonomicznym. Oznacza to, że głównym celem tych podmiotów jest jak największy zysk finansowy, a więc przewaga korzyści materialnych nad niematerialnymi. Autorka w swych rozważaniach analizuje dalej przedsiębiorczość gospodarczą jako indywidualną i wewnętrzną, ujmowaną w literaturze również jako indywidualną i zorganizowaną (zespołową). Zakres znaczeniowy tych typologii został już wyjaśniony powyżej. Przedsiębiorczość indywidualna i zespołowa w organizacjach gospodarczych różni się od siebie przede wszystkim zakresem władzy wynikającym z tytułu własności i zakresem ponoszonego ryzyka.

Przedsiębiorczość pozagospodarcza (pozaekonomiczna) jest nastawiona na osiągnięcie korzyści materialnych i niematerialnych, jednak działalność priorytetowa dotyczy korzyści niematerialnych. Będzie zatem obejmować organizacje pozagospodarcze w sektorze publicznym i non-profit mające charakter społeczny lub polityczny. Autorka dzieli przedsiębiorczość pozaekonomiczną na administracyjną i społeczną, odnajdując tu analogię do przedsiębiorczości indywidualnej i wewnętrznej. Przedsiębiorczość indywidualną, której odpowiadają małe i średnie przedsiębiorstwa porównuje z przedsiębiorczością społeczną podejmowaną w organizacjach non-profit, natomiast przedsiębiorczość wewnętrzną odnoszącą się do dużych przedsiębiorstw zestawia z przedsiębiorczością administracyjną sektora publicznego³⁸.

Wspomniana autorka nawiązuje do literatury amerykańskiej, przedstawiając typologię przedsiębiorczości odwołującą się do uniwersalnego charakteru tego zjawiska³⁹:

- przedsiębiorczość indywidualna;
- small business;
- przedsiębiorczość korporacyjna (wewnętrzna);

³⁷ Mikołajczyk Z. [red.], *Jak zarządzać...* op. cit., s.18.

³⁸ Kraśnicka T., *Koncepcja rozwoju...* op. cit., s. 123.

³⁹ *Ibidem*, s. 122.

- przedsiębiorczość indywidualna organizacji rządowych;
- przedsiębiorczość korporacyjna organizacji rządowych;
- przedsiębiorczość indywidualna organizacji non-profit;
- przedsiębiorczość korporacyjna organizacji non-profit.

Powyższe kryteria podziału wyodrębniają small business jako oddzielną kategorię przedsiębiorczości. Wynika to z przyjętych założeń dotyczących relacji między przedsiębiorczością a funkcjonowaniem małych firm oraz przyczyn i skutków fluktuacji tego zjawiska. Biorąc pod uwagę zmiany natężenia w czasie zjawiska przedsiębiorczości w small business, można wyróżnić przedsiębiorczość ciągłą (systematyczną) i periodyczną (nieciągłą).

M.K. Nowakowski analizuje zjawisko przedsiębiorczości, dokonując jej podziału ze względu na cztery podstawowe poziomy na których może być realizowana⁴⁰:

I poziom dotyczy przedsiębiorczych ludzi, osób podejmujących decyzje, mających określone cechy osobowości, możliwości umysłowe i fizyczne, wiedzę i postawę. Z tej perspektywy mówimy o przedsiębiorczości indywidualnej. Taka osoba jest najczęściej przedsiębiorcą, który organizuje, zarządza i podejmuje ryzyko związane z prowadzeniem interesu, najczęściej własnego. Osoba przedsiębiorcza jest utożsamiana z innowatorem. Przedsiębiorca, otwierając własną firmę, na początku najczęściej małą, spotyka się z następującymi formami ryzyka: ekonomicznymi, finansowymi i osobistymi. Motywem który skłania przedsiębiorczą osobę do działania jest:

- potrzeba niezależności;
- potrzeba samorealizacji, konfrontacji własnych zdolności do prowadzenia interesu z rzeczywistością;
- poszukiwanie atrakcyjniejszej pracy;
- pragnienie dużych pieniędzy, których upatruje w działalności firmy, co za tym idzie, bezpieczeństwo finansowe.

II poziom - przedsiębiorczość zespołowa- dotyczy zespołów charakteryzujących się synergia. Grupa tego rodzaju oznacza doświadczonych ludzi, wspólnie tworzących zespół o wysokich kwalifikacjach. Zadaniem takiej załogi jest najczęściej kreowanie, rozwinięcie i sprzedaż na rynku nowych produktów. Osoby z zespołu reprezentują różne obszary biznesu, jednak muszą polegać na wzajemnej współpracy. Celem działalności grupy jest sukces, który będzie dotyczył ich jako całości, ale również będzie udziałem każdej osoby indywidualnie.

⁴⁰ Nowakowski, M.K., *Wprowadzenie do zarządzania międzynarodowego*, Difin, Warszawa 1999, s. 197.

III poziom obejmuje przedsiębiorstwa charakteryzujące się przedsiębiorczym zarządzaniem. Zarządzanie jest tu rozumiane jako zorganizowana wiedza leżąca u podstaw praktyki oraz jako działania wykorzystujące tę wiedzę adekwatnie do sytuacji, tak by wyniki miały praktyczny charakter.

IV poziom jest realizowany przez społeczeństwa, w których rozpowszechniane są przedsiębiorcze postawy, gdzie są one normą. Przedsiębiorcze społeczeństwo charakteryzuje się ciągłą innowacyjnością i przedsiębiorczością.

W.M. Brudzewski i I.K. Hejduk w swej dedukcji kategoryzują przedsiębiorczość według kolejnych faz procesu innowacyjnego. Fazy te są elementami przedsiębiorczości⁴¹.

I. Pierwszym elementem tego procesu jest nowatorski pomysł, który może wynikać z przemyśleń, obserwacji, wnioskowaniem i ostatecznie identyfikacją, jednostki lub zespołu. Nowa idea może być wynikiem pracy koncepcyjnej jak i efektem przypadkowych okoliczności.

II. Następną część procesu wiąże się z pragnieniem realizacji nowatorskiego pomysłu. Dotyczy zatem motywacji do podejmowania działań, które doprowadzą do zamierzonego efektu, a w konsekwencji do uzyskania korzyści. Ważne jest to by założony cel był możliwy do osiągnięcia z „prawdopodobieństwem wyższym zera”.

III. W trzeciej fazie twórca lub twórcy pomysłu tworzą warunki umożliwiające jego realizację, co wiąże się z gromadzeniem środków. W zależności od cech pomysłu, ich forma i rozmiar są zróżnicowane.

IV. Czwarty element procesu przedsiębiorczości dotyczy wszystkich działań podejmowanych w związku z bezpośrednią realizacją pomysłu. Produktem finalnym, „urealnionym pomysłem” może być: nowy wyrób, technologia, organizacja lub inna myśl o właściwościach użytkowych.

V. Ostateczną fazą jest zaoferowanie produktu na rynku, gdzie zostanie poddany bezpośrednio lub pośrednio transakcji kupna-sprzedaży.

Każdy z kolejnych elementów procesu przedsiębiorczości podlega wpływom otoczenia i jest związany z ryzykiem.

Biorąc pod uwagę wzorce przedsiębiorczości kształtujące gospodarkę rynkową, L.H. Haber, obserwując polską rzeczywistość, sformułował następujące modele przedsiębiorczości⁴²:

- przedsiębiorczość żywiolową;

⁴¹ Grudzewski W.M., Hejduk I.K., *Małe i średnie...* op. cit., s.178.

⁴² Haber L.H., *Działania przedsiębiorcze...* op. cit., s. 19-25.

- przedsiębiorczość ewolucyjną;
- przedsiębiorczość etyczną;
- przedsiębiorczość systemową.

Autor zaznacza, że charakteryzowane wzory przedsiębiorczości mogą być samoistne, pojawiać się naprzemiennie lub współistnieć ze sobą. Wzory te mogą występować we wszystkich gospodarkach bez względu na położenie geograficzne bądź ustrój, z wyjątkiem gospodarek centralnie sterowanych i państw totalitarnych.

Przedsiębiorczość żywiłowa charakteryzuje się dążeniem za wszelką cenę do osiągnięcia sukcesu przez jednostki lub niewielkie grupy. Działania te odznaczają się wysokim stopniem ryzyka. Podłożem takich zachowań, które tworzą się „samoistne” są znaczące zmiany ekonomiczne, polityczne i społeczne, na przykład transformacja ustrojowa. Zatem możliwości oddziaływania społecznego na przedsiębiorczość żywiłową są ograniczone. Procesy, które zachodzą, prowadzą do zburzenia starego porządku społecznego i budowania nowej rzeczywistości: norm, kultury zasad moralnych i etycznych. Przedsiębiorczość żywiłową można wartościować w następujących kategoriach:

- neutralna – cechują ją działania zmierzające do wykorzystania istniejących luk prawnych, co oznacza balansowanie na granicy prawa;
- pozytywna (socjocentryczna) – działania obejmują tworzenie nowych norm prawnych bądź też zmiany już istniejących w świetle nowego ładu ekonomicznego i demokratycznego państwa;
- negatywna (egocentryczna) – charakteryzuje się świadomym naruszaniem norm prawnych oraz zasad współżycia obywatelskiego dla własnych korzyści.

Przedsiębiorczość ewolucyjna jest wyrazem koncepcji American Dream – „od pacybuta do milionera”. Wzorem przedsiębiorczych działań jest dążenie do celu poprzez przechodzenie poszczególnych szczebli kariery od pracownika najemnego do przedsiębiorcy. Ta forma przedsiębiorczości wyraża się przez ciągłe doskonalenie zawodowe i wytrwałość, ciesząc się akceptacją społeczną. Według badacza obserwujemy ten model w Polsce, czego przykładem są licznie tworzone małe przedsiębiorstwa prywatne o charakterze rodzinnym.

Przedsiębiorczość etyczna jest wyrazem systemu religijnego, filozoficznego i kulturowego danego społeczeństwa. Społeczeństwa, kierując się wewnętrznym przymusem wyznawanych norm, wartości i postaw, podejmują określone działania, które mogą mieć pozytywny wpływ na rozwój przedsiębiorczości etycznej. L.H. Haber za przykłady pozytywnych skutków tej formy przedsiębiorczości podaje społeczeństwa Europy Zachodniej, które kształtowały się na bazie religii protestanckiej oraz Japonię, wyznającą

etykę konfucjańską. Zarówno protestantyzm jak i konfucjanizm tworzył etos pracy w którym ceniona była pracowitość i poświęcenie, jako wkład w powiększanie dobrobytu całej społeczności. Choć oba te systemy różniły się od siebie znacząco, przedsiębiorczość etyczna doprowadziła do sukcesu w działalności gospodarczej.

Polska jest krajem, który został ograbiony z tradycji przedsiębiorczej w okresie gospodarki państwowej. Nie wiadomo zatem, jak długo będzie trwało kształtowanie się przedsiębiorczości etycznej i jakie będą jej źródła kulturowe.

Przedsiębiorczość systemowa ma miejsce w rozwiniętej gospodarce rynkowej, w której to państwo zabiega o tworzenie wizerunku przedsiębiorczego obywatela. Budzenie w społeczeństwie ducha przedsiębiorczości jest kolejną fazą postindustrialnego rozwoju. Idea przedsiębiorczości obywatelskiej była wdrażana w Stanach Zjednoczonych w latach 80. Jej celem było wspieranie inicjatyw gospodarczych, poprzez budowę całego systemu pomocy: dostosowanie przepisów prawnych i finansowych, ulg podatkowych, preferencyjnych kredytów. Sprawnie funkcjonujący system kontroli prawnej, finansowej i podatkowej umożliwiał obserwację całego mechanizmu.

Demokratyczny rząd Polski również ma na celu pobudzanie inicjatywy obywatelskiej, jednak mimo programów wspierających MŚP wciąż przed przedsiębiorcami stoi wiele barier. Za jedno z największych problemów uważane są wysokie stopy kredytów, podatki i biurokracja.

L.H. Haber zaznacza w swoim opracowaniu, że wzorce (modele) przedsiębiorczości są uwarunkowane politycznie, prawnie, ekonomicznie, kulturowo, społecznie, psychicznie, a także komunikacyjnie w rozumieniu roli jaką odgrywają środki masowego przekazu.

Przedstawione definicje przedsiębiorczości oraz jej różne formy, typy i rodzaje nie wyczerpują całego dorobku literatury na ten temat. Co więcej, tak jak ewoluuje zjawisko przedsiębiorczości, tak będą tworzone wciąż nowe podziały, formy i kryteria. Przybliżenie istoty przedsiębiorczości i prezentacja jej zróżnicowanego charakteru ma przede wszystkim cel poznawczy, wprowadzający w wielowymiarowość analizowanego zjawiska.

2. EKONOMICZNE, PRAWNO-POLITYCZNE ORAZ INSTYTUCJONALNE UWARUNKOWANIA FUNKCJONOWANIA PODMIOTÓW GOSPODARCZYCH

2.1. Przedsiębiorczość indywidualna – samozatrudniający i pracodawcy small biznesu w aspekcie ilościowym i jakościowym

Niniejszą część rozprawy poświęcono ekonomicznym, prawno – politycznym oraz instytucjonalnym uwarunkowaniom przedsiębiorczości, wyróżniając wybrane elementy otoczenia makroekonomicznego szerszym opisem.

Pojęcie indywidualnej przedsiębiorczości zostało zdefiniowane w poprzednim rozdziale jako jedna z jej form. Odnosi się ona do zakładania i prowadzenia przedsiębiorstwa, pod którym to pojęciem rozumie się: „zorganizowany, dynamicznie zmieniający się zespół wyodrębnionych pod względem własnościowym, ekonomicznym, organizacyjnym i prawnym składników niematerialnych i materialnych, przeznaczony do prowadzenia działalności gospodarczej wraz ze zdolnością pozyskiwania i utrzymywania odbiorców, organizowany w wybranej formie prawnej przez przedsiębiorcę”⁴³. W ujęciu funkcjonalnym przedsiębiorstwo jest analizowane „z perspektywy celu jego funkcjonowania w obszarach działalności wytwórczej, budowlanej, handlowej, usługowej, rozpoznawania i wydobywania kopalin ze złóż, a także działalności zawodowej wykonywanej w sposób zorganizowany i ciągły”⁴⁴. Biorąc pod uwagę podmiotowość przedsiębiorstwa, odnosi się ona do określonej formy prawnej podmiotu gospodarczego. Przedmiotowość rozumie się natomiast jako zespół aktywów (składników materialnych i niematerialnych) stanowiących materialną podstawę organizacji. Przedsiębiorstwo jest organizacją gospodarczą, gdyż działa w oparciu o zaspokajanie potrzeb materialnych, w przeciwieństwie do organizacji społecznych, administracyjnych, religijnych i non-profit.

Zgodnie z Ustawą z dn. 19 listopada 1999 roku (Roz.1, Przepisy ogólne, art. 2.1.) Prawo działalności gospodarczej: „Działalnością gospodarczą w rozumieniu ustawy jest zarobkowa działalność wytwórcza, handlowa, budowlana, usługowa oraz poszukiwanie,

⁴³ Kalina-Prasznik U. [red.], *Leksykon polityki gospodarczej*, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2005, s. 201.

⁴⁴ *Ibidem*, s. 203.

rozpoznawanie i eksploatacja zasobów naturalnych, wykonywana w sposób zorganizowany i ciągły”⁴⁵.

Mała przedsiębiorczość z punktu widzenia prawnego – gospodarczego dotyczy kategorii samozatrudnionych oraz małych i średnich przedsiębiorstw. Samozatrudnienie (quasi – przedsiębiorca) jest rozumiane jako podjęcie działalności gospodarczej na własny rachunek, bez zatrudniania osób trzecich. Samozatrudnienie w szerszym ujęciu może być również rozumiane jako tworzenie przez przedsiębiorcę miejsca pracy dla siebie i innych. W pracy przyjęto węższe ujęcie, że samozatrudnienie to prowadzenie działalności gospodarczej na własny rachunek, bez zatrudniania osób trzecich.

Jeżeli przedsiębiorca jest pracodawcą, jego podmiot klasyfikuje się według liczby zatrudnionych do małych, średnich lub dużych przedsiębiorstw. Zgodnie z Polską Ustawą Prawo Działalności Gospodarczej kryteriami kategoryzującymi przedsiębiorstwa na małe, średnie i duże są: liczba zatrudnienia, wielkość rocznych obrotów oraz fakt, iż stanowią własność niezależną. Za małe uznaje się przedsiębiorstwo zatrudniające mniej niż 50 pracowników, osiągające roczny przychód netto do 7 mln euro lub sumę aktywów bilansu do 5 mln euro. Natomiast średnie przedsiębiorstwa to te, które zatrudniają średniorocznie poniżej 250 pracowników i osiągają przychód netto nieprzekraczający 40 mln euro lub sumę bilansu aktywów do 27 mln euro⁴⁶. Z powyższego zbioru Ustawa o swobodzie działalności gospodarczej wyodrębnia przedsiębiorstwa mikro zatrudniające mniej niż 10 pracowników oraz osiągające roczny obrót netto do 2mln euro lub osiągające sumę aktywów bilansu nie przekraczającego 2 mln euro.

Powyższa definicja MŚP jest zgodna z rekomendacją Komisji Europejskiej z dnia 03.04.1996 roku. Dla zwiększenia liczby przedsiębiorstw mogących skorzystać z unijnej pomocy publicznej Komisja Europejska wprowadziła od 01.01.2005 roku nową definicję, według której przyjęto następujące kryteria określające małe i średnie firmy⁴⁷:

1. Przedsiębiorstwa mikro: wielkość zatrudnienia nie przekracza 10 pracowników, wartość obrotu stanowi mniej lub równowartość 2 mln euro oraz suma aktywów bilansu osiąga maksymalnie 2 mln euro;
2. Przedsiębiorstwa małe: wielkość zatrudnienia nie przekracza 50 pracowników, wartość obrotu stanowi mniej lub równowartość 10 mln euro oraz suma aktywów bilansu osiąga maksymalnie 10 mln euro;

⁴⁵ Dz. U. 1999, Nr 101, Rozdział 1 Przepisy ogólne, art. 2.1.

⁴⁶ Ibidem, Rozdział 6 Mali i średni przedsiębiorcy, art. 54-55.

⁴⁷ Dz.U. Unii Europejskiej L 124 z 20.05.2003.

3. Przedsiębiorstwa średnie: wielkość zatrudnienia nie przekracza 250 pracowników, wartość obrotu stanowi mniej lub równowartość 50 mln euro oraz suma aktywów bilansu osiąga maksymalnie 43 mln euro.

Prawne rozróżnienie wielkości przedsiębiorstw nie rozwiązuje problemów związanych z procesem badawczym jednostek gospodarczych. Zarówno w teorii jak i praktyce stosowane są różne kryteria określające firmy jako małe i średnie. Identyfikacji pojęcia przedsiębiorstw o niewielkiej skali wytwarzania, która wykazuje zróżnicowane podejście do tego terminu dokonał W. Czernasty. Określając małe przedsiębiorstwa, autor wskazał charakterystyczne dla przeszłości ujęcia⁴⁸:

- podział podmiotów gospodarczych na kluczowe oraz pozostałe z którymi były identyfikowane małe jednostki;
- z ogółu przedsiębiorstw za małe uważano podmioty związane z rzemiosłem i zbliżonymi do niego niefabrycznymi formami działalności gospodarczej o zacofanej technologicznie produkcji;
- małe przedsiębiorstwa dotyczyły jednostek wytwarzających wyroby i świadczących usługi, bez względu na sposób realizacji, reprezentujących przemysł drobny i rzemiosło bądź inne zbliżone do nich formy wytwórczości;
- grupa małych przedsiębiorstw obejmowała jednostki przynależące do określonego pionu gospodarczego, czyli w oparciu o przyjęte rozwiązania organizacyjno – administracyjne.

Posługując się pojęciem małej i średniej firmy, na ogół bierze się pod uwagę jednostki gospodarcze dysponujące relatywnie niewielkim kapitałem i zatrudniające nieliczną grupę pracowników, posiadające nieduży udział w rynku. Właścicielami są osoby lub grupy osób, które bezpośrednio zarządzają swoimi firmami, eliminując w ten sposób rozbudowane struktury administracyjno-biurokratyczne. Ponadto takie jednostki są finansowo i prawnie niezależne od innych podmiotów gospodarczych.

W zależności od założeń i celów badawczych identyfikacja przedsiębiorstw według ich wielkości może być analizowana różnymi wskaźnikami. Oprócz wspomnianych wyżej, są to: wielkość obrotów, wartość majątku trwałego, poziom technologii, rozbudowa struktury organizacyjnej, dostępność do rynku kapitałowego. Powszechnie uznanym kryterium określającym przedsiębiorstwa jako małe, średnie lub duże jest liczba zatrudnionych. Charakterystyczny jest tu podział czterostopniowy: samozatrudnieni, firmy mikro (przyjmuje

⁴⁸ Czernasty W., *Małe przedsiębiorstwa w Polsce na tle przeobrażeń systemowych (1944 – 1991)*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Poznań 1994, s. 10-11.

się w większości przypadków do 9 zatrudnionych, ale są stosowane również założenia do 3 lub 5 pracowników), małe i średnie (według podziału prawnego).

Konieczność współwystępowania małej przedsiębiorczości obok dużych podmiotów gospodarczych wynika z jej szczególnych atrybutów jakościowych. W odniesieniu do udziału ilościowego MŚP wśród wszystkich podmiotów gospodarczych (99,86% w 2007 roku⁴⁹) stanowi to o ich udziale w sprawności i wzroście efektywności całej gospodarki. Choć mają one zazwyczaj niewielki zasięg działania i mały wpływ na otoczenie, w którym funkcjonują, to ich ogromna liczba nadaje sektorowi MŚP duże znaczenie.

Jakościowe właściwości małej przedsiębiorczości można ująć jako walory. Oczywistym jest, że nie występują one wszystkie i nie we wszystkich jednostkach. Mimo słabych punktów, z którymi często borykają się niewielkie firmy (np. brak zdolności kredytowej, słabe uzbrojenie techniczne), cechy jakościowe takich jednostek przyjmowane są za atrybut ich rozwoju. Przyjmuje się podział tych właściwości na społeczne i ekonomiczne.

Atrybuty społeczne dotyczą głównie sfery psychofizycznej i kulturowej (w wymiarze norm i wartości ukształtowanych przez daną społeczność oraz związanych z nimi postawami i tradycjami, które wpływają na formę i siłę więzi społecznych).

Właściciele małej przedsiębiorczości działają głównie na podstawie własnej intuicji, często łącząc funkcje właścicielskie i menedżerskie. Podejmowane przez nich decyzje mają najczęściej charakter operacyjny. Ważnym kryterium przyjmowania do pracy w tego typu przedsiębiorstwach są cechy osobowe, natomiast w mniejszym stopniu niż w dużych firmach przywiązuje się wagę do dyplomów poświadczających zdobyte umiejętności. Możliwość szybkiego zweryfikowania rzeczywistych zdolności i doświadczenia pracownika ogranicza koszty, na które często są narażone duże organizacje. Małe i średnie firmy mogą również odgrywać znaczącą rolę w zatrudnianiu osób niepełnosprawnych bądź też innych grup, które nie są w pełni czynne zawodowo. W niewielkich firmach atmosfera sprzyja tworzeniu się więzi, nie tylko pomiędzy pracownikami, ale również właścicielem, zwiększa to poczucie odpowiedzialności za wykonywaną pracę. Pracownik, świadom swej roli w firmie i przynależności do grupy, z którą jest związany stosunkiem pracy, dba o przestrzeganie norm i zachowań preferowanych w organizacji. Częstsze kontakty pomiędzy pracownikami i właścicielem sprawiają, że nie potrzebna jest rozbudowana formalna hierarchia między

⁴⁹ Żołnierski A., *Znaczenie sektora MŚP w Polsce*, [w:] *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2007-2008*, Żołnierski A. [red.], PARP, Wydawnictwo Naukowe Instytutu Technologii Eksploatacji – PIB, Radom 2009, s. 25.

stanowiskami pracy, gdyż sprawnie funkcjonuje kontrola społeczna. Chroni to przed biurokracją, która stanowi znaczące ograniczenie dla rozwoju dużych przedsiębiorstw. Wpływa to nie tylko na sprawniejsze funkcjonowanie firmy wewnątrz, ale również w jej otoczeniu wobec klientów, dostawców i partnerów współpracy. Bezpośrednia kontrola sprzyja natomiast utrzymaniu dyscypliny pracy oraz szybkiej reakcji i sprawniejszemu zarządzaniu konfliktami. Osobista znajomość pracownika wiąże się również z trafnymi decyzjami odnośnie powierzanych obowiązków, delegowania uprawnień czy planowaniu jego kariery zawodowej. Częstsze kontakty wpływają na tempo przepływu informacji. Oznacza to możliwość szybszego podejmowania decyzji. Nie bez znaczenia dla firmy pozostają również relacje z bliskim otoczeniem, które często mają formę prywatnych kontaktów, opartych na „sąsiedzkich” znajomościach wynikających z funkcjonowania w lokalnym środowisku.

W przypadku aktywności organizacji społeczno – zawodowych w niewielkich jednostkach, z dużym prawdopodobieństwem sprawniej odegrają one swoją rolę w odkrywaniu i spełnianiu rzeczywistych potrzeb pracowników⁵⁰.

Atrybuty (właściwości ekonomiczne) omawianych przedsiębiorstw oddziałujące na procesy gospodarcze, dotyczą⁵¹:

- niższego niż w przypadku dużych firm poziomu ryzyka ekonomicznego w związku z mniejszą skalą nakładów inwestycyjnych;
- w porównaniu z dużymi jednostkami, krótszego cyklu wykonawstwa inwestycji;
- niższej kapitałochłonności produkcji w mniejszych firmach;
- przeciwnie do dużych przedsiębiorstw, często słabego technicznego uzbrojenia pracy;
- większą swobodę lokalizacyjną obiektów inwestycyjnych małej przedsiębiorczości;
- znacznie mniejszego wpływu na zanieczyszczenie czy degradację środowiska naturalnego;
- zdolności do absorpcji i wykorzystania rozproszonych i niezagospodarowanych materialnych czynników wytwórczych;
- większej produktywności środków trwałych w odniesieniu do dużych przedsiębiorstw;
- w znacznym procencie odmiennej struktury kosztów produkcji przy konfrontacji z większymi jednostkami;
- osłabiania monopolu i wyzwiania konkurencji rynkowej;
- realizacji produkcji w krótkich cyklach uruchomień oraz szybkich cyklów przestawień produkcyjnych;
- wysokiej elastyczności i zmienności profilu produkcyjnego i usługowego;

⁵⁰ Czternasty W., *Małe przedsiębiorstwa...*, op. cit., s. 16.

⁵¹ *Ibidem*, s. 17.

- wysokiej podatności innowacyjnej i szybkiej adaptacji postępu technicznego i technologicznego;
- dużej elastyczności w zakresie importu i eksportu;
- szybkiej adaptacji do zmieniających się warunków otoczenia polityczno – gospodarczego;
- szerokich lokalnych powiązań gospodarczych.

Cechą małych i średnich podmiotów gospodarczych jest wykorzystywanie lokalnych rezerw siły roboczej. Często w małych ośrodkach właściciele MŚP są jedynymi pracodawcami. W wielu przypadkach niewielkie firmy mają słabe technicznie uzbrojenie pracy bądź też przestarzałe parki maszynowe. Bezpośrednią konsekwencją takiego stanu jest potrzeba większej liczby „rąk do pracy”. Oznacza to znaczną absorbcję siły roboczej, głównie słabo wykształconej. Zważywszy na powszechnie znane różnice w wykształceniu mieszkańców wsi oraz słabo rozwiniętych gospodarczo ośrodków miejskich a wysoko rozwiniętymi ośrodkami miejskimi, małe przedsiębiorstwa stają się ważnym narzędziem walki z bezrobociem.

Analizując właściwości MŚP, należy też uwzględnić cechy, które ograniczają ich rozwój. Należą do nich między innymi: relatywnie niski poziom wykształcenia kadry, brak dostępu do źródeł finansowania z rynku kapitałowego, względnie mały udział w rynku, mała dbałość o image firmy, wynikająca w wielu przypadkach z braku wiedzy marketingowej, niewielki udział eksportu, brak tendencji do organizowania się lokalne grupy obrony swoich interesów⁵².

Powyżej przedstawiono problematykę identyfikacji pojęcia małych i średnich jednostek gospodarczych z określeniem powszechnie uznanych, dla nich charakterystycznych właściwości. Dalsza część podrozdziału rozprawy przedstawia aspekt rozwoju, konkurencyjności i innowacyjności przedsiębiorstw.

2.1.1. Rozwój podmiotów gospodarczych

Na bazie myśli o rozwoju tworzone są strategie i plany dotyczące różnych projektów ekonomicznych i społecznych, bez względu na ich zakres i problematykę. Podejmowane działania i ich kierunki mogą dotyczyć pojedynczych jednostek organizacyjnych

⁵² Krajewski K.. *Determinanty rozwoju MŚP*, Referat na konferencję: *Małe i średnie przedsiębiorstwa na tle przeobrażeń systemowych w polskiej gospodarce*, Warszawa 25 maj 1999, www.medianet.pl/~multikra/ips2.htm

(np.: podmiotów gospodarczych) jak również całych regionów, począwszy od środowisk lokalnych po wspólnoty międzynarodowe. Pojęcie rozwoju pojawia się w każdym uzasadnieniu dotyczącym ponoszenia kosztów inwestycyjnych, czy też naprawczych. Projekty generowane przez Wspólnotę Europejską, Rząd Polski, władze lokalne jednostek administracyjnych (powiatów, gmin), różne publiczne i niepubliczne instytucje, czy w końcu podmioty gospodarcze, zawsze są obarczone ostatecznym celem, jakim jest rozwój.

Rozwój „jest procesem wzrostu stopnia organizacji danego układu, organizmu lub obiektu, w którego wyniku najczęściej dochodzi do wydzielania następujących po sobie faz czy etapów”⁵³. Wykazuje się on różnicowaniem obserwowanego przedmiotu czy zjawiska pod określonym względem. Za synonim rozwoju jest brane pojęcie wzrostu, który w świetle podjętej problematyki dotyczy koneksji gospodarczych. Pojęcie wzrostu jest jednak węższe, gdyż odnosi się głównie do ilościowych (mierzalnych) wartości. Jeśli rozwój powoduje powstawanie nowego, zwiększanie jakości, ma wtedy charakter postępowy.

Z perspektywy rozwoju gospodarczego MŚP są ważnym czynnikiem jego kształtowania. Rozwój gospodarczy jest procesem wywołanym wzrostem sił wytwórczych, które w konsekwencji wprowadzają zmiany sfery ilościowej i jakościowej⁵⁴. Rozwój jednostki, jaką jest przedsiębiorstwo, oznacza prawidłowe działanie jednego z wielu elementów agregatu, którym jest gospodarka. Gospodarka tworzy poziom i wpływa na jakość życia społeczeństwa jako całości, determinując indywidualne życie jednostek ludzkich funkcjonujących w danej przestrzeni gospodarczej.

Ujęcie ekonomiczne rozwoju w szerokim znaczeniu tego pojęcia jest rozumiane najczęściej jako powiększanie udziału w rynku. Co charakterystyczne dla zjawiska trwającego w czasie, rozwój jest procesem, który może odbywać się w drodze zwiększania wolumenu dotychczasowej produkcji, w drodze wprowadzania na rynek nowych wyrobów bądź poprzez ulepszanie dotychczas produkowanych wyrobów, wprowadzanie nowych rozwiązań technologicznych czy organizacyjnych⁵⁵. Rozwój przedsiębiorstwa według J. Kortana to: „z reguły długofalowy przyrost subiektywnej łącznej wartości przedsiębiorstwa (...) dopiero zmiany jakościowe sumujące się w długich okresach ze zmianami ilościowymi, tworzą łączne zjawisko, które określa się jako rozwój”⁵⁶. Subiektywną łączną wartością przedsiębiorstwa pozostaje suma jego materialnych i niematerialnych elementów. Przez wzrost firmy rozumie

⁵³ Olechnicki K., Załęcki P., *Słownik socjologiczny*, Graffiti BC, Toruń 2002, s. 180.

⁵⁴ *Encyklopedia powszechna*, PWN, Warszawa 1987, s. 13.

⁵⁵ Wyżnikiewicz B., *Konkurencyjność MŚP*, [w:] *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2007-2008*, op. cit., s. 105.

⁵⁶ Kortan J., *Wzrost i rozwój przedsiębiorstwa*, [w:] *Wektory Gospodarki*, nr 11, 1987.

się przede wszystkim zmiany ilościowe, natomiast rozwój odzwierciedla zmiany zarówno sfery ilościowej jak i jakościowej. Wzrost przedsiębiorstwa jest zatem traktowany jako jeden z elementów jego rozwoju⁵⁷. Oznacza to, że wzrost jest pojęciem węższym aniżeli rozwój i niejako wchodzi w jego obszar. Elementy ilościowe i jakościowe nawzajem się uzupełniają, w procesie przemian przedsiębiorstwa wzrost warunkuje rozwój, a rozwój warunkuje wzrost. Wykorzystując własne moce produkcyjne, podmiot wewnętrznie rozbudowuje swój potencjał gospodarczy, natomiast na drodze rozwoju zewnętrznego decyduje się na wykorzystanie zasobów jednostek gospodarczych znajdujących się w jego otoczeniu⁵⁸. Działania zewnętrzne mogą wtedy przybrać formę zakupów udziałów kapitałowych, aliansów strategicznych, fuzji lub zakupów spółek⁵⁹.

Najogólniej kategoryzując czynniki warunkujące rozwój podmiotów gospodarczych, można je podzielić według trzech źródeł występowania. Pierwsze z nich dotyczą uwarunkowań wewnętrznych, do których należą wszystkie materialne lub niematerialne atrybuty firmy. Można tu wyróżnić potencjał wytwórczy, dynamikę rozwoju, rentowność, gotowość do inwestycji, innowacyjność przejawiającą się w produktach i technologii, formę organizacji i zarządzania. Drugie źródło uwarunkowań związane jest z aspektami lokalnymi i regionalnymi. Należą tu między innymi takie czynniki jak: potencjalne zasoby dostępne przy tworzeniu i funkcjonowaniu firm, infrastruktura, lokalizacja, lokalne organizacje otoczenia biznesu, poziom kapitału społecznego środowiska lokalnego. Ostatnim źródłem są czynniki makroekonomiczne, które odnoszą się do rozwiązań instytucjonalnych i prawnych, polityki rządu, systemu finansowego, pieniądza – kredytowego i podatkowego, oraz innych elementów dalszego otoczenia przedsiębiorstw⁶⁰.

2.1.2. Konkurencyjność firm

Nieodłącznym elementem rozwoju przedsiębiorstwa jest jego konkurencyjność, która jest efektem umiejętności aktywnego dostosowywania się do dynamicznego otoczenia we wszystkich jego wymiarach (głównie: prawnych, ekonomicznych, technologicznych

⁵⁷ Szerzej: Koźmiński A.K., Piotrowski W. [red], *Zarządzanie teoria i praktyka*, PWN, Warszawa 1995.

⁵⁸ Lücke W., *Investitionslexikon*, Verlag Vahlen, München 1991, s. 409.

⁵⁹ Wanielista K., Miłkowska I., *Słownik menedżera*, Wydawnictwo naukowo techniczne FRAKTAL, Wrocław 1998, s. 219.

⁶⁰ Czernasty W., Kujaczyński T., *Kształtowanie rozwoju przedsiębiorczości w województwie wielkopolskim*, [w:] *Od administrowania do zarządzania w gminie i powiecie*, Kożuch A. [red.], Materiały konferencyjne Białystok – Siedlce, lipiec 2001, Wydawnictwo Akademii Podlaskiej, Siedlce 2001, s. 87.

i społecznych). Konkurencyjność odnosi się do zdolności rozwoju przedsiębiorstw. Jest ona trwałą zdolnością do efektywnych ekonomicznie zachowań gospodarczych, które oznaczają utrzymywanie i poprawianie korzystnej relacji między wykorzystaniem czynników produkcji a osiąganymi rezultatami produkcyjnymi i finansowymi. Efektywne zachowania gospodarcze są również umiejętnością sprzedaży na rynku swoich wyrobów i usług oraz osiąganiem z tego tytułu odpowiednio wysokich nadwyżek. Wysokość zysków powinny zapewniać przedsiębiorstwom finansowanie rozwoju przez możliwość inwestowania w kapitał rzeczowy i kapitał ludzki⁶¹. W zmiennym otoczeniu przewagę konkurencyjną zdobywają firmy otwarte na wiedzę i innowacje, którym udaje się utrzymać elastyczność w podejmowaniu decyzji i działań zgodnych z nowymi trendami. Konkurowanie oznacza rywalizację o źródła zaopatrzenia w środki produkcji, kapitał pracowniczy, rynki zbytu. Działania przedsiębiorstwa zmierzają do pozyskiwania tych rynków i zwiększenia na nich swego udziału poprzez wyeliminowanie lub ograniczenie konkurencyjnych podmiotów⁶². Konkurencyjność przedsiębiorstwa jest zdolnością do wytwarzania i sprzedawania towarów, usług, których ceny, jakość i inne ich walory są bardziej atrakcyjne od cech produktów oferowanych przez konkurencję⁶³. Według M. J. Stankiewicza jest to „zdolność do sprawnego realizowania celów na rynkowej arenie konkurencji”⁶⁴. Sprawność firmy odnosi się

do skuteczności, korzystności i ekonomiczności jej działalności. Utrzymanie i powiększanie udziałów firmy na rynku jest wyznacznikiem jej sukcesu. Tworzenie przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa jest łańcuchem przyczynowo – skutkowym na który wpływa szereg czynników wśród których są wymieniane: krajowa konkurencja, wymagania stawiane przez rynek, poziom sektorów, poziom krajowych czynników produkcji. Czynniki, które przedsiębiorstwo może stymulować w tworzeniu swojej przewagi konkurencyjnej to:

- funkcje, jakość, nowość, różnorodność, cena, marka produktów lub (i) usług oraz renoma firmy;
- technologia, organizacja zaopatrzenia, strategie konkurencji i rozwoju;
- procedury i metody zarządzania, formy organizacyjne przedsiębiorstwa, struktura organizacji zarządzania, systemy informacji;
- wiedza i umiejętności zarządzania, wiedza i umiejętności technologiczne;

⁶¹ Wyżnikiewicz B., *Konkurencyjność MŚP...*, op. cit., s. 105.

⁶² Skawińska E., *Konkurencyjność przedsiębiorstw- nowe podejście*, PWN, Warszawa – Poznań 2002, s. 71-72.

⁶³ Flejterski S., *Istota i mierzenie konkurencyjności międzynarodowej*, „Gospodarka Planowana”, wrzesień 1984, s. 391.

⁶⁴ Stankiewicz M. J., *Konkurencyjność przedsiębiorstwa. Budowanie konkurencyjności przedsiębiorstwa w warunkach globalizacji*, Wydawnictwo „Dom Organizatora”, Toruń 2002, s. 36.

- kluczowe kompetencje lub wyróżniające firmę zdolności⁶⁵.

Sprawność przedsiębiorstwa w panowaniu nad powyższymi elementami tworzy przewagę konkurencyjną przedsiębiorstwa. W przypadku małej przedsiębiorczości skuteczne jest budowanie konkurencyjności na bazie indywidualnych, trudnych do naśladowania cech.

Sektor małych i średnich przedsiębiorstw pod wieloma względami zajmuje słabszą pozycję niż duże przedsiębiorstwa. Przykładem jest gorszy dostęp do nowych technologii, a także wysokiej jakości produktów i usług oferowanych na rynku. Mała przedsiębiorczość zwykle wytwarza produkty i usługi w niewielkim asortymencie i działa głównie na rynkach lokalnych. Jednak jej specyfika pozwala na uzyskanie przewagi nad dużymi przedsiębiorstwami i słabymi konkurentami własnego sektora w niektórych działalnościach na ogół usługowych, w których decydujące znaczenie ma zaangażowanie czynnika ludzkiego, bezpośredni kontakt z obsługiwanym klientem, a także kształtowana przez dłuższy czas lojalność klienta wobec usługodawcy bądź producenta. Możliwość tworzenia przewagi konkurencyjnej firm sektora MŚP dają technologie informatyczne. W tej dziedzinie szanse na sukces w biznesie mają wysoko wykwalifikowane osoby bądź zespoły posiadające innowacyjne pomysły, które potrafią zdobyć środki finansowe na ich realizację⁶⁶.

2.1.3. Innowacyjność przedsiębiorstw

Fundamentem rozwoju i konkurencyjności przedsiębiorstwa jest jego innowacyjność, dająca przewagę konkurencyjną nad innymi podmiotami. Innowacyjnością nazywa się „aspekt konkurencyjności przejawiony w rozwoju”⁶⁷. Przyjmuje się, że innowacja jest zmianą, która oznacza postęp. Może ona oznaczać fakty, procesy i zjawiska o charakterze technicznym, organizacyjnym, społecznym lub psychologicznym⁶⁸. Innowacja jest narzędziem przedsiębiorczości, poprzez tworzenie nowych szans rozwoju⁶⁹, „jest szczególnym narzędziem przedsiębiorców, za pomocą którego ze zmiany (otoczenia) [niekoniecznie z wiedzy...] czynią okazję do podjęcia nowej działalności gospodarczej lub do świadczenia nowych usług poprzez nowe kombinacje czynników produkcji, nowe wyroby,

⁶⁵ Pierścionek Z., *Strategie konkurencji i rozwoju przedsiębiorstwa*, PWN, Warszawa-Poznań 2002, s. 65.

⁶⁶ Wyżnikiewicz B., *Konkurencyjność MŚP...*, op. cit., s. 106.

⁶⁷ Ibidem, s. 105.

⁶⁸ Utterback J.M., *Innovation and Corporate Strategy*, International Journal of Technology Management 1986, vol. 1-2.

⁶⁹ Kwiatkowski S., *Rola innowacji w rozwoju polskiej przedsiębiorczości*, [w:] *Innowacja – edukacja – rozwój regionalny*, Kukliński A., Pawłowska K. [red.], Nowy Sącz 1998, s. 121.

sposoby dystrybucji dóbr i usług”⁷⁰. Za podstawowe źródła innowacji przyjmuje się własne badania naukowe, obcą myśl techniczną i działalność wynalazczo-racjonalizatorską⁷¹. W przypadku działań innowacyjnych pojedynczych przedsiębiorstw wyróżnia się źródła innowacji według podziału na wewnętrzne i zewnętrzne. Wewnętrznymi źródłami innowacji są najczęściej wyniki prac rozwojowych przeprowadzonych we własnych jednostkach badawczo – rozwojowych oraz projekty wynalazcze i racjonalizatorskie zgłaszane przez pracowników. Zewnętrzne źródła innowacji dotyczą współpracy z instytucjami i jednostkami znajdującym się w otoczeniu przedsiębiorstwa. Należą do nich wyniki badań naukowych i technicznych prowadzonych przez uczelnie lub instytuty naukowo – badawcze, a także przez jednostki badawczo – rozwojowe innych przedsiębiorstw, licencje i know-how zakupione lub uzyskane od innych przedsiębiorstw, rzeczowy transfer techniki, wspólne przedsięwzięcia, konferencje naukowe, targi itp.⁷²

Działania innowacyjne w przedsiębiorstwach są zmianami wprowadzanymi w dotychczasowy układ organizacyjny, ekonomiczny, technologiczny i społeczny. Ich celem jest zapewnienie firmie stabilizacji i osiągnięcia sukcesu. Innowacje w małych i średnich przedsiębiorstwach przyjmują inny wymiar niż w przypadku firm zatrudniających powyżej 250 pracowników. Wynika to ze specyfiki pracy i formy współpracy w mniejszym zespole. Dla małej przedsiębiorczości działalność innowacyjna jest ważną dziedziną inicjatyw gospodarczych. Szczególną cechą przedsiębiorstw tej kategorii jest ich wrażliwość na zewnętrzne sygnały i bodźce. Górują one w szybkości reagowania na innowacje nad dużymi przedsiębiorstwami. Atutami małych i średnich przedsiębiorstw w działalności innowacyjnej są: większa niezależność w podejmowaniu radykalnych decyzji; nieformalne kontakty z otoczeniem, które pozbawione formalnego kanału przepływu informacji skracają czas, w efekcie powodując szybszą reakcję na występujące potrzeby; mniej liczne wewnętrzne bariery komunikacyjne lub nawet ich brak, wpływające na szybkość podejmowania decyzji, a także na zrozumienie innowacji przez ogół pracowników; wprowadzanie innowacji w mniejszych zespołach, które jest łatwiejsze, gdyż mniejsza liczba pracowników oznacza mniej barier w sferze społecznej; silniejszy związek pracowników z firmą, w mniejszych firmach pracownicy łączą swoje indywidualne dążenia z interesami przedsiębiorstwa⁷³.

⁷⁰ Żołnierski A., *Innowacyjność polskich mikroprzedsiębiorstw*, PARP, Warszawa 2005, s. 46.

⁷¹ Stawasz E. *Innowacje a mała firma*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 1999, s. 19.

⁷² Freeman Ch., *The Economics of Industrial Innovation*, F. Pinter, London 1982, [za:] Ibidem., s. 22.

⁷³ Krajewski J., *Innowacyjność małych firm*, [w:] *Małe i średnie przedsiębiorstwa w procesie transformacji polskiej gospodarki*, Lewandowski J. [red.], Politechnika Łódzka, Wydział Organizacji i Zarządzania, materiały konferencyjne, Łódź 1996, s. 231.

Małe i średnie przedsiębiorstwa mogą być odpowiednimi generatorami innowacyjności, na co składają się następujące przyczyny⁷⁴:

- występują jako inicjatorzy radykalnych zmian, dając początek wdrażania innowacji w dużych przedsiębiorstwach dysponujących odpowiednimi zasobami finansowymi;
- w niewielkich firmach powstają nowe idee i pomysły, przez co stają się one obszarem doświadczeń dla innowacji;
- stosując zaawansowaną technologię, przyspieszają rozwój innowacji technologicznej;
- działalność firm w wąskich, ale wymagających dużej znajomości obszarach rynku;
- w mniejszych firmach szybciej, często drogą nieformalną są podejmowane decyzje, przez co łatwiej są wprowadzane innowacje o wysokim stopniu ryzyka.

Ograniczeniem tworzenia i wprowadzania innowacji w małej przedsiębiorczości mogą być następujące jej cechy oraz determinanty⁷⁵:

- niedobór wysoko wykwalifikowanego personelu wynikający głównie z kosztów utrzymania specjalistów;
- trudności w pozyskiwaniu niezbędnych dla sfery innowacyjnej informacji, a także nieumiejętne komunikowanie się z otoczeniem, wynikające z braku tych umiejętności u zatrudnionych pracowników, a często również u samego przedsiębiorcy;
- błędy w projektowaniu, planowaniu i realizacji działań innowacyjnych przez niedostosowanie poziomu rzeczywistych kwalifikacji odpowiedzialnych zespołów do poziomu zadań innowacyjnych
- brak informacji z różnych dziedzin, w tym naukowych, technicznych i rynkowych⁷⁶;
- ograniczone środki finansowe na działalność rozwojową lub ich brak;
- przepisy i regulacje prawne blokujące wejście na rynek;
- bariery z wejściem i uczestnictwem w innowacyjnych sieciach.

Wziąwszy pod uwagę cechy i czynniki stanowiące ograniczenie dla rozwoju innowacyjności w małych i średnich firmach, oczywistym staje się potrzeba podejmowania współpracy z otoczeniem. Przyjmuje się, że partnerów mogących udostępniać usługi lub zasoby firmom dążącym do działalności innowacyjnej, dzieli się na sześć grup: dostawcy

⁷⁴ Skowroński S., *Innowacja czyli szansa dla każdej firmy*, Centrum Kierowania Liderów, Skierniewice 1995, s. 31-32.

⁷⁵ Ibidem, s. 58-60.

⁷⁶ Stawasz E., *Innowacje...*op. cit., s.119.

technologii, konsultanci, inne firmy, system finansowy, pośrednicy i polityka innowacyjna państwa⁷⁷.

Dostawcami technologii są wyższe uczelnie, instytuty badawcze, laboratoria przemysłowe, zespoły badawcze i wynalazcy, którzy należą do grupy tzw. bezpośrednich twórców i dostawców technologii. Pośrednimi dostawcami technologii są różnego typu organizacje wyspecjalizowane w usługach badawczych dla firm, wśród których można wymienić centra rozwoju technologii, parki naukowe, firmy badawcze. Rolą dostawców technologii jest tworzenie nowej wiedzy i rozwiązań technicznych.

Do konsultantów zaliczają się wyspecjalizowane organizacje lub specjaliści będący prywatnymi osobami oferującymi usługi doradcze. W zakresie usług konsultantów jest pomoc w różnych dziedzinach wiedzy, wśród których można wymienić: technologiczną, organizacyjną, finansową, marketingową, ochrony patentowej.

System finansowy odnosi się do instytucji finansowych takich jak banki, fundusze pomocowe, inwestorzy prywatni czy firmy świadczące usługi finansowe, które stanowią zewnętrzne źródło finansowania przedsięwzięć firm.

Rolą pośredników jest tworzenie dostępu małej przedsiębiorczości do zewnętrznych zasób wiedzy, doradztwa, finansów, pomoc w nawiązywaniu współpracy z różnymi partnerami. Instytucje pośredniczące diagnozują również potrzeby firm i wspierają je w adaptacji nowych, obcych rozwiązań i technologii do potrzeb indywidualnych firm (odbiorców). Pośrednikami są głównie instytucje publiczne takie jak: parki naukowe, centra innowacji, centra transferu technologii, inkubatory przedsiębiorczości.

Polityka innowacyjna, która odnosi się zarówno do polityki państwa, jak również Wspólnoty Europejskiej, dotyczy uzasadnionego wsparcia dla sektora małych i średnich przedsiębiorstw, wynikającego z jego cech i roli w rozwoju gospodarczym.

W otoczeniu przedsiębiorstw znajdują się tzw. „inne firmy”, mogące stać się partnerami w działalności innowacyjnej, będące stymulatorem pomysłów i nowych rozwiązań. Współdziałanie firm sprzyja tworzeniu efektu synergii. Uznawane są one za podstawowe i najczęstsze źródło wsparcia. Szczególnie owocna może być współpraca z większymi firmami, które udostępniają swoje zasoby.

W badaniach empirycznych analizuje się gotowość do wprowadzania innowacji oraz innowacyjność przedsiębiorstw według następujących kategorii wskaźników⁷⁸:

⁷⁷ Chabbel R., *Characteristics of Innovation: Policies, Namely for SMEs*, Science, Technology, Industry 1995, vol. 16, s.110.

- planowanie strategiczne;
- tworzenie budżetu na cele badawczo – rozwojowe;
- poziom nowoczesności maszyn i urządzeń;
- technologie ICT (technologia informacyjno - telekomunikacyjna);
- komputery, wykorzystanie Internetu i oprogramowania;
- patenty i licencje;
- współpraca z instytucjami otoczenia biznesu;
- wprowadzanie innowacji (rodzaje, koszty, stopień nowoczesności).

Przez analizę poszczególnych czynników w ramach wymienionych kategorii badacz uzyskuje kompleksowe informacje na temat konkurencyjności firmy, a więc w odniesieniu do cech porównawczych z innymi podmiotami. Innowacyjność przedsiębiorstwa jest uznawana za podstawową cechę i wyznacznik jego konkurencyjności na rynku. Konkurencyjność jest zdolnością do osiągnięcia sukcesu w rywalizacji gospodarczej. Przedsiębiorstwa określone mianem konkurencyjnych należą do tej grupy podmiotów gospodarczych, które uznaje się za rozwojowe.

Innowacyjność przedsiębiorstw jest determinowana współpracą z sektorem badawczo – rozwojowym. W przypadku polskich przedsiębiorstw relacje te nie mają dużej tradycji, przez co kontakty między tymi stronami są oceniane słabo. Jako bariera ukazywana jest tu izolacja środowisk przedsiębiorczych i naukowych oraz niezrozumienie wzajemnych potrzeb. Polscy przedsiębiorcy preferują zakup gotowych rozwiązań innowacyjnych. Takie działania wynikają m.in. z wygody i oszczędności czasu, ale także z mniejszego ryzyka przy niepewnych efektach badań. Jednocześnie utrzymuje się przekonanie o wyższości obcych (zagranicznych) odkryć, badań czy technologii nad krajowymi, choć nie jest to zgodne z rzeczywistością. Taki sposób postrzegania problemu ogranicza rozwój sektora badawczego, który pozostaje niewykorzystany. Kolejną przyczyną, którą można wymienić w barierach współpracy przedsiębiorstw z ośrodkami badawczo – rozwojowymi jest brak środków na działalność innowacyjną. Pojedyncze przedsiębiorstwa z reguły nie podejmują ryzyka ponoszenia indywidualnych kosztów, a porozumienie się i stworzenie grupy kooperacyjnej w tym zakresie jest trudne. Jednym z narzędzi stymulowania zachowań innowacyjnych dotyczących współpracy przedsiębiorstw z instytucjami badawczo – rozwojowymi są punkty przyznawane za rozwiązania innowacyjne przy ubieganiu się o dofinansowania ze środków

⁷⁸ Główne źródła: Żołnierski A., *Innowacyjność polskich mikroprzedsiębiorstw*, PARP, Warszawa 2005; Raport z badania: „*Wskaźniki innowacyjności przedsiębiorstw w Polsce*” przeprowadzonego przez Ipsos-Demoskop w 2001 roku na zlecenie PARP, Warszawa 2001, www.parp.gov.pl/innowacje.php.

Unii Europejskiej. Ważnym elementem pozostaje uświadamianie przedsiębiorców o wartości takiej współpracy i płynących z tego korzyściach podnoszących konkurencyjność firmy.

Jeżeli mała lub średnia firma jest innowacyjna i konkurencyjna, prowadzi to do jej rozwoju i w konsekwencji sukcesu rynkowego. W takich sytuacjach dochodzi do przekształcania się w większe podmioty i przejścia do sektora dużych przedsiębiorstw⁷⁹.

2.2. Elementy otoczenia makroekonomicznego sektora MŚP

Otoczenie makroekonomiczne przedsiębiorstw jest odzwierciedleniem politycznych, ekonomicznych, prawnych, technologicznych, infrastrukturalnych i demograficznych realiów życia społecznego. Inaczej są one nazywane makroregulatorami lub siłami mającymi wpływ na podmioty gospodarcze, należącymi do dalszego otoczenia⁸⁰.

W warstwie politycznej wpływy na rozwój przedsiębiorczości, w tym przede wszystkim niewielkich firm, mają doktryny polityczne, których podstawą są teoretyczno – ideologiczne poglądy, własne lub obce doświadczenia z historii gospodarczej, urzeczywistniane w systemie organizacyjnym państwa. Determinantami, które należy tu zaznaczyć, jest charakter stosunków własnościowych oraz sposób interpretacji uspołecznienia procesów gospodarczych. Dobitym przykładem oddziaływania polityki na gospodarkę państwa jest gwałtowny wzrost prywatnej małej i średniej przedsiębiorczości w Polsce w okresie transformacji ustrojowej zapoczątkowanej w 1989 roku. Narzędzia oddziaływania na MŚP wynikające z sił politycznych, w tym ekonomicznych, pochodzą z prawnych ustaleń rządu jak i polityki Unii Europejskiej, przekładając się na działalność ogólnokrajową, regionalną i lokalną. Ekonomiczne siły wpływu wynikają bezpośrednio z ustroju politycznego państwa. Dotyczą one działań generujących bodźce do rozwoju gospodarczego, co w systemie rynkowym przekłada się na stymulowanie i aktywowanie niewielkich firm przy wykorzystaniu ich specyficznych właściwości. Zachodzi tu troska o zapewnienie swobody indywidualnych zachowań, zrzeszania się jednostek, suwerenność, autonomię. Sposób działania państwa jest wynikiem przyjętego celu gospodarowania, który

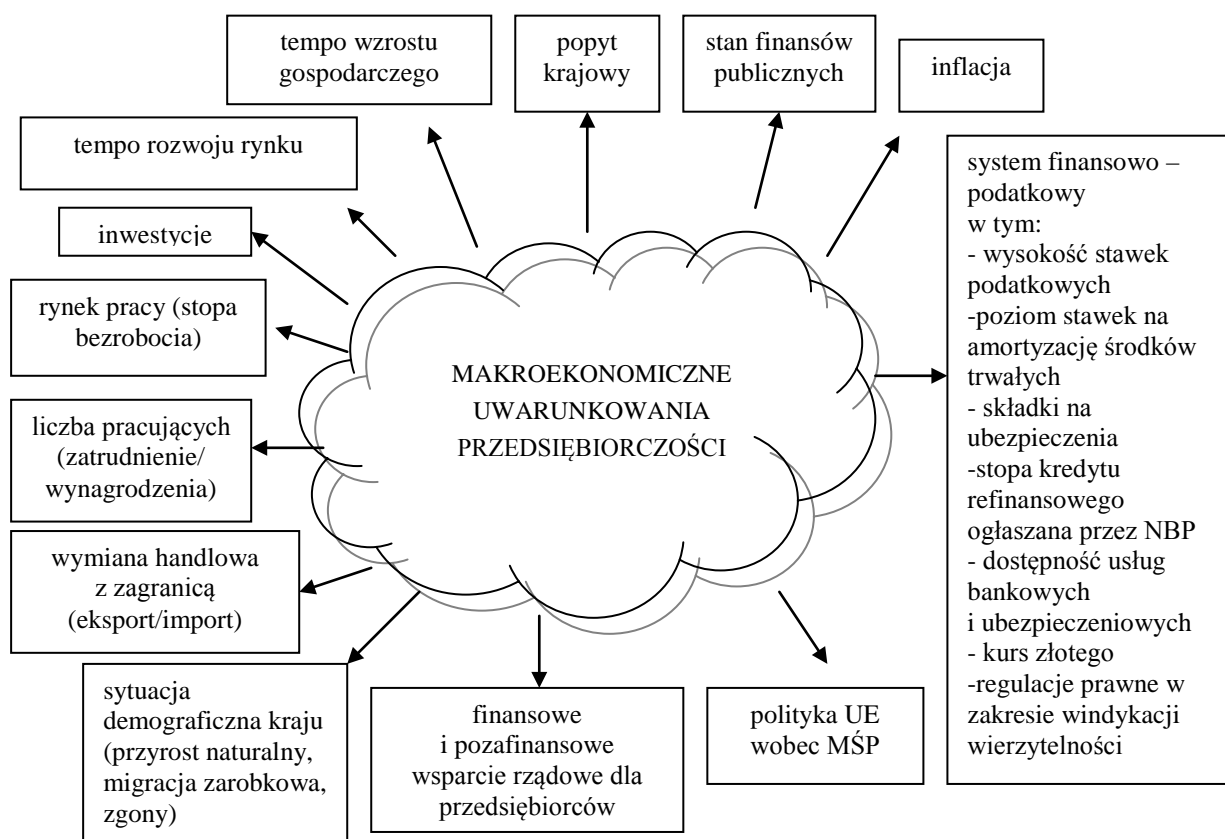
⁷⁹ Wyżnikiewicz B., *Konkurencyjność MŚP...*op. cit., s. 106-107.

⁸⁰ Szerzej na temat wpływu czynników otoczenia: Gnyawali D.R., Fogel D.S., *Environments for Entrepreneurship Development: Key Dimensions and Research Implications*, Entrepreneurship: Theory & Practice 1994, Summer; Griffin R.W., *Podstawy zarządzania organizacjami*, PWN, Warszawa 1998; Koźmiński A.K., Piotrowski W. [red.], *Zarządzanie. Teoria i praktyka*, PWN, Warszawa 2002.

określa strategia rozwoju społeczno – gospodarczego. W zakresie tych działań mieści się kształtowanie struktury materialnej i wybór rozwiązań systemowych, które obejmują z kolei takie determinanty jak inwestycje, finanse publiczne, podatki itp. Polityka rozwoju przestrzennego kraju tworzy kolejne uwarunkowania działalności przedsiębiorstw, w której zakres wchodzi działania na rzecz kształtowania warunków pracy i życia ludności (rynek pracy, infrastruktura i związane z jej rozwojem inwestycje, itp.). W tym wymiarze mieszczą się działania na rzecz szerokiego zakresu innowacji, w tym także nakłady na rozwój społeczeństwa informacyjnego. Siłą napędową rozwoju przedsiębiorczości jest również polityka współpracy z zagranicą, która odnosi się do wdrażania importowanej myśli technicznej i jej dyfuzji oraz absorpcji obcego kapitału⁸¹.

Rysunek 1 prezentuje czynniki determinujące działalność podmiotów gospodarczych, mające w swym charakterze makroekonomiczny wymiar.

Rysunek 1. Makroekonomiczne uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości



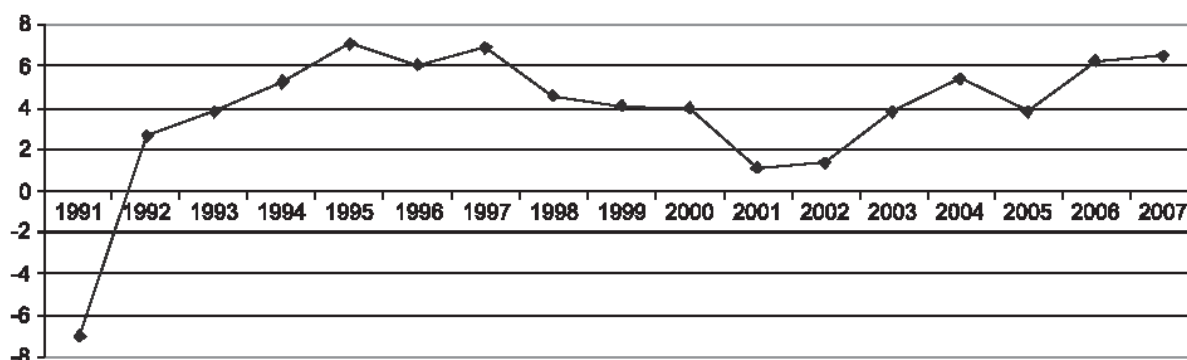
Źródło: Opracowano na podstawie: Czternasty W., *Systemowe determinanty...*, s. 46 – 49 oraz raportów o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce wydawanych przez PARP.

⁸¹ Czternasty W., *Systemowe determinanty rozwoju małych przedsiębiorstw w Polsce w okresie transformacji ustrojowej*, Zeszyty Naukowe nr 30, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Poznań 2003, s. 46- 49.

Charakter makroekonomicznych uwarunkowań przedstawia poniższy opis dla 2007 roku, pokrywający się z czasem przeprowadzonych badań empirycznych niniejszej rozprawy (przełom roku 2007 i 2008).

W 2007 roku utrzymywała się tendencja wzrostu gospodarczego i był on najwyższy od 10 lat (PKB=1 167 795mln zł). Tempo wzrostu PKB w roku 2007 wzrosło o 0,4% w stosunku do ubiegłego roku. Czynniki wpływające na ten wynik dotyczyły wzrostu inwestycyjnego i konsumpcyjnego popytu krajowego: 7,3% (wzrost spożycia ogółem: 4,2%, w tym spożycie indywidualne: 5,2%; wzrost nakładów brutto na środki trwałe: 20,4%, stopa inwestycji: 2,3%) oraz wzrostu popytu zewnętrznego. Z kwartału na kwartał tendencja była spadkowa i ostatecznie w IV kwartale wzrost wyniósł 6,4%. Bezpośrednie inwestycje zagraniczne wyniosły o około 13% mniej niż w 2006 roku, ale był to najlepszy wynik wśród wszystkich krajów Europy Środkowo-Wschodniej. Wkład przedsiębiorstw sektora MŚP w tworzenie PKB wyniósł 47,4% (przedsiębiorstwa mikro: 30,1%, małe: 7,3%, średnie: 10,0%). Produkcja sprzedana przemysłu zwiększyła się o 9,5% (w odniesieniu do wzrostu tej kategorii w 2006 roku (11,2%), oznacza to spadek). Udział sektora prywatnego w produkcji sprzedanej przemysłu wzrósł o 1,3%. W przemyśle firmy zatrudniające powyżej 9 osób odnotowały o 9,8% wyższą produkcję sprzedaną w odniesieniu do 2006 roku. Wydajność pracy w przemyśle wzrosła o 6% przy wzroście zatrudnienia na poziomie 3,5% (odpowiednio: 9,4% i 2,2% w 2006 roku). Produkcja dóbr w grupach uznawanych za nośniki postępu technicznego wzrosła o 13,9% (24,8% w 2006 roku)⁸².

Wykres 1. Dynamika wzrostu PKB w Polsce w latach 1991–2007 (w %)



Źródło: Żołnierski A., Zadura-Lichota P. [red.], *Raport o stanie sektora...*, s. 9.

⁸² Żołnierski A., Zadura-Lichota P. [red.], *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2006–2007*, PARP, Warszawa 2008, s. 9.

Przyczyną wzrostu inwestycji oraz konsumpcji prywatnej były następujące zjawiska:

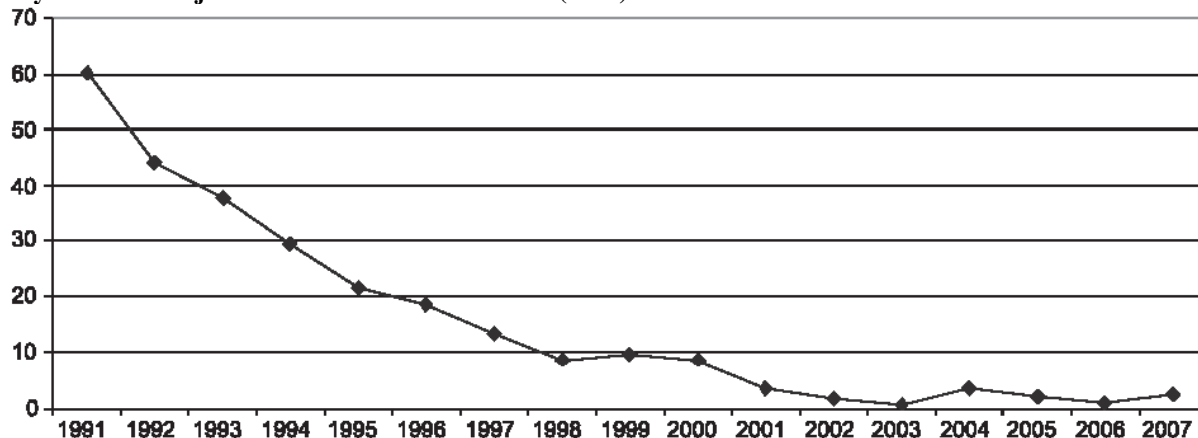
- dobra sytuacja finansowa przedsiębiorstw;
- łatwiejszy dostęp do finansów zewnętrznych spowodowany korzystniejszymi warunkami udzielania kredytów w tym niższego oprocentowania;
- nowe zasoby środków z funduszy strukturalnych oraz zmiany w zakresie ich udzielania;
- napływ inwestycji bezpośrednich z zagranicy;
- umocnienie złotego;
- optymistyczne prognozy dotyczące sytuacji Polski na nadchodzące lata;
- korzystne oczekiwania w zakresie popytu na dobra i usługi na rynku krajowym;
- poprawa sytuacji na rynku pracy;
- poprawa sytuacji dochodowej;
- poprawa nastrojów gospodarstw domowych.

W 2007 roku mikroprzedsiębiorstwa miały najwyższy wzrost nakładów inwestycyjnych (29,2%) , prześcigając w tym przedsiębiorstwa duże (27,2%). Najniższy odnotowały firmy średnie (24,0%) i zatrudniające 10–49 osób (23,2%). Najszybciej wzrosły nakłady w najmniejszych, a najwolniej w największych przedsiębiorstwach. Jednocześnie największy wpływ na dynamikę nakładów miały przedsiębiorstwa duże (53,8%) oraz średnie (22,4%). Najmniejszy natomiast mikroprzedsiębiorstwa (13,8%) i małe firmy zatrudniające 10–49 osób (10,0%). Największy wpływ na wzrost nakładów inwestycyjnych sektora MŚP miał przemysł (23,5%), obsługa nieruchomości i firm (23,1%), budownictwo (20,6%) oraz handel i naprawy (19,7%). Struktura nakładów brutto na środki trwałe rozkładała się następująco: budynki i budowle (63%), maszyny, urządzenia techniczne i narzędzia (21%), środki transportu (16%). Największym źródłem finansowania inwestycji były środki własne (64%) oraz krajowe kredyty i pożyczki (21%)⁸³.

Na koniec 2007 roku inflacja osiągnęła 4%, przekraczając założenia ustawy budżetowej o 0,6%. Była ona wyższa od średniej w 27 krajach UE. Wzrost cen towarów i usług konsumpcyjnych wyniósł 2,5% (1% w 2006 roku). Na dynamikę cen wpłynęły: wzrost cen żywności, będący efektem nieurodzaju owoców i wzrostu cen na rynkach światowych oraz wzrost cen towarów i usług związanych z utrzymaniem mieszkania, paliw i ropy naftowej.

⁸³ Łapiński J., *Inwestycje i środki trwałe*, [w:], *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2007-2008...*, op. cit., s. 55.

Wykres 2. Inflacja w Polsce w latach 1991–2007 (w %)



Źródło: Żołnierski A., Zadura-Lichota P. [red.], *Raport o stanie sektora...*, s. 10.

Dochody budżetu państwa w 2007 roku wyniosły 103,1% kwoty założonej w ustawie budżetowej wzrastając o 19,4% w stosunku do 2006 roku. Transfery z funduszy unijnych stanowiły 3,2% dochodów budżetu państwa, wydatki wyniosły 97,7% założonej kwoty, a deficyt budżetu państwa był niższy o 32,5% w porównaniu z 2006 rokiem. Wzrost dochodów budżetowych był efektem zwiększonych wpływów z podatków pośrednich (akcyzy, podatku dochodowego od osób prawnych i fizycznych).

W 2007 roku obroty handlu zagranicznego utrzymywały tendencję rosnącą: wpływy z eksportu zwiększyły się o 14,5%, zaś wypłaty z tytułu importu wzrosły o 16,9%. Znacząco zwiększył się eksport z krajami Europy Środkowo-Wschodniej, ale zmniejszył się z nimi import. Zmniejszyły się udziały handlu zagranicznego z krajami rozwiniętymi⁸⁴.

Wśród firm prowadzących działalność eksportową w 2007 roku małe i średnie podmioty stanowiły 87,11% (małe: 53%, średnie 46,5%). W imporcie wyniosły one ponad 86% ogólnej liczby firm handlujących z zagranicą (małe: 47,17%; średnie: 38,84%). Największa liczba eksporterów, zarówno należących do małych, jak i średnich firm, zajmowała się przetwórstwem przemysłowym (45,5% małe i 70,54% średnie firmy). Przedsiębiorstwa zajmujące się importem a należące do grupy małych podmiotów prowadziły przede wszystkim działalność w zakresie handlu hurtowego i detalicznego, napraw samochodów i motocykli oraz artykułów użytku osobistego i domowego, a także handlu komisowego (z wyjątkiem handlu samochodami i motocyklami): 44% ogółu tych firm⁸⁵.

W 2007 roku na Warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych odnotowano niewielkie wzrosty indeksów: WIG (indeks rynku podstawowego) wzrósł o 10,4%, WIRR

⁸⁴ Żołnierski A., Zadura-Lichota P. [red.], *Raport...*, op. cit., s. 11-14.

⁸⁵ Orłowska J., *Handel zagraniczny przedsiębiorstw MŚP w latach 2007-2008*, [w:] *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2007-2008...*, op. cit., s. 48-51.

(indeks rynku równoległego) wzrósł o 132,4%. Na koniec roku w wyniku pogorszenia sytuacji na międzynarodowym rynku finansowym, w konsekwencji kryzysu na rynku instrumentów finansowych powiązanych z kredytami hipotecznymi podwyższonego ryzyka w USA, nastąpiło odwrócenie trendu i indeksy WIG WIRR i WIG20 zaczęły spadać. W omawianym roku Rada Polityki Pieniężnej czterokrotnie podnosiła stopy procentowe (za każdym razem o 0,25%). Lepsze poznanie charakteru i ryzyk kryzysu doprowadziło do silniejszego różnicowania w ocenie ryzyka kraju pomiędzy walutami rynków wschodzących. Złoty zyskiwał na wartości wraz z notowaniami euro w warunkach globalnego, silnego odpływu kapitału z USA. Zarejestrowano następujące zjawiska:

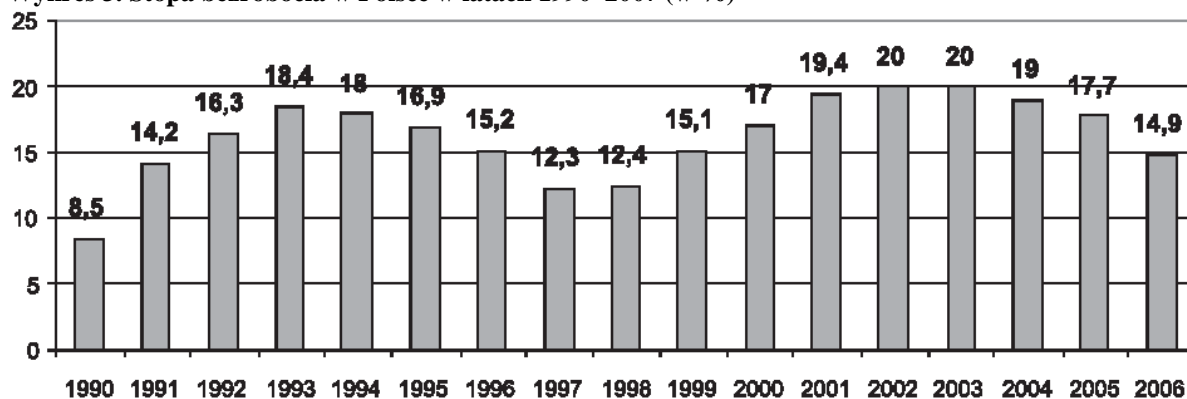
- zwiększenie popytu na usługi finansowe;
- wzrost zasobów pieniądza ogółem, depozytów i innych zobowiązań oraz należności;
- obniżenie aktywów zagranicznych netto oraz zadłużenia netto instytucji rządowych szczebla centralnego;
- zwiększenie inwestycji gospodarstw domowych w fundusze inwestycyjne, akcje i polisy ubezpieczeniowe na życie (w II połowie 2007 r. tendencja się odwróciła, co przy wyższych stopach oprocentowania depozytów skutkowało przyspieszeniem wzrostu depozytów osób fizycznych w bankach);
- dynamiczny wzrost kredytów gospodarstw domowych, głównie mieszkaniowych;
- znaczny wzrost kredytów dla przedsiębiorstw stymulowany wzrostem inwestycji przedsiębiorstw;
- wzrost przychodów ogółem i wyniku finansowego brutto przedsiębiorstw;
- wzrost wartości głównych relacji ekonomicznych: rentowności, płynności finansowej, zadłużenia.

Największa poprawa sytuacji finansowej w 2007 roku miała miejsce w mikroprzedsiębiorstwach (do 9 zatrudnionych), wykazując najwyższą wartość wskaźnika rentowności brutto: 14,9%. Wygenerowały one niemal dwa razy większy strumień przychodów z jednej złotówki wynagrodzeń niż pozostałe grupy przedsiębiorstw, jak również: najwyższy poziom wskaźnika płynności natychmiastowej, wysoki wzrost zadłużenia długoterminowego oraz wzrost zobowiązań krótkoterminowych. Osiągnięte wyniki były prawdopodobnie związane z rozszerzeniem aktywności inwestycyjnej i skali działalności operacyjnej. Wśród firm zatrudniających 10–49 osób nastąpił najwyższy wzrost wyniku finansowego brutto (28,8%) oraz drugi najwyższy wzrost rentowności brutto (8,1%). Wskaźniki płynności szybkiej i natychmiastowej przekroczyły wartości uznane za bezpieczne (odpowiednio 108,5% i 25,9%) Nastąpiło również wyraźne przyspieszenie tempa wzrostu

zobowiązań, podobnie jak w przypadku mikroprzedsiębiorstw, związane z rozszerzaniem skali działalności. Wynik finansowy w przedsiębiorstwach średnich zwiększył się o 27%, jednak osiągnęły one najniższy poziom wskaźnika rentowności brutto (6,5%). W obszarze płynności finansowej średnie przedsiębiorstwa zanotowały wskaźniki płynności szybkiej i natychmiastowej równe bądź przekraczające normy uznane za optymalne (odpowiednio 102% i 33%)⁸⁶.

Liczba pracujących w końcu 2007 roku była o 3% większa niż w 2006 roku. Stopa bezrobocia rejestrowanego na koniec 2007 roku spadła o 3,4% w stosunku do 2006 roku. Zjawisko to odnotowały wszystkie województwa.

Wykres 3. Stopa bezrobocia w Polsce w latach 1990–2007 (w %)



Źródło: Żołnierski A., Zadura-Lichota P. [red.], *Raport o stanie sektora...*, s. 12.

Sektor MŚP odgrywa znaczącą rolę w tworzeniu miejsc pracy. Średnie i duże firmy szybciej i w większym stopniu są w stanie wykorzystać ogólny wzrost gospodarczy. Bardziej elastyczne, mniejsze przedsiębiorstwa, zwiększając sprzedaż, miały relatywny do tego, niższy wzrost zatrudnienia. W 2007 roku dynamika wzrostu zatrudnienia była najwyższa dla dużych przedsiębiorstw, osiągając 7,3%, w dalszej kolejności były średnie firmy: 5,0%, następnie mikrofirmy: 3,4% oraz małe, zatrudniające 10–49 osób: 3,2%. W latach 2003–2007 wszystkie grupy przedsiębiorstw odnotowały przyspieszający trend wzrostowy. Wysoka dynamika wzrostu i wysoki udział w strukturze pracujących spowodowały, że największy wpływ na wzrost liczby pracujących w sektorze przedsiębiorstw w 2007 roku miały duże przedsiębiorstwa: 45,2% oraz mikroprzedsiębiorstwa: 28,6%. Odwrotnie było w przypadku średnich i małych firm, gdzie stosunkowo niewielki wpływ na wzrost liczby pracujących był spowodowany niedużym udziałem obu tych grup w strukturze pracujących oraz relatywnie

⁸⁶ Łapiński J., *Sytuacja finansowa MŚP*, [w:] *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2007-2008...*, op. cit., s. 39-47.

niską dynamiką wzrostu małych przedsiębiorstw. Struktura pracujących kształtowała się następująco: przedsiębiorstwa duże: 31%, średnie: 18%, małe zatrudniających 10–49 osób: 11%, mikroprzedsiębiorstwa: 40%).

Wysoki wzrost gospodarczy, dobre wyniki finansowe przedsiębiorstw pozwalające na utrzymanie dotychczasowych i tworzenie nowych miejsc pracy, lepsza dostępność ofert pracy i emigracja zarobkowa powodowały dalszą poprawę sytuacji na rynku pracy. W 2007 roku odnotowano następujące zjawiska:

- poprawę sytuacji bezrobotnych do 24 roku życia (19% w całości grupy, obniżony o 1,6% do roku poprzedniego);
- pogorszenie się sytuacji osób powyżej 50 roku życia (21,7% w całości grupy, o 2,9% więcej niż w 2006 roku),
- znaczny wzrost liczby ofert pracy;
- wzrost liczby ofert pracy niewykorzystanych dłużej niż 1 miesiąc (44,8% wszystkich dostępnych ofert pracy);
- wzrost liczby osób korzystających z aktywnych form przeciwdziałania bezrobociu.

W 2007 roku nastąpił najwyższy od 5 lat wzrost wynagrodzeń w gospodarce o 9,2% w stosunku do roku 2006. W sektorze przedsiębiorstw płace były o 7,2% wyższe niż w poprzednim roku. Najbardziej wzrosły wynagrodzenia w budownictwie. Biorąc pod uwagę dynamikę wzrostu, struktura wynagrodzeń kształtowała się następująco: w średnich przedsiębiorstwach: 10,1%, w dużych: 8,3% i małych zatrudniających 0–49 osób: 5,6% oraz 3,0% w mikroprzedsiębiorstwach. We wszystkich grupach wzrost w 2007 roku wyraźnie przyspieszył w stosunku do poprzednich lat. Najszybciej wartość wynagrodzeń brutto wzrastała w grupie średnich i dużych przedsiębiorstw: 16%, wolniej wynagrodzenia rosły w przedsiębiorstwach zatrudniających 10–49 osób: 12,7% oraz mikroprzedsiębiorstwach: 11,1%. Największy wpływ na ten wzrost miały duże firmy: 53,8%, następnie przedsiębiorstwa średnie: 26,1%, odpowiednio przedsiębiorstwa małe, zatrudniające 10–49 osób: 11,1% oraz mikroprzedsiębiorstwa: 9,0%. Sytuacja ta wynikała z dynamiki wzrostu oraz struktury wynagrodzeń, która kształtowała się następująco: duże firmy: 50%, średnie: 25%, małe: 13% i mikroprzedsiębiorstwa: 12%. Największy wpływ na wzrost liczby pracujących miał przemysł (26,2%), budownictwo (22,8%) oraz obsługa nieruchomości i firm: 19,2%. Sekcje te rozwijały się tak szybko z uwagi na rosnący popyt, głównie na rynku

nieruchomości oraz popyt konsumpcyjny i inwestycyjny na dobra powiązane z tym rynkiem⁸⁷.

Polski rynek pracy charakteryzuje się jednym z najniższych w Unii Europejskiej udziałem osób zatrudnionych do całej populacji w wieku produkcyjnym i aktywności zawodowej ludności. Niska aktywność zawodowa ludności powoduje konieczność utrzymywania rozbudowanego systemu zabezpieczeń społecznych, przy zachowaniu wysokiego poziomu opodatkowania. W Polsce wskaźniki zatrudnienia i aktywności zawodowej ludności są na bardzo niskim poziomie. Aktywnych zawodowo było jedynie 54,1% Polaków, o 4,5% mniej niż średnia dla całej Unii Europejskiej. Dzięki wysokiej i stabilnej stopie wzrostu gospodarczego Polska w 2007 roku po raz pierwszy od lat przestała być krajem Unii Europejskiej o najwyższej stopie bezrobocia. Jeszcze w roku 2006 bezrobocie w Polsce było blisko dwukrotnie wyższe od unijnej średniej⁸⁸.

Polska osiągnęła w 2007 roku liczbę 3 794 422 przedsiębiorstw zarejestrowanych w rejestrze REGON. MŚP były sektorem dominującym, podobnie jak w latach poprzedzających. Odpowiednio struktura przedsiębiorstw rozkładała się następująco:

- mikroprzedsiębiorstwa (1-9 zatrudnionych): 3 599 259;
- małe (10-49 zatrudnionych): 159 426;
- średnie (50-249 zatrudnionych): 30 266;
- duże (powyżej 249 zatrudnionych): 5471.

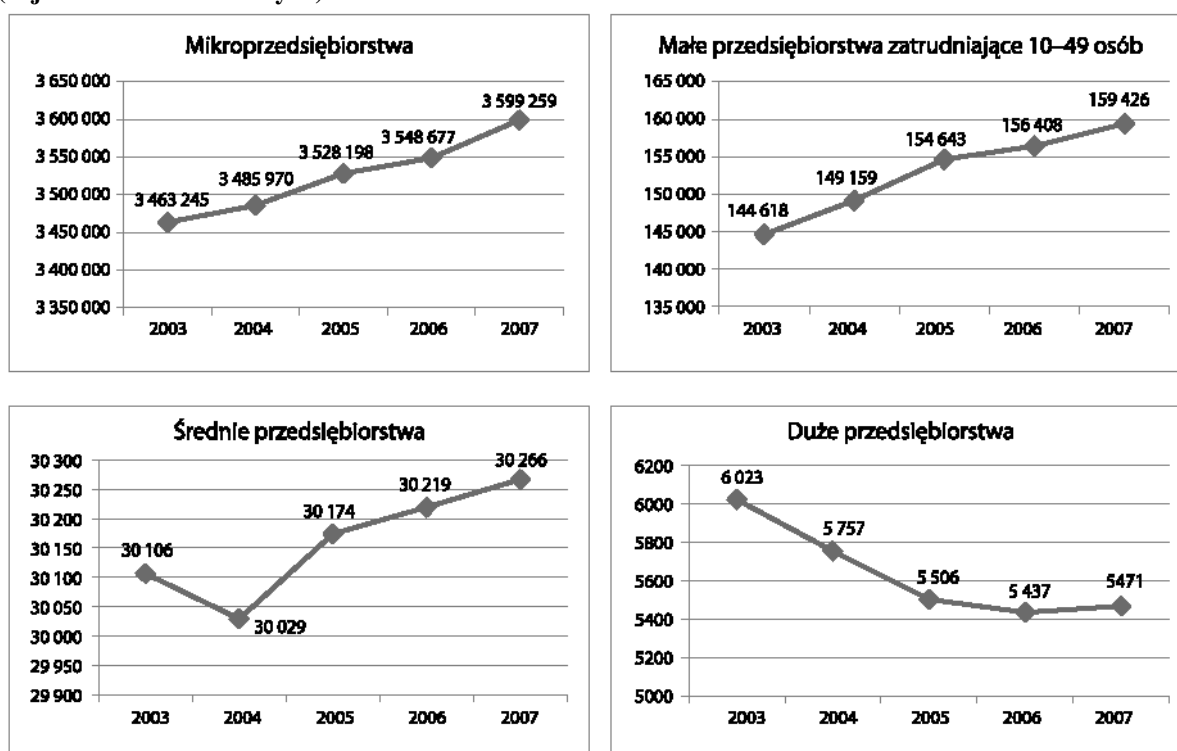
W 2007 roku liczba przedsiębiorstw ogółem wzrosła o 1,4%, w tym wzrosła liczba przedsiębiorstw mikro: o 1,4%, małych: o 1,9%, średnich: o 0,2%, dużych: o 0,06%. Nastąpił natomiast spadek we wszystkich grupach liczby firm nowo powstałych. Największy spadek dotknął duże przedsiębiorstwa (o 8,7%). W pozostałych grupach były nieznaczne spadki nowo powstałych przedsiębiorstw (od 0,8% do 2,1%). Znacząco zmniejszyła się liczba zamkniętych przedsiębiorstw wśród mikro-firm: o 10,7% i małych przedsiębiorstw: o 10,5%. Wzrost o 8,6% nastąpił w liczbie przedsiębiorstw zlikwidowanych dla grupy średnich przedsiębiorstw. Liczba, przedsiębiorstw aktywnych była dużo niższa niż przedsiębiorstw zarejestrowanych. Odsetek przedsiębiorstw aktywnych w ogóle przedsiębiorstw zarejestrowanych wyniósł 46,8%. Najwięcej przedsiębiorstw aktywnych było wśród przedsiębiorstw dużych: 59,3%, a najmniej w grupie małych przedsiębiorstw, zatrudniających

⁸⁷ Łapiński J., *Liczba pracujących, przeciętne wynagrodzenie i zatrudnienia* [w:] *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2007-2008...*, op. cit., s. 34 – 38.

⁸⁸ Szerzej: Żołnierski A., Zadura-Lichota P. [red.], *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2006–2007*, PARP, Warszawa 2008, s. 9-15; Tarnawa A., *Makroekonomiczna sytuacja Polski w 2008 roku*, [w:] *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2007-2008...*, op. cit., s. 11.

10–49 osób: 28,3%. Mikroprzedsiębiorstwa aktywne stanowiły 47,6%, a aktywne przedsiębiorstwa średnie 51,1%. W 2007 roku w największym stopniu zwiększyła się aktywność dużych przedsiębiorstw: o 4,5%, przedsiębiorstw średnich o 2,4%, aktywność mikroprzedsiębiorstw zwiększyła się nieznacznie (o 1%). Przedsiębiorstwa małe pozostały bez zmian. Wykres nr 4 przedstawia zmiany liczby przedsiębiorstw w perspektywie okresu od 2003 do 2007 roku.

Wykres 4. Liczba przedsiębiorstw zarejestrowanych w REGON według klas wielkości w latach 2003–2007 (w jednostkach naturalnych)



Źródło: Łapiński J., *Liczba zarejestrowanych i aktywnych MŚP*, [w:] *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2007-2008*, [red.] Żołnierski A., Wydawnictwo Naukowe Instytutu Technologii Eksploatacji – PIB, Radom 2009, s. 29.

Obserwowane lata 2002–2007 miały średni przyrost liczby zarejestrowanych firm na poziomie 1,0%. Średnioroczny wzrost liczby mikroprzedsiębiorstw w prezentowanym okresie wyniósł 1,9%, firm małych: 2,5%, średnich: 0,1%. Najniższy wzrost w 2007 roku cechował przedsiębiorstwa średnie: 0,2%, przyspieszył on w stosunku do średniorocznego wzrostu. Liczba przedsiębiorstw dużych wzrosła o 0,6%, przy wysokiej ujemnej średniorocznej dynamice (97,6%) w całym obserwowanym okresie 2003–2007. Wśród przedsiębiorstw małych, zatrudniających 10–49 osób, zanotowano najszybszy trend wzrostowy w latach 2003–2007. Średnioroczny wzrost udziału w ogólnej liczbie przedsiębiorstw wyniósł 0,058%. W 2007 roku w stosunku do roku poprzedniego udział małych przedsiębiorstw wzrósł jednak

tylko o 0,02%. W pozostałych grupach przedsiębiorstw zaobserwowano w badanym okresie niewielkie, utrzymujące się trendy spadkowe. Średnioroczny spadek udziału w ogólnej liczbie zarejestrowanych przedsiębiorstw wyniósł dla firm mikro: 0,046%, średnich: 0,007%, dużych: 0,005%. Najwięcej przedsiębiorstw funkcjonowało w handlu i naprawach: 32%, dalej odpowiednio: obsłudze nieruchomości i firm: 17%, następnie budownictwie: 11%, przemysłe 10%. Pozostałe sekcje nie miały znaczącego udziału.

Poziom przedsiębiorczości w Polsce, mierzony liczbą przedsiębiorstw na 1000 mieszkańców, w stosunku do innych krajów europejskich wypada przeciętnie. Polska zajmuje 15 miejsce na 28 wybranych państw europejskich z wartością nieco niższą od średniej unijnej (dane za 2005 rok). Poziom przedsiębiorczości mierzonej tym wskaźnikiem jest najwyższy w Czechach, Portugalii i Grecji, najniższy natomiast na Słowacji, w Rumunii i Niemczech. Poziom przeżywalności przedsiębiorstw, mierzony wskaźnikiem przeżycia pierwszego roku działalności, pozostawał relatywnie stały w całym okresie 2003–2007. Wahania tego wskaźnika oscylowały między 61,5% a 67,6%. Przeżywalność przedsiębiorstw w dłuższym okresie gwałtownie spada w miarę kolejnych lat działalności przedsiębiorstw. Do 2007 roku przetrwało 66,5% firm powstałych w 2006 roku, a tylko 24,6% powstałych w 2002 roku. Poziom przeżywalności przedsiębiorstw utworzonych w 2002 roku w badanym okresie spadał średniorocznie o 24,4%⁸⁹.

Przedsiębiorstwa, ulegając warunkom otoczenia makroekonomicznego, nie mają na nie bezpośredniego wpływu, jednak właściwości małych i średnich firm występujące optymalnie, bez żadnych czynników ograniczających mogą wywołać znaczące zmiany efektywności systemu ekonomicznego całej gospodarki narodowej. Model konsekwencji wpływu niewielkich jednostek gospodarczych, odzwierciedlający ogólne tendencje i prawidłowości, przedstawił W. Czternasty (tabela nr 2).

W zależności od wielkości przedsiębiorstwa, sektora działalności i zasięgu jego przedsięwzięć różne wymiary otoczenia, stanowiące elementy pozostające poza przedsiębiorstwem, oddziałują na nie w różny sposób i z różną siłą. Jednocześnie w przypadku przyjętej polityki i stworzonych narzędzi do realizacji założeń i celów wobec przedsiębiorczości rola, jaką odegrają te siły w funkcjonowaniu przedsiębiorstwa, jest znacząco zależna od właściciela firmy. Cały aparat instytucjonalny obsługujący i wspierający działalność gospodarczą oraz narzędzia, którymi dysponuje, może sprawnie funkcjonować,

⁸⁹ Łapiński J., *Liczba zarejestrowanych i aktywnych MŚP*, [w:] *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2007-2008*..., op. cit., s. 28-33.

ale nie bez wiedzy i woli współpracy właściciela firmy. Oznacza to, że muszą być budowanie relacje (tworzone sieci kontaktów) między przedsiębiorstwami a organizacjami otoczenia biznesu wspierającymi rozwój przedsiębiorczości. Znajomość potrzeb i oczekiwań zarządców firm oraz dostosowanie do nich działań w sferze prawnopolitycznej i gospodarczej stanowi element strategii rozwoju przedsiębiorczości.

Tabela 2. Teoretyczny model oddziaływania właściwości małej przedsiębiorczości na gospodarkę narodową

WŁAŚCIWOŚCI MAŁYCH PRZEDSIĘBIORSTW*	SKUTKI DLA GOSPODARKI NARODOWEJ
Właściwości małych przedsiębiorstw wpływające na optymalną alokację nakładów inwestycyjnych w gospodarce	
Mniejsze nakłady na realizację określonych przedsięwzięć inwestycyjnych	ograniczone ryzyko ekonomiczne, szczególnie w warunkach trudności ekonomicznych i niepewności co do koniunktury w przyszłości
Szybki cykl wykonawstwa	krótsze zamrożenie nakładów inwestycyjnych; wcześniejszy efekt podażowy
Niska kapitałochłonność produkcji	większy efekt produkcyjny na jednostkę zaangażowanego kapitału; niższe koszty inwestycji towarzyszących i koszty społeczne; możliwości forsowania kapitałoszczędnego rozwoju gospodarczego
Niskie technicznie uzbrojenie pracy	niski koszt stanowiska pracy; duże możliwości tworzenia nowych miejsc zatrudnienia
Swobodna lokalizacja obiektów inwestycyjnych	racjonalna polityka rozwoju regionalnego; aktywizacja gospodarcza terenów peryferyjnych; ograniczenie migracji do wielkich skupisk przemysłowych
Nieznaczny wpływ na zanieczyszczenie środowiska naturalnego	optymalizacja uwarunkowań ekologicznych
Właściwości małych przedsiębiorstw wpływające na optymalne wykorzystanie potencjału ludzkiego i materialnego	
Wyższa produktywność środków trwałych w porównaniu z dużymi firmami	pełniejsze wykorzystanie zdolności produkcyjnych; wyższe efekty z zastosowanych czynników wytwórczych
Zdolność do absorpcji i wykorzystania rozproszonych i niewykorzystanych czynników produkcji	zagospodarowanie odpadów pochodzących z wielkiego przemysłu; wykorzystanie nieużytkowanych lokali wytwórczo – usługowych oraz wycofanych z wielkiego przemysłu maszyn i urządzeń technicznych
Uruchamianie zakumulowanych przez osoby prywatne rzeczowych rezerw inwestycyjnych, środków finansowych i ich własnej pracy	zwiększone możliwości inwestycyjne, podażowe, zatrudnieniowe gospodarki
Produktywizacja rezerw siły roboczej	aktywizacja zawodowa bezrobotnych; dostępność zatrudnienia dla osób o zmniejszonych możliwościach zarobkowania
Właściwości małych przedsiębiorstw oddziaływujących na równowagę rynkową	
Oslabienie monopolu i wyzwalenie konkurencji rynkowej	dywersyfikacja podaży stosownie do potrzeb społeczeństwa; wzrost zaspokojenia potrzeb na towary i usługi poprzez wymuszanie efektywnościowych działań i zachowań dużych podmiotów gospodarczych; wyzwalenie motywacyjnej, kreującej i weryfikacyjnej funkcji rynku; podniesienie racjonalności wykorzystania surowców i materiałów; poprawa jakości wyrobów
Realizowanie produkcji w krótkich cyklach uruchomień	skrócenie wpływu efektu odroczonego na równowagę ogólną w gospodarce; łagodzenie zjawisk inflacyjnych
Zaspokojenie potrzeb zindywidualizowanych	wzbogacenie podaży o niestandardowe, unikalne wyroby
Skłonność do realizacji działalności usługowej	ograniczenie popytu konsumpcyjnego na wiele dóbr trwałego użytkowania

c.d. Tabeli 2

Właściwości małych przedsiębiorstw związane ze skracaniem czasu podejmowania decyzji, reakcji na zjawiska gospodarcze i realizację przedsięwzięć	
Duże tempo oraz uproszczony sposób podejmowania decyzji produkcyjnych	szybkie wprowadzenie na rynek nowych grup wyrobów i usług
Krótki cykl przestawień produkcyjnych	zaspokajanie potrzeb z uwzględnieniem częstych zmian mody, gustów, upodobań konsumentów
Duża zdolność adaptacyjna do zmieniającej się sytuacji gospodarczej	amortyzowanie wstrząsów i zaburzeń w funkcjonowaniu gospodarki
Wysoka elastyczność działania w zakresie wymiany zagranicznej	wzbogacenie gamy towarów na rynku; wzrost jakości produktów; podnoszenie opłacalności całego krajowego eksportu
Duża inicjatywność i pomysłowość przejawiana przez zespoły pracownicze	lepsze dostosowanie struktury produkcji do struktury potrzeb
Właściwości małych przedsiębiorstw wpływające na podwyższanie jakości i obniżanie kosztów produkcji	
Wysoka elastyczność i zmienność profilu produkcyjnego	nadawanie wielu wprowadzanym wyrobom cech nowoczesności
Częste stosowanie prostych form pracy	szczególne staranie o jakość i właściwą formę użytkową wyrobów
Funkcjonowanie głównie na rynkach lokalnych	relatywnie niskie koszty transportu związane z małym obszarem dystrybucji
Predyspozycje do działalności kooperacyjnej	redukcja kosztów stałych u kooperantów
Właściwości małych przedsiębiorstw wpływające na podwyższenie zdolności absorbowania innowacji w gospodarce	
Wysoka podatność na innowacje	dyfuzja postępu technicznego na inne dziedziny działalności gospodarczej; wzrost nowoczesności wyrobów i usług na rynku; zmniejszanie ryzyka związanego z wprowadzaniem innowacji na dużą skalę

Źródło: Czernasty W., *Małe przedsiębiorstwa w Polsce...*, s. 40 – 43.

*autor stosuje określenie „małe przedsiębiorstwa” w kategorii jakościowej, przez charakterystykę przypisywanych im właściwości, a nie np. wielkości zatrudnienia czy wysokości obrotów.

Strategia rozwoju przedsiębiorczości angażuje nie tylko sferę gospodarczą, ale również społeczną, które funkcjonują w określonej przestrzeni. Dotyczy ona długoterminowej, systematycznej, świadomie sterowanej realizacji założonych koncepcji. Strategia zawiera wizję celów, zadań, kierunków działania, projektów przedsięwzięć, reguł i zasad postępowania, które racjonalnie uporządkowane stanowią scenariusz przyszłości. Strategia rozwoju przedsiębiorczości w konsekwencji jest programem rozwoju społeczno-gospodarczego. M. Słodowa – Hełpa ujmuje to w następujący sposób: „Długofalowa wizja strategiczna, uporządkowana w racjonalny zestaw celów i zadań w określonej perspektywie czasowej, pozwala przekraczać horyzont działań bieżących i uchwycić główne przesłanki rozwoju wspólnoty lokalnej lub regionalnej oraz jej awansu w przyszłości.”⁹⁰ Przeprojektowanie obecnej sytuacji na pożądaną angażuje w realizację strategii władze wszystkich szczebli organizacji państwowej, podmioty gospodarcze, instytucje otoczenia biznesu, ale również środowiska regionalne i lokalne, ponieważ ostatecznym (nadrzędnym)

⁹⁰ Słodowa – Hełpa M., *Regionalne i lokalne strategie rozwoju*, Materiały dla doktorantów, www.ue.poznan.pl/pag/i/12010.php, 05.09.2009, s. 2.

celem działań na rzecz rozwoju przedsiębiorczości jest w rzeczywistości rozwój społeczno – gospodarczy wszystkich jednostek terytorialnych.

2.2.1. Polska polityka wspierania rozwoju małych i średnich firm

Polityka gospodarcza (ekonomiczna) jest świadomą działalnością państwa, zmierzającą do osiągnięcia ściśle określonych publicznych celów społeczno – ekonomicznych. Stymulacja odbywa się przez zmianę struktury materialnej i instytucjonalnej gospodarki narodowej za pomocą instrumentów przymusu polityczno – prawnego i ekonomicznego⁹¹.

Założenia polityki rządu wobec MŚP kierowane są do przedsiębiorców bez ograniczeń co do rodzaju, formy prawnej działalności czy też miejsca jej prowadzenia. Działania w ramach polityki horyzontalnej dotyczą między innymi: poprawy otoczenia prawnego i organizacyjnego firm oraz pobudzania przedsiębiorczości w społeczeństwie. Duży nacisk kładziony jest na wyrównywanie szans i możliwości w realizacji przedsięwzięć, co wynika z odmiennych warunków gospodarczo – społecznych na różnych obszarach kraju. Służąc pomocą przedsiębiorcom, oferuje się wsparcie również instytucjom otoczenia biznesu, które spełniają przyjęte kryteria. Środki finansowe pozyskiwane dla realizacji wszystkich działań w ramach założeń polityki rządu pochodzą z budżetu państwa, środków pomocowych dostępnych w ramach programu PHARE⁹², unijnych funduszy strukturalnych, międzynarodowych kredytów bankowych oraz środków prywatnych przedsiębiorców.

Aktualnie Polska dysponuje 73 instrumentami wsparcia przedsiębiorczości, które obejmują następujące obszary funkcjonowania firm: programy operacyjne, innowacje, inwestycje, ochrona środowiska, przedsiębiorczość, szkolenia, promocja, bazy danych, restrukturyzacja, poręczenia, gwarancje, instytucje finansowe, rynek pracy.

Programy polityki rządu wobec MŚP mające na celu poprawę warunków funkcjonowania firm zostały zainicjowane w 1995 roku programem obejmującym lata 1995-1997. Zaowocowało to uchwaleniem aktów normatywnych, w tym: ordynacji podatkowej, prawa bankowego, ustawy o Krajowym Rejestrze Sądowym. Uwzględniono również potrzebę wsparcia rozwoju przedsiębiorstw. Od 1995 r. zaczęły także powstawać pierwsze

⁹¹ Kalina-Prasznik U. [red], *Leksykon ...*, op. cit., s. 175.

⁹² PHARE (ang. Poland and Hungary Assistance in Restructuring Economies) jest największym programem bezzwrotnej pomocy finansowej Unii Europejskiej dla Państw Europy Środkowej i Wschodniej. PHARE obejmuje część programów kierowanych do sektora MŚP, szerzej: Kalina-Prasznik U. [red.], *Leksykon polityki gospodarczej ...*, op. cit., s.157; www.fundusze-strukturalne.gov.pl/phare/

fundusze lokalne i regionalne udzielające poręczeń kredytowych dla sektora MŚP. Kontynuacją działań zmierzających do pomocy małym i średnim firmom było opracowanie następujących programów⁹³:

„Kierunki działań rządu wobec małych i średnich przedsiębiorstw do 2002 roku” (1999); Celem programu było ukształtowanie warunków do wykorzystania pełnego potencjału MŚP poprzez zwiększenie konkurencyjności, wzrost eksportu oraz wzrost nakładów inwestycyjnych w tym sektorze.

Strategia gospodarcza „Przedsiębiorczość – rozwój – praca” (2002), Założenia do pakietu „Przede wszystkim przedsiębiorczość” (2002); Dwa powyższe programy obejmowały różnokierunkowe wzmocnienie sektora MŚP, w tym nowelizację około 30 ustaw i 11 projektów nowych regulacji prawnych. Priorytetowym celem było uproszczenie procedur obsługi gospodarczej firmy, obejmujących jej utworzenie prowadzenia oraz zakończenie działalności.

„Plan działań anty kryzysowych w sferze ochrony rynku i miejsc pracy”; Plan określał przedsięwzięcia legislacyjne i organizacyjne obejmujące: restrukturyzację zobowiązań publicznych przedsiębiorstw, wprowadzenia kredytu podatkowego dla nowotworzonych małych przedsiębiorstw uruchamiających nowe miejsca pracy, usprawnienie reguł postępowania upadłościowego, wzmocnienia systemu poręczeń i gwarancji oraz funduszy pożyczkowych dla małych i średnich przedsiębiorstw.

„Kapitał dla przedsiębiorczych” (2002); Program rozbudowy systemu funduszy pożyczkowych i poręczeniowych dla małych i średnich przedsiębiorstw w latach 2002-2006 mający na celu ułatwienie przedsiębiorcom dostępu do zewnętrznych źródeł finansowania prowadzonej działalności.

„Kierunki działań rządu wobec małych i średnich przedsiębiorstw od 2003 do 2006 roku” (2003); Zakres programu obejmował wsparcie przedsięwzięć związanych z wykorzystaniem nowych technik i technologii, działalnością o charakterze logistycznym i proeksportowym, poprawą struktury organizacyjnej oraz bezpieczeństwem i higieną pracy. Następne tematy dotyczyły poprawy otoczenia prawnego, administracyjnego oraz instytucjonalnego. Dokument uwzględniał kierunki wskazane w Europejskiej Karcie Małych Przedsiębiorstw.

⁹³ Opracowano na podstawie: Czternasty W., *Instrumentarium wsparcia przedsiębiorczości na obszarach wiejskich*, [w:] *Uniwersalia polityki rolnej w gospodarce rynkowej: ujęcie makro- i mikroekonomiczne*, [red.] Czyżewski A., Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Poznań 2007, s. 231-233; *Zbiornicze zestawienie dostępnych instrumentów wsparcia (wg stanu na dzień 1 lipca 2009r.)*, Ministerstwo Gospodarki, Departament Rozwoju Gospodarki, Warszawa, lipiec 2009; *Kierunki działań Rządu RP wobec MŚP*, www.ukie.gov.pl, Urząd Komitetu Integracji Europejskiej (17.01.2010).

Ustawa z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej; Doprowadzono do skrócenia i uproszczenia procesu rejestracji, zmniejszono liczbę koncesji i zezwoleń, wprowadzono przepis o wiążącej urzędy skarbowe interpretacji zdarzeń podatkowych oraz zmniejszono liczbę kontroli w firmach i skrócono czas ich trwania.

„Zwiększenie innowacyjności gospodarki w Polsce do 2006 roku”, „e-Polska 2001-2006”; Plan działań na rzecz rozwoju społeczeństwa informacyjnego w Polsce. Programy skupiały się na zagadnieniu promowania rozwoju technologii informacyjnej jako instrumentu innowacyjności przedsiębiorstw.

„Program Reformy Regulacji”; Celem programu było uproszczenie istniejącego prawa, usprawnienie zasad tworzenia nowych regulacji, uczestnictwo w programie uproszczeniowym na szczeblu unijnym oraz zmiany instytucjonalno - organizacyjne w administracji.

„Krajowy Program Reform na lata 2008-2011” uznany za „narodowy odpowiednik Strategii Lizbońskiej”; Program opiera się na dążeniu do lepszego stanowienia prawa, wsparcia dla przedsiębiorczości, rozwoju innowacyjności, w tym uwzględnienie we wszystkich politykach oddziaływania na sektor MŚP.

Rozwój małych i średnich przedsiębiorstw z punktu widzenia założeń politycznych bezpośrednio dotyczy rozwoju regionalnego. Dlatego też mała przedsiębiorczość skupia na sobie cele wpływające na pobudzenie przedsiębiorczości oraz tworzenie klimatu inwestycyjnego. Polityka rozwoju regionalnego koncentruje się na rozwoju infrastruktury technicznej i informatycznej, wspieraniu inwestycji, wspieraniu instytucji otoczenia przedsiębiorczości oraz działaniach na rzecz rozwoju zasobów ludzkich. Rząd Polski postawił przed sobą następujące cele⁹⁴:

- wzrost jakości produktów i usług;
- rozbudowę sieci informacji gospodarczej;
- wsparcie dla firm wdrażających międzynarodowe systemy jakości;
- ułatwianie dostępu do wiedzy na temat prowadzenia przedsiębiorstwa;
- zmniejszenie kosztów administracyjnych, głównie związanych z zatrudnieniem.

Realizacja powyższych celów ma na względzie zwiększenie konkurencyjności MŚP na rynku krajowym oraz rynkach zagranicznych, podniesienie konkurencyjności regionu, wyrównanie dysproporcji rozwojowych w stosunku do innych regionów oraz podniesienie

⁹⁴ Bąk M., Grabowski M., Kulawczuk P., Nowicki M., Wargacki M., Wojnicka E., *Małe i średnie przedsiębiorstwa a rozwój regionalny*, PARP, Warszawa 2001, s. 21.

jakości życia na danym terenie. Kolejnym założeniem jest wzrost eksportu MŚP, którego realizacja ma nastąpić przez:

- środki na ekspozycje na targach;
- rozszerzanie informacji o rynkach zagranicznych;
- ułatwienia w pozyskiwaniu poręczeń kredytowych dla przedsiębiorców podejmujących inwestycje proeksportowe.

Ostatnim założeniem jest wzrost nakładów inwestycyjnych w MŚP przez:

- mechanizmy podatkowe powodujące akumulację kapitału w przedsiębiorstwach;
- korzystniejsze regulacje dotyczące amortyzacji;
- wzrost możliwości finansowania MŚP na rynku kapitałowym.

Realizacja powyżej przedstawionych trzech założeń wraz z ich celami pośrednimi ma swe źródło w dążeniu do kształtowania warunków dla tworzenia i pełnego wykorzystania potencjału rozwojowego sektora MŚP. Podstawowe instrumenty wsparcia dla tworzonych i już istniejących podmiotów w ramach polityki rozwojowej obejmują dotacje na zakładanie nowych firm, zwiększenie poziomu inwestycji i modernizację. Następnie dotacje do regionalnych funduszy inwestycyjnych, lokalnych funduszy pożyczkowych oraz funduszy poręczeń kredytowych dla MŚP. Kolejnym instrumentem jest subsydiowanie usług doradczych oraz informacyjnych.

Jak wynika z analizowanych instrumentów wsparcia dla małej przedsiębiorczości, dzieli się je na finansowe i pozafinansowe. Pomoc finansowa polega na przekazaniu środków dla beneficjenta według określonych zasad i po spełnieniu przez niego warunków wyznaczonych przez podmiot udzielający pomocy. Przedsiębiorcy najbardziej cenią sobie tę formę, gdyż jest ona wymierna i jej skuteczność jest bezpośrednio szacowana. Przy udzielaniu wsparcia finansowego wskazuje się na ryzyko przekazywania środków przedsiębiorstwom nierozwojowym, które otrzymują w ten sposób doraźną pomoc, niezbędną do ich przetrwania. Jednocześnie istnieje obawa przed kształtowaniem w przedsiębiorcach postawy roszczeniowej, która może ograniczać ich indywidualną przedsiębiorczą aktywność. W przypadku instrumentów tzw. miękkich (pозafinansowych) trudno jest bezpośrednio oszacować korzyści płynące z ich stosowania, gdyż efekty są nie tylko rozłożone w czasie, ale też dotyczą subiektywnych ocen. Instrumentami pozafinansowymi są: usługi doradcze, szkoleniowe i informacyjne. W. Czernasty i A. Jaśkiewicz opisują formy instytucjonalne obsługujące instrumenty pozafinansowe, wspierające rozwój MŚP, wskazując źródło

ich finansowania, dające gwarancję funkcjonowania i rozwoju merytorycznego oraz organizacyjnego tych jednostek⁹⁵:

Informacje udzielane są przez: punkty informacyjne w siedzibach ministerstw, agencje rządowe, organizacje pozarządowe, samorządy wojewódzkie, powiatowe i gminne, ośrodki wspierania przedsiębiorczości, agencje rozwoju regionalnego, izby gospodarcze, fundacje i stowarzyszenia gospodarcze, cechy rzemiosł, powiatowe urzędy pracy. Kompetencje dotyczące finansowania danego narzędzia w ramach wymienionych instytucji posiadają organy państwa i samorządu terytorialnego, organizacje pozarządowe, podmioty publiczne i fundusze pomocowe.

Szkolenia są prowadzone przez ośrodki wspierania przedsiębiorczości, szkoły wyższe, osoby prawne zajmujące się statutowo działalnością szkoleniową oraz komercyjne firmy szkoleniowe. Ich działalność w danym zakresie może być finansowana przez samorząd terytorialny, podmioty publiczne, osoby i środki prywatne oraz fundusze pomocowe.

Doradztwo podstawowe obejmowane jest przez ośrodki wspierania przedsiębiorczości, agencje rozwoju regionalnego, izby gospodarcze, fundacje i stowarzyszenia gospodarcze, cechy rzemiosł, powiatowe urzędy pracy, punkty doradztwa w siedzibie samorządu terytorialnego. Finansowanie działalności doradczej wymienionych instytucji leży w kompetencji organów państwa i samorządu terytorialnego, organizacji pozarządowych, podmiotów publicznych oraz funduszy pomocowych.

Doradztwo specjalistyczne jest udzielane przez ośrodki wspierania przedsiębiorczości oraz komercyjne firmy doradcze. Organizacje świadczące takie usługi, są finansowane przez samorządy terytorialne, podmioty publiczne, osoby i środki prywatne oraz fundusze pomocowe.

Usługi informacyjne, doradcze, szkoleniowe, których przeznaczeniem jest tworzenie konkurencyjności małej przedsiębiorczości, są oferowane zarówno na szczeblu centralnym, ogólnokrajowym w ramach programów krajowych, regionalnym, przez realizację programów wojewódzkich, oraz na szczeblu lokalnym, który posługuje się projektami realizowanymi przez powiaty, gminy, jak również poszczególne instytucje i organizacje⁹⁶.

Dalszy punkt rozdziału przedstawia przykłady instytucji wspierających w formie finansowej jak i pozafinansowej sektor małych i średnich firm.

⁹⁵ Czernasty W., Jaśkiewicz A., *System promocji wykorzystania unijnych środków finansowych na terenach wiejskich*, [w:] *Absorpcja budżetowych środków finansowych wspierających rozwój obszarów wiejskich*, Wójcik – Augustyniak M. [red.], Wydawnictwo Akademii Podlaskiej, Siedlce 2004, s. 277.

⁹⁶ Czernasty W., *Instrumentarium wsparcia przedsiębiorczości...*, op. cit. s. 237.

2.2.2. Instytucje wspierające przedsięwzięcia gospodarcze w sektorze MŚP

Organizacje świadczące usługi doradcze, szkoleniowe, informacyjne i finansowe są instytucjonalnym systemem wsparcia rozwoju przedsiębiorczości. System ten jest podzielony na trzy poziomy działań współpracy partnerów. Poziom centralny to Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP) będąca instytucją rządową odpowiedzialną za wdrażanie polityki sektorowej. PARP wdraża programy pomocowe na rzecz rozwoju przedsiębiorczości pochodzące z budżetu państwa oraz Unii Europejskiej. Działania instytucji mają na celu zwiększanie skuteczności realizacji tych programów i efektywną kontrolę wykorzystania funduszy. Poziom regionalny (wojewódzki) to Regionalne Instytucje Finansujące (RIF) funkcjonujące we wszystkich województwach, zarządzające wdrażaniem programów regionalnych dla małych i średnich firm. Poziom trzeci to bezpośredni usługodawcy, którymi są niekomercyjne i komercyjne instytucje. Usługodawcy niekomercyjni obejmują ośrodki wspierania biznesu, fundacje i stowarzyszenia, ośrodki innowacji i technologii, itp. Usługodawcy komercyjni to instytucje akredytowane przez PARP oraz wykonawcy uprawnieni do realizacji usług bez akredytacji PARP⁹⁷.

Działalność instytucji wspierających rozwój MŚP ma na celu przygotowanie infrastruktury ekonomicznej oraz pomoc w tworzeniu i prowadzeniu działalności gospodarczej. Do głównych organizacji tworzących otoczenie biznesu należą:

1. Państwowa Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP), podlegająca Ministerstwu Gospodarki, ma na celu udział w realizacji programów dotyczących rozwoju gospodarki, głównie przez wspieranie małych i średnich przedsiębiorstw, eksportu oraz spójności społeczno-ekonomicznej. Realizowanie powyższych wytycznych następuje poprzez:

- świadczenie usług doradczych i eksperckich dla właścicieli firm, bezrobotnych, administracji rządowej i samorządowej;
- umożliwianie przedsiębiorcom udziału w szkoleniach oraz dostęp do wiedzy i informacji gospodarczej;
- opiniowanie perspektyw technicznych i ekonomicznych oraz możliwości i warunków wykorzystania nowych technik i technologii;
- dofinansowywanie innych podmiotów, realizujących powyższe działania;

⁹⁷ Forin A., Marczyńska S., Szwoch A., *Partner przedsiębiorcy. Ogólnopolski Informator Krajowego Systemu Usług dla Małych i Średnich Przedsiębiorstw*, Marlex Sp. z o.o., PARP, Warszawa 2006, s. 6.

- współpracę z organizacjami rządowymi i samorządowymi w realizacji projektów i programów⁹⁸.

2. Regionalne Instytucje Finansujące (RIF), które współpracują z PARP przy wdrażaniu polityki sektorowej skierowanej do MŚP w regionie. Działają jako wojewódzkie instytucje zarządzające realizacją programów regionalnych skierowanych do sektora małych i średnich przedsiębiorstw. Swoją działalność koncentrują na zarządzaniu regionalnymi programami rozwoju przedsiębiorczości, administrowaniu w imieniu PARP „sektorowymi” instrumentami wsparcia MŚP w regionie oraz udzielaniu podstawowej pomocy doradczej dla przedsiębiorstw w ramach prowadzonego Punktu Konsultacyjno-Doradczego⁹⁹.

3. Krajowy System Usług (KSU), w skład którego wchodzi ośrodki świadczące usługi dla przedsiębiorców MŚP i przyszłych właścicieli firm. Jest to ogólnopolska sieć dobrowolnie współpracujących ze sobą, niezależnych finansowo, niekomercyjnych agencji rozwoju lokalnego i regionalnego, centra wspierania biznesu, izb przemysłowo – handlowych itp. KSU obejmuje podmioty nie działające dla zysku bądź też przeznaczające zysk na realizację zadań PARP dotyczących usług doradczych, informacyjnych i finansowych przedsiębiorstwom mikro, małym i średnim, a także osobom podejmującym się prowadzenia przedsiębiorstwa.

4. Krajowe Stowarzyszenie Funduszy Poręczeniowych, prowadzące poręczenia dla MŚP.

5. Polskie Stowarzyszenie Funduszy Pożyczkowych.

6. Fundusz Pracy, mający za zadanie zmniejszanie bezrobocia i wspieranie rozwoju przedsiębiorczości. Ze środków Funduszu udzielane są pożyczki na podejmowanie działalności gospodarczej oraz pożyczki dla właścicieli firm tworzących dodatkowe miejsca pracy. Fundusz finansuje szkolenia pracowników i kandydatów do pracy, finansuje również roboty publiczne.

7. Agencja Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa, która wspiera tworzenie nowych miejsc pracy poprzez dopłaty do kredytów i pożyczek na rzecz gmin wiejskich i miejsko – wiejskich.

8. Agencja Nieruchomości Rolnych (ANR) udzielająca kredytów na przedsięwzięcia umożliwiające zatrudnienie bezrobotnych, byłych pracowników państwowych gospodarstw rolnych oraz członków ich rodzin. Agencja oferuje również stypendia przyznawane do czasu

⁹⁸ Wiatrak A.P., *Polityka wspierania...* op.cit., s.87.

⁹⁹ Rybińska A., Tokaj – Krzewska A. [red.], *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2001-2002*, PARP, Warszawa 2003, s. 183.

ukończenia nauki w publicznych szkołach średnich. Stypendia dotyczą młodzieży z rodzin byłych pracowników PGR.

9. Fundacja Wspomagania Wsi, realizujące programy wspomagające budowę przedsiębiorczości na wsi. Programy te dotyczą mikropożyczki wspierającej istniejące i nowopowstałe firmy na wsi, wspomaganie grup producentów, programy szkoleniowe w zakresie zarządzania małym przedsiębiorstwem itp.

10. Fundusz MIKRO, który wspiera nowopowstałe firmy zatrudniające poniżej 10 pracowników. Fundusz udziela pożyczki na zasadzie wzajemnego poręczenia grupie liczącej minimum 4 pożyczkobiorców. Oprocentowanie jest tu stałe.¹⁰⁰

11. Centra transferu technologii - instytucje, których celem jest tworzenie kontaktów przedsiębiorców z ośrodkami naukowymi. Świadczą one profesjonalne usługi wspierające firmy w zakresie zyskiwania i wdrażania nowych technologii. Centra istnieją głównie przy ośrodkach naukowych, takich jak politechniki i uniwersytety. Centra mają zasięg regionalny, co wynika z charakteru jego działalności. Zależy ono od dobrych kontaktów z ośrodkami naukowymi, zapotrzebowania przedsiębiorców na nowe technologie oraz własnych możliwości finansowych¹⁰¹.

12. Jednostki zaplecza badawczo rozwojowego, do których zaliczają się centra doskonałości (CD) i centra zaawansowanych technologii (CZT)¹⁰².

CD – autonomiczne jednostki naukowe lub wyodrębnione zespoły pracowników naukowych zajmujące się badaniami z punktu widzenia polityki państwa znaczącymi dla rozwoju gospodarki. Realizują zadania głównie w związku ze współpracą międzynarodową, a przede wszystkim w odniesieniu do programów Unii Europejskiej.

CZT- realizują wdrażanie i komercjalizację nowych technologii, produktów i usług o priorytetowym znaczeniu dla gospodarki. Należą tu interdyscyplinarne konsorcja naukowe składające się z jednostek naukowych prowadzących badania i prace rozwojowe na najwyższym poziomie oraz z innych podmiotów, działających w tej dziedzinie.

13. Regionalne Centrum Obsługi Inwestora, będące instytucjami obsługującymi inwestorów zainteresowanych określonym regionem. Zazwyczaj powoływane są na szczeblu regionalnym i świadczą usługi w zakresie tworzenia bazy danych dotyczących terenów pod inwestycje, wyboru miejsca, doradztwo dla inwestorów i promowania regionu przed potencjalnymi inwestorami.

¹⁰⁰ Wiatrak A.P., *Polityka wspierania...*op. cit., s. 88.

¹⁰¹ Wójcik P., *Jak wspierać lokalną przedsiębiorczość*, Gazeta prawna nr 82 (1447) 27 kwietnia 2005.

¹⁰² Górzyński M., Pander W., Koć P., *Tworzenie związków kooperacyjnych między MŚP oraz MŚP i instytucjami otoczenia biznesu*, PARP, Warszawa 2006, s. 14.

14. Lokalne okienka przedsiębiorczości (LOP), które koncentrują swoje zadania wokół usług dla przedsiębiorców i osób rozpoczynających działalność gospodarczą. Ponadto stanowią wsparcie dla zainteresowanych uzyskaniem dotacji unijnych. Istnieje możliwość uzyskania w ramach usług LOP pakietów zawierających podstawowe informacje na temat prowadzenia działalności gospodarczej, wiedzę o instrumentach i formach wsparcia, informacje dotyczące dostępnych ofert w zakresie zarówno płatnych jak i bezpłatnych usług doradczych w ośrodkach KSU oraz punktach konsultacyjno – doradczych (PKD). LOP gromadzą i dystrybuują wiedzę na temat dotacji dostępnych w ramach programów operacyjnych finansowanych z funduszy strukturalnych UE.

15. Centrum Zarządzania Informacją dla Partnerów (CZIP), utworzony w ramach PARP pełni rolę usługową dla LOP oraz PKD, analizując ich potrzeby informacyjne oraz opracowując na podstawie tych potrzeb pakiety informacyjne. CZIP udostępnia zarówno w formie cyklicznej, jak i w formie opracowań wynikających, ze zgłaszanych potrzeb, wiedzę na temat dostępnych i planowanych form i programów wsparcia dla MŚP oraz wykonuje szereg innych działań w tym zakresie, m.in. udzielanie informacji i konsultacji dla PKD i LOP w formie telefonicznej.¹⁰³

Wymienione instytucje stanowią system wsparcia nie tylko dla przyszłych bądź działających indywidualnych przedsiębiorców, ale również dla spółdzielczych form działalności gospodarczych czy pozagospodarczych przedsiębiorczych form aktywności. Spektrum ich działalności jest pod wieloma względami uniwersalne i wielowymiarowe. Z punktu widzenia odbiorców działalności systemu wsparcia istotne jest współdziałanie jego organów w ramach niesionej pomocy.

2.2.3. Jednostki samorządu lokalnego wobec małych i średnich podmiotów gospodarczych

Wpływ na rozwój małej przedsiębiorczości samorządu lokalnego, który potrafi wykorzystać walory społeczności i zamieszkiwanej przez nią przestrzeni, niesie ze sobą skutki podnoszenia wartości inwestycyjnej regionu. Skuteczność działań władz w pobudzaniu aktywności gospodarczej zostaje poddana wpływom takich czynników jak: jednostkowa przedsiębiorczość, więź społeczna i świadomość wspólnoty interesów, społeczne

¹⁰³ Czternasty W., *Instrumentarium wsparcia przedsiębiorczości...*, op. cit. s. 140-243.

mechanizmy kontroli oparte na ukształtowanych na danej przestrzeni wartościach i normach oraz tradycje społeczności lokalnej. Władze samorządowe posiadają szereg możliwości wspierania przedsiębiorczości. Istotne jest jednak to, na ile przedsiębiorcze są same władze, by stać się partnerem dla lokalnych przedsiębiorców. Instrumenty wsparcia dla MŚP, którymi posługują się władze lokalne, dotyczą następujących zagadnień¹⁰⁴:

- strategii rozwoju lokalnego;
- klimatu inwestycyjnego;
- szkoleń;
- sprawności instytucjonalnej;
- wspierania konkurencyjności.

Strategie rozwoju lokalnego są podstawą działań wspierających przedsiębiorczość i rozwój gminy lub powiatu. Jest to dokument opisujący plan działania samorządu zawierający ważne z punktu widzenia danej społeczności cele, których realizacja ma nastąpić przy wykorzystaniu dostępnych zasobów finansowych, organizacyjnych i ludzkich. Cele ujęte w programie są krótkookresowe i wynikają ze strategii rozwoju gminy czy powiatu. Dokument zawiera szczegółowe działania na dany okres wraz z określeniem środków finansowych przeznaczonych na ich realizację, a także adresatów podejmowanych zadań oraz planowanych efektów. W programie tym powinny być zawarte słabe i mocne strony społeczno - gospodarczego środowiska. Przygotowanie i realizacja strategii lokalnej jest przykładem komplementarnego podejścia władz lokalnych do zagadnień rozwojowych. Przedsiębiorcy mają możliwość uczestnictwa w tworzeniu strategii. Podstawowym elementem działań w tym zakresie jest tworzenie klimatu inwestycyjnego rozumianego jako działanie władz aktywizujące działalność inwestycyjną MŚP. Klimat inwestycyjny dotyczy polityki inwestycyjnej władz lokalnych, polityki podatkowej, współpracy władz lokalnych ze środowiskiem przedsiębiorców oraz wspierania rozwoju instytucji otoczenia biznesu. Samorządy często są współtwórcami instytucji otoczenia biznesu, ich fundatorem, bądź też założycielem. Rolą instytucji otoczenia biznesu jest merytoryczna pomoc dla przedsiębiorców lub też wsparcie finansowe. Oferują one pomoc w zakładaniu działalności gospodarczej, kojarzeniu partnerów gospodarczych, pozyskiwaniu funduszy unijnych, szkoleniach, różnych formach doradztwa. Działania takich instytucji są skierowane przede wszystkim do MŚP¹⁰⁵.

Do organizacji wspierających lokalną przedsiębiorczość należą inkubatory przedsiębiorczości świadczące usługi szkoleniowe, doradcze, kojarzące partnerów,

¹⁰⁴ Rybińska A., Tokaj – Krzewska A., *Raport...* op. cit., s. 158.

¹⁰⁵ Wójcik P., *Jak wspierać...* op. cit., Gazeta prawna nr 82 (1447) 27 kwietnia 2005.

udostępniające lokale na preferencyjnych warunkach, wraz z pełną obsługą administracyjną i techniczną (internet, telefon, fax). Przedsiębiorstwo może funkcjonować na terenie inkubatora przez pierwsze 3-4 lata swojej działalności. Po tym okresie powinno już ustabilizować swoją pozycję i udostępnić miejsce innym. Najczęściej to samorzady zakładają inkubatory przedsiębiorczości z pomocą instytucji otoczenia biznesu.

Innym źródłem pomocy są fundusze poręczeń kredytowych oraz fundusze pożyczkowe działające lokalnie. W większości są to instytucje nie nastawione na zysk, obsługujące przedsiębiorców z danego powiatu lub gminy. Ograniczeniem dla działalności funduszu jest budżet, którym dysponuje. Jest jednak możliwość ubiegania się o dokapitalizowanie między innymi z Krajowego Funduszu Poręczeń Kredytowych.

Fundusze pożyczkowe to instytucje niebankowe, których podstawową działalnością jest udzielanie i monitorowanie pożyczek oraz doradztwo dotyczące zarządzania finansami przedsiębiorstw. Działalność takich funduszy jest skierowana do osób i instytucji, które mają niewielkie szanse na uzyskanie kredytu bankowego ze względu na małą zdolność kredytową. Są to więc bezrobotni z własnym pomysłem na biznes, mikrofirmy i małe przedsiębiorstwa.

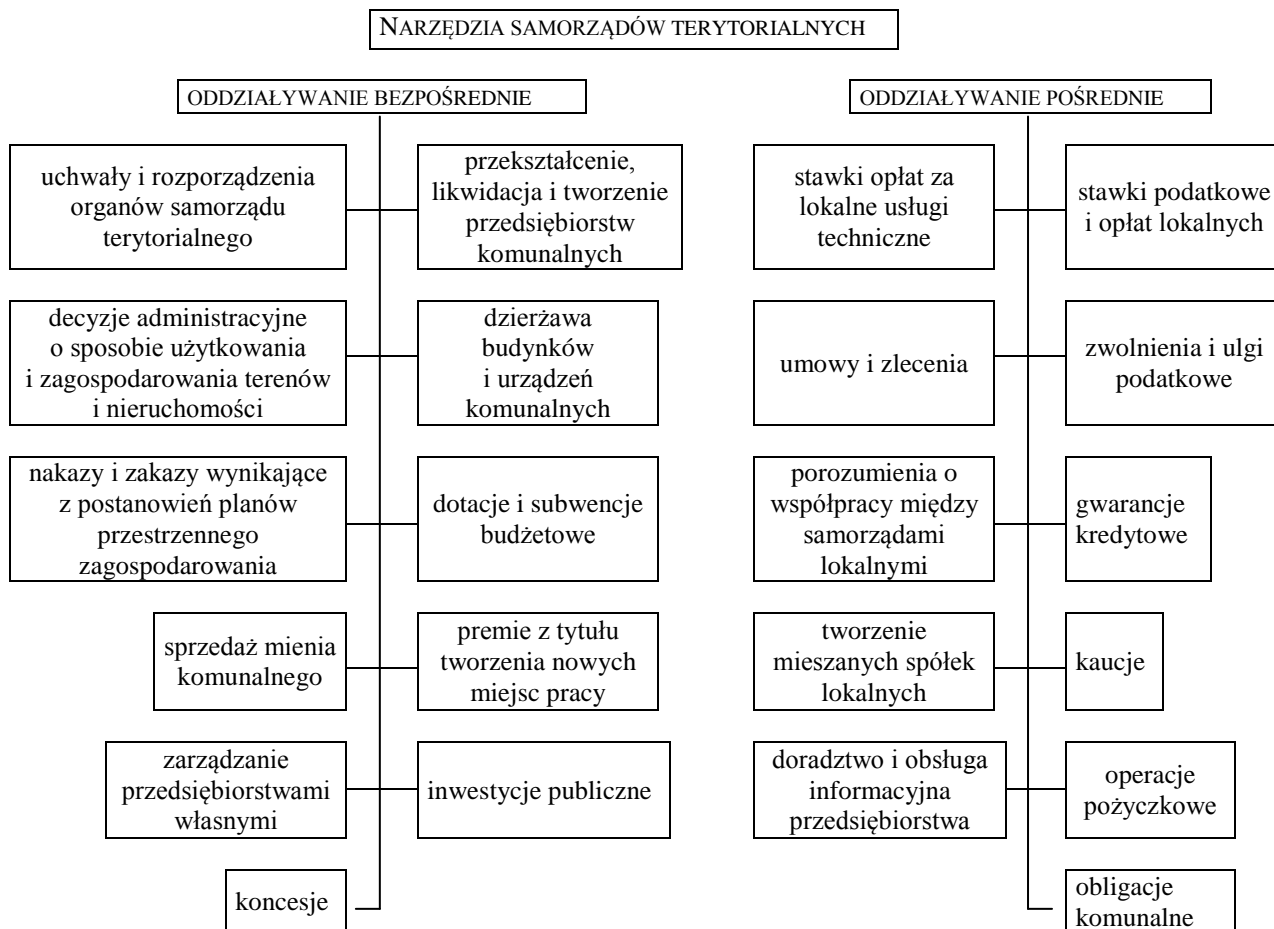
Wsparciem dla MŚP jest Agencja Rozwoju Lokalnego posiadająca zazwyczaj szeroki zakres działalności. Tworzona jest w celu koordynowania i harmonizowania rozwoju gospodarczego danego środowiska (powiatu lub gminy). Może prowadzić fundusz pożyczkowy, fundusz poręczeń kredytowych, punkt informacyjny dla przedsiębiorców, Centrum Obsługi Inwestora itp.

Gminne punkty informacyjne to miejsca, w których mieszkańcy i przedsiębiorcy mogą znaleźć interesujące ich informacje. Najprostszą formą jest możliwość skorzystania z Internetu, jednakże pracownicy informują także o sprawach urzędowych, programach dla przedsiębiorców realizowanych przez samorząd oraz możliwościach inwestycyjnych na terenie gminy lub powiatu.

Stosowaną formą pomocy są również: szkolenia organizowane i finansowane przez władze lokalne, dotyczące różnego rodzaju aktywności, oraz podnoszenie kwalifikacji samorządu lokalnego w zakresie stosowania instrumentów rozwoju gospodarczego, między innymi takich jak pozyskiwanie funduszy zagranicznych, obsługa inwestorów przez gminy. Wspieranie konkurencyjności MŚP przez władze następuje poprzez generowanie popytu na lokalne usługi i produkty.

Syntetyczną charakterystykę instrumentów stymulujących rozwój przedsiębiorczości, które mogą być wykorzystane przez władze samorządów terytorialnych prezentuje, rysunek nr 2.

Rysunek 2. Instrumenty oddziaływania samorządów terytorialnych na rozwój przedsiębiorczości



Źródło: Czternasty W., Kujaczyński T., *Instrumenty kształtowania rozwoju lokalnego*, [w:] *Wykorzystanie lokalnych i regionalnych czynników w społeczno-gospodarczej aktywizacji obszarów wiejskich*, Wydawnictwo WEiOGŻ AR, Szczecin 2002, s. 456.

Narzędzia kreowania przedsiębiorczości, którymi posługują się władze regionalne i lokalne, dzieli się na instrumenty bezpośredniego i pośredniego oddziaływania. Dotyczą one grup czynników¹⁰⁶:

- działających po stronie dochodów budżetowych: podatki (od nieruchomości, rolny, leśny), opłaty lokalne (targowa, miejscowa, administracyjna), kredyty i obligacje komunalne.

Samorząd terytorialny określając wysokość opłat, ulg, zwolnień, potrąceń i wyłączeń może zachęcać bądź zniechęcać przedsiębiorców do działalności. Zatem wspierane są firmy zatrudniające bezrobotnych lub niepełnosprawnych, czy też podmioty proinnowacyjne. Jednocześnie utrudniana może być działalność zagrażająca środowisku naturalnemu.

- działających po stronie wydatków budżetowych: inwestycje realizowane w ramach infrastruktury technicznej, a także społecznej, dotacje, pożyczki, poręczenia, pomoc pieniężna

¹⁰⁶ Czternasty W., Kujaczyński T., *Instrumenty kształtowania rozwoju lokalnego*, [w:] *Wykorzystanie lokalnych i regionalnych czynników w społeczno-gospodarczej aktywizacji obszarów wiejskich*, Wydawnictwo WEiOGŻ AR, Szczecin 2002, s. 455 – 457.

w naturze, promocja regionu i obszarów pod inwestycje, szkolenia, doradztwo, pożyczki z Funduszu Pracy oraz Państwowego Funduszu Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych.

Inwestycje wpływające na działalność przedsiębiorstw mogą dotyczyć budowy i remontów budynków pod działalność, dróg, co sprzyja tworzeniu klimatu inwestycyjnego. Przez dotacje, pożyczki czy poręczenia przedsiębiorcy są stymulowani do określonych zachowań.

- narzędzi cenowych: wysokość świadczeń z tytułu dzierżawy i wynajmu gruntów oraz pomieszczeń włączonych do mienia komunalnego, wynajem lub dzierżawa mienia komunalnego, opłaty za użytkowanie wieczyste i zarząd mienia komunalnego, sprzedaż pomieszczeń i terenów, wchodzących w skład mienia komunalnego.

Prezentując narzędzia polityki rozwoju przedsiębiorczości na poziomie lokalnym, należy zaznaczyć występowanie dwóch istotnych czynników, mogących odgrywać istotną rolę na tym polu. Pierwszy z nich dotyczy funkcji aktora lokalnego, drugi anioła biznesu.

Aktorzy lokalni, zwani również z racji pełnionych funkcji liderami biznesu, są to osoby, które angażują się w życie swojej społeczności lokalnej z racji zajmowanego stanowiska, zawodu lub ważnej roli. Podejmują oni starania, poza zawodowymi obowiązkami, kształtowania przedsiębiorczych postaw, budowania odpowiedzialności biznesowej i atmosfery współpracy, dbają o rozwój firm oraz organizacji wspierających rozwój lokalny. Pozycje lokalnych liderów powinny mieć osoby o dużym autorytecie i prestiżu, dbające o tworzenie klimatu przedsiębiorczości wśród społeczności lokalnej¹⁰⁷. Funkcje aktora lokalnego mogą pełnić samorządowcy: wójtowie, burmistrzowie, radni, sołtysi; działacze społeczni: reprezentanci domów kultury, świetlic, bibliotek, szkół, na wsiach: przedstawiciele służb leśnych, instytucji doradztwa rolniczego, ochotniczej straży pożarnej; oraz reprezentanci sektora prywatnego: przedsiębiorcy, rolnicy. Rola aktorów (liderów) lokalnych jest szczególnie podkreślana w kształtowaniu partnerstwa opartego na idei zrównoważonego rozwoju (rozwój gospodarczy zharmonizowany z ochroną środowiska oraz budową społeczeństwa obywatelskiego: społeczeństwa zdolnego do aktywnego zaangażowania w sprawy rozwoju na każdym poziomie)¹⁰⁸.

Anioły biznesu są prywatnymi, samodzielnymi, nieformalnymi inwestorami, którzy wnoszą swój wkład finansowy do przedsiębiorstw w zamian za ich udziały. Wkład ten jest przeznaczany na rozruch przedsięwzięcia i ma formę kapitału wewnętrznego. Inwestycje aniołów biznesu dotyczą głównie działalności innowacyjnych w początkowych etapach ich

¹⁰⁷ Czternasty W., Kujaczyński T., *Kształtowanie rozwoju...*, s. 91.

¹⁰⁸ Biederman A., Futymski A., Jarzębska A, Kazior B., Serafin R., Szmigielski P., *Grupy Partnerskie. Od idei do współdziałania. Praktyczny poradnik*, Fundacja Partnerstwo dla Środowiska, Fundacja Fundusz Współpracy Program Agrolnia, Kraków 2004, s. 5.

powstania, i są obarczone bardzo dużym ryzykiem. Preferowane są przez nich firmy, które zatrudniają od 5 do 15 pracowników, jednocześnie nie ograniczają się oni do wybranych sektorów, kierując się kryterium potencjalnego wzrostu. Wielkość inwestycji realizowanej przez indywidualnego inwestora w Europie wynosi przeciętnie 40 – 400 tysięcy euro. Anioły biznesu funkcjonują na rynku Private Equity¹⁰⁹ obok podmiotów instytucjonalnych (formalnych). Kapitał aniołów biznesu wypełnia niszę w finansowaniu młodych firm występującą między pożyczkami dla rodziny i przyjaciół, a funduszami venture capital¹¹⁰. Jest metodą doinwestowania szybko rozwijających się przedsięwzięć. Profesjonaliści wyszukują inwestycje, które mają potencjał do przyniesienia przynajmniej dziesięciokrotnego zwrotu nakładów w perspektywie około 5 lat. Kapitał inwestycyjny uzyskany z opisywanego źródła jest drogi, jednak tańsze oferty banków są często nieosiągalne dla nowopowstających firm. Głównym motywem działania aniołów biznesu jest zysk, ale może to być również chęć utrzymania konkurencji na aktualnie rozwijających się rynkach, kształcenie nowego pokolenia przedsiębiorców lub wykorzystania doświadczenia oraz znajomości rynku. Anioły biznesu w roli których często występują przedsiębiorcy lub emerytowani dyrektorzy wysokiego szczebla, oferują również swoją pomoc w zakresie zarządzania, budowy kontaktów i nawiązywania relacji z kluczowymi partnerami w branży. Zjawisko występowania aktywności inwestycyjnej pod pojęciem anioła biznesu nie jest szeroko rozpowszechnione w Polsce. Dla zwiększenia swej siły oddziaływania oraz wymiany doświadczeń łączą się oni w sieci lub grupy aniołów tworząc pule kapitału inwestycyjnego¹¹¹.

Działania prawno – polityczne i ekonomiczne podejmowane przez instytucje otoczenia biznesu wobec małej przedsiębiorczości wynikają z przyjętej idei społecznego i gospodarczego rozwoju. Puentą podsumowującą przedstawione powyżej zagadnienia są słowa M. Słodowej - Hełpy: „Działające w gminie i regionie instytucje i organizacje powinny (...) tworzyć swego rodzaju układ wzajemnie powiązany, którego celem jest sterowanie

¹⁰⁹ Definicja Europejskiego Stowarzyszenia Private Equity i Venture Capital: „inwestycje kapitałowe w przedsiębiorstwa, które nie są notowane na giełdzie papierów wartościowych. Inwestycje tego typu mogą być wykorzystane w celu rozwoju nowych produktów i technologii, zwiększenia poziomu kapitału pracującego w przedsiębiorstwie, dokonania przejęć lub wzmocnienia struktury bilansu przedsiębiorstwa”, [w:] *Private Equity – teoretyczne podstawy*, Private Equity Consulting 2004, artykuł dostępny pod adresem: [http://www.private-equity.pl/pe_podstawy_teoretyczne%20\(pec\).pdf](http://www.private-equity.pl/pe_podstawy_teoretyczne%20(pec).pdf) (05.01.2010).

¹¹⁰ Venture capital dotyczy średnio i długoterminowego zewnętrznego kapitału inwestycyjnego. Jest perspektywą dla finansowania innowacyjnych projektów inwestycyjnych o dużym stopniu ryzyka. Szerzej na temat roli venture capital w działalności MŚP: Grzywacz J., Okońska A., *Venture capital a potrzeby kapitałowe małych i średnich przedsiębiorstw*, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2005.

¹¹¹ Szerzej: Krawczyk M., Mikołajczyk B., *Aniolowie biznesu w sektorze MŚP*, Difin, Czerwiec 2007.

rozwojem, promowanie, inicjowanie i kontrolowanie postępu oraz oddziaływanie na otoczenie zewnętrzne”¹¹².

2.2.4. Polityka Unii Europejskiej wobec małej przedsiębiorczości

„Polityka gospodarcza Unii Europejskiej zakłada, że państwa członkowskie, osiągając cele wspólnotowe, przestrzegają zasad wolnego rynku i wolnej konkurencji (...) Komisja Europejska nadzoruje rozwój gospodarczy w każdym państwie”¹¹³. Najważniejsze zadania polityki gospodarczej Unii Europejskiej koncentrują się na¹¹⁴:

- zapewnieniu trwałego wzrostu gospodarczego w powiązaniu z ochroną środowiska naturalnego;
- utrzymywaniu niskiego poziomu inflacji;
- wysokim poziomem zatrudnienia i opieki społecznej;
- wolnej konkurencji;
- stabilnych cenach;
- równowadze bilansu płatniczego.

Specyfika małej przedsiębiorczości sprawia, że jest ona otoczona specjalnymi przywilejami Wspólnoty, które nie są dostępne dużym organizacjom. Stosunek UE do niewielkich przedsiębiorstw i upatrywaną w nich wartość oddaje następujący cytat: „Nasza zdolność do wykorzystania rozwoju i potencjału innowacyjnego małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP) będzie (...) decydująca dla przyszłego dobrobytu w UE. W globalnym kontekście charakteryzującym się ciągłymi zmianami strukturalnymi i rosnącą presją konkurencyjną, rola małych i średnich przedsiębiorstw w naszych społeczeństwach stała się jeszcze bardziej istotna, ponieważ tworzą one miejsca pracy, a także odgrywają kluczową rolę dla dobrobytu społeczności lokalnych i regionalnych. Prężne MŚP sprawią, że Europa będzie silniejsza, aby stawić czoła niepewności, jaką charakteryzuje się dzisiejszy zglobalizowany świat”¹¹⁵.

MŚP, dzięki swemu potencjałowi rozwojowemu, są uznawane za jedno z głównych źródeł rozwoju regionów. Polska zyskała szereg możliwości w związku z przynależnością do Unii Europejskiej, które mogą sprzyjać rozwojowi MŚP. Należy tu wymienić:

¹¹² Słodowa-Helpa M, *Regionalne i lokalne ...* op. cit., s. 13.

¹¹³ Kalina – Prasznic U. [red.], *Leksykon...*, op. cit., s. 176.

¹¹⁴ Ibidem, s. 176.

¹¹⁵ Komunikat Komisji do Rady, Parlamentu Europejskiego, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno – Społecznego i komitetu regionów: „*Najpierw myśl na małą skalę*”, Program „*Small Business Act*” dla Europy, KOM (Komisja Spraw Europejskich) 2008, 394 wersja ostateczna, Monitor Europejski, s. 27.

- zwiększenie dostępu do rynku europejskiego;
- uzyskanie łatwiejszego dostępu do programów pomocowych;
- napływ kapitału;
- wzrost popytu globalnego;
- możliwość lepszego dostępu do nowoczesnych technologii;
- efekt korzyści skali;
- wymuszone zwiększeniem konkurencji, polepszenie jakości dóbr i usług;
- poprawę jakości usług bankowych.

Główne dokumenty Unii Europejskiej dotyczące MŚP to: Europejska Karta Małych Przedsiębiorstw” oraz „Strategia rozwoju społeczno-gospodarczego Unii Europejskiej do 2010 roku”. Polityka UE tworzy alternatywy rozwoju sektora MŚP przez różnego rodzaju programy pomocowe, poczynając od 1986 roku.

Sektor ten obejmują następujące działania:

- rozwój edukacji i szkoleń z zakresu przedsiębiorczości;
- tańszy i szybszy proces rejestracji firm;
- uproszczenie regulacji prawnych;
- rozwój kształcenia zawodowego i ustawicznego;
- poprawa dostępności usług elektronicznych;
- polepszenie funkcjonowania firm na jednolitym rynku Unii;
- uproszczenie systemu podatkowego i prawa dostępu do finansowania;
- poprawa systemu do nowych technologii;
- promocja skuteczności przykładów zastosowań e-biznesu i wysokiej jakości systemów wspierania firm;
- lepsza reprezentacja interesów przedsiębiorców na szczeblu krajowym i unijnym.

Główne instrumenty polityki wobec MŚP, którymi posługuje się Unia Europejska, można podzielić na: finansowe, prawno-administracyjne i instytucjonalne.

Instrumenty finansowe to środki z Funduszy Strukturalnych, Europejskiego Banku Inwestycyjnego i Europejskiego Funduszu Inwestycyjnego przeznaczane na pomoc w inwestycjach, przenoszenia MŚP, ochronie środowiska, usług doradczych, szkoleń, szerzenia wiedzy i prac badawczo-rozwojowych. Pożyczki udzielane przez Europejski Bank Inwestycyjny pokrywają jedną trzecią udzielanych kredytów w Unii.

Instytucje wspierające przedsiębiorczość to głównie fundacje i agencje, które realizują swoją działalność poprzez rozwój i pobudzanie przedsiębiorczości. Podstawą ich zainteresowania są głównie nowo powstające przedsiębiorstwa, przedsiębiorstwa mikro

zatrudniające do trzech pracowników oraz te, które wykorzystują nowe technologie. Przedsiębiorstwa funkcjonujące w regionach słabych ekonomicznie, z problemami społecznymi to obszary szczególnego zainteresowania UE¹¹⁶.

Głównym celem funduszy strukturalnych w Polsce jest przyczynianie się do zwiększenia konkurencyjności i wzrostu gospodarki opartej na wiedzy i przedsiębiorczość. Ma to zapewnić wzrost zatrudnienia i osiągnięcie spójności społecznej, gospodarczej oraz terytorialnej. W okresie programowania 2007-2013 Polska uzyska 67,3 mld EUR z europejskich funduszy strukturalnych na rzecz finansowania następujących programów operacyjnych¹¹⁷:

1. Infrastruktura i Środowisko;
2. Rozwój Obszarów Wiejskich;
3. Zasoby Ludzkie;
4. Innowacyjna Gospodarka;
5. Europejska Współpraca Terytorialna;
6. Rozwój Polski Wschodniej;
7. Zrównoważony rozwój sektora rybołówstwa i nadbrzeżnych obszarów rybackich;
8. Regionalne programy operacyjne.

Komisja Europejska współpracuje z państwami członkowskimi, aby poprawić dostęp MŚP do pożyczek i funduszy venture capital, szczególnie w zakresie rozwoju i innowacji. Dostęp do finansowania w Europie ma na celu promowanie innowacji i zapewnienie wzrostu dla małych przedsiębiorstw. Wsparcie unijne dla MŚP odbywa się za pośrednictwem: programu ramowego na rzecz konkurencyjności i innowacji 2007–2013 (CIP) finansującego gwarancje kredytów dla MŚP, których udzielają instytucje finansowe zaangażowane w kredytowanie MŚP. Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP) wdraża programy operacyjne oraz zapewnia wsparcie innowacyjnym przedsiębiorstwom w postaci pożyczek i poręczeń. Przedsiębiorstwa w ramach wsparcia finansowego Wspólnoty mogą korzystać z następujących instytucji:

- funduszy pożyczkowych będących jednostkami organizacyjnymi finansowo wyodrębnionymi w rozumieniu przepisów prawa, których działalnością jest udzielanie pożyczek; umożliwiają one przedsiębiorcom uzyskanie zewnętrznego finansowania, oferując pożyczki na sfinansowanie inwestycji, działalność handlową oraz wstępne fazy rozwoju firmy

¹¹⁶ Wiatrak A.P., *Polityka wspierania małych i średnich przedsiębiorstw w Unii Europejskiej i w Polsce*, [w:] *Uwarunkowania przedsiębiorczości*, Jeremczuk K. [red.], Tarnobrzeg 2004, s. 82.

¹¹⁷ www.fundusze-strukturalne.gov.pl

z regionu, w obrębie którego działa fundusz; pożyczki przyznawane są mikro i małym przedsiębiorstwom, które nie mogą uzyskać tradycyjnego finansowania bankowego lub mają do niego ograniczony dostęp;

- funduszy poręczeniowych, których celem jest ułatwienie osobom rozpoczynającym działalność gospodarczą dostępu do zewnętrznego finansowania w postaci kredytów bankowych oraz pożyczek na prowadzenie działalności; są wyodrębnionymi organizacyjnie i finansowo jednostkami w rozumieniu przepisów prawa, których działalnością jest udzielanie poręczeń (maksymalnie do 80% wartości zobowiązania w postaci pożyczki, kredytu czy zabezpieczenia przetargowego);

- funduszy kapitału zaangażowanego, których powstawanie wspiera PARP będących funduszami kapitału podwyższonego ryzyka (venture capital) inwestującymi w spółki posiadające innowacyjny projekt; są źródłem kapitału dla młodej lub dopiero zakładanej spółki, która nie jest w stanie pozyskać kredytu bankowego ze względu na brak zabezpieczeń lub brak historii kredytowej, jednocześnie pozyskanie środków z rynku giełdowego nie jest możliwe ze względu na relatywnie niewielką kwotę potrzebnego kapitału¹¹⁸.

Celem instrumentów prawno-administracyjnych jest upraszczanie procedur administracyjnych i prawnych oraz tworzenie przyjaznego otoczenia w tej sferze dla przedsiębiorstw. Instrumenty instytucjonalne dotyczą tworzenia sieci informacji i doradztwa dla MŚP, aranżacji spotkań przedsiębiorców i wspierania ich współpracy, obejmują również porady w zakresie regulacji i programów UE.

Wyrazem znaczenia MŚP dla gospodarki europejskiej było wyrażenie przez Radę Europejską w marcu 2008 roku, poparcia dla inicjatywy mającej na celu dalsze wzmocnienie zrównoważonego wzrostu i konkurencyjności MŚP: Program „Small Business Act” (SBA) dla Europy. Program SBA opiera się na osiągnięciach polityki Komisji i państw członkowskich, tworząc nowe ramy polityki, integrując istniejące instrumenty polityki przedsiębiorstw. Jego podstawą jest Europejska Karta Małych Przedsiębiorstw oraz nowoczesna polityka w zakresie MŚP. Program podkreśla wolę polityczną uznania kluczowej roli MŚP w gospodarce UE oraz wprowadzenie po raz pierwszy kompleksowych ram polityki dla UE i jej państw członkowskich poprzez zestaw zasad, służących za wytyczne przy opracowywaniu i realizacji polityki na szczeblu UE i państw członkowskich¹¹⁹:

1. Tworzenie warunków, w których przedsiębiorcy i przedsiębiorstwa rodzinne mogą dobrze prosperować, a przedsiębiorczość jest nagradzana.

¹¹⁸ www.access2finance.eu/pl/Poland/what_is_available.htm , 15.06.2009

¹¹⁹ *Najpierw myśl na małą skalę*, Program „Small Business Act” dla Europy, op. cit.

2. Zagwarantowanie, by uczciwi przedsiębiorcy, których przedsiębiorstwo zostało postawione w stan upadłości, dostali szybko drugą szansę.
3. Opracowywanie przepisów zgodnie z zasadą „najpierw myśl na małą skalę”.
4. Sprawienie, by organy administracji publicznej lepiej reagowały na potrzeby MŚP.
5. Dostosowanie instrumentów polityki publicznej do potrzeb MŚP: ułatwienie MŚP udziału w zamówieniach publicznych oraz lepsze wykorzystanie możliwości pomocy państwa dla MŚP.
6. Ułatwianie MŚP dostępu do finansowania i rozwijanie otoczenia prawnego i biznesowego sprzyjającego terminowym płatnościom w transakcjach handlowych,
7. Pomaganie MŚP w szerszym korzystaniu z możliwości oferowanych przez jednolity rynek.
8. Wspieranie podnoszenia kwalifikacji w MŚP i wszelkich form innowacji.
9. Umożliwienie MŚP przekształcania wyzwań związanych z ochroną środowiska na nowe możliwości.
10. Zachęcanie i wspieranie MŚP w czerpaniu korzyści z rozwoju rynków.

Powyższe zasady zostały uznane za niezbędne dla wniesienia wartości dodanej na poziomie UE, zagwarantowania równorzędnych warunków dla MŚP oraz poprawy otoczenia prawnego i administracyjnego w całej Unii Europejskiej.

W niniejszym rozdziale dysertacji przedstawiono pojęcie małego i średniego przedsiębiorstwa z prawnego punktu widzenia oraz jego rozumienie w aspekcie cech jakościowych. Zaznaczono makroekonomiczne uwarunkowania badanej formy przedsiębiorczości przez opis stanu sektora MŚP dla 2007 roku. Ukazane zostało oddziaływanie otoczenia z uwzględnieniem wpływów niewielkich przedsiębiorstw na rozwój gospodarczy. Zwrócono uwagę na polityczny wymiar warunków działalności MŚP kształtowanych przez struktury lokalne, państwowe i Unijne. Przedstawiono instytucje, które wspierają i obsługują małą przedsiębiorczość, tworząc przy nawiązanej współpracy z przedsiębiorstwami, elementy sieci współdziałania. Przedstawienie tła ekonomicznego i politycznego małej przedsiębiorczości ukazuje rolę tego sektora w gospodarce krajowej, w świetle jego rozwoju, konkurencyjności i innowacyjności.

3. PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ A KAPITAŁ SPOŁECZNY

3.1. Pojęcie kapitału społecznego i jego wskaźniki

Sformułowanie „kapitał społeczny” pojawiło się po raz pierwszy w 1916 roku i zostało użyte przez L.F. Hanifan. Szerokie zainteresowanie tą problematyką przyniosły lata osiemdziesiąte. Uznanyimi klasykami w badaniach kapitału społecznego są: P. Bourdieu i J. Coleman, F. Fukujama, R. Putnam. Autorzy opisując kapitał społeczny, używają takich określeń jak: współzależność, zaangażowanie, współpraca, więź.

P. Bourdieu prezentuje kapitał społeczny jako zjawisko składające się z trzech elementów¹²⁰:

- kapitału ekonomicznego, wymienialnego na pieniądze, który może być zinstytucjonalizowany w formie własności;
- kapitału kulturowego, w określonych warunkach wymienialnego na kapitał ekonomiczny, który może zostać zinstytucjonalizowany w formie zdolności edukacyjnych;
- kapitału społecznego, budowanego na wzajemnych zobowiązaniach, który w pewnych okolicznościach może być zinstytucjonalizowany w formie zaufania społecznego.

Według tego autora: „kapitał społeczny jest całością aktualnych i potencjalnych zasobów, które są powiązane z posiadaniem trwałych sieci mniej lub bardziej zinstytucjonalizowanych stosunków wzajemnego poznania albo uznania, lub wyrażając się inaczej chodzi o zasoby, które podlegają przynależności do określonej grupy”¹²¹. Sieci relacji opierających się na wzajemnej znajomości dotyczyć mogą: więzi i koneksji rodzinnych, kontaktów i powiązań towarzyskich, znajomości i układów biznesowych. F. Bourdieu ujmował kapitał społeczny jako produkt relacji międzyludzkich, będący przede wszystkim atrybutem jednostki, która uczestniczy w sieci społecznej tworzącej ten zasób i jednocześnie wykorzystuje go do własnych celów. Kapitał społeczny to rezultat strategii inwestycyjnych zorientowanych na tworzenie lub powielanie relacji społecznych w celu ich wykorzystania.

¹²⁰ Pogonowska B., *Kapitał społeczny – próba rekonstrukcji kategorii pojęciowej*, [w:] *Kapitał społeczny – aspekty teoretyczne i praktyczne*, Januszek H. [red.], Zeszyty Naukowe 42, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Poznań 2004, s. 26.

¹²¹ Bourdieu P., *Ökonomisches Capital, Cultureless Capital, Socials Capital*, [in:] *Social Wet Sonderband 2*, Kreckel R. [ed.], Göttingen 1983, s. 190, [za:] Kośmicki E., *Koncepcja kapitału społecznego a społeczny wymiar trwałego i zrównoważonego rozwoju* [w:] *Kapitał społeczny we wspólnotach*, Januszek H., Zeszyty Naukowe 58, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Poznań 2005, s. 199.

Możliwość osiągania korzyści i dostęp do zasobów innych uczestników kreuje powstawanie więzi społecznych i przyczynia się do kolektywnych, solidarnych zachowań.

J. Coleman przedstawia istotę kapitału społecznego, wyjaśniając jego role i funkcje. Według tego badacza, kapitał społeczny wyraża się poprzez szereg różnorodnych zbiorowości, w których dzięki istnieniu wspólnych struktur społecznych ułatwione jest zarówno działanie jednostek, jak i organizacji. W tym ujęciu kapitał społeczny jest umiejętnością współpracy międzyludzkiej na rzecz realizacji wspólnych celów. Rozumiany jest „jako rozmaitość różnych istotności, które wszystkie składają się z pewnego aspektu struktury społecznej i które ułatwiają/umożliwiają określone działania aktorów – jednostek bądź przedsiębiorstw – w ramach tej struktury”¹²². Podstawą kapitału społecznego jest zaufanie wśród jego uczestników, budowane dzięki respektowaniu wspólnych praw i norm oraz podzieleniu tych samych poglądów i wartości. Tylko w takich warunkach członkowie wspólnoty są gotowi poświęcić własne dobro na rzecz ogółu¹²³. Kapitał społeczny to „cechy charakterystyczne życia społecznego – sieci, norm i zaufania – które ułatwiają współpracę i koordynację działań ludzi dla wspólnego dobra”¹²⁴. Dla J. Colemana omawiany kapitał jest zasobem należącym do grupy uczestników sieci stworzonych przez relacje społeczne. Co więcej, dostęp do tego zasobu nie wymaga wkładu w jego stworzenie. Już sam udział w sieci relacji zapewnia możliwość jego wykorzystania¹²⁵.

F. Fukujama podziela częściowo poglądy J. Colemana udowadniając, że zaufanie ma istotną i wymierną wartość ekonomiczną. Jako zasób, kapitał społeczny może być gromadzony dzięki występowaniu w danej zbiorowości sprzyjających jego budowie cech społecznych, co wyklucza możliwość jego gromadzenia z inicjatywy jednostki. Według koncepcji F. Fukujamy, kapitał społeczny opiera się na zaufaniu między jednostkami, podmiotami gospodarczymi i innymi organizacjami, jako decydującym czynnikiem gospodarczego powodzenia. Brak zaufania tworzy niepewność gospodarowania, gdyż zakłada możliwość niepożądanych zachowań partnerów społecznych. Różnica między opisywanym kapitałem a innymi formami kapitału ludzkiego polega na tym, że jest on budowany, kształtowany i przekazywany przez mechanizmy kulturowe, których nośnikami są: normy, wartości, postawy, religia, tradycja, nawyki historycznie ukształtowane przez doświadczenia

¹²² Pogonowska B., *Kapitał społeczny...* op. cit., s. 17.

¹²³ Winter I., *Towards a theorized understanding of family life and social capital*, Australian Institute of Family Studies, Working Paper No. 21, April 2000, s. 2.

¹²⁴ Coleman J., *Social Capital in the Creation of Human Capital*, American Journal of Sociology, 1998, No 94, p. 95-121, [za:] Karnat – Jasicka B., *Kapitał społeczny w regionie a rozwój gospodarki opartej na wiedzy*, [w:] *Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości. Determinanty i narzędzia zdobywania przewagi konkurencyjnej*, Adamkiewicz – Drwiło H.G. [red.], PWN, Warszawa 2007, s. 53.

¹²⁵ Karnat – Jasicka B., *Kapitał społeczny...*, op. cit. s. 53.

zbiorowości. By zaufanie, będące podstawą kapitału społecznego stało się wartością danej społeczności, muszą zostać powszechnie uznane i zaakceptowane takie cechy jak lojalność, uczciwość i rzetelność¹²⁶.

R. Putnam, podobnie jak J. Coleman i F. Fukujama rozumie kapitał społeczny przez przypisanie mu podstawowego czynnika jakim jest zaufanie, zaznaczając istotną rolę funkcjonowania tego zasobu na określonym terytorium. Kapitał społeczny definiuje jako: normy, zaufanie i sieć powiązań, które ułatwiają kooperację i osiągnięcie wspólnych korzyści, zwiększając sprawność społeczności lokalnej, regionalnej i całego społeczeństwa. Jego koncepcja dotyczy przede wszystkim relacji między grupami, gdzie znaczącą rolę odgrywają powiązania i zachowania między podmiotami gospodarczymi, których stosunki mogą mieć zarówno wertykalny jak i horyzontalny charakter¹²⁷. W swojej istocie kapitał społeczny jest ujmowany jako sieci społecznego i obywatelskiego zaangażowania, pobudzające aktywność oraz ułatwiające podejmowanie decyzji o współpracy i realizację wspólnych działań. W aspekcie ekonomicznym kapitał społeczny jest publicznym dobrem, które stanowi istotny czynnik wzrostu gospodarczego, przez jego stymulujący wpływ na podejmowanie przez grupy i jednostki przedsięwziętych działań.

Zgodnie z problematyką podjętą w niniejszej rozprawie, zagadnienie kapitału społecznego jest analizowane przede wszystkim w aspekcie ekonomicznym, jako czynnik wpływający na rozwój przedsiębiorstw, co determinuje w dalszej perspektywie rozwój społeczności lokalnej, regionalnej i całego społeczeństwa.

Kapitał społeczny tworzący się i funkcjonujący jako element czy też zasób przedsiębiorstwa (tzw. kapitał społeczny organizacji) można ujmować jako¹²⁸:

- atrybut współczesnej gospodarki (zewnątrzorganizacyjny),
- atrybut organizacji (wewnątrzorganizacyjny).

W ujęciu zewnątrzorganizacyjnym kapitał społeczny organizacji jest rozumiany jako sieć relacji, które organizacja utrzymuje z różnymi podmiotami, takimi jak klienci, dostawcy, inwestorzy. Zatem źródła dodatkowej wartości i zdolności do budowania przewagi konkurencyjnej znajdują się w zewnętrznych powiązaniach przedsiębiorstwa z jego partnerami gospodarczymi.

¹²⁶ Ibidem, s. 53.

¹²⁷ Putnam R., *Demokracja w działaniu. Tradycje obywatelskie we współczesnych Włoszech*, Instytut wydawniczy „Znak”, Kraków 1995, s. 258.

¹²⁸ Sławecki B., *Kapitał społeczny organizacji a koszty transakcyjne*, [w:] *Kapitał społeczny we wspólnotach*, Januszek H. [red.], Zeszyty Naukowe 58, AE, Poznań, 2005, s. 321-323.

Wewnątrzorganizacyjne ujęcie kapitału społecznego organizacji charakteryzuje relacje społeczne łączące pracowników danego przedsiębiorstwa, sprzyjające pojawieniu się i rozwojowi współpracy, realizacji wspólnych celów i zaspokajaniu indywidualnych potrzeb pracowników. Idea kapitału społecznego jest tłumaczona z perspektywy sieci powiązań, zaufania, wspólnych celów, norm i wartości oraz zasady wzajemności.

Kapitał społeczny organizacji wyróżniany jako atrybut współczesnej gospodarki oraz jako atrybut organizacji w rzeczywistości stanowi całkowity kapitał społeczny organizacji, gdyż przedsiębiorstwo ulega zarówno wpływom zewnętrznych powiązań z innymi firmami i instytucjami, jak i wpływom charakteru wewnętrznych więzi oraz jego struktury¹²⁹.

Kapitał społeczny w ujęciu wewnątrzorganizacyjnym jest odzwierciedleniem stosunków społecznych wewnątrz firmy. Przejawia się on poprzez orientację uczestników organizacji na wspólny cel, którego realizacja ma wsparcie we wzajemnym zaufaniu. Wspólny cel i podzielane zaufanie tworzą wartość wspierającą zbiorowe działania uczestników organizacji.

W tworzeniu kapitału społecznego istotną rolę odgrywa poczucie tożsamości i współdziałanie w organizacji. Tak rozumiany kapitał społeczny odnosi się do trzech płaszczyzn społecznej sfery organizacji (W. Tsai, S. Ghoshal)¹³⁰:

- interakcji społecznych determinowanych strukturą organizacji;
- wzajemności i zaufania, będących wyrazem wiarygodności;
- wspólnej wizji opartej na wartościach kolektywistycznych - podporządkowaniu celów jednostki celom grupowym.

Charakterystyka kapitału społecznego organizacji odbywa się najczęściej na podstawie analizy takich elementów, jak (C.R. Leana, H.J. Van Buren)¹³¹:

- skłonność i zdolność członków do podporządkowania swoich celów wspólnym działaniom;
- ocena pracowników w aspekcie celów grupowych;
- zdolność do ustalania grupowych celów i skuteczność w ich realizacji, mająca swe oparcie w poczuciu tożsamości i zbiorowych działaniach;
- wspólna wizja przedsiębiorstwa;
- wspólne uczenie się i kolektywne działania.

¹²⁹ Adler P.S., Kwon S., *Social Capital: Prospects for a New Concept*, Academy of Management Review 2002, vol. 27, no. 1, s. 21.

¹³⁰ Tsai W., Ghoshal S., *Social Capital and Value Creation: The Role of Intrafirm Networks*, Academy of Management Journal 1998, vol. 41, no. 4, s. 464.

¹³¹ Leana C.R., Van Buren H.J., *Organizational Social Capital and Employment Practices*, Academy of Management Review 1999, vol. 24, no. 3, s. 539.

Wyznaczniki kapitału społecznego wywodzą się z dwóch źródeł: bezpośredniego i pośredniego. Bezpośrednie to te, które są jednoznacznie związane (skorelowane) z własnościami kapitału społecznego, tj. istnienie sieci powiązań, współpraca, wzajemne oddziaływanie, aktywność obywatelska, zaufanie i normy. Wskaźniki pośrednie charakteryzują własności kapitału społecznego niebezpośrednio. Przykładami takich mierników może być: struktura zmian dotyczących tworzenia się nowych podmiotów gospodarczych, aktywność inwestycyjna przedsiębiorstw, wykształcenie, wskaźniki dotyczące zatrudnienia.

Wybór mierników kapitału społecznego jest ściśle związany z wybranym kontekstem badawczym. W zależności od zainteresowania kapitałem społecznym jako zjawiskiem ekonomicznym, społecznym czy politycznym poszukiwane są odpowiadające temu kryteria. Przy tym wskaźniki kapitału społecznego powinny wyróżniać się następującymi własnościami¹³²:

1. dobór wskaźników musi być zgodny z koncepcją (celem) badania;
2. należy przestrzegać jasnego i zrozumiałego zdefiniowania;
3. wyraźnie powinny uwidaczniać zależności (np.: organizacja – otoczenie społeczne);
4. muszą być niezależne od innych czynników (obiektywne);
5. bez względu na złożoność i źródło pochodzenia muszą być wiarygodne;
6. muszą być dostępne;
7. muszą cechować się mierzalnością;
8. muszą unaoczniać przyczynę, akcję i reakcję.

Z punktu widzenia analiz badawczych wyznacznikami kapitału społecznego jest¹³³:

- Uczestnictwo w sieciach. Kapitał społeczny jest tworzony przez istnienie sieci powiązań między jednostkami i grupami. Powiązania te przeplatają się między sobą poprzez wchodzenie w relacje z innymi i relacje na różnych poziomach. Stosunki zachodzące w tym procesie odbywają się dobrowolnie i na równych prawach. Kapitał społeczny jest zależny od: aktywności jednostek we współdziałaniu społecznym, generowania nowych powiązań, kontaktów, a docelowo sieci.

- Wzajemność. Kapitał społeczny nie może być oparty na działaniach jednostek dbających tylko o własny interes. Oznacza bowiem działanie z uwzględnieniem korzyści innych, czasem

¹³² Grootaert Ch., *Social Capital: The Missing Link?*, The World Bank Social Development Family Environmentally and Socially Sustainable Development Network, Social Capital Initiative, Working Paper No. 3, April 1998, s. 10.

¹³³ Bullen P., Onyx J., *Measuring Social Capital In Five Communities In NSW*, Journal of Applied Behavioral Science 36, 2000, s. 23-42.

nawet własnym kosztem. Działając w sieci powiązań, możemy oczekiwać odwzajemnienia. Dbanie o cudzy interes jest dbaniem o własny interes w perspektywie przyszłości.

- Zaufanie. Wzajemne zaufanie sprzyja otwartości, wymianie informacji i poczuciu bezpieczeństwa. Zaufanie do uczestników sieci oznacza bowiem przewidywalność ich zachowań i założenie uczciwych intencji. Świadomość wsparcia wywołuje skłonność do podejmowania ryzyka.

- Odniesienie do norm społecznych. Są one niepisany prawem określającym pożądane i niepożądane działania. Obowiązujące w sieci powiązań normy stanowią kontrolę społeczną, powodując ograniczenie formalizacji i instytucjonalizacji.

- Wspólnota. Wspólne normy, zaufanie, wzajemność i sieć powiązań są fundamentem wspólnoty. Społeczność sieci posiada wspólną, podzielaną własność zasobów, do których ma dostęp każdy z uczestników sieci, jednocześnie nie posiadając ich na własność.

- Proaktywność. Budowa kapitału społecznego wymaga od uczestników aktywnego działania na rzecz rozwoju wspólnoty. Efektywne jest tylko dobrowolne zaangażowanie.

Analiza charakteru kapitału społecznego może przybrać również inną formę. Ogólnie przyjęto podział kapitału społecznego według jego trzech elementów¹³⁴:

- strukturalnego;
- regulatywnego;
- behawioralnego.

Składnik strukturalny dotyczy takich komponentów jak: kontakty (znajomości), różnorodność kanałów informacyjnych, sieci powiązań społecznych, struktury i instytucje społeczne. Składnik regulatywny (cognitive social capital) uwzględnia realizowane normy i wartości społeczne, których celem jest aktywowanie współpracy, budowanie solidarności i zaufania. Składnik behawioralny obejmuje już konkretne działania kooperacyjne, a zatem zbiorowe, włączając w to wymianę informacji.

Celem większości podjętych badań nad kapitałem społecznym jest możliwość jego kreowania i zarządzania tym zasobem. Ekonomiczne podejście do problematyki kapitału społecznego zakłada, że można go wykorzystać do pobudzania przedsiębiorczości, a w szerszej perspektywie do kreowania rozwoju lokalnego, regionalnego oraz całego społeczeństwa.

¹³⁴ Theiss M., *Operacjonalizacja kapitału społecznego w badaniach empirycznych*, [w:] *Kapitał społeczny...*, Januszek H. [red.], Zeszyty Naukowe 42, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Poznań 2004, s. 61.

3.2. Mała przedsiębiorczość a środowisko lokalne

W wymiarze kapitału społecznego kształtowanie przedsiębiorczej aktywności w dużym stopniu zależy od walorów społeczności lokalnych, takich jak więzi społeczne, które są wynikiem świadomości wspólnoty interesów. Więzy społeczne są budowane na bazie norm zachowań i wartości ukształtowanych przez historię i tradycję danej przestrzeni terytorialnej. Na ich podstawie spontanicznie funkcjonują społeczne mechanizmy kontroli i oceny. Silne więzi i świadomość wspólnoty kształtuje patriotyzm lokalny, będący bazą do zarządzania i kreowania kapitału społecznego.

Dynamika działań MŚP to odzwierciedlenie poziomu przedsiębiorczej aktywności obywateli. Dlatego też, poddając analizie podjętą problematykę, należy uwzględnić kontekst najbliższego środowiska małej przedsiębiorczości. Skuteczność działań przedsiębiorczych jest zależna od wspólnych powiązań i współpracy między społecznością, władzą, różnymi instytucjami wspierającymi MŚP a przedsiębiorcami. Tworzenie przez władze i instytucje lokalne klimatu przedsiębiorczości w połączeniu z indywidualną inicjatywą jest źródłem długofalowego sukcesu. Organy publiczne, dążąc do podniesienia poziomu życia obywateli, muszą wziąć odpowiedzialność za ułatwianie i inicjowanie przedsiębiorczej aktywności.

Szerokie ujęcie kapitału społecznego obejmuje w swej perspektywie otoczenie społeczne i polityczne kształtujące struktury społeczne i obowiązujące normy zachowań. Przyjmując formę, w której uzyskiwane są pozytywne efekty zewnętrzne, jest on dobrem publicznym. Zasadnicze elementy kapitału społecznego, którymi są normy wzajemności i sieci obywatelskiego zaangażowania, podlegają kształtowaniu w procesie socjalizacji, a sam kapitał społeczny jest częścią szeroko rozumianej kultury. Kapitał społeczny można postrzegać w dwojaki sposób: jako efekt naturalnych interakcji społecznych oraz jako produkt indywidualnych i zbiorowych strategii inwestycyjnych. Jest on zatem instrumentem działań zbiorowych, mogąc pozostawać celem samym w sobie dla wzrostu zaufania i zdolności współdziałania. Powszechnie przyjęte założenie głosi, że kapitał społeczny warunkuje osiągnięcie celów, współtworząc ogólny potencjał społeczno – gospodarczy. Założenie to stanowi często wyjaśnienie zjawiska, w którym różne społeczności, dysponując podobnymi zasobami materialnymi, wykazują się różnym potencjałem rozwoju. Zatem przyczyny niematerialne mogą powodować znaczące różnice w rezultatach materialnych. Określona pozycja w sieci wymiany może stanowić wymierne dobro, gdyż powoduje mierzalne efekty ekonomiczne.

Zagadnienie kapitału społecznego odgrywa znaczącą rolę w związku z tworzeniem i rozwojem małej przedsiębiorczości. Wynika to ze specyfiki tego typu firm. Z uwagi na cechy analizowanych przedsiębiorstw, zagadnienia budowania więzi, współpracy, tworzenia wzajemności, współodpowiedzialności i zaufania wewnątrz i na zewnątrz organizacji, nabierają szczególnego znaczenia.

Współpraca z otoczeniem i kooperacja w układach sieciowych utożsamia i wiąże przedsiębiorstwa z określonym terytorium, przez co stają się integralną częścią sił warunkujących jego rozwój. MŚP przez głównie lokalny i regionalny charakter swej działalności są uwikłane nie tylko w relacje gospodarcze, ale również pozagospodarcze (społeczne). Współtworząc kapitał społeczny swego najbliższego środowiska i regionu, stają się one narzędziem kreowania postaw przedsiębiorczych, przyczyniając się do wzrostu inicjatyw gospodarczych społeczności lokalnej. Mała przedsiębiorczość przez sieci współpracy zwiększa elastyczność regionalnych gospodarek, tym samym zwiększając ich efektywność.

Poziom zaufania i wartość kapitału społecznego ma wpływ na jakość życia jednostek oraz funkcjonowania całej społeczności, co można oszacować poprzez¹³⁵:

- obniżanie kosztów związanych z prowadzeniem działalności gospodarczej, czego przykładem jest łatwiejsza dostępność do zasobów, dzięki powiązaniom społecznym;
- zmniejszenie kosztów transakcyjnych, powodowane np.: lepszym przepływem informacji, który ułatwia podejmowanie decyzji i wykonywanie projektów;
- łagodniejsze dostosowywanie się do zmiennego otoczenia;
- bardziej elastyczne podejście do zmian;
- większą otwartością i łatwiejszą absorbcją innowacji;
- wzmocnienie siły, przez łączenie wysiłków dla realizacji wspólnego celu;
- tworzenie struktur o horyzontalnej formie współpracy i zależności, czego wynikiem jest:
 - *zmniejszenie biurokracji i związanych z nią kosztów;
 - *redukcja innych form kosztów na przykład związanych ze stosowaniem zabezpieczeń;
 - *ograniczenie obowiązków i odpowiedzialności w wyniku kooperacji oraz działań w sieci podwykonawców.

Budowa i kreowanie kapitału społecznego ma znaczenie również ze względu na inne korzyści. Współdziałanie z innymi w ramach kapitału społecznego ułatwia zdobywanie nowej

¹³⁵ Szerzej: Woodward R.. [red.], *Sieci innowacji w polskiej gospodarce – stan obecny i perspektywy rozwoju*, Raport CASE nr 60, CASE, Warszawa 2005; Porter M., *Location, competition, and economic development: Local clusters in a global economy*, Economic Development Quartely, Thousand Oaks, February 2000.

wiedzy i doświadczeń. Wspólne działania są ułatwione przez wykorzystywanie kanałów komunikacyjnych w ramach sieci. Członkowie sieci współpracy mają większą siłę przebicia w dostępie do zupełnie nowych zasobów. Silni partnerzy współpracy wpływają na wiarygodność, są lepiej rozpoznawani i promowani. Łatwiej jest w takich warunkach budować zaufanie zarówno między uczestnikami sieci, jak i otoczeniem. Poziom kapitału społecznego wyznacza natężenie relacji formalnych i nieformalnych¹³⁶.

Spółeczność lokalna zamknięta na określonej przestrzeni terytorialnej jest zdeterminowana bliskimi interakcjami, co w znaczącym stopniu może predysponować do współdziałania. Członkowie określonych środowisk lokalnych są kształtowani tą samą kulturą, często mają zbliżone wartości i normy postępowania. W takich warunkach budowa zaufania, kształtowanie postaw, otwartości, zaangażowania i umiejętności współpracy, może być ułatwiona.

Jak pisze A. Ochojski: „Przedsiębiorcza społeczność to zbiór podmiotów potrafiący współdziałać na rzecz jakiejś idei, rozwiązywania problemu jednostki, grupy zdolne, „wziąć los” w swoje ręce, jednocześnie chcące być uczestnikiem procesu poszukiwania, tworzenia i innowacyjnego wykorzystania szans i możliwości”¹³⁷. Budowa przedsiębiorczej społeczności opiera się więc na współdziałaniu, zaufaniu oraz przedsiębiorczości jej podmiotów. Skuteczność działań przedsiębiorczych jest zależna od wspólnych powiązań i współpracy między społecznością, władzą lokalną a przedsiębiorstwami, w tym lokalnymi liderami. Wymaga to budowania i podtrzymywania więzi społecznych. Poziom zaufania społecznego może znacząco zdeterminować osiągnięcia gospodarcze. Zaufanie jest jedną z cech, która może stymulować przedsiębiorcze zachowania. Tym, co popycha ludzi do działania, jest zysk, a u źródła potrzeb kreowania kapitału społecznego jest właśnie zysk. Zatem wzrost kapitału społecznego wspiera budowę przedsiębiorczej społeczności. Analiza kapitału społecznego w kontekście tworzenia lokalnej wspólnoty obywateli uświadamia konieczność inwestowania w ten niematerialny zasób. Oznacza to planowe lokowanie środków w ludzi i w budowanie związków między nimi, w ich wzajemne zaufanie i zaangażowanie w sprawy wspólnoty. Korzystanie z zasobu, jakim jest kapitał społeczny w wymiarze społeczności lokalnej, opiera się na obywatelskim uczestnictwie

¹³⁶ Domański R., *Przestrzenna transformacja gospodarki*, PWN, Warszawa 1997, s. 95.

¹³⁷ Ochojski A., *Kultura przedsiębiorczości jako czynnik rozwoju lokalnego*, [w:] *Przedsiębiorczość. Samorządność. Rozwój lokalny*, Barczyk Z., Biniński J., Ochojski A., Szczupak B. [red.], Akademia Ekonomiczna, Katowice 2001, s. 47.

i zinstytucjonalizowanej współpracy pomiędzy sektorem publicznym, sektorem organizacji pozarządowych i sektorem biznesu¹³⁸.

Kreowanie kapitału społecznego z perspektywy organizacji odbywa się między innymi poprzez różne formy społecznego zaangażowania i społecznej odpowiedzialności biznesu. „Społeczną odpowiedzialność biznesu określa się jako koncepcję, dzięki której przedsiębiorstwa na etapie budowania strategii dobrowolnie uwzględniają interesy społeczne i ochronę środowiska a także relacje z różnymi grupami interesów. (...) Społeczna odpowiedzialność jest procesem, w ramach którego przedsiębiorstwa zarządzają swoimi relacjami z różnorodnymi grupami społecznymi, które mogą mieć faktyczny wpływ na sukces w działalności gospodarczej, należy je zatem traktować jako inwestycję a nie koszt. Koszty i korzyści partnerów wchodzących w takie relacje, mieszcząc się w ramach zrównoważonego rozwoju, są porównywalne”¹³⁹. Gospodarowanie społecznymi czynnikami działalności przedsiębiorstwa w relacji z otoczeniem społecznym opiera się na rozumieniu złożonych relacji między uczestnikami wspólnego rynku. Efektywną strategią zarządzania jest więc prowadzenie dialogu społecznego, co ułatwia wzrost konkurencyjności przedsiębiorstw, szczególnie w przypadku środowisk lokalnych. W ten sposób tworzy się podstawę ekonomicznego i społecznego rozwoju.

Proces tworzenia kapitału społecznego w jego pożądanym kształcie wymaga zaangażowania czasu. Jego inicjatorzy (politycy lokalni, liderzy, władze, przedsiębiorcy) muszą liczyć się z poniesieniem kosztów, w tym finansowych na promocje postaw współdziałania czy na szerzenie informacji na temat możliwości podejmowania wspólnych inicjatyw gospodarczych. Budowę i wzmacnianie kapitału społecznego należy potraktować jak inwestycję, bez której jednostka, firma, organizacja, region, nie będzie w stanie wykorzystać wszystkich swoich potencjalnych możliwości rozwoju.

Kapitał społeczny odnosi się zarówno do małej grupy, jak również całych społeczeństw. Pojmowany jest najczęściej jako dobro wspólne (kolektywistyczne). Jest siłą wywierającą wpływ na życie gospodarcze i powoduje w nim określone skutki. Słaby kapitał społeczny, w którym brak zaangażowania we wspólne działania, spowalnia wzrost gospodarczy. Elementy kapitału społecznego takie jak: inicjatywność, zdolność organizacyjna, są źródłem przedsiębiorczych działań. Kapitał społeczny wydaje się czynnikiem najsilniej wpływającym na dynamikę rozwoju rynków lokalnych. Nabiera on szczególnego znaczenia jako umiejętność współpracy i wsparcia w rozwiązywaniu wspólnych

¹³⁸ www.ngo.gostyn.pl/word/StrategiaRozwojuSpoleczenstwaObywatelskiego.doc , s. 22., 01.12.2009.

¹³⁹ Ibidem, s. 25

problemów. Jednocześnie badacze podkreślają, że spontaniczne zachowania dążące do współpracy, wspierają budowę złożonych przedsiębiorstw. Takie podmioty są tworzone i mogą przetrwać tylko poprzez współpracę i zaangażowanie w realizację wspólnych celów. Silny kapitał społeczny sprzyja rozwojowi przedsiębiorstw, w przeciwieństwie do środowisk o niskim stopniu kapitału społecznego. Kapitał społeczny jest więc katalizatorem przedsiębiorczości, wzmacnia produktywność w skali społeczeństwa, społeczności lokalnych, przedsiębiorstwa i jednostki. Zaangażowanie w budowę kapitału społecznego jest inwestycją w przyszłość. Jednak proces jego wzmacniania przebiega różnie w różnych środowiskach.

Przedsiębiorstwa o niewielkich możliwościach wytwarzania są generowane ze środowisk lokalnych. Obraz lokalnego rynku jest odbiciem kapitału społecznego, jakim charakteryzuje się (dysponuje) dana społeczność. Kapitał społeczny determinuje przedsiębiorczość, ale to przedsiębiorcze jednostki i organizacje najsilniej wpływają na rozwój kapitału społecznego. Poszukiwanie nowych rozwiązań, aktywność, wpływają na powstawanie nowych stosunków i więzi zależności. Zatem działania przedsiębiorcze sprzyjają budowie silnego kapitału społecznego, gdyż wymagają wsparcia i sieci powiązań do rozwiązywania problemów. Kapitał społeczny i przedsiębiorczość są siłami zależnymi od siebie, które tworzą przyszłość społeczności lokalnych. Korelacja zachodząca między tymi zjawiskami odzwierciedla siłę gospodarczą regionu i wpływa na jego konkurencyjność.

3.3. Kooperacja jako determinanta rozwoju podmiotów gospodarczych

Różne formy kooperacji przedsiębiorstw z innymi podmiotami gospodarczymi lub organizacjami są bezpośrednim, obiektywnym wyznacznikiem oraz behawioralnym składnikiem kapitału społecznego.

Termin „kooperacja” jest rozumiany jako „wspólne uczestnictwo kilku osób lub przedsiębiorstw w pracy, w działaniu, w procesie produkcyjnym zmierzającym do jednego wspólnego rezultatu”¹⁴⁰. Jest określeniem stosowanym w przypadku charakteryzowania związków zachodzących między podmiotami gospodarczymi, włączając w to inne organizacje. W swej istocie kooperacja jest współpracą, współdziałaniem. „Związki kooperacyjne” zawężają to pojęcie do „obszarów współpracy pomiędzy firmami mającymi na

¹⁴⁰ *Słownik współczesnego języka polskiego*, tom 1 a – ówdzie, Przegląd Reader's Digest, Warszawa 1998, s. 214.

celu podnoszenie konkurencyjności firm, przy czym podmioty w ramach związków kooperacyjnych zachowują ekonomiczną i prawną samodzielność”¹⁴¹.

Kooperacja jako jeden z typów relacji, w które wchodzi przedsiębiorstwa z otoczeniem, cechuje się mnogością i dużą częstotliwością wzajemnych powiązań gospodarczych, społecznych i informacyjnych. Należy jednak zaznaczyć istnienie innych przykładów tworzenia związków między przedsiębiorstwami, do których należą: koegzystencja oraz kooperencja. Koegzystencja dotyczy słabych relacji i rzadko podejmowanej współpracy między konkurentami, która przybiera formę społeczną oraz informacyjną z wykluczeniem charakteru ekonomicznego. Natomiast „kooperencja to relacje między konkurentami, w których występują związki o charakterze ekonomicznym i pozaekonomicznym. Zależności między stronami są dwojakie: formalne lub oparte na zaufaniu (część kooperacyjna) oraz oparte na pozycji rynkowej i/lub w strukturze powiązań sieciowych (część konkurencyjna)”¹⁴². W relacjach kooperacyjnych występuje jednocześnie zjawisko konkurencji i kooperacji, powodując sytuację, w której rywalizujące ze sobą strony, a zatem mające sprzeczne interesy, muszą obdarzyć się zaufaniem, współpracować, dzielić informacją i doświadczeniem. Charakterystyczną cechą określającą kooperencję jest rozdzielność relacji konkurencyjnych, gdzie strony jasno określają obszary rywalizacji, koordynując jednocześnie współdziałanie w sferze kooperacyjnej. Kolejną cechą kooperencji jest jej kompleksowość, przejawiająca się w zaangażowaniu wszystkich poziomów zarządzania organizacji. Działania kooperacyjne i konkurencyjne są rozpatrywane jednocześnie jako zbiór, bez kategoryzacji tych form. Ponadto zależności kooperacyjne charakteryzują się współzależnością uczestników, dynamizmem wynikającym z dążenia do zachowania równowagi między dwoma przeciwstawnymi siłami: kooperacji i konkurencji, długotrwałością oraz otwartością. Długotrwałość związków kooperacyjnych wynika z charakteru współpracy, która nie opiera się na pojedynczej umowie a całym strumieniem tworzonych porozumień, co sprawia, że ustanie jednej umowy nie przerywa innych związków. Cecha otwartości kooperencji dotyczy braku ograniczeń co do sektorów, obszarów geograficznych działalności, form współdziałania czy rywalizacji oraz liczby zaangażowanych stron, a także formalności związku¹⁴³.

¹⁴¹ Górzyński M., Pander W., Koć P., *Tworzenie związków...*, s. 9. Odminnym modelem współpracy są związki koncentracyjne, które charakteryzują się zacieśnianiem współpracy w oparciu o tworzenie powiązań kapitałowych, w wyniku czego firmy w części lub całości rezygnują z samodzielności gospodarczej. Przykładem jest łączenie się firm (fuzje) lub przejęcia.

¹⁴² Cygler J., *Kooperencja przedsiębiorstw. Czynniki sektorowe i korporacyjne*, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie – Oficyna Wydawnicza, Warszawa 2009, s. 8.

¹⁴³ Ibidem, s. 15-22.

Dalszą część zagadnienia dotyczącego współzależności i współpracy pomiędzy przedsiębiorstwami poświęcono związkom kooperacyjnym tworzonym przez przedsiębiorstwa między sobą oraz innymi organizacjami np. naukowo – badawczymi.

Głównymi przyczynami powstawania i rozwoju sieci zależności (współpracy) między podmiotami jest tworzenie się efektu synergii oraz wzrost możliwości innowacyjnych. Sieci kooperacji w badaniach są analizowane głównie z perspektywy ekonomicznej, uwzględniając zagadnienia przewagi konkurencyjnej, poszerzania udziału w rynku itp. W świetle kapitału społecznego wskazywana jest inna strona zjawiska. Współpraca którą podejmują przedsiębiorstwa z innymi podmiotami jest wskaźnikiem ich rozwoju i jednocześnie bezpośrednim, ilościowym wskaźnikiem kapitału społecznego. Liczba uczestników sieci zależności, zasób niematerialnego i materialnego kapitału, który jest poddawany wymianie, zakres odpowiedzialności poszczególnych członków, stopień sformalizowania, charakteryzują w sposób parametryczny siłę i jakość kapitału społecznego.

Kooperacja w przypadku małej przedsiębiorczości jest strategią tworzenia jej konkurencyjności i pobudzania rozwoju, osiągania założonych celów, nieosiągalnych w przypadku indywidualnego działania. Przedsiębiorstwa wchodzą w związki kooperacyjne, ponieważ pełnią one ważną rolę m.in. w generowaniu innowacji i ułatwiają przewyżczanie strukturalnych ograniczeń prowadzenia działalności. Związki kooperacyjne stanowią system umożliwiający zdobycie wiedzy i kapitału, które w innym przypadku nie byłyby dostępne, łatwiejszy i tańszy dostęp do zasobów produkcyjnych, zmniejszanie kosztów pozyskania środków finansowych, podnoszenie kwalifikacji, pozyskanie lepiej wykształconych kadr, dostęp do usług ekspertów, tworzenie własnych zasobów produkcyjnych i intelektualnych poprzez tworzenie wspólnego zaplecza badawczo – rozwojowego, wprowadzanie wspólnych systemów zarządzania dostawcami i klientami, wpływanie na poprawę funkcjonowania otoczenia instytucjonalno – prawnego przez tworzenie organizacji przedsiębiorców reprezentujących firmy w relacjach z przedstawicielami administracji lokalnej czy centralnej¹⁴⁴.

Związki kooperacyjne przybierają formę struktur sieciowych (networking). Przyjmując definicję W. E. Bakera, jest to: „układ związków między firmami, charakteryzujący się głównie powiązaniem poziomymi, dającymi możliwość zdecentralizowanego planowania i kontroli elementów sieci”¹⁴⁵. Umowa uczestników sieci

¹⁴⁴ Górzyński M., Pander W., Koć P., *Tworzenie związków...*, s. 7.

¹⁴⁵ Baker W. E., *The Network Organization in Theory and Practice*, [in:] *Networks and Organizations*, Nohria N, Eccles B. [ed.], Harvard Business School Press, Cambridge, s. 399.

mająca charakter długookresowy sprzyja osiągnięciu większych korzyści, niż gdyby były to związki o charakterze doraźnym.

M. Perry odmiennie określa struktury sieciowe, rozumiejąc je „jako tworzenie sieci lub grup przedsiębiorstw powiązanych ze sobą zależnościami na różnych płaszczyznach. Zależności te mogą być wymuszone lub za zgodą stron uczestniczących”¹⁴⁶.

Złożoną, bardziej rozwiniętą i zintegrowaną formą struktur sieciowych są klastry (grona), które od sieci różni koncentracja geograficzna (niekonieczna w przypadku sieci) i większy stopień integracji z otoczeniem instytucjonalno – organizacyjnym. „Klasy to regionalne i terytorialne koncentracje firm produkujących i sprzedających podobne lub komplementarne produkty, a przez to zmuszonych do przewyższania podobnych problemów i wyzwań. W rezultacie może to powodować powstawanie wyspecjalizowanych dostawców maszyn i surowców oraz powodować rozwój specjalistycznych kompetencji i umiejętności, jak również szybszy rozwój specjalistycznych i zindywidualizowanych usług.”¹⁴⁷ Jedną z najbardziej skutecznych form stymulujących współpracę horyzontalną a w efekcie konkurencyjność i innowacyjność regionów oraz małej przedsiębiorczości są właśnie związki kooperacyjne w formie klastrów (gron przedsiębiorczości).

Klasy cechują się następującymi własnościami¹⁴⁸:

- ograniczenie przestrzenne, które jest determinowane przez mobilność jednostek, urbanizację oraz postawy i oczekiwania społeczne;
- bazują na relacjach podmiotów gospodarczych w ramach zbieżnych lub komplementarnych produktów, współpracy w procesach technologicznych i produkcyjnych, wspólnej bazie surowcowej i zapotrzebowaniu na kwalifikacje oraz tworzeniu wspólnych kanałów dystrybucyjnych;
- stosunki wzajemności między członkami klastra często są nieformalne;
- firmy w nich działające mają wyższą efektywność oraz osiągają wyższy poziom innowacyjności, w przeciwieństwie do konkurencji nie należącej do sieci współpracy;
- jakość współpracy i wzajemnego zaufania są wyższe niż w przypadku „niezależnej” współpracy.

Między przedsiębiorstwami dochodzi do tworzenia powiązań w różnych wymiarach i formach. A. Salles podzielił sieci przedsiębiorstw na dystrykt przemysłowy, sieci

¹⁴⁶ Perry M., *Small firms and network economies*, Routledge, London, New York 1999, [za:] Górzyński M., Pander W., Koć P., *Tworzenie związków...*, op. cit. s. 17.

¹⁴⁷ UNIDO, *SME Cluster and Network Development in Developing Countries: The experience of UNIDO*, Private Sector Development Branch, Working Paper no 2. 1999.

¹⁴⁸ Górzyński M., Pander W., Koć P., *Tworzenie związków...*, s. 19 – 23.

komplementarne oraz sieci współdziałania i współpracy. Dystrykt przemysłowy to terytorialny zorganizowany system produkcyjny oparty na współistnieniu w określonej przestrzeni lokalnej. Jest nawiązaniem do koncepcji A. Marshalla opartej na procesach koncentracji przestrzennej przedsiębiorstw. Sieci komplementarne (uzupełniające się) tworzą głównie formy współpracy pionowej, czego przykładem jest podwykonawstwo. W sieciach współdziałania i współpracy dominują relacje poziome, czyli oparte na zasadach równości¹⁴⁹.

Przedmiot współpracy dzieli zależności między uczestnikami na określone obszary wyróżniając współdziałanie w ramach pozyskiwania zasobów produkcyjnych, nowych rozwiązań technicznych i innowacyjnych. W zakresie działalności produkcyjnej lub usługowej kooperuje się, zapewniając sobie usługi, dostawy zespołów, podzespołów, półfabrykatów i części wyprodukowanych u dostawców na zamówienie odbiorcy. Inną płaszczyzną kooperacji jest dystrybucja i marketing. Ostatecznie przedsiębiorcy zrzeszają się w ramach reprezentowania wspólnych interesów.

W ramach tworzonej kooperacji istnieje formalizacja stosunków między partnerami lub jest jej brak. Dotyczy to prawnego umocowania związków między organizacjami. Dla przedsiębiorców MŚP najczęstszą formą współpracy jest umowa ustna oparta na zaufaniu, często znajomości partnera współpracy na gruncie prywatnym. Przykładem sformalizowanych relacji przedsiębiorstw są umowy prawne, np. konsorcjalne (wzajemne zobowiązanie się do wspólnego dążenia dla osiągnięcia wytyczonego celu gospodarczego w ramach określonych działań uczestników), które nie podlegają obowiązkowi wpisu do rejestru.

Wziąwszy pod uwagę kierunki współpracy, wyróżnia się kooperacje horyzontalną oraz wertykalną. Zależność pozioma występuje najczęściej między przedsiębiorstwami o podobnym profilu działalności, zatem należących do tych samych segmentów rynkowych. Przykładem są struktury klastrowe, w których może nastąpić łączenie zasobów produkcyjnych i dystrybucyjnych. Współpraca pionowa jest głównie kooperacją w ramach łańcucha produkcji.

Formy kooperacji można wyodrębnić ze względu na wielkość podmiotów gospodarczych między: małymi firmami najczęściej o charakterze sieciowym, gdzie firmy nie są powiązane ze sobą kapitałowo, dużą firmą i małymi przedsiębiorstwami (np. licencjonowanie, franchising) i dużymi firmami.

¹⁴⁹ Szerzej: Sallez A., *Zarządzanie w regionie, Polska – Europa – Świat*, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2005.

Współpraca podmiotów gospodarczych oparta na porozumieniu i akceptacji uczestników, ukierunkowana na realizację określonych celów strategicznych może przyjąć formę aliansu strategicznego. Wyróżnia się alianse: komplementarne, produkcyjne i addytywne. Pierwsze tworzy współpraca firm o zróżnicowanych kompetencjach i udziałach w rynku, gdy mamy do czynienia ze swego rodzaju uzupełnianiem się w działaniach. Drugie polega na łączeniu tzw. mocy produkcyjnej dla osiągnięcia efektu skali przy realizacji wyodrębnionej fazy procesu produkcyjnego lub wytwarzania jakiegoś podzespołu. Trzecie łączą podmioty o podobnych wkładach we współdziałaniu dla wytwarzania i sprzedaży określonego produktu lub usługi¹⁵⁰.

Układy sieci powiązań podmiotów gospodarczych są dzielone również na sieci (wg N. von Tunzelmana)¹⁵¹:

- funkcjonalne, które łączą organizacje w zależności od płaszczyzny działań - obszary: technologiczny (funkcjonowanie działów badawczo – rozwojowych, zdolność organizacji do adoptowania nowych rozwiązań organizacyjno – technicznych); produkcji (w ujęciu procesowym); produktowy (w ujęciu marketingowym); zarządzania i administracji (finanse);
- w zakresie pozyskiwania następujących zasobów: pracownicy nisko wykwalifikowani, pracownicy wykwalifikowani, pracownicy B+R, kadra zarządzająca, kapitał fizyczny, infrastruktura, kapitał niematerialny, kapitał obrotowy.
- geograficzne, odnoszące się do obszaru funkcjonowania (sieci: lokalne, ponadregionalne, narodowe, ponadnarodowe).

M. Górzyński, W. Pander i P. Koć dokonali przeglądu najważniejszych badań dotyczących współpracy i tworzenia się związków kooperacyjnych w sektorze MŚP oraz MŚP a otoczeniem biznesu na przestrzeni 2000 – 2005 syntetyzując otrzymane z nich wnioski¹⁵². Korzystając z ich opracowania nakreślono w niniejszej dysertacji obraz układów sieciowych polskich przedsiębiorstw.

Przedsiębiorstwa podnoszą swoją konkurencyjność, współdziałając ze sobą i instytucjami otoczenia biznesu. Gdy współpraca dotyczy procesów innowacyjnych, głównie z udziałem uczelni lub instytucji badawczo – rozwojowych, zwiększa się

¹⁵⁰ Górzyński M., Pander W., Koć P., *Tworzenie związków...*, s. 10-11.

¹⁵¹ Von Tunzelman N., *Network alignment in the catching – up economies of Europe*, [in:], *The Emerging Industrial Structures of the Wider Europe*, Mc-Gowan F., Radosevic S., von Tunzelman N. [ed.], Studies in Global Competition Series, Routledge, London – New York, 2004, [za:] Ibidem, s. 12.

¹⁵² Wyniki badań przeprowadzonych przez krajowe ośrodki naukowo-badawcze: CASE – Centrum Analiz Społeczno-Ekonomicznych, Polskiej Agencji Inwestycji Zagranicznych, Instytutu Badań nad Gospodarką Rynkową, Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, Banku Światowego, Stowarzyszenia Organizatorów Ośrodków Innowacji i Przedsiębiorczości w Polsce, Polskiej Fundacji Promocji i Rozwoju Małych i Średnich Przedsiębiorstw.

prawdopodobieństwo wprowadzenia innowacji nowych dla branży. Pośrednim efektem staje się wysoka rentowność i wzrost udziałów w rynku. Organizacja pomocy dla sektora MŚP staje się coraz bardziej aktywna i efektywna, dotyczy to przede wszystkim jakości oferowanych usług w ramach działalności izb przemysłowo – handlowych, cechów rzemieślniczych, szkół wyższych i jednostek B+R, samorządów lokalnych. Jednak podmioty gospodarcze, szczególnie mała przedsiębiorczość, w niewielkim zakresie wchodzi w stosunki z instytucjami otoczenia biznesu. MŚP nawet nie sprawdzają możliwości współpracy z instytucjami otoczenia biznesu, nie badają możliwości wspólnego gromadzenia i wykorzystywania swoich środków finansowych w celu nawiązania takiej kooperacji. Cechuje je nieumiejętność tworzenia i wchodzenia w struktury sieciowe. Przejawiają one niechęć do współpracy między sobą wynikającą z obawy o swoją autonomiczność i traktowania potencjalnych partnerów jak rywali. Współdziałanie jest często przyporządkowane krótkookresowemu zyskom. Kooperacja firm częściej przyjmuje formę wertykalną niż horyzontalną i jest skoncentrowana przede wszystkim na działalności produkcyjnej, a nie innowacyjnej czy badawczo – rozwojowej. Wskazuje się wręcz na niechęć do współpracy z zapleczem naukowo – badawczym. Sferą intensywniejszych procesów innowacyjnych jest częściej dystrybucja niż rozwój sieci produkcyjnych. Powiązania między firmami na obszarze lokalnym (regionalnym) i krajowym są słabe. Niewystarczająca jest również współpraca z inwestorami zagranicznymi. Firmy będące inwestorami zagranicznymi działającymi w kraju nie wykorzystują możliwości związków sieciowych z poddostawcami lokalnymi. Badania kooperacji podmiotów gospodarczych z otoczeniem badawczo – rozwojowym wykazało, że oferowane przez nie usługi są na niskim poziomie, a przedsiębiorcy nadrabiają brak krajowych, nowoczesnych rozwiązań technologicznych, zakupują maszyny i urządzenia z zagranicy. Transfer technologii jest głównym źródłem innowacyjności firm. Instytuty naukowo - badawcze koncentrują się na zdobywaniu środków budżetowych i zamykają się w kooperacji z dużymi przedsiębiorstwami lub skomercjalizowanymi firmami przemysłowymi. Dostęp firm sektora MŚP do instytucji naukowo badawczych jest ograniczony, jednocześnie nie znają one ich oferty. Podobnie jak w przypadku związków z organizacjami badawczo – rozwojowymi również stowarzyszenia branżowe preferują duże przedsiębiorstwa. Są one przykładem przedstawicielstwa przede wszystkim dużych pracodawców. Organizacjom pracodawców, izbom i stowarzyszeniom gospodarczym brakuje inicjatyw do tworzenia związków sieciowych i zacieśniania współpracy pomiędzy firmami. Ośrodki wspierające przedsiębiorczość i innowacyjność to głównie organizacje akademickie, które w konsekwencji swoje działania ograniczają do

działalności naukowej, a nie procesów innowacyjnych dla praktyki biznesu. Zarzuca im się jednocześnie słabość kadrową. Problemem jest również brak stabilnego finansowania, którego wysokość uniemożliwia profesjonalną aktywność. Przedsiębiorcy nie mają zaufania do podejmowanych przez administrację publiczną działań wspierających przedsiębiorczość, które tłumaczone są dotychczasowymi doświadczeniami w tym zakresie. Przedsiębiorstwa w niewielkim stopniu korzystają ze środków publicznych tworzonych w celu pomocy dla działalności badawczo – rozwojowej, prawie w całości finansując je ze środków własnych¹⁵³.

Podkreślano w niniejszej dysertacji rolę MŚP w rozwoju lokalnych środowisk. Wykorzystując potencjał i zasoby występujące w ich najbliższym otoczeniu, stają się one aktywatorem innowacyjności i przedsiębiorczości. Relacje podmiotów gospodarczych oraz pomiędzy nimi a otoczeniem biznesu działających w określonej przestrzeni społeczno – gospodarczej wpływają na poziom rozwoju regionu i odwrotnie, poziom rozwoju regionu determinuje jakość kapitału społecznego. Wskazując wagę i znaczenie współpracy międzyorganizacyjnej, M. Górzyński, W. Pander i P. Koć, analizujący związki kooperacyjne piszą: „Polityka regionalna prowadzona w oparciu o silne układy kooperacyjne, sprzyja polepszaniu życia mieszkańców, wspiera przedsiębiorczość, wzmacnia wizerunek regionu. (...) im wyższy poziom rozwoju gospodarczego danego regionu, tym łatwiej kształtują się regionalne sieci powiązań między organizacjami i łatwiej powstaje partnerstwo firm. I odwrotnie, im niższy poziom rozwoju, tym powiązania pomiędzy organizacjami są słabsze, mają indywidualny charakter, nierzadko nacechowane są nieufnością lub wrogością.”¹⁵⁴

¹⁵³ Górzyński M., Pander W., Koć P., *Tworzenie związków...*, s. 37 – 40.

¹⁵⁴ *Ibidem*, s. 8.

4. PRZEDSIĘBIORCA JAKO PODMIOT PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

4.1. Definiowanie pojęcia przedsiębiorcy i jego typologie

Istota przedsiębiorczości jest bezwzględnie związana z jej sprawcą, gdyż każde działanie ma swego wykonawcę. Badając zjawisko przedsiębiorczości, należy zanalizować problematykę przedsiębiorcy. Nie ma ostatecznej i jednoznacznej odpowiedzi na pytania: kim jest przedsiębiorca, jakimi cechami powinien się charakteryzować, jaką rolę pełni w życiu społecznym i gospodarczym, gdyż odpowiedzi na te pytania w zależności od kontekstu i kryteriów branżowych pod uwagę ulegają zmianie.

Według litery prawa: „Przedsiębiorcą w rozumieniu ustawy jest osoba fizyczna, osoba prawna oraz nie mająca osobowości prawnej spółka prawa handlowego, która zawodowo, we własnym imieniu podejmuje i wykonuje działalność gospodarczą”¹⁵⁵. W różnych opisach jest określany jako osoba lokująca fundusze w określoną działalność, której celem istnienia jest wygenerowanie zysku, mimo stałego ryzyka poniesienia straty. Przedsiębiorca to jednostka o dużej potrzebie autonomii, zorientowana na ekonomiczne cele, realizującą własne wizje i pomysły, samodzielnie podejmującą ostateczne decyzje. Przedsiębiorca jest właścicielem lub współwłaścicielem zasobów, ponoszącym stałe ryzyko finansowe, majątkowe i inne, działa poprzez założenie nowej działalności lub realizowanie przedsięwzięć w już istniejącej firmie. Efektem jego aktywności są konsekwencje ekonomiczne w formie zysku lub straty. Rezultaty pozaekonomiczne przedsiębiorczej działalności w aspekcie indywidualnym dotyczą m.in. rozwoju osobistego, a w aspekcie społecznym np.: prestiżu.¹⁵⁶

Według K. Gleistera rola przedsiębiorcy w zależności od zasięgu jego aktywności może obejmować różne funkcje¹⁵⁷:

- jest to osoba dysponująca zyskiem związanym z niepewnością;
- podejmuje decyzje, w tym o użyciu zasobów pomiędzy alternatywnymi zastosowaniami;
- jest innowatorem;
- jest liderem w danej gałęzi, branży;

¹⁵⁵ Dz. U. 1999, Nr101, Rozdział 1 Przepisy ogólne, art. 2.2.

¹⁵⁶ Kraśnicka T., *Koncepcja rozwoju...*, s. 135.

¹⁵⁷ Gleister K., *The Entrepreneur. Heinemann Educational*, Oxford 1989, [za:] Gruszecki T., *Małe przedsiębiorstwa - osobna kategoria przedsiębiorstwa?*, [w:] *Małe i średnie przedsiębiorstwa w procesie transformacji polskiej gospodarki*, Lewandowski J. [red.], Materiały konferencyjne, Politechnika Łódzka, Łódź 1996, s. 29.

- to osoba organizująca i koordynująca wykorzystanie ekonomicznych zasobów;
- podejmuje zobowiązania w imieniu firmy;
- zdanie przedsiębiorcy rozstrzyga ostatecznie, z wyjątkiem sytuacji gdy jest kilku decydentów i decyzje podejmowane są zbiorowo;
- finansuje przedsięwzięcie, zaopatruje w kapitał;
- jest managerem lub nadzorującym;
- jest właścicielem przedsiębiorstwa;
- zatrudnia czynniki produkcji.

Przedsiębiorcę często określa tylko część z wymienionych wyżej funkcji. Wynika to m.in. z wielkości przedsiębiorstwa w odniesieniu do liczby zatrudnionych czy też obrotów finansowych. Funkcje przedsiębiorcy samozatrudniającego się, zawsze będą się różnić od funkcji zarządcy dużego przedsiębiorstwa.

Różnorodność funkcji i ról pełnionych przez przedsiębiorców wskazuje na fakt niejednorodności tej zbiorowości. Poniżej zaprezentowano typologie przedsiębiorców sporządzoną na bazie odmiennych kryteriów.

Podstawowy podział przedsiębiorców dotyczy formy przedsiębiorczej działalności i wyróżnia trzy ich typy (R.H. Buskirk)¹⁵⁸:

- przedsiębiorca, inicjator nowego przedsięwzięcia;
- przedsiębiorca zarządzający i sprawujący kontrolę nad firmą;
- przedsiębiorca będący właścicielem firmy.

Ze względu na okoliczności towarzyszące roli przedsiębiorcy wyróżnia się¹⁵⁹:

- przedsiębiorcę, który tworzy nową firmę wykorzystując doświadczenie nabyte w poprzednim miejscu pracy;
- przedsiębiorcę będącego pośrednikiem w działaniu innych elementów rynku;
- przedsiębiorcę, który zakłada nową firmę bazując na udoskonalonym wyrobie lub usłudze;
- przedsiębiorcę, który kupuje już istniejącą firmę;
- przedsiębiorcę, który otwiera firmę bazując na własnej wiedzy i umiejętnościach;
- przedsiębiorcę, który tworzy własną firmę na bazie sieci własnych kontaktów;
- przedsiębiorcę, który zakłada firmę oferującą całkowicie nowy wyrób lub usługę;
- przedsiębiorcę, który buduje firmę umiejscowioną na nowym dla siebie rynku.

¹⁵⁸ Buskirk R.H., *The Entrepreneurs Handbook. Premiere Entrepreneurs Programs*, Denver, Colorado, s. 18, [za:] Ujda-Dyńska B., *Przedsiębiorca i przedsiębiorczość w teorii ekonomii*, [w:] *Uwarunkowania przedsiębiorczości*, Jaremczuk K. [red.], Tarnobrzeg 2004. s. 199.

¹⁵⁹ Targalski J. [red.], *Podstawy przedsiębiorczości*, Akademia Ekonomiczna, Kraków 1995, s. 40.

W obszarze małej przedsiębiorczości wyróżnia się (R. Hornaday)¹⁶⁰:

- rzemieślników, wykonujących produkty i oferujący usługi, którym to działaniom przypisywane jest odczucie przyjemności z wykonywanej pracy;
- promotorów, czyli właścicieli małej przedsiębiorczości, których głównym celem jest bogacenie się poprzez realizację kontraktów, a następnie sprzedaż rozwiniętej firmy;
- profesjonalnych menedżerów, którzy rozbudowują swoją firmę, starając się kontrolować jej wzrost i strukturę.

Zarządzanie oraz forma współpracy z pracownikami to kryterium dzielące przedsiębiorców na (R. Scase i R. Goffee)¹⁶¹:

- samozatrudniających się, czyli pracujących indywidualnie bądź przy bezpłatnej pomocy najbliższych;
- drobnych przedsiębiorców, pracujących wraz z innymi pracownikami oraz administrujących firmę;
- właścicieli – kontrolujących, odpowiedzialnych głównie za działania administracyjne w przedsiębiorstwie;
- właścicieli – dyrektorów, kontrolujących działalność przedsiębiorstwa poprzez wypracowaną wewnętrzną hierarchię, gdzie część prac jest oddelegowana do kierowników i starszego personelu.

KC. Vesper prezentuje następujące typy przedsiębiorców¹⁶²:

- samozatrudniający się;
- twórcy zespołów, którzy najczęściej najpierw zdobywają doświadczenie, pracując dla innych, by następnie założyć własną działalność;
- niezależni inwestorzy, twórcy innowacji (inżynierowie, technicy), którzy wprowadzają je do praktycznej działalności;
- powielacze wzorów, którzy naśladowują sprawdzony, przynoszący zysk biznes innych osób;
- wykorzystujący ekonomię skali, blokujący konkurencję poprzez obniżanie swoich cen;
- koncentrujący kapitał, gromadzący go w celu inwestycji w nową działalność;
- zdobywcy, przejmujący różnymi metodami inne firmy;

¹⁶⁰ Ibidem, s. 40.

¹⁶¹ Ibidem, s. 40.

¹⁶² Ujda – Dyńska B., *Przedsiębiorca i przedsiębiorczość ...*, s. 199.

- artyści kupna – sprzedaży, nabywający przedsiębiorstwo w celu jego zyskowej odsprzedaży;
- zlepiacze, będący specjalistami kontrolującymi jedną firmę i wykorzystującymi jej zyski do nabycia innej;
- spekulanci – gracze giełdowi i handlarze nieruchomościami;
- manipulatorzy wartością – fachowcy od zmian opakowania produktu bądź reeksportu.

Kategorie przedsiębiorców, stworzone na bazie modelu rozwoju społecznego, wyróżnione ze względu na wpływ wieku przedsiębiorcy na rodzaj prowadzonej działalności. Kryterium wieku uwzględnia również takie determinanty jak: kariera i stopień jej rozwoju, doświadczenie we współpracy z ludźmi, aspiracja i motywacja do założenia firmy ¹⁶³:

- improwizatorzy, zajmujący się tym co potrafią robić najlepiej: 20-30 lat;
- rewizjoniści, którzy zmieniają swoją dotychczasową karierę: 30-40 lat;
- kontynuatorzy, rozwijający własne umiejętności: 40-60 lat;
- powracający - powyżej 60 roku życia, to osoby, które kierując się wcześniejszymi doświadczeniami ponownie odnajdują się w biznesie.

Wychodząc od założeń dotyczących trwałości przedsiębiorstwa, niezależności kapitału, samodzielności w kontrolowaniu firmy oraz możliwości jej wzrostu i rozwoju, M. Marchesnay podzielił przedsiębiorców na dwa skrajne obozy zwane dzięciołami i liderami ¹⁶⁴.

Dzięcioły to konserwatyści odnoszący sukcesy w ustabilizowanych już dziedzinach. Prowadzą swoje firmy, uwzględniając przede wszystkim ich trwałość i niezależność finansową. Zatem rozwój i wzrost firm może mieć miejsce tylko wtedy, gdy proces ten nie narusza tych podstawowych priorytetów. W wielu przypadkach ci przedsiębiorcy utrzymują dziedziczne firmy rodzinne, unikając wspólników i zadłużania majątku kredytami i pożyczkami.

Liderzy nastawiają się na ponadprzeciętny sukces za cenę wysokiego ryzyka, są nastawieni na wzrost wartości przedsiębiorstwa i jego rentowności. Zatem bezpieczny, ustabilizowany interes dający umiarkowane wyniki, nie jest szczytem ich celów. Gdy osiągają ten poziom poszukują możliwości nowych intratnych przedsięwzięć. W przeciwieństwie do dzięciołów nie wzbraniają się przed wspólnikami i zadłużeniem, pod warunkiem, że wciąż posiadają moc decyzyjną.

¹⁶³ Targalski J. [red.], *Podstawy przedsiębiorczości...*, s. 40.

¹⁶⁴ Marchesnay M., *Zarządzanie strategiczne. Geneza i rozwój*, Poltekst, Warszawa 1994, s. 150.

Z uwagi na typowe role (funkcje) odgrywane w życiu gospodarczym wyróżnia się następujące typy przedsiębiorców¹⁶⁵:

- przedsiębiorcę – inwestora;
- odkrywcę okazji;
- założyciela firmy i organizatora;
- innowatora;
- rzemieślnika (konserwatystę).

Inwestor to przedsiębiorca, który lokuje kapitał własny bądź też uzyskany z pożyczki lub kredytu w wybrane przez siebie przedsięwzięcie. Typowe jest dla niego to, że nie jest związany z żadną szczególną dziedziną czy innowacjami. Inwestor kieruje się przede wszystkim wysokością możliwych do uzyskania zysków i stopniem ryzyka. Kalkulacja ryzyka poniesienia straty dzieli ten typ przedsiębiorców na dwa podtypy. Jedni, licząc na wysokie zyski z przedsięwzięcia, są skłonni ponosić wysokie ryzyko, inni wręcz przeciwnie, wolą mieć niższy, ale stabilny dochód, zapewniający zwrot kapitału.

Odkrywca okazji jest inwestorem, jednak w odróżnieniu od wyżej opisanych, przeznaczając swój kapitał tylko na nadzwyczajne okazje, gdzie w krótkim czasie można uzyskać wysoki zysk. Zatem ten przedsiębiorca nie będzie inwestował w przedsięwzięcia o dłuższej realizacji i stabilnym dochodzie. Jego preferencją jest posiadanie płynnego kapitału, który może wykorzystać w nadarzającej się okazji.

Założyciel firmy i organizator to osoba, która, często kierując się już wcześniej nabytym doświadczeniem, potrafi od podstaw zorganizować i poprowadzić przedsiębiorstwo. Jego rzeczywiste kwalifikacje są częścią, a czasem całością inwestowanego w przedsięwzięcie własnego kapitału. Z czasem wykorzystywane umiejętności pozwalają mu wypracować własny kapitał finansowy.

Innowator, jest przedsiębiorcą, którego można by porównać do artysty. Jest twórcą, często emocjonalnie zaangażowanym w swoje dzieło. Jego przedsięwzięcia są obarczone największym ryzykiem, ale mogą też być źródłem wybitnych sukcesów na polu finansowym, przynieść prestiż społeczny, a nawet sławę. Jednocześnie ten typ przedsiębiorcy może być najmniej nastawiony na maksymalizację zysku.

Rzemieślnik jest związany z jedną dziedziną działalności, zależną od jego kwalifikacji i nabytego doświadczenia, często prowadzi firmę rodzinną. Można go nazwać konserwatystą,

¹⁶⁵ Gruszecki T., *Przedsiębiorca...*, op.cit., s. 70-72.

gdyż raczej nie przenosi kapitału do innych gałęzi, a jeśli ponownie otwiera działalność, często jest to ta sama lub podobna dziedzina.

T. Gruszecki zwraca uwagę, że każdy z wyodrębnionych typów przedsiębiorców pełni istotną rolę w życiu gospodarczym. Inwestor, dostarczając kapitału, przyczynia się do jego przepływu i wyrównywania się stóp zysku, odkrywca jest nastawiony na maksymalizację zysku, organizator i rzemieślnik zapewniają stabilizację i długoterminowość, a innowator podejmuje ryzyko na rzecz innowacji. Zatem współistnienie wszystkich tych typów przedsiębiorców sprzyja rozwojowi gospodarki jako całości.

Należy poruszyć tu problem przedsiębiorcy w aspekcie przemian koniunkturalnych w Polsce, które nastąpiły w roku 1989 i miały podstawowe znaczenie w rozwoju przedsiębiorczości prywatnej. W. Wesółowski należy do badaczy opisujących mechanizmy przemiany klasowej. W latach 90 autor, analizując proces powstawania przedsiębiorczości, wyodrębnił grupy społeczne i rodzaje zasobów, z których się ona wywodzi. Dokonał on następującego rozróżnienia właścicieli firm:

1. przedsiębiorcy, którzy podjęli działalność gospodarczą, kierując się swoją potrzebą aktywności i samodzielności (tzw. czynnik osobowy);
2. przedsiębiorcy tworzący firmy na podstawie „myśli wynalazczej” – firmy innowacyjne, których źródłem powstania jest pragnienie realizacji czy tworzenia nowatorskich rozwiązań, produktów czy usług;
3. przedsiębiorcy, którzy zakładali swoje przedsiębiorstwa, wykorzystując nomenklaturową przeszłość (np. wyższe stanowisko partyjne ułatwiało dostęp do zasobów prywatyzowanych przedsiębiorstw);
4. przedsiębiorcy będący byłymi urzędnikami, eksperci, którzy obejmowali funkcję zarządcy firmą przez nominację państwową, pozwoliło to na ich przesunięcie do klasy kapitalistów;
5. przedsiębiorcy rozwijający swoje już istniejące firmy, rozrastające się do dużych rozmiarów¹⁶⁶.

H. Domański analizował ścieżki zawodowe przedsiębiorców, co pozwoliło mu na ich następującą klasyfikację:

1. inżynierowie rezygnujący z posad państwowych na rzecz podjęcia samodzielnej działalności gospodarczej, do której droga prowadzi przez czasową degradację społeczną;

¹⁶⁶ Wesółowski W., *Procesy klasotwórcze w teoretycznej perspektywie*, [w:] *Ludzie i instytucje. Stawanie się ładu społecznego*, Sułek A, Styk J. [red.], Pamiętnik IX ogólnopolskiego zjazdu socjologicznego, Wydawnictwo UMCS, Lublin 1995, s. 309.

2. osoby podejmujące działalność gospodarczą bezpośrednio po zdobyciu dyplomu inżyniera, bez doświadczenia zawodowego;
3. osoby awansujące społecznie ze środowiska robotniczego (chłopskiego), czy też drobnego handlu poprzez rozwój firmy;
4. osoby przejmujące rodzinne firmy;
5. rzemieślnicy podejmujący aktywność przedsiębiorczą, rozwijający przedsiębiorstwa przemysłowe lub usługowe¹⁶⁷.

Ten sam autor wyróżnił mechanizmy wymiany klas społecznych w aspekcie tworzenia się prywatnej przedsiębiorczości:

1. zamiana władzy politycznej na samodzielną działalność gospodarczą;
2. transfer wiedzy i umiejętności z sektora państwowego do własnego podmiotu gospodarczego (wykorzystanie swoich kwalifikacji do pracy na własny rachunek);
3. obieg kapitału wiedzy i kwalifikacji (przedsiębiorstwa powstające na bazie doświadczenia kierowniczego, kwalifikacji w zakresie organizacji i zarządzania oraz ogólnej wiedzy)¹⁶⁸.

Typologie przedsiębiorców wskazują na bogactwo różnorodności działań i funkcji przedsiębiorców. Każda forma klasyfikacji tworzy pewien model, do którego można przypisać określony fragment rzeczywistości. Poznanie roli przedsiębiorcy jest istotne z punktu widzenia wyjaśniania oraz przewidywania zjawisk zachodzących z udziałem przedsiębiorcy lub też pod jego wpływem.

4.2. Profil psychospołeczny przedsiębiorczego człowieka

Przedsiębiorcą może stać się każdy, ale nie każdy może być przedsiębiorcą odnoszącym sukcesy, a w konsekwencji utrzymać się na rynku tak długo, jak sam o tym decyduje. Źródłem przedsiębiorczości jest synteza wpływu zmiennych psychologicznych dotyczących osobowości, takich jak: intelekt, kreatywność, potrzeby i zmiennych osobowych: profesjonalne umiejętności, która następuje w konkretnym miejscu i czasie, ulegając wpływom zewnętrznych czynników.

Współczesne koncepcje przedsiębiorcy podkreślają zależność pomiędzy przedsiębiorcą a przedsiębiorczym działaniem. Przedsiębiorczość w odniesieniu do

¹⁶⁷ Szerzej: Domański H., *Spółczeństwo klasy średniej*, Wydawnictwo IFiS, PAN, Warszawa 1994.

¹⁶⁸ Domański H., *Na progu konwergencji. Stratyfikacja społeczna w krajach Europy Środkowo – Wschodniej*, Wydawnictwo IFiS, PAN, Warszawa 1996, s. 99-100.

indywidualnych zachowań jednostki jest rozumiana jako specyficzne predyspozycje do podejmowania innowacyjnych działań, gotowości do zmian i podjęcia ryzyka. Według G.G. Meredith, R.E. Nelsona i P.A. Necka przedsiębiorcę określa¹⁶⁹:

1. Zaufanie we własne siły, które jest odzwierciedleniem takich cech jak: wiara w siebie, optymizm i entuzjazm, niezależność, indywidualizm.
2. Orientacja na działanie, któremu odpowiada potrzeba osiągnięć, orientacja na zysk, wytrwałość, upór, determinacja, energia, konsekwencja, inicjatywa, z czym wiąże się również wykonywanie wielu obowiązków.
3. Podejmowanie ryzyka, związanego z umiejętnością i chęcią podejmowania wyzwań.
4. Przywództwo, wyrażające się poprzez przywódcze zachowania, umiejętność współpracy z ludźmi, odpowiadanie na sugestie i krytykę otoczenia.
5. Oryginalność, zależna od takich cech jak: innowacyjność, kreatywność, otwartość na wiedzę i nowe doświadczenia, zaradność, wszechstronność, dążenie do posiadania informacji, kojarzenie informacji z różnych dziedzin.
6. Zorientowanie na przyszłość związane z umiejętnością postrzegania i przewidywania.

Cechą charakteryzującą aktywnego, twórczego przedsiębiorcę jest intuicja, zmysł łączący często niepełne informacje z twórczym zapalem. Jest ona źródłem umiejętności dostrzegania okazji, cechą która pozwala działać na nieznanym obszarach. Przedsiębiorca, podążając za silną potrzebą sukcesu, potrafi brać na siebie ryzyko, często dążąc do skuteczności za wszelką cenę, jednak w granicach obowiązujących zasad etycznych. Według T. Gruszeckiego: „Przedsiębiorca odnoszący sukcesy na dłuższą metę musi być bardziej etyczny niż przeciętny członek społeczeństwa”¹⁷⁰. Gdyż działając w tkance społecznej na dłuższą metę, musi być obdarzony zaufaniem otoczenia. Inną refleksję tego autora, dotyczącą specyfiki przedsiębiorcy, oddaje następujący cytat: „często właśnie przez swoje prostactwo i brak zahamowań są skuteczni i innowacyjni”¹⁷¹. Myśl ta odnosi się do „charakterystycznego rodzaju inteligencji” przedsiębiorców, którzy często tworzą śmiało koncepcje na bazie szerokiej, ale powierzchownej wiedzy. Nieograniczeni blokadą profesjonalizmu i specjalizacji stają się przywódcami w drodze do innowacji, wykorzystując specjalistyczną wiedzę innych. Rozwijając tę myśl można założyć, że to wysoki poziom inteligencji emocjonalnej, a nie intelekt sprawia, że przedsiębiorca jest skuteczny. Zatem duża samoświadomość i samokontrola, umiejętności społeczne i empatia oraz motywacja do

¹⁶⁹ Meredith G.G., Nelson R.E., Neck P.A., *The practice of entrepreneurship*, International Labour Office, Geneva 1982, s. 3.

¹⁷⁰ Gruszecki T., *Przedsiębiorca*, op. cit., s. 76.

¹⁷¹ Ibidem, s. 76.

działania jest tym, co wyróżnia przedsiębiorczych przedsiębiorców spośród wszystkich osób prowadzących własną działalność.

Badania koncepcji psychologicznych przedsiębiorcy analizujące problematykę cech i zachowań wyróżniły teorie poznawczą i motywacyjną. Ta pierwsza odnosi się do indywidualnych cech jednostki takich jak: umiejscowienie kontroli, postawa adaptacyjno-innowacyjna, odbiór ryzyka. Wyniki badań wykazały, że osoby z wewnętrznym poczuciem kontroli w odróżnieniu od osób o zewnętrznym poczuciu kontroli, są bardziej aktywne i twórcze, odnoszą sukcesy w karierze zawodowej, są bardziej skoncentrowane na zadaniu. Zatem osoby przedsiębiorcze cechuje wewnętrzne umiejscowienie kontroli.

Przedsiębiorcy i osoby nimi nie będące nie różnią się w sposobie postrzegania ryzyka, jednak w sytuacjach tego samego typu podejmują inne decyzje. Osoby aktywne gospodarczo są bardziej nieufne wobec łatwo dostępnych faktów, sprawniej analizują konkretne informacje i szybciej dostrzegają zależność między obiektami i sytuacjami, podejmując adekwatne do tego działania, są również bardziej skłonne do podejmowania większego ryzyka w sytuacji, gdy wynik przedsięwzięcia jest zależny od posiadanej wiedzy i kompetencji. Jednak w sytuacji wpływu czynników zewnętrznych stosunek do ryzyka pozostaje taki sam jak u nie przedsiębiorczych osób.

Motywacyjna teoria przedsiębiorczości jest związana z silną potrzebą osiągnięć, rozumianą jako stałe dążenie do poprawy swoich wyników oraz osiągania sukcesu. Osoby o silnej potrzebie osiągnięć cechują się realnym stosunkiem do wyznaczanych sobie celów i konsekwencją w ich realizacji. Preferują raczej średni poziom trudności realizacji przedsięwzięcia, nie może być on zbyt niski, ani zbyt wysoki. Ponadto osoby te charakteryzują się perspektywicznym myśleniem, czyli wyznaczają sobie cele odległe w czasie. Do czynników związanych z potrzebą osiągnięć, charakterystycznych dla przedsiębiorców osiągających sukcesy, zalicza się: dostrzeganie sprzyjających okoliczności i działanie na ich podstawie, orientacja na skuteczność, koncentracja na jakości, systematyczne planowanie, rozwój i wykorzystanie metod zapewniających informacje zwrotne o wykonaniu, skłonność do podejmowania umiarkowanego ryzyka, podejmowanie działań nowatorskich, wymagających zaangażowania, odpowiedzialność za własne decyzje i zachowania, potrzeba precyzyjnego określenia celu¹⁷².

Na potrzebę osiągnięć w znaczącym stopniu wpływa socjalizacja jednostki, zachodząca w określonych warunkach społecznych, ekonomicznych i politycznych.

¹⁷² Kołodziej S., *Psychologiczne uwarunkowania przedsiębiorczości*, Organizacja i Zarządzanie, Zeszyt 22, Wydawnictwo Politechniki Śląskiej, Katowice 2004, s. 74-78.

Motywacja osiągnięć może jednak zostać ukształtowana również poprzez odpowiednie kursy i treningi.

Przedsiębiorca, chcąc odnieść sukces na rynku, powinien podejmować działania przedsiębiorcze. Pewne cechy psychiczne będą temu sprzyjać, inne będą to utrudniać. Do cech sprzyjających działaniom przedsiębiorczym należą¹⁷³:

- potrzeba dominacji, władzy, orientacja na sukces;
- chęć posiadania, dążenie do własności i autonomii, umiejętność radzenia sobie ze stresem, lękami, depresją, zagrożeniem - cechy te wynikają z potrzeb psychicznych i motywacji;
- zdecydowanie, konsekwencja, adekwatność decyzji do sytuacji oraz podejmowanie ryzyka;
- postrzeganie ryzyka w kategoriach szans i możliwości;
- postawa pionierska, zdolności twórcze, pomysłowość, wyobraźnia i myślenie dywergencyjne, intuicja;
- ekstrawersja, zdolności przywódcze, twórcze kierowanie, zaufanie, umiejętność negocjacji i motywowania;
- znajomość potrzeb innych – mieszczące się w kategorii dotyczącej współpracy z innymi;
- optymizm i aktywność, samoświadomość;
- temperament sangwiniyczny, duża energia i zrównoważenie.

Powyższa część rozdziału jest krótkim przeglądem dorobku naukowego na temat przedsiębiorcy i różnych form przejawiania się jego roli w życiu organizacji oraz życiu gospodarczym społeczeństwa. Zdefiniowano pojęcie przedsiębiorcy w szerszym znaczeniu niż ujęcie oparte na własności podmiotu gospodarczego. Zaprezentowano kryteria różnicujące przedsiębiorców. Nakreślono profil idealnego przedsiębiorcy poprzez identyfikację cech wyróżniających przedsiębiorczą osobowość. Ponownie nawiązano do przedsiębiorczego działania jako efektu aktywności sprawnego właściciela firmy. Dalsza część rozdziału zawiera prezentację wyników wybranych badań, które w całości lub części są związane z osobą przedsiębiorcy działającego w polskich realiach.

¹⁷³ Dobrołowicz W., *Przedsiębiorczość. Problematyka przedsiębiorczości*, [w:] *Encyklopedia biznesu*, Pomykało W. [red.], tom 1, Fundacja Innowacja, Warszawa 1995, s. 68.

4.3. Współcześni polscy przedsiębiorcy w świetle badań

Przedsiębiorca jest integralną częścią życia gospodarczego każdego kraju, w którym funkcjonuje wolny rynek. Stąd wciąż ponawiane badania i analizy przedsiębiorczości i jej głównego bohatera – przedsiębiorcy. Często ich celem jest wyodrębnienie takich cech i zjawisk, które ukazują specyfikę przedsiębiorczości danej społeczności, a także całości społeczeństwa. Chęć identyfikacji polskich przedsiębiorców, ich cech społeczno – demograficznych, postaw, wartości, motywacji, problemów, zainspirowała prace badawcze, których wyniki składają się na charakterystykę przedsiębiorcy zdeterminowanego uwarunkowaniami polskiej rzeczywistości. Poniżej przedstawiono wyniki wybranych badań.

J. Wasilewski w 1993 roku prowadził studia nad genezą polskiej przedsiębiorczości. W swoich wnioskach wyróżnił zjawisko tworzenia się prywatnej działalności gospodarczej, na bazie władzy politycznej (byli członkowie nomenklatury). Działalność gospodarczą podjęła jedna czwarta przedstawicieli tej kategorii społecznej (wysoko usytuowani członkowie elity partyjnej). Była to najliczniejsza grupa przedstawicieli w porównaniu do innych kategorii społecznych¹⁷⁴.

H. Domański opracowywał w ramach międzynarodowego projektu prowadzonego przez Szelenyia i Treimana zagadnienia dotyczące pochodzenia społecznego i cech społeczno – demograficznych przedsiębiorców w pierwszej połowie lat 90. W aspekcie podziału właścicieli przedsiębiorstw na pracodawców i samodzielnych przedsiębiorców nie zatrudniających pracowników uzyskano następujące wyniki:

1. Grupa samodzielnych przedsiębiorców pochodziła: w 20,2% z rodzin inteligenckich, w 24,5% z rodzin chłopskich, w 27,7% z rodzin robotniczych.
2. Grupa przedsiębiorców zatrudniających pracowników pochodziła: w 23,2% z rodzin inteligenckich, w 20,5% z rodzin chłopskich, w 25,9% z rodzin robotniczych.
3. Sięgając pokolenia dziadków, najliczniejsza grupa w obu kategoriach przedsiębiorców to chłopi: ponad 40%, dalej robotnicy: 15% - 20% i najmniej liczni przedstawiciele pracowników umysłowych: 2% - 9%.
4. Dziećmi przedsiębiorców było 12,5% przedsiębiorców zatrudniających pracowników i 9,6% przedsiębiorców samodzielnych.

¹⁷⁴ Wasilewski J. *Formowanie się nowej elity. Jak wiele nomenklatury zostało?*, [w:] *Ludzie i instytucje. Stawanie się ładu społecznego*, Sułek A., Styk J. [red.], Pamięci IX ogólnopolskiego zjazdu socjologicznego, Wydawnictwo UMCS, Lublin 1995, s. 414.

Badania wykazały, że pochodzenie chłopskie w generacji dziadków jest dominujące we wszystkich środowiskach: inteligentkich, kadrach kierowniczych wyższego szczebla, kierowników niższych szczebli, właścicieli przedsiębiorstw i klasach niższych¹⁷⁵.

A. Marcinkowski prowadził badania w Krakowie. Analiza wyników pozwoliła na charakterystykę przedsiębiorców m.in. pod względem ich wykształcenia i doświadczeń zawodowych. Właściciele przedsiębiorstw okazali się głównie byłymi pracownikami państwowych (74%) lub spółdzielczych firm (13%). Dość liczna grupa (35%) miała doświadczenie w pracy na stanowiskach kierowniczych, jednak najczęściej były to niższe pozycje hierarchii organizacyjnej. Badania wykazały również, że w tym okresie (początek lat 90) przedsiębiorcy tworzący swoje firmy to ludzie „niespokojnego ducha”. Typowy przedsiębiorca był osobą, która pracowała w kilku miejscach przed założeniem własnej działalności. Liczna grupa (47%) pracowała zagranicą, w ten sposób zdobywając kapitał założycielski¹⁷⁶.

W latach 1999-2000 zespół J. Gardawskiego przeprowadził badania, którymi objęto małe i średnie firmy prywatne z polskim kapitałem, zatrudniające od 15 do 250 pracowników, działające w przemyśle i budownictwie. Należy zaznaczyć, że badania dotyczyły przedsiębiorców będących pracodawcami utrzymującymi swe firmy na rynku od kilku lat, a więc byli według tych kryteriów osobami, które odniosły sukces. Respondentami było 80 właścicieli i 633 pracowników. Celem badań były wybrane społeczne aspekty działania MŚP w tym charakterystyka przedsiębiorców. Analiza wyników badań podzieliła właścicieli firm na dwie odrębne grupy typów osobowości, tzw. fachowców (rzemieślników) (45,6%) i biznesmenów (54,4%), które różnicowały ich postawy, determinując karierę przedsiębiorcy. Fachowcami byli najczęściej starsi, dobrze wykształceni mężczyźni prowadzący małe firmy, dobrze znający się na swojej pracy w konkretnej dziedzinie i wierni swoim kwalifikacjom. Biznesmeni charakteryzowali się zróżnicowaną ścieżką kariery zawodowej, ich głównym celem było osiągnięcie zysku przez organizowanie przedsięwzięć, bez przywiązywania się do działań na jednym wybranym polu produkcji czy usługi. Najlicniejsza grupa przedsiębiorców mieściła się w przedziale wieku od 46 do 55 lat: 46,3%, następnie 36-45 lat: 35%, powyżej 55 lat: 7,5% i najmniej liczna poniżej 31 roku życia: 5%. Przedsiębiorcami w 78,8% byli mężczyźni, a w 21,2% kobiety. Udział kobiet i mężczyzn był różny w zależności od działu przemysłu. Kobiety były właścicielkami przedsiębiorstw spożywczych

¹⁷⁵ Domański H., *Na progu konwergencji...*, op. cit., s. 26.

¹⁷⁶ Marcinkowski A., *Drobni przedsiębiorcy i horyzonty kultury organizacyjnej*, [w:] *Kapitalizm po polsku. Przedsiębiorca, organizacja, kultura*, Marcinkowski A. [red.], Kraków 1996.

i drzewnych (37,5%), odzieżowych (35,3%), a także budowlanych (12,9%). Nie było natomiast żadnych przedstawicielek w przemyśle maszynowym i w chemii. Badani przedsiębiorcy w znacznej większości (63,8%) posiadali wyższe wykształcenie. Średnie wykształcenie miało 23,8% respondentów. Najmniejszą grupę stanowiły osoby o wykształceniu zasadniczym lub podstawowym: 12,4%. Uzyskane wyniki pozwoliły zaobserwować, że wraz ze wzrostem zatrudnienia rośnie poziom wykształcenia przedsiębiorców. Dane na temat ścieżki zawodowej właścicieli firm ukazały, że 80% respondentów to byli pracownicy państwowych przedsiębiorstw, z czego 62,5% zajmowało w nich kierownicze lub dyrektorskie stanowiska. W przypadku kariery zawodowej udowodniono zależność, że im większa liczba zatrudnionych w przedsiębiorstwach, tym większy odsetek właścicieli było w przeszłości pracownikami państwowych firm na kierowniczych stanowiskach.

Firmy, które rozpoczęły swoją działalność przed 1990 rokiem, stanowią 32,5%. Pozostałe to przedsiębiorstwa rozpoczynające działalność między 1990-1993 rokiem: 41,3% oraz 1994-1998 rokiem: 25,0%. Otrzymane wyniki potwierdziły, że przedsiębiorcy preferowali jako korzystne dla rozwoju przedsiębiorczości przede wszystkim pierwsze lata zmiany ustroju. Biorąc pod uwagę formę prawną prowadzonych firm, uwidoczniono zależność, że im bardziej złożona forma prawna, tym większy jest poziom wykształcenia właścicieli. Podobnie było w przypadku kariery zawodowej, gdzie 90% spółek z ograniczoną odpowiedzialnością było prowadzonych przez byłych dyrektorów i kierowników firm państwowych. Charakterystyka przedsiębiorczości z uwagi na wielkość miejscowości, w której usytuowane były firmy kształtowała się następująco: w przemyśle maszynowym i chemicznym przedsiębiorstwo należące do inżyniera powstawało częściej w dużym ośrodku, a w przypadku średniego technicznego wykształcenia właściciela takiej firmy, w małym. Przedsiębiorcy firm otwartych w małych ośrodkach rzadko byli w przeszłości pracownikami podmiotów państwowych, a jeszcze rzadziej pełnili w nich funkcje kierownicze. Ponad połowa respondentów (52,6%) wyraziła opinię, że dobrze lub bardzo dobrze radzi sobie na rynku, pozostali wystawili średnią ocenę. Natomiast w odniesieniu do sytuacji ekonomicznej firm 15,1% przedsiębiorców określiło ją jako złą lub bardzo złą.

Przekonania właścicieli firm na temat sukcesu rynkowego wyróżniły następujące jego warunki: ciężka praca, przedsiębiorczość, bezwzględność oraz kupiecka rzetelność. Czas pracy deklarowany przez przedsiębiorców wynosił średnio 10 godzin dziennie, przy czym 32,5% z nich pracowało 12 godzin, a 15,0% 8 i mniej godzin dziennie. Przedsiębiorcy wykazywali tendencję oceny ludzkiej wartości właśnie przez pryzmat ciężkiej i długotrwałej

pracy. Przedsiębiorczość rozumiano jako zespół cech, wśród których można wymienić: skuteczne zarządzanie, inicjatywność, zaradność, spryt. Przedsiębiorcy nurtu biznesowego przypisywali przedsiębiorczość genom, wyjątkowej osobowości, przedsiębiorcy nurtu rzemieślniczego nie nadawali szczególnego znaczenia przedsiębiorczym cechom uznając, że roli pracodawcy można się nauczyć, czego sami byli przykładem. Respondenci w większości byli usatysfakcjonowani swoją pracą. Intensywna, stawiająca wysokie wymagania działalność budowała ich poczucie własnej wartości. W 92,5% przedsiębiorcy chętnie szli do pracy w swoim przedsiębiorstwie, w bezpośrednich wypowiedziach negatywnie wspominali natomiast pracę w przedsiębiorstwach państwowych. Cechy, które ujęto w formę jako bezwzględność, odnosiły się do twardości wobec kontrahentów i pracowników, ale także wobec siebie. Bezwzględność była również rozumiana jako brak skrupułów, nieustępliwość, a stroną która najbardziej doświadcza tej postawy byli pracownicy. Rzetelność kupiecka jako ważny element sukcesu rynkowego wiązała się z jakością, solidnością i terminowością pracy. W badanym okresie, jak wypowiadali się respondenci, nie było to mocną stroną polskich przedsiębiorstw¹⁷⁷.

M. Tyszka, A. Maćko i E. Wesołowska w 2001 roku zrealizowali badania w województwie warmińsko-mazurskim. Pierwszą część badań przeprowadzono na 176 przedsiębiorcach i 177 bezrobotnych, drugą na 30 przedsiębiorcach i 24 osobach będących pracownikami. Respondenci drugiej części badań byli uczestnikami kursu przedsiębiorczości. Badania zostały przeprowadzone w celu określenia kim jest przedsiębiorca¹⁷⁸.

Wyniki badań pozwoliły im sformułować następujące wnioski:

- przedsiębiorców cechuje wyższa motywacja osiągnięć i większe poczucie wewnątrzsterowności w porównaniu z bezrobotnymi;
- przedsiębiorcy mają niższy poziom lęku jako cechy oraz wyższą wydolność układu nerwowego w porównaniu z bezrobotnymi;
- przedsiębiorcy inaczej postrzegają cechy sytuacji prowadzenia własnej działalności, dostrzegając więcej szans i mocnych stron w porównaniu z nie-przedsiębiorcami;
- przedsiębiorcy są większymi optymistami i wyżej oceniają szanse zysku niż strat przy podjęciu nowej działalności w porównaniu z nie-przedsiębiorcami;

¹⁷⁷ Gardawski J., *Powracająca klasa. Sektor prywatny w III Rzeczpospolitej*, Wydawnictwo IFiS PAN, Warszawa 2001, s. 87-114.

¹⁷⁸ Tyszka M., Maćko A., Wesołowska E., *Kim są przedsiębiorcy?*, Rynek Pracy nr 9-10 (129-130) 2002, s. 168.

- przedsiębiorcy w porównaniu z bezrobotnymi częściej ujawniają pogląd, że dobre strony prowadzenia własnej działalności przeważają nad złymi;
- przedsiębiorcy są częściej skłonni do zwiększenia liczby swoich godzin pracy w porównaniu z nie-przedsiębiorcami;
- przedsiębiorcy częściej niż bezrobotni uważają za istotną barierę w założeniu firmy, brak pomysłu;
- przedsiębiorcy za czynniki odpowiadające za sukces uznali: wysiłek, wrodzone zdolności i kapitał (czynniki wewnętrzne), znajomości, w odróżnieniu od nie-przedsiębiorców, którzy wskazują na szczęście (czynnik zewnętrzny);
- przedsiębiorcy w kontaktach międzyludzkich częściej kierują się zasadami przypominającymi gospodarkę rynkową: istotne są kompetencje ludzi, konkurencja i troska o własny interes w porównaniu z bezrobotnymi;
- przedsiębiorcy częściej w swoim otoczeniu mieli pozytywnie wartościujące przykłady osób prowadzących samodzielną działalność w porównaniu z bezrobotnymi.

Na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości również w 2001 roku Ipsos-Demoskop zrealizował badania metodą wywiadu kwestionariuszowego na celowej próbie przedsiębiorców: 200 kobietach i 200 mężczyznach. Wyniki dotyczące czynników wpływających na założenie własnej działalności, biorąc pod uwagę czynniki subiektywne, wykazały, że podjęcie działalności gospodarczej zarówno dla kobiet i mężczyzn, wynikało przede wszystkim: z dążenia do samodzielności (58% kobiet, 66% mężczyzn), z potrzeby godziwych zarobków (49% kobiet, 51% mężczyzn) oraz wewnętrznej potrzeby działania (46% kobiet, 49% mężczyzn). Natomiast czynniki zewnętrzne, wynikające z wpływu otoczenia, różniły się w zależności od płci. O przedsiębiorczości kobiet najczęściej decydował czynnik negatywny: brak innych możliwości (41%). Niewiele ponad jedna trzecia kierowała się sprzyjającymi okolicznościami na rynku: 36%. Na kolejnym miejscu było zagrożenie bezrobociem: 34%. Mężczyźni zakładali przedsiębiorstwa przede wszystkim z powodu dogodnych warunków rynkowych: 43%. Jednak podobnie jak u kobiet, kolejne wyniki jako podstawowe motywy ujawniły również negatywne determinanty: brak innych możliwości (30%) i bezrobocie (26%)¹⁷⁹.

Wyniki przedstawionych powyżej ogólnopolskich badań były inspiracją do jednej z części badań, które zostały przeprowadzone w 2004 roku przez autorkę niniejszej rozprawy.

¹⁷⁹ Dzierżanowski W., Tokaj – Krzewska A. [red.], *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2000-2001*, PARP, Warszawa 2002, s. 289-291.

Badania zrealizowano na próbie losowej 109 właścicieli małych i średnich firm (39% kobiet i 61% mężczyzn) w Częstochowie i powiecie częstochowskim. Jeden z elementów podjętej problematyki dotyczył podstawowych dążeń i wartości, które ujawniały się w wyznaczonych celach, w formie spędzania wolnego czasu, w wyobrażeniu sukcesu, a także w postrzeganiu siebie jako osoby przedsiębiorczej. Określono również czynniki mające wpływ na decyzję o założeniu własnej działalności gospodarczej.

Podstawowymi wartościami dla badanych, według liczby wskazań, było: udane życie rodzinne (48%) oraz niezależność zawodowa (48%), następnie: spokojne życie bez kłopotów i konfliktów (41%). Przedsiębiorcy deklarowali, że w czasie wolnym od pracy zajmują się przede wszystkim życiem rodzinnym: 40%. Kolejnym najczęstszym sposobem spędzania wolnego czasu była praca we własnej firmie (25%), głównie w celu nadrobienia powstałych zaległości.

Według przedsiębiorców podstawowe znaczenie w prowadzeniu firmy miała komunikatywność: 57%, uczciwość: 56%, pomysłowość: 44% i umiejętność kierowania ludźmi: 34%. Cenione były również wysokie kwalifikacje: 31% i samodyscyplina: 28%. Ponad połowa właścicieli firm uważała się za ludzi przedsiębiorczych: 61%, jednak liczna grupa badanych miała trudności w dokonaniu takiej samooceny: 36%. Były również osoby, które oceniały siebie jako nie przedsiębiorczych: 3%.

Większość respondentów twierdziła, że dla osiągnięcia sukcesu rynkowego podstawowym fundamentem jest solidna, rzetelna praca (51%), inicjatywa i przedsiębiorczość (45%) oraz wysokie kwalifikacje zawodowe (42%), a następnie konsekwencja w dążeniu do celu (36%).

Chęć pracy na własny rachunek miała decydujący wpływ na decyzję o założeniu własnej firmy (67%). Innymi ważnymi determinantami były: wiara w siebie (38%), potrzeba godziwych zarobków (35%), oraz otwartość na ryzyko (28%). Czynniki marginalnymi wpływającymi na chęć założenia firmy okazała się pasja (1 osoba) oraz potrzeba kierowania innymi (2 osoby). Determinanty obiektywne, a więc dotyczące czynników zewnętrznych, decydujące o podjęciu roli przedsiębiorcy odnosiły się do aspektów społeczno-ekonomicznych. Najsilniejszym bodźcem do działania okazały się: sprzyjające okoliczności na rynku (51%), doświadczenie zdobyte w pracy (39%) oraz kwalifikacje zgodne z branżą

(30%). Brak innych możliwości i zagrożenie bezrobociem również było często brane pod uwagę 26%, jednak nie znalazły się w grupie trzech najsilniejszych determinant¹⁸⁰.

Odwołując się do badań ogólnopolskich z 2001 roku, porównano wyniki otrzymane z ankietyzacji przedsiębiorców rejonu częstochowskiego z roku 2004, dotyczące czynników wpływających na podjęcie samodzielnej działalności gospodarczej. Determinanty rozróżniono na wewnętrzne, wynikające z indywidualnych potrzeb i postaw przedsiębiorców oraz zewnętrzne (obiektywne). Biorąc pod uwagę liczbę wskazań, które określają rangę poszczególnych czynników, w przypadku badania z 2001 roku, kobiety i mężczyźni wskazali zgodnie trzy pierwsze według następującej kolejności: dążenie do samodzielności, potrzeba godziwych zarobków i wewnętrzna potrzeba działania. Najwyżej cenioną wartością było dążenie do samodzielności zarówno w badaniach ogólnopolskich, jak i rejonu częstochowskiego. Przedsiębiorcy badani w 2004 roku jako kolejne czynniki wskazali: wiarę w siebie (pozycja czwarta w badaniach ogólnopolskich z 2001 roku) i potrzebę godziwych zarobków (pozycja druga w badaniach ogólnopolskich z 2001 roku). Porównanie deklarowanych przez przedsiębiorców determinantów zewnętrznych dało następujący wynik:

Grupa ogólnopolska		Grupa rejonu częstochowskiego
Kobiety	Mężczyźni	
1. brak innych możliwości,	1. sprzyjające okoliczności	1. sprzyjające okoliczności na
2. sprzyjające okoliczności	na rynku,	rynku,
na rynku,	2. brak innych możliwości,	2. doświadczenie zdobyte
3. bezrobocie.	3. bezrobocie.	w pracy,
		3. kwalifikacje zgodne z branżą.

Godny uwagi jest fakt, że w grupie ogólnopolskiej w trzech głównych czynnikach determinujących przedsiębiorczość gospodarczą przeważały elementy wymuszenia: brak innych możliwości, bezrobocie, kojarzące się negatywnie. W grupie częstochowskiej, gdzie ważnym punktem różnicującym był wpływ czasu, najważniejsze czynniki wpływające na aktywność gospodarczą zależały od osoby przedsiębiorcy, ponieważ dotyczyły jego kariery zawodowej.

Przedsiębiorcę charakteryzuje określone, mniej lub bardziej przedsiębiorcze działanie. Jednak nie każdy przedsiębiorca podtrzymuje twórczą aktywność, wielu stara się utrzymać

¹⁸⁰ Kukowska K., *Uwarunkowania społeczno-ekonomiczne przedsiębiorczości w społeczności lokalnej*, [w:] *Społeczno - ekonomiczne determinanty funkcjonowania rynku*, Byłok F. [red.], Wydawnictwo Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa 2005, s. 108.

istniejący stan. Tymczasem realia gospodarcze nie pozostawiają miejsca na konserwatywną koordynację organizacji. Współczesny przedsiębiorca balansuje między racjonalną produkcją, a wartościami postrzeganymi przez klientów. Coraz częściej boryka się z dylematem rentowności sytuacji bieżącej na rzecz długookresowego zysku. Wielość, wszechstronność i kompleksowość informacji musi godzić z gotowością do podejmowania szybkich decyzji i natychmiastowym podjęciem działań, co wymusza selekcję i wybór strategii na podstawie ograniczonej wiedzy. Zmienne otoczenie wymaga od przedsiębiorcy ścisłej współpracy z pracownikami oraz umiejętności wyzwalania synergii. Motywowanie i kreowanie przedsiębiorczych postaw współpracowników tworzy konkurencyjną przewagę organizacji. Walka o pozycję na rynku poprzez gwarancję jakości, niezawodność i niską cenę jest niewystarczająca¹⁸¹.

Istnieje potrzeba pomysłowości, innowacji w każdej sferze i na każdym etapie działalności. Przedsiębiorca na miarę współczesnych realiów nie może ograniczać się jedynie do roli administratora. Oprócz dobrej organizacji pracy powinien być w ciągłej gotowości do odkrywania nowych możliwości i ponoszenia związanego z tym ryzyka. Przedsiębiorca odnosi sukces tam, gdzie jest pionierem, pociągając za sobą ludzi, wyznawców swego talentu, skuteczności i sprawności. Przedsiębiorca musi wyłamywać się z rutyny wprowadzając innowacje, gdyż to jedyna droga do pomnażania zysku i dynamizowania całego mechanizmu rynkowego. Wprowadzając i tworząc nowe struktury i mechanizmy działania, ustanawia nowy porządek. Przedsiębiorca powinien mieć zdolność tworzenia, gdyż tylko wtedy jest on przedsiębiorczy w pełnym wymiarze. Przedsiębiorczy jest ten, kto potrafi stworzyć lub dostrzec nową, wartościową koncepcję, a następnie wcielić ją w życie.

¹⁸¹ Szymański W., *Teoria przedsiębiorcy i przedsiębiorczości*, [w:] *Przedsiębiorstwo, rynek, konkurencja*, Szymański W. [red.], Szkoła Główna Handlowa, Warszawa 1996, s.18.

5. METODYKA WŁASNYCH BADAŃ EMPIRYCZNYCH

5.1. Problematyka i cel badań

Autor jest zobowiązany do ścisłego precyzowania swoich kroków, wskazując jaki rodzaj pracy podejmuje, jakie metody i narzędzia badawcze mają najlepsze zastosowanie dla urzeczywistnienia obranego przez niego celu. Plan projektu badawczego zrealizowany na potrzeby dysertacji zawierał następujące elementy postępowania:

1. Sprecyzowanie problematyki i celu badań (wybór problemu badawczego) poprzedzone studiami literaturowymi z zakresu przedsiębiorczości i uwarunkowań przedsiębiorstw.
2. Przyjęcie hipotez badawczych.
3. Opis zmiennych i wskaźników.
4. Budowa narzędzia badawczego.
5. Konsultacje ze statystykiem, socjologiem i ekonomistą.
6. Identyfikacja jednostek analizy.
7. Badania pilotażowe.
8. Korekta i ostateczne opracowanie ankiety.
9. Dobór próby badawczej.
10. Przeprowadzenie badań.
11. Zebranie materiału badawczego.
12. Wprowadzenie danych do programu i przygotowanie do opracowań statystycznych.
13. Opracowanie i opis otrzymanych wyników.
14. Weryfikacja przyjętych hipotez.

Problem badawczy podjęty w niniejszej rozprawie doktorskiej dotyczył opisu i określenia poziomu rozwoju MŚP w rejonie częstochowskim, przez analizę stopnia wpływu wybranych czynników ekonomicznych i społecznych na działalność firm.

Czynności poznawcze, które były podjęte dla realizacji problemu: odkrywanie i opisywanie małej przedsiębiorczości, wskazanie zależności zjawisk i cech, kategoryzując niniejszą rozprawę doktorską jako pracę badawczą¹⁸². Kierując się uporządkowaniem rodzajowym pracy naukowej wg J. Pietera, w zależności od etapu (części) procesu

¹⁸² Pieter J, *Ogólna metodologia pracy naukowej*, PAN, Wrocław, Warszawa, Kraków, 1967, s. 28.

naukowego dokonano procesu analizy i syntezy. Analiza dotyczyła zarówno etapu początkowego przy studiowaniu literatury przedmiotu (pojęć, procesów, podobnych lub tożsamyh badań), jak i fazy końcowej przy opracowywaniu informacji z badań empirycznych. Synteza jest w tym przypadku podsumowaniem wyników całego procesu pracy naukowej.

T. Pilch sklasyfikował badania według ich celu, wyróżniając badania teoretyczne, weryfikacyjne i diagnostyczne¹⁸³. Badania teoretyczne odnoszą się do uogólnień wiedzy, praw rozwoju i przemian badanych form, a także generalizacji. Zmierzają zatem do budowy teorii. Badania weryfikacyjne polegają na weryfikowaniu twierdzeń odnośnie związków między zjawiskami oraz potwierdzeniu prawdziwości lub fałszywości przyjętych hipotez. Badania diagnostyczne mają na celu określenie i ustalenie cech oraz zasad funkcjonowania wybranego fragmentu rzeczywistości. Cel badań empirycznych MŚP rejonu częstochowskiego ma charakter weryfikacyjny i diagnostyczny. Zebrany materiał empiryczny dostarczył informacji na temat stanu i funkcjonowania przedsiębiorstw w ich wymiarze ekonomicznym i społecznym, pozwalając na diagnozę małej przedsiębiorczości.

Celem niniejszego studium było przedstawienie zjawiska małej przedsiębiorczości z punktu widzenia wybranych ekonomiczno – społecznych aspektów, działanie to służyło określeniu stanu oraz diagnozowaniu potencjału rozwojowego MŚP rejonu częstochowskiego. Przyjętym zamierzeniem było scharakteryzowania i opis funkcjonowania małych i średnich firm. Dążono do określenia poziomu rozwoju MŚP przez pryzmat zależności cech psychospołecznych i demograficznych przedsiębiorcy oraz kapitału społecznego w wymiarze podejmowanej przez przedsiębiorstwa współpracy i klimatu cechującego otoczenie społeczno-gospodarcze.

Obiekty, które badacz chce charakteryzować na podstawie zgromadzonych informacji nazywane są jednostkami analizy. Jednostką analizy problemu naukowego niniejszej pracy jest mała przedsiębiorczość. Zatem respondentami są właściciele lub współwłaściciele małych i średnich firm.

Podstawowym podmiotem funkcjonowania małej przedsiębiorczości są właściciele firm, dlatego też charakterystyka przedsiębiorców była ważnym elementem realizacji celu badawczego. Podjęta problematyka uwzględniała również tło środowiskowe przedsiębiorczości określone w kategoriach kapitału społecznego.

¹⁸³ Pilch T., *Zasady badań pedagogicznych*, Wyd. Akademickie „Żak”, Warszawa 1998, s. 15

Przedmiotem badań teoretyczno-empirycznych były małe i średnie firmy rejonu częstochowskiego oraz przedsiębiorcy, będący fundamentem działalności gospodarczej.

Dla rozwiązania problemu naukowego konieczne było szczegółowe określenie granic poszukiwań badawczych. Zostały one określone przez następujące pytania:

1. Jaka jest struktura sektora MŚP w rejonie częstochowskim?
2. Jaki jest poziom rozwoju przedsiębiorstw poddanych analizie według wybranych czynników?
3. Jakie są podstawowe źródła finansowania rozpoczęcia działalności oraz podejmowanych inwestycji?
4. Jak właściciele oceniają kondycję finansową swoich firm oraz poziom nowoczesności stosowanych technologii?
5. Jaka jest siła zależności czynników ekonomicznych ze stanem rozwoju badanych przedsiębiorstw?
6. Jaki jest potencjał rozwojowy podmiotów gospodarczych rejonu według wybranych wskaźników?
7. Jakie trudności ograniczają działalność i rozwój przedsiębiorstw?
8. Jak postrzegany jest przez przedsiębiorców potencjał rozwoju gospodarczego rejonu częstochowskiego?
9. Jak kształtują się czynniki makroekonomiczne charakteryzowanego rejonu?
10. Jaka jest rola MŚP w życiu gospodarczym i społecznym lokalnego środowiska?
11. Jaka jest siła relacji czynników społecznych dotyczących środowisk lokalnych oraz cech demograficznych przedsiębiorcy ze stanem MŚP rejonu częstochowskiego?
12. Jakie sieci powiązań z otoczeniem tworzą przedsiębiorstwa?
13. Czy zewnątrzorganizacyjny kapitał społeczny jest czynnikiem rozwoju dla badanych przedsiębiorstw?
14. Czy w opinii przedsiębiorców środowiska społeczności lokalnej, sprzyjają rozwojowi indywidualnej przedsiębiorczości?
15. Czy właściciele przedsiębiorstw o wysokich wskaźnikach rozwoju wyżej oceniają czynniki kapitału społecznego środowiska lokalnego niż pozostali?
16. Jakie czynniki w największym stopniu wpłynęły na podjęcie decyzji o prowadzeniu własnej działalności gospodarczej przez przedsiębiorców?
17. Jaki jest profil psychospołeczny badanych przedsiębiorców?

18. Jakie wybrane czynniki psychospołeczne przedsiębiorcy mają wpływ na rozwój jego firmy?
19. Czy właściciele przedsiębiorstw, które różnią się od siebie potencjałem rozwojowym, są różni pod względem psychospołecznym i demograficznym?
20. Jakie cechy psychospołeczne przedsiębiorcy pozostają w zależności z cechami określanymi jako przedsiębiorcze?
21. Czy deklarowana postawa etyczna właściciela firmy wpływa na poziom rozwoju przedsiębiorstwa?

Problem badawczy dotyczący małej przedsiębiorczości wymagał różnych działań w zakresie metody naukowej, jednak zakres badań jest zawężony do wybranych uwarunkowań i determinantów. Rozwiązanie postawionego problemu badawczego przyczynia się do postępu ogólnej wiedzy, a otrzymane wyniki mogą stać się przyczynkiem pogłębionych, kompleksowych badań.

5.1.1. Przyjęte hipotezy badawcze. Konstrukcja wskaźników zmiennych zależnych i niezależnych

Ustalenie problemu badawczego, wskazanie jego celów i jednostki analizy, to etapy procesu badawczego. Kolejnym krokiem jest budowa (przyjęcie) hipotez, będących pewnego rodzaju założeniem, na temat prawdziwości zjawiska, mimo braku pewności o posiadaniu racji. „Hipoteza jest naukowym przypuszczeniem o obecności (istnieniu) danego zjawiska bądź jego wielkości, częstotliwości, o jego stosunku do zjawisk innych, o związku zależności danych zjawisk od innych lub o związku pojęć bądź wielkości pojęciowych o znaczeniu ustalonym”¹⁸⁴. W badaniach empirycznych stosowane są hipotezy, które ujmują główne zagadnienia związane z jednostką analizy. Formułowane są w postaci twierdzenia odnoszącego się do generalnych tendencji wybranego zjawiska. Są również hipotezy budowane jako twierdzenia szczegółowe, które można weryfikować na bazie jakościowych bądź ilościowych danych zebranych w toku badań¹⁸⁵.

¹⁸⁴ Pieter J., *Ogólna metodologia...*, s. 82.

¹⁸⁵ Sołoma L., *Metody i techniki badań socjologicznych. Wybrane zagadnienia*, Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości, Olsztyn 1999, s. 17.

Cel niniejszej rozprawy doktorskiej był realizowany przez weryfikację następujących hipotez:

Hipoteza I. Determinanty wewnętrzne oraz struktury sieciowe w większym stopniu wpływają na rozwój małej przedsiębiorczości niż czynniki otoczenia.

Hipoteza II. Właściciele przedsiębiorstw o wyższych wskaźnikach rozwoju wyżej oceniają czynniki kapitału społecznego środowiska lokalnego niż pozostali przedsiębiorcy.

Hipoteza III. Rozwój małej przedsiębiorczości jest w większym stopniu uzależniony od czynników psychospołecznych przedsiębiorców niż od czynników ekonomicznych.

Hipoteza IV. Deklarowana postawa etyczna przedsiębiorcy pozostaje w zależności z poziomem rozwoju przedsiębiorstwa.

Hipoteza V. Firmy rozwijające się zarządzane są przez przedsiębiorców, którzy charakteryzują się cechami określanymi jako przedsiębiorcze.

Hipoteza VI. Przedsiębiorstwa o wyższych wskaźnikach rozwoju i przedsiębiorstwa o niższych wskaźnikach rozwoju różnią się od siebie typami psychospołecznymi zarządzających nimi właścicieli.

Hipoteza VII. Analiza zależności poszczególnych czynników ekonomicznych, społecznych i podmiotowych identyfikuje determinanty rozwoju przedsiębiorstwa.

Hipoteza VIII. Scharakteryzowanie MŚP rejonu częstochowskiego pozwala na określenie roli, jaką odgrywa mała przedsiębiorczość w swoim najbliższym środowisku społeczno – gospodarczym.

Hipoteza IX. Kapitał społeczny środowiska lokalnego sprzyja rozwojowi małej przedsiębiorczości.

W celu udzielenia odpowiedzi na pytania badawcze i dokonania weryfikacji hipotez konieczne było wyznaczenie zmiennych procesu badawczego oraz ich wskaźników, których nośnikami są jednostki analizy. Ustalenie zmiennych postępowania badawczego wyznacza kierunek tychże badań, czyli identyfikuje wymiar analizowanych procesów. Zmienne i odpowiadające im wartości (cechy) stanowią odpowiedniki pojęć, którymi posłużono się w badaniu. Wyszczególnienie wskaźników powstaje w procesie konceptualizacji, który oznacza dokładne określenie (nadaje znaczenie) badanym pojęciom. Wskaźnik „wskazuje” cechę przedmiotu czy też zjawiska.

W tabeli 3 przedstawiono wybrane czynniki mające wpływ na małą przedsiębiorczość, z podziałem na sferę ekonomiczną i społeczną oraz wymiar psychospołeczny przedsiębiorcy,

z których zostały wyodrębnione wskaźniki zmiennych zależnych i niezależnych¹⁸⁶.

Tabela 3. Wybrane do analiz badawczych determinanty małej przedsiębiorczości

Wybrane czynniki ekonomiczno – społeczne określające stan rozwoju przedsiębiorczości	
<i>czynniki ekonomiczne</i>	
<p>czynniki zewnętrzne:</p> <ul style="list-style-type: none"> - liczba i struktura przedsiębiorstw wg ich wielkości - warunki prowadzenia działalności gospodarczej w rejonie - możliwości dostawców lokalnych w zaspokajaniu potrzeb firm - trudności z założeniem firmy, działalnością i rozwojem, niezależne od przedsiębiorstwa - korzystanie z zewnętrznych źródeł finansowania 	<p>czynniki wewnętrzne:</p> <ul style="list-style-type: none"> - wiek firmy - wielkość przedsiębiorstwa (w liczbie zatrudnionych) - typ działalności - forma prawna - miejsce prowadzenia działalności (wieś, miasto) - zasięg prowadzonej działalności - źródło kapitału założycielskiego - kondycja finansowa - poziom technologii maszyn i urządzeń w skali branży - wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnej - planowanie strategiczne - tworzenie budżetu na cele badawczo – rozwojowe (B+R) - inwestycje przedsiębiorstw - korzystanie z patentów i licencji - problemy z bieżącą działalnością i rozwojem
<i>czynniki społeczno – ekonomiczne</i>	
<p>czynniki zewnętrzne:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ocena instytucji lokalnych (urzędów i władz) - udział firmy w życiu społecznym i gospodarczym środowiska lokalnego - opinie na temat środowiska lokalnego: <p>*ocena relacji firm tej samej branży, *ocena stosunku środowiska lokalnego do prowadzenia własnego businessu, *ocena przedsiębiorczości społeczności lokalnej *ocena trudności we współpracy z otoczeniem społeczno-gospodarczym</p>	<p>czynniki wewnętrzne:</p> <ul style="list-style-type: none"> - liczba wspólników - pierwszy założyciel przedsiębiorstwa - źródło rekrutacji pracowników - źródła informacji o rynku i znajomość konkurencji - kooperacja z innymi przedsiębiorstwami - współpraca z ośrodkami badawczo – rozwojowymi - współpraca z ośrodkami naukowymi, uczelnią - współpraca z instytucjami wspierającymi MŚP - zrzeszanie się przedsiębiorców w izbach gospodarczych, organizacjach przedsiębiorców lokalnych - potrzeba współpracy z otoczeniem

¹⁸⁶ Opracowano na podstawie literatury: Czternasty W., *Sfera realna i regulacyjna gospodarki w pobudzaniu małych przedsiębiorstw w Polsce po 1989 roku*, [w:] *Gospodarka wobec wyzwań globalnych. Nowoczesne zarządzanie przedsiębiorstwem*, Stankiewicz J. [red.], Wydawnictwo Uniwersytetu Zielonogórskiego, Zielona Góra 2003, s. 23; Frykowski M., *Zaufanie społeczne mieszkańców Łodzi*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2005; Kraśnicka T., *Koncepcja rozwoju przedsiębiorczości ekonomicznej i pozaekonomicznej*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Katowice 2002; Kołodziej S., *Psychologiczne uwarunkowania przedsiębiorczości*, Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej: Organizacja i Zarządzanie z. 22, Nr kol. 1635, 2004, s. 71; Kubik M., Maciejewski W., Morawski L., *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2000-2001*, PARP, Warszawa 2002; *Raport z badania „Wskaźniki innowacyjności przedsiębiorstw w Polsce”*, przeprowadzonego przez Ipsos-Demoskop w 2001 roku na zlecenie PARP, Warszawa 2001, <http://www.parp.gov.pl/innowacje.php>, Żołąński A., *Innowacyjność polskich mikroprzedsiębiorstw*, PARP, Warszawa 2005.

c.d. Tabeli 3

Wybrane czynniki psychospoleczne przedsiębiorcy wpływające na rozwój przedsiębiorczości
<ul style="list-style-type: none"> - płeć, wiek, wykształcenie - wcześniejsze doświadczenia zawodowe - inne miejsca pracy - doświadczenia prowadzenia własnej działalności w najbliższym otoczeniu - motywacja podjęcia działalności gospodarczej - postawa dotycząca etyki w prowadzeniu działalności (działania nieetyczne u siebie i innych) - „przywiązanie” przedsiębiorcy do firmy - cele i dążenia - pogląd na sukces - umiejscowienie kontroli (percepcja własnego wpływu na zewnętrzne warunki działania) - gotowość do podejmowania ryzyka - postrzeganie siebie jako osoby przedsiębiorczej

Zródło: Opracowanie własne.

Dla weryfikacji pierwszych pięciu hipotez wyznaczono zmienne i ich wskaźniki, które zaprezentowano w poniższych tabelach.

Hipoteza I. Determinanty wewnętrzne oraz struktury sieciowe w większym stopniu wpływają na rozwój małej przedsiębiorczości niż czynniki otoczenia.

Tabela 4 Zmienne i ich wskaźniki określone dla hipotezy: „Determinanty wewnętrzne oraz struktury sieciowe w większym stopniu wpływają na rozwój małej przedsiębiorczości niż czynniki otoczenia.”

<i>Zmienne niezależne</i>	
wewnętrzne determinanty działalności	<ul style="list-style-type: none"> - wiek firmy - wielkość przedsiębiorstwa (w liczbie zatrudnionych) - typ działalności - forma prawna - liczba wspólników - wiek przedsiębiorcy - płeć przedsiębiorcy - wykształcenie
struktury sieciowe przedsiębiorstwa	<ul style="list-style-type: none"> - współpraca z instytucjami badawczo – rozwojowymi, wyższą uczelnią - współpraca z ośrodkami doradczymi wspierającymi przedsiębiorczość - kooperacja z innymi przedsiębiorstwami na podstawie umowy prawnej - współpraca nieformalna z innymi przedsiębiorstwami - zrzeszanie się przedsiębiorców
otoczenie społeczno – gospodarcze	<ul style="list-style-type: none"> - miejsce prowadzenia działalności (wieś, miasto) - zewnętrzne źródła finansowania inwestycji - znajomość konkurencji - relacje firm tej samej branży - warunki prowadzenia działalności gospodarczej w rejonie częstochowskim - możliwości dostawców lokalnych w zaspokajaniu potrzeb firmy

c.d. Tabeli 4

<i>zmienna zależna</i>	
stan rozwoju przedsiębiorstwa	<ul style="list-style-type: none"> - zasięg geograficzny prowadzonej działalności - poziom technologii maszyn i urządzeń w skali branży - wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnej (ICT) - kondycja finansowa - prowadzone inwestycje - planowanie inwestycji - korzystanie z odpłatnych (zewnętrznych) patentów i licencji - własne, stworzone w firmie patenty, opracowane licencje, know-how - tworzenie budżetu na cele badawczo – rozwojowe

Źródło: Opracowanie własne.

Hipoteza II. Właściciele przedsiębiorstw o wyższych wskaźnikach rozwoju wyżej oceniają czynniki kapitału społecznego środowiska lokalnego niż pozostali przedsiębiorcy.

Tabela 5. Zmienne i ich wskaźniki określone dla hipotezy: „Właściciele przedsiębiorstw o wyższych wskaźnikach rozwoju wyżej oceniają czynniki kapitału społecznego środowiska lokalnego niż pozostali przedsiębiorcy.”

<i>zmienna zależna</i>	
stan rozwoju przedsiębiorstwa	<ul style="list-style-type: none"> - zasięg geograficzny prowadzonej działalności - poziom technologii maszyn i urządzeń w skali branży - wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnej (ICT) - kondycja finansowa - rozpoczęte inwestycje - prowadzone inwestycje - korzystanie z odpłatnych (zewnętrznych) patentów i licencji - własne, stworzone w firmie patenty, opracowane licencje, know-how - tworzenie budżetu na cele badawczo – rozwojowe
<i>zmienne niezależne</i>	
struktury sieciowe przedsiębiorstwa	<ul style="list-style-type: none"> - współpraca z instytucjami badawczo – rozwojowymi, wyższą uczelnią - współpraca z ośrodkami doradczymi wspierającymi przedsiębiorczość - kooperacja z innymi przedsiębiorstwami na podstawie umowy prawnej - współpraca nieformalna z innymi przedsiębiorstwami - zrzeszanie się przedsiębiorców
ocena relacji z otoczeniem	<ul style="list-style-type: none"> - potrzeba współpracy z otoczeniem - relacje firm tej samej branży - ocena relacji przedsiębiorstw z urzędami i władzami lokalnymi - ocena działań władz lokalnych na rzecz wspierania lokalnych przedsiębiorstw - ocena stosunku społeczności lokalnej do prywatnego biznesu - udział firmy w życiu społecznym i gospodarczym środowiska lokalnego - ocena warunków prowadzenia działalności gospodarczej w rejonie

Źródło: Opracowanie własne.

Hipoteza III. Rozwój małej przedsiębiorczości jest w większym stopniu uzależniony od czynników psychospołecznych przedsiębiorców niż od czynników ekonomicznych.

Tabela 6. Zmienne i ich wskaźniki określone dla hipotezy: „Rozwój małej przedsiębiorczości jest w większym stopniu uzależniony od czynników psychospołecznych przedsiębiorców niż od czynników ekonomicznych.”

<i>zmienna zależna</i>	
stan rozwoju przedsiębiorstwa	<ul style="list-style-type: none"> - zasięg geograficzny prowadzonej działalności - poziom technologii maszyn i urządzeń w skali branży - wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnej (ICT) - kondycja finansowa - prowadzone inwestycje - planowanie inwestycji - korzystanie z odpłatnych (zewnętrznych) patentów i licencji - własne, stworzone w firmie patenty, opracowane licencje, know-how - tworzenie budżetu na cele badawczo – rozwojowe
<i>zmienne niezależne</i>	
cechy psychospołeczne i demograficzne przedsiębiorcy	<ul style="list-style-type: none"> - płeć, wiek, wykształcenie - tradycje rodzinne - wcześniejsze doświadczenia zawodowe (pierwsze czy kolejne miejsca pracy) - stosunek przedsiębiorcy do prowadzonej firmy - umiejscowienie kontroli (percepcja własnego wpływu na warunki zewnętrzne) - gotowość do podejmowania ryzyka - postrzeganie siebie jako osoby przedsiębiorczej
uwarunkowania ekonomiczne przedsiębiorstwa	<ul style="list-style-type: none"> - wiek firmy - wielkość przedsiębiorstwa (w liczbie zatrudnionych) - typ działalności (branża) - forma prawna

Zródło: Opracowanie własne.

Hipoteza IV. Deklarowana postawa etyczna przedsiębiorcy pozostaje w zależności z poziomem rozwoju przedsiębiorstwa.

Tabela 7. Zmienne i ich wskaźniki określone dla hipotezy: „Deklarowana postawa etyczna przedsiębiorcy pozostaje w zależności z poziomem rozwoju przedsiębiorstwa.”

<i>zmienna niezależna</i>	
deklarowana postawa etyczna przedsiębiorcy	<ul style="list-style-type: none"> - stosunek przedsiębiorcy do własnych zachowań nieetycznych - stosunek przedsiębiorcy do działań nielegalnych - nielegalne działania w historii przedsiębiorstwa - stosunek przedsiębiorcy do zachowań nieetycznych innych przedsiębiorców
<i>zmienna zależna</i>	
stan rozwoju przedsiębiorstwa	<ul style="list-style-type: none"> - zasięg geograficzny prowadzonej działalności - poziom technologii maszyn i urządzeń w skali branży - wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnej (ICT) - kondycja finansowa - prowadzone inwestycje - planowanie inwestycji - korzystanie z odpłatnych (zewnętrznych) patentów i licencji - własne, stworzone w firmie patenty, opracowane licencje, know-how - tworzenie budżetu na cele badawczo – rozwojowe

Zródło: Opracowanie własne.

Hipoteza V. Firmy rozwijające się zarządzane są przez przedsiębiorców, którzy charakteryzują się cechami określanymi jako przedsiębiorcze.

Tabela 8. Zmienne i ich wskaźniki określone dla hipotezy: „Firmy rozwijające się zarządzane są przez przedsiębiorców, którzy charakteryzują się cechami określanymi jako przedsiębiorcze.”

<i>zmienna zależna</i>	
stan rozwoju przedsiębiorstwa	<ul style="list-style-type: none"> - zasięg geograficzny prowadzonej działalności - poziom technologii maszyn i urządzeń w skali branży - wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnej (ICT) - kondycja finansowa - prowadzone inwestycje - planowanie inwestycji - korzystanie z odpłatnych (zewnętrznych) patentów i licencji - własne, stworzone w firmie patenty, opracowane licencje, know-how - tworzenie budżetu na cele badawczo – rozwojowe
<i>zmienne niezależne</i>	
cechy właściciela określane mianem przedsiębiorczych	<ul style="list-style-type: none"> - cel przyświecający osobie prowadzącej własną działalność - emocjonalne zaangażowanie we własną firmę - stosunek do ryzyka rynkowego - umiejscowienie kontroli - postrzeganie siebie jako osobę przedsiębiorczą

Źródło: Opracowanie własne.

Weryfikacja części hipotez była przeprowadzana na bazie testów statystycznych sprawdzających zależność wybranych wskaźników ze stanem rozwoju przedsiębiorstwa, które były określone dla przedstawionych w tabelach zmiennych. Bądź też ich opisowy charakter nie wymagał analiz statystycznych. Dotyczyło to następujących hipotez:

VI. Analiza zależności poszczególnych czynników ekonomicznych, społecznych i podmiotowych identyfikuje determinanty rozwoju przedsiębiorstwa.

VII. Scharakteryzowanie MŚP rejonu częstochowskiego pozwala na określenie roli, jaką odgrywa mała przedsiębiorczość w swoim najbliższym środowisku społeczno – gospodarczym.

VIII. Kapitał społeczny środowiska lokalnego sprzyja rozwojowi małej przedsiębiorczości

IX. Przedsiębiorstwa o wyższych wskaźnikach rozwoju i przedsiębiorstwa o niższych wskaźnikach rozwoju różnią się od siebie typami psychospołecznymi zarządzających nimi właścicieli.

Przedstawienie zmiennych i określenie szczegółowych wskaźników było podstawą przeprowadzenia dowodu postawionych hipotez badawczych. Nazwanie zmiennych według przyczyn i skutków jako zależne i niezależne jest umowne. Wynika z konstrukcji hipotez. Określenie kierunku zależności nie wpływa na przyjęte procedury statystyczne, które zostały

zastosowane do weryfikacji hipotez. Szczegółowy opis zastosowanych testów statystycznych znajduje się w dalszej części opracowania.

Metody i techniki będące źródłem pozyskania danych niezbędnych do analizy badawczej hipotez charakteryzuje następny rozdział.

5.2. Wykorzystane metody i techniki badawcze

Rozprawa doktorska ma charakter teoretyczno-empiryczny. Teoretyczna analiza problematyki została przeprowadzona z wykorzystaniem krajowych i zagranicznych publikacji książkowych, artykułów publikowanych w naukowych periodykach oraz innych wydawnictwach. Teoretyczny charakter pracy narzucił stosowanie metod opisowych, analizy jakościowo-statystycznej oraz porównawczej. Część empiryczna pracy opierała się na badaniach sondażowych, będących odpowiednią metodą, gdy celem jest opis i wyjaśnienie zjawisk w dużej liczebnie populacji. Metoda sondażu polega na wykorzystaniu kwestionariusza, który gwarantuje zastosowanie dokładnie takiej samej techniki badawczej w stosunku do każdego respondenta. Podjęte działania kwalifikowane są również jako metoda terenowa.

Techniki badawcze są narzędziami, środkami, umiejętnościami stosowanymi w metodach badań empirycznych. Narzędziem badawczym był standaryzowany kwestionariusz do samodzielnego wypełniania, zawierający pytania zamknięte oraz półotwarte. Forma pytań kwestionariusza zawierała zarówno pytania jak i stwierdzenia. Część pytań kwestionariuszowych zawierała odpowiedzi w skali Likerta (technika skalowania Likerta), za pomocą której możliwe jest określenie względnej intensywności różnych odpowiedzi¹⁸⁷. W pytaniach wykorzystano ustalone warianty odpowiedzi. Forma ustalonych i podanych warunków pozwala na wiarygodną i szybką analizę zebranego materiału. Pytania zamknięte często stosowane w badaniach sondażowych cechuje jednolitość oraz łatwość opracowania¹⁸⁸. Konstruując pytania zamknięte, brano pod uwagę ich poprawność teoretyczną, logiczną i merytoryczną. Poprawność teoretyczna polega na tym, by lista pytań i przygotowanej kafeterii odpowiedzi była adekwatna do podejmowanych problemów postawionych w hipotezach badawczych. Poprawność logiczna jest związana z rozłącznością zakresów proponowanych odpowiedzi. Natomiast poprawność merytoryczna odnosi się do

¹⁸⁷ Babbie E., *Badania społeczne w praktyce*, PWN, Warszawa 2004, s. 192.

¹⁸⁸ Churchill G.A., *Badania marketingowe*, PWN, Warszawa 2002, s. 309.

zgodności pomiędzy listą proponowanych respondentowi odpowiedzi a odpowiedziami, które mogłyby wystąpić wśród wszystkich badanych w rzeczywistości ¹⁸⁹. Część pytań kwestionariusza to pytania warunkujące (filtrujące), czyli takie które dotyczą kwestii przeznaczonych tylko dla części respondentów. Pytanie warunkowe jest zadawane i udzielana jest na nie odpowiedź, jeśli uzyskana została określona odpowiedź na pierwsze pytanie tej serii. W jednym przypadku zastosowano pytanie tabelaryczne, gdzie zastosowanie tej formy pozwoliło zadać trzy pytania, mające taki sam zestaw kategorii odpowiedzi ¹⁹⁰.

Ankieta zawierała 68 pytań z zastosowaniem podziału na części problemowe. Uzyskane dane miały w większości formę jakościową. Tematy poszczególnych rozdziałów ankiety prezentuje poniższa tabela pt: „Struktura ankiety”.

Wybrano metodę dystrybucji ankiet przez bezpośrednie dostarczanie. Założono, że bezpośredni kontakt z badaczem (w roli ankietera) zmniejszy problem zwrotów, które są niskie w przypadku dystrybucji wysyłkowej pocztą lub email.

Tabela 9. Struktura ankiety

Część I Przedsiębiorstwo – informacje podstawowe
Część II Rozwój i innowacyjność przedsiębiorstwa
Część III Klimat współpracy
Część IV Otoczenie społeczno – gospodarcze przedsiębiorstwa
Część V Przedsiębiorca – właściciel
Metryczka

Źródło: Opracowanie własne.

Zebrany metodą sondażu materiał empiryczny dostarczył informacji na temat stanu i funkcjonowania przedsiębiorstw w ich wymiarze ekonomicznym i społecznym, pozwalając na diagnozę małej przedsiębiorczości. Zawarte w ankiecie pytania objęły następujące tematy:

- podstawowe informacje o przedsiębiorstwie, tj. roku założenia, branży, formie prawnej, wielkości, liczbie wspólników itp.;
- stopień rozwoju i innowacyjności przedsiębiorstwa;
- poziom współpracy oraz klimatu przedsiębiorczości w środowisku społecznym i gospodarczym;
- psychospołeczne cechy przedsiębiorców.

¹⁸⁹ Gruszczyński L.A., *Kwestionariusze w socjologii*,. Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 1999, s. 34.

¹⁹⁰ Babbie E., *Badania społeczne...*, s. 277-279.

Część badanych (41%) wyrażała chęć wypełnienia kwestionariusza w obecności ankietera, co umożliwiło przeprowadzenie rozmowy. Zakres tematyczny dotyczył wtedy bezpośrednio zagadnień zawartych w ankiecie, jednak przeprowadzenie rozmowy pozwoliło na poznanie szerszej opinii przedsiębiorców i głębszego zrozumienia badanego środowiska przez badacza. Zaletą bezpośredniej konwersacji jest możliwość obserwacji respondenta, jego reakcji oraz sposobność do określenia jego motywów, potrzeb, aspiracji i poglądów, poznania szerszej opinii na wybrane problemy.

Do uzupełnienia materiału badawczego została przeprowadzona analiza materiałów źródłowych uzyskanych z Urzędów Skarbowych w Częstochowie (MF-9Ps sprawozdania o kontrolach i czynnościach sprawdzających, raporty zbiorcze na podstawie danych szczegółowych z deklaracji PIT).

5.3. Dobór próby badawczej. Test losowości próby

Teren badań obejmował miasto Częstochowę będące powiatem grodzkim i powiat częstochowski do którego należą miasta: Blachownia, Koniecpol oraz gminy: Dąbrowa Zielona, Janów, Kamienica Polska, Kłomnice, Konopiska, Kruszyna, Lelów, Mstów, Mykanów, Olsztyn, Poczesna, Przyrów, Rędziny, Starcza¹⁹¹. Zgodnie z przyjętym podziałem administracyjnym i odpowiadającym mu podziałem statystycznym, Częstochowa i powiat częstochowski wchodzi w skład podregionu częstochowskiego do którego należy również powiat kłobucki, nie objęty badaniem. Podregion częstochowski wraz z podregionami: centralnym śląskim, rybnicko - jastrzębskim oraz bielskim jest natomiast częścią regionu śląskiego (województwa śląskiego). Ustawa z dnia 24 lipca 1998 roku określa trójstopniowy podział terytorialny państwa, którego jednostkami są gminy, powiaty i województwa¹⁹². Ponieważ teren badań w podziale statystycznym nie stanowi odrębnej jednostki (jest częścią podregionu częstochowskiego), dla potrzeb opracowania określono go mianem rejonu częstochowskiego. Pojęcie to nie może być jednak identyfikowane z rejonem statystycznym, ponieważ nie spełnia warunków określonych w Nomenklaturze Jednostek Terytorialnych do Celów Statystycznych (NTS). Rejon statystyczny jest bowiem jednostką przestrzenną agregacji danych statystycznych, złożoną z kilku, nie więcej niż dziewięciu, obwodów

¹⁹¹ Statut powiatu częstochowskiego, Rozdział 1, § 1.

¹⁹² Ustawa z dnia 24 lipca 1998 r. o wprowadzeniu zasadniczego trójstopniowego podziału terytorialnego państwa, Dz. U. Nr 96 poz. 603.

spisowych. Kryterium wielkości rejonu statystycznego jest liczba mieszkań i ludności wynosząca nie więcej niż 2700 osób i 999 mieszkań. Podział na rejon statystyczny jest zawsze dostosowany do granic jednostek podziału terytorialnego oraz spójny z granicami obrębów stosowanych w ewidencji gruntów i budynków, a na wsi z zasięgiem miejscowości. W skład jednego rejonu statystycznego może wchodzić jedna lub więcej całych miejscowości lub część miejscowości, natomiast nie może on stanowić połączenia całej (całych) miejscowości z częścią (częściami) innej (innych) miejscowości. Przy określaniu granic rejonów statystycznych dodatkowo uwzględnia się miejscowe warunki ukształtowania terenu (np. jeziora, bagna, nierówności, charakter zabudowy, warunki dojścia i dojazdu do poszczególnych zabudowań mieszkalnych)¹⁹³. Zatem określenie „rejon częstochowski” jest umowne, zastosowane dla potrzeb dysertacji. Pojęcie rejonu jest znanym na świecie określeniem odnoszącym się do jednostek podziału administracyjnego. W powszechnym rozumieniu oznacza obwód, okręg, region, okolicę, która różni się ekonomicznie, przyrodniczo, kulturowo, od innych.

Przedmiotem analizy w badaniu byli samozatrudnieni, przedsiębiorstwa mikro zatrudniające do 10 pracowników oraz małe i średnie. Wskaźnikami doboru jednostek analizy był sektor prywatny, miejsce prowadzenia działalności (rejon częstochowski: Częstochowa i powiat częstochowski) oraz wielkość przedsiębiorstw określona wielkością zatrudnienia. Respondentami byli właściciele zarządzający swoimi przedsiębiorstwami. Ankietowani prowadzący więcej niż jedną działalność gospodarczą, charakteryzowali tylko jedną z nich.

Badanie małej przedsiębiorczości rejonu zostało zrealizowane na części populacji. Głównym powodem ograniczenia badanej zbiorowości był koszt i czasochłonność przedsięwzięcia. Istotną trudnością było również uzyskanie danych na temat populacji generalnej. Populacją generalną, były tu aktywne przedsiębiorstwa prowadzące działalność w Częstochowie i powiecie częstochowskim. Zarówno Urzędy Statystyczne jak i Urząd Miasta czy Urząd Powiatowy nie dysponowały danymi na temat rzeczywistego stanu działających (aktywnych) firm. Powodami braku tych informacji były:

- brak konsekwencji przedsiębiorców w dostarczaniu informacji, na przykład odnośnie zaprzestania działalności;
- ulegające zmianom formy sprawozdawczości dotyczące podmiotów gospodarczych;

¹⁹³ Rozporządzenie Rady Ministrów z dn. 15.12.1998 r. w sprawie szczegółowych zasad prowadzenia, stosowania i udostępniania krajowego rejestru urzędowego podziału terytorialnego kraju oraz związanych z tym obowiązków organów administracji rządowej i jednostek samorządu terytorialnego, Rozdział 2, Szczegółowe zasady prowadzenia rejestru terytorialnego, § 6.1. Dz. U. 1998 nr 157 poz. 1031.

- świadome oszustwa przedsiębiorców, np.: prowadzenie działalności w szarej strefie.

Za najbardziej wiarygodne źródło liczby przedsiębiorstw w rejonie uznano dokumenty Urzędu Skarbowego. Dane dotyczące zbiorowości zostały wygenerowane z corocznych deklaracji PIT (lata 1998 -2001) oraz MF-9Ps sprawozdań o kontrolach i czynnościach sprawdzających (lata 2002-2007).

Schemat postępowania zawierał następujące cechy losowania:

- zależność;
- indywidualność;
- jednostopniowość;
- systematyczność.

Losowanie przedsiębiorstw do badania było zależne, ponieważ raz wylosowana firma nie była zwracana do populacji, poddanej dalszemu losowaniu. Poszczególne elementy populacji były wybierane pojedynczo, dlatego też było to tzw. losowanie indywidualne, a nie grupowe (zespołowe). Losowanie było jednostopniowe, gdyż zastosowano tylko jedno stadium losowania: losowanie bezpośrednie (od razu) z operatu losowania. Schemat losowania był systematyczny, ponieważ polegał na włączaniu do próby co kolejny, wyznaczony element populacji¹⁹⁴.

Losowano co 30 pozycję z listy przedsiębiorstw. Tak uzyskano pulę 300 jednostek badawczych, które pogrupowano według rozmieszczenia w przestrzeni i odrzucono te, co do których istniała realna trudność bezpośredniego dotarcia. Dotyczyło to 17 firm. Zatem otrzymano w drodze losowania 283 firmy różnych branż, co do których nie posiadano informacji czy mieszczą się w przyjętym kryterium wielkości przedsiębiorstwa poniżej 250 zatrudnionych oraz czy należą do sektora prywatnego. W projekcje badania założono, że próba wyniesie 200 przedsiębiorstw. Licząc się z dużym prawdopodobieństwem odmowy udziału w badaniu oraz nie spełnienia kryterium wielkości, przyjęto liczniejszą od założenia próbę wyjściową. Podjęto również decyzję, że z uwagi na wielkość ankiety, będzie ona dostarczana bezpośrednio do właściciela firmy. Osobisty kontakt rzadziej powoduje reakcję odmowną na propozycję przeprowadzenia badania. Jednocześnie, stwarza się możliwość przeprowadzenia wywiadu swobodnego, którego zastosowanie było w założeniu badania. Badanie zostało poprzedzone pilotażem przeprowadzonym na 10 respondentach w celu weryfikacji przydatności narzędzia badawczego.

¹⁹⁴ Sobczyk M., *Statystyka*, wydanie IV, PWN, Warszawa 2005, s. 128-130.

Badanie ankietowe rozpoczęto 09.10.2007 roku. Właściciele części wybranych w losowaniu firm odmówili wzięcia udziału w badaniu (26,3%). W sytuacji odmowy, ankieter docierał do właścicieli firm, które nie znalazły się w wylosowanej próbie, ale miały swoją siedzibę w pobliżu zidentyfikowanych jednostek statystycznych. (Znalazły się w przestrzeni działań ankietera.) Trzy wylosowane przedsiębiorstwa nie spełniły kryterium wielkości. Wszystkie firmy należały do sektora prywatnego.

Właściciele przedsiębiorstw często odkładali wypełnienie ankiety w czasie, ustalając jej odbiór w innym terminie. Wypełnienie ankiety w obecności ankietera z jednoczesnym prowadzeniem rozmowy objęło 37% respondentów. Badanie terenowe zakończono w lutym 2008 roku. Z 200 wypełnionych ankiet odrzucono 2, nie spełniające warunków przydatności do analizy.

Dla przeprowadzenia dowodu reprezentatywności próby badawczej zastosowano test serii losowości próby, którego procedura zawiera niżej opisane postępowanie.

Z populacji generalnej o dowolnym rozkładzie pobrano w pewien określony sposób próbę n elementów, następnie sprawdzono hipotezę zerową:

H_0 : próba ma charakter losowy,

wobec hipotezy alternatywnej

H_1 : próba nie ma charakteru losowego,

Weryfikacja hipotezy H_0 jest następująca:

- a) wyznaczenie mediany z próby,
- b) przyporządkowanie każdemu elementowi próby x_i , według kolejności pobierania elementów do badania, symbolu a , jeżeli $x_i < Me$, bądź symbolu b , jeżeli $x_i > Me$, wynik $x_i = Me$ można pominąć,
- c) wyznaczenie ogólnej liczby serii k , gdzie seria to każdy podciąg ciągu złożonego z elementów a i b mający tę własność, że wszystkie kolejno następujące po sobie elementy tego podciągu są tego samego typu¹⁹⁵,
- d) przy założeniu prawdziwości hipotezy zerowej liczba serii k ma znany i stabilizowany rozkład.

¹⁹⁵ Pawłowski Z., *Statystyka matematyczna*, PWN, Warszawa 1976, s. 237.

- e) obszar odrzucenia jest dwustronny. Z tablic rozkładu liczby serii dla ustalonego z góry poziomu istotności α oraz n_1 i n_2 (liczebności a i b), odczytujemy takie wartości krytyczne k_1 i k_2 , aby zachodziły relacje $P(k \leq k_1) = \frac{\alpha}{2}$ i $P(k \leq k_2) = 1 - \frac{\alpha}{2}$,
- f) jeżeli $k \leq k_1$ lub $k \geq k_2$ to hipotezę o losowości próby odrzucamy, natomiast gdy $k_1 < k < k_2$ to nie ma podstaw do odrzucenia hipotezy o losowości próby¹⁹⁶.

W przypadku gdy próba jest duża, tzn. $n_1 > 20$ lub $n_2 > 20$, nie można posłużyć się w/w tablicami, ponieważ wraz ze wzrostem liczby n_1 i n_2 rozkład liczby serii k dąży do rozkładu normalnego¹⁹⁷. Wartość statystyki testowej Z ma postać:

$$Z = \frac{k - \left(\frac{2n_1n_2}{n_1 + n_2} + 1 \right)}{\sqrt{\frac{2n_1n_2(2n_1n_2 - n_1 - n_2)}{(n_1 + n_2)^2(n_1 + n_2 - 1)}}}$$

Z tablicy rozkładu normalnego $N(0,1)$ wyznacza się wartość krytyczną u_α , aby dla z góry określonego poziomu istotności α zachodziła następująca relacja: $P(|Z| \geq u_\alpha) = \alpha$. Jeżeli wartość statystyki U z próby jest taka, że $|Z| \geq u_\alpha$, to hipotezę H_0 odrzucamy, natomiast gdy $|Z| < u_\alpha$, to nie ma podstaw do odrzucenia hipotezy H_0 .

Hipotezy statystyczne zapisano w postaci:

H_0 : próba właścicieli małej przedsiębiorczości rejonu częstochowskiego ma charakter losowy,

wobec hipotezy alternatywnej:

H_1 : próba właścicieli małej przedsiębiorczości rejonu częstochowskiego nie ma charakteru losowego,

Wartość empiryczna statystyki Z obliczona zgodnie ze wzorem wyniosła -0,82. Ponieważ dla poziomu istotności $\alpha = 0,05$ wartość krytyczna u_α dla dwustronnego testu, odczytana z tablicy rozkładu normalnego wynosi 1,96, zatem: $|-0,82| < 1,96$, toteż nie ma podstaw do odrzucenia hipotezy H_0 , że próba ma charakter losowy.

¹⁹⁶ Domański Cz., *Statystyczne testy nieparametryczne*, PWE, Warszawa 1990, s. 62.

¹⁹⁷ Steczkowski J., Zeliaś A., *Metody statystyczne w badaniach zjawisk jakościowych*, AE, Kraków 1997, s. 159.

Udowodnienie hipotezy, że próba właścicieli małej przedsiębiorczości rejonu częstochowskiego ma charakter losowy, uprawnia do wysuwania wniosków na populację generalną.

5.4. Sposób i forma prezentacji zebranego materiału empirycznego

Materiał empiryczny pozyskany z przeprowadzonych ankiet poddano analizie jakościowej i ilościowej z wykorzystaniem programu statystycznego SPSS.

W pierwszej kolejności dane zostały zakodowane metodą 0-1 niezależnie od ich typu. Dalszym krokiem było ich uporządkowanie i przygotowanie do analizy, co oznaczało przekodowanie danych dla skal porządkowych i nominalnych z formatu 0-1. Uporządkowany materiał poddano następującej analizie:

- frekwencji odpowiedzi z podziałem na procent poprawnych odpowiedzi jak i procent wszystkich odpowiedzi;
- utworzenie zmiennych zagregowanych zgodnie z założeniami teoretycznymi np.: „przedsiębiorstwo rozwojowe”;
- frekwencji dla pytań wielokrotnego wyboru;
- tabel krzyżowych ze względu na rozkład frekwencji jak i udział procentowy poszczególnych kategorii;
- związku pomiędzy zmiennymi z wykorzystaniem testu niezależności chi-kwadrat;
- siły związku z zastosowaniem C-Pearsona;
- przeprowadzono test dla dwóch średnich.

Przeprowadzone procedury statystyczne pozwoliły na weryfikację przyjętych hipotez.

Celem testu chi-kwadrat χ^2 jest zweryfikowanie hipotezy o niezależności dwóch zmiennych [X, Y]. Zmienne X i Y są niezależne dla hipotezy zerowej, wobec hipotezy alternatywnej głoszącej, że zmienne X i Y nie są niezależne.

Przyjęta hipoteza, która zostaje poddana weryfikacji, jest hipotezą zerową (H_0), a każda dopuszczalna hipoteza, poza H_0 jest to tzw. hipoteza alternatywna (H_1). Hipoteza alternatywna to hipoteza, która jest przyjmowana w przypadku odrzucenia hipotezy zerowej. Odrzucenie lub przyjęcie założonych hipotez w teście statystycznym opiera się na procedurze

testu statystycznego (regułach postępowania). Budowa testu polega na przyjęciu hipotezy zerowej, lub jej odrzuceniu, czyli przyjęciu hipotezy alternatywnej (H_1)¹⁹⁸.

Test niezależności χ^2 służy do wnioskowania o związku między cechami, które nie muszą być mierzalne. Rozważamy populację generalną z punktu widzenia dwóch zmiennych X i Y . Losujemy niezależnie dużą próbę o liczebności n elementów. Weryfikujemy hipotezę, że obie cechy są niezależne:

$$H_0 : P(X = x_i, Y = y_j) = P(X = x_i) \cdot P(Y = y_j),$$

wobec hipotezy alternatywnej, że obie cechy są zależne:

$$H_1 : P(X = x_i, Y = y_j) \neq P(X = x_i) \cdot P(Y = y_j),$$

gdzie x_i, y_j są wartościami badanych cech X i Y ¹⁹⁹.

Weryfikowanie hipotezy H_0 jest następujące:

1. Wyniki obserwacji należy pogrupować w tablicy niezależności o w wierszach i k kolumnach. W boczku tablicy umieszcza się w grup wartości cechy X , a w główce tablicy k grup cechy Y . Wnętrze tablicy wypełnia się liczebnościami n_{ij} ($i=1,2,\dots,w, j=1,2,\dots,k$), co oznacza ile elementów w próbie miało wartości obu cech.

2. Sumując wiersze i kolumny otrzymuje się liczebności brzegowe, które oznacza się jako $n_{i\cdot}$ oraz $n_{\cdot j}$. Na podstawie liczebności brzegowych tablicy niezależności oblicza się liczebności teoretyczne dla każdej kombinacji (i,j) cech X i Y , według wzoru:

$$\hat{n}_{ij} = np_{ij} = n \left(\frac{n_{i\cdot}}{n} \cdot \frac{n_{\cdot j}}{n} \right) = n(w_{i\cdot} \cdot w_{\cdot j}),$$

3. Statystyka testowa w teście niezależności chi-kwadrat ma postać²⁰⁰:

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^w \sum_{j=1}^k \frac{(n_{ij} - \hat{n}_{ij})^2}{\hat{n}_{ij}}$$

w - wiersze (wariant cechy zmiennej X)

k - kolumny (wariant cechy zmiennej Y)

¹⁹⁸ Bedyńska S., Brzezicka A. [red.], *Statystyczny drogowskaz. Praktyczny poradnik analizy danych w naukach społecznych na przykładach z psychologii*, Academica wydawnictwo SWPS, Warszawa 2007, s. 205.

¹⁹⁹ Sobczyk M., *Statystyka*, PWN, Warszawa 2007, s. 131.

²⁰⁰ Kot S.M., Jakubowski J., Sokołowski A., *Statystyka. Podręcznik dla studiów ekonomicznych*, Difin, Warszawa 2007, s. 294.

3. Obszar krytyczny (prawostronny) tego testu jest określony przez nierówność $\chi^2 \geq \chi_\alpha^2$, gdzie χ_α^2 - to wartość krytyczna odczytana z tablicy rozkładu χ^2 dla liczby stopni swobody $df=(w-1)(k-1)$ oraz dla ustalonego z góry poziomu istotności α tak, aby zachodziła relacja $P(\chi^2 \geq \chi_\alpha^2) = \alpha$.

4. Jeżeli wartość statystyki χ^2 z próby jest taka, że $\chi^2 \geq \chi_\alpha^2$, oznacza to, że hipotezę H_0 o niezależności badanych cech należy odrzucić, co oznacza ich zależność. Gdy $\chi^2 < \chi_\alpha^2$, to nie ma podstaw do odrzucenia hipotezy o niezależności badanych cech.

Na podstawie statystyki chi-kwadrat została określona unormowana miara siły zależności cech zwana współczynnikiem C-Pearsona. C_p obliczany jest ze wzoru:

$$C_p = \sqrt{\frac{\chi^2}{\chi^2 + n}}$$

C_p przyjmuje wartości z przedziału $0 \leq C_p \leq 1$. $C_p = 0$ oznacza, że cechy są niezależne, $C_p = 1$, gdy liczba pól w tablicy zmierza do nieskończoności. Wartość górna współczynnika zależy od wymiarów tablicy niezależności. W związku z tym obliczoną wartość C_p odnosi się w stosunku do jej maksymalnej wartości C_{\max} , zależnej od wymiarów tablicy. W przypadku tablic kwadratowych ($r = s$) C_{\max} wyznacza się jako:

$$C_{\max} = \sqrt{\frac{r-1}{r}}$$

Dla tablic prostokątnych ($r \neq s$):

$$C_{\max} = \frac{\sqrt{\frac{r-1}{r}} + \sqrt{\frac{s-1}{s}}}{2}$$

Skorygowana wartość współczynnika C_{kor} :

$$C_{kor} = \frac{C_p}{C_{\max}}$$

Do oceny siły zależności przyjęto następujące umowne przedziały:

- 0 – 0,30 zależność słaba,
- 0,30 – 0,60 zależność umiarkowana,
- 0,60 – 1 zależność silna.

Badanie objęło głównie niemierzalne właściwości obiektów statystycznych. Zastosowane miary związków oraz siły zależności stochastycznej cech ma swoje uzasadnienie w analizie cech niemierzalnych.

W praktycznych zastosowaniach statystyki może zachodzić potrzeba sprawdzenia hipotez dotyczących równości wartości średnich w dwóch populacjach normalnych. Szczególne znaczenie w tym względzie mają testy statystyczne, które na podstawie wyników dwóch prób losowych pozwalają ocenić istotność różnic pomiędzy parametrami lub rozkładami w populacjach, z których pochodzą próby. Z tego też względu w praktyce stosuje się test dla dwóch średnich. Procedura postępowania w tym teście jest następująca²⁰¹.

Badamy dwie populacje o dowolnych rozkładach badanej cechy i o skończonych, nieznanach wariancjach σ_1^2 i σ_2^2 . Z populacji tych wylosowano niezależnie dwie duże próby o liczebnościach odpowiednio równych n_1 i n_2 . Należy zweryfikować hipotezę $H_0: \mu_1 = \mu_2$ wobec hipotezy alternatywnej $H_1: \mu_1 \neq \mu_2$

Test istotności dla tej hipotezy jest następujący. Z wyników obu prób obliczamy wartości średnie \bar{X}_1 i \bar{X}_2 oraz wariancje S_1^2 i S_2^2 , a następnie wartość statystyki U według wzoru:

$$U = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

Przy założeniu prawdziwości hipotezy zerowej statystyka ta ma rozkład normalny $N(0,1)$. Z tablicy rozkładu normalnego $N(0,1)$ wyznacza się wartość krytyczną u_α , aby dla z góry określonego poziomu istotności α zachodziła następująca relacja: $P(|U| \geq u_\alpha) = \alpha$. Jeżeli wartość statystyki U z próby jest taka, że $|U| \geq u_\alpha$, to hipotezę H_0 odrzucamy, natomiast gdy $|U| < u_\alpha$, to nie ma podstaw do odrzucenia hipotezy H_0 .

Testy statystyczne opisane szczegółowo w niniejszym podrozdziale są podstawą przeprowadzenia dowodu założonych hipotez badawczych. Losowość próby oraz zachowanie procedur testów statystycznych zaświadcza o wiarygodności podjętej pracy badawczej.

Kolejny rozdział charakteryzuje małą przedsiębiorczość rejonu częstochowskiego. Opis zawiera dane zebrane podczas badań literaturowych z włączeniem opracowań Głównego

²⁰¹ Białek J., Depta A., *Statystyka dla studentów z programem STAT_STUD 1.0*. Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2009 (w druku).

Urzędu Statystycznego, dokumentacji Urzędów Skarbowych a także strategii rozwoju, w tym analizy SWOT, oraz planu rozwoju. Podstawą charakterystyki są jednak dane uzyskane z przeprowadzonych ankiet, uzupełnione komentarzami autorki odnoszącymi się do wypowiedzi respondentów z przeprowadzonych rozmów.

6. CHARAKTERYSTYKA GOSPODARCZO - SPOŁECZNA CZĘSTOCHOWY I POWIATU CZĘSTOCHOWSKIEGO

6.1. Kształtowanie się przestrzeni gospodarczo – społecznej rejonu częstochowskiego

Badaniami objęto miasto Częstochowę będące odrębnym powiatem grodzkim oraz ziemski powiat częstochowski. Mimo administracyjnej niezależności wspólna historia ziemi częstochowskiej uprawnia do takiego wyodrębnienia przestrzeni objętej badaniem. Ponadto dla powiatu częstochowskiego miasto Częstochowa stanowi strategiczny punkt rozwoju społeczno – gospodarczego.

Określając gospodarczo – społeczne uwarunkowania rejonu częstochowskiego, odwołano się do warunków jego rozwoju w ujęciu historycznym, kształtowanego przez rzemiosło, rolnictwo, później przemysł, ale też w ogromnej mierze przez ruch pątniczy. Rejon częstochowski z miastem pielgrzymkowym Częstochową był poddawany wpływowi relacji pomiędzy klasztorem a władzami świeckimi, chociażby przez dawny udział kościoła jako instytucji w administrowaniu podległymi mu obszarami. Wymienione czynniki ukształtowały gospodarkę, infrastrukturę i układ urbanistyczny w obecnym kształcie.

W początkowym etapie rozwoju obszar, na którym położona jest współczesna Częstochowa, był słabo zaludniony nielicznymi osadami, a centra administracyjne znajdowały się w Mstowie i Lelowie (współcześnie gminy powiatu częstochowskiego). Przynajmniej od XIV wieku była to przestrzeń związana z ziemią krakowską, co udowadnia J. Labersheck, powołując się na dwa dokumenty z 1341 i 1356 roku²⁰². Obszar ten mógł być również pod wpływami Wielkopolski i Śląska. Wpływy śląskie odnoszą się do okresu panowania księcia piastowskiego Władysława Opolczyka w latach 1370-1391, który na prawie magdeburskim nadał w 1377 roku Częstochowie prawa miejskie. Książę najprawdopodobniej ufundował w 1382 roku klasztor Paulinów sprowadzonych z Węgier, którego miejscem jest Jasna Góra. Jednak istnieją też przesłanki, że fundatorami mogli być Kazimierz Wielki lub Ludwik Andegawen, którego Opolczyk był wasalem²⁰³.

²⁰² Labersheck J., *Początki Częstochowy na tle stosunków osadniczych*, [w:] *Częstochowa. Dzieje miasta i klasztoru jasnogórskiego*, Kiryk F. [red.], Urząd Miasta Częstochowy, Częstochowa 2002, s. 102-103.

²⁰³ Antoniewicz M., *Narodziny miasta*, [w:] *Ibidem*, s. 129-138 i dalsze.

Wieś „Stara Częstochowa” oraz miasto były w późniejszym okresie poddane specyficznym wpływom konfliktów związanych z przynależnością kościoła Świętego Zygmunta, położonego na terenie miasta, pod klasztor jasnogórski oraz kontrolą handlu i gospodarki przez władze świeckie oraz klasztor. Jasnogórski konwent zdołał prawie zmonopolizować handel z pielgrzymami²⁰⁴. W początkowym okresie wpływ ruchu pielgrzymów na rozwój handlu i pośrednio rzemiosła nie był bardzo duży. Sytuacja zmieniła się od momentu uzyskania przez klasztor przywileju odpustowego w 1425 roku. W okresie średniowiecza na handlu z pielgrzymami korzystała osada przyklasztorna, gdyż droga, którą podróżowali pielgrzymi (zazwyczaj z południa kraju) najczęściej mijała miasto. Osady, które w późniejszym okresie nabierały znaczenia jako miejscowości podmiejskie, czy też jako przedmieścia Częstochowy, rozwijały się często pod wpływem lokalnych decydentów: fundatorów, właścicieli ziemskich oraz kościoła. Pod względem własności grunty podmiejskie należały zarówno do miasta, jak i do klasztoru, a także szlachty²⁰⁵. Rosnące potrzeby opiekunów klasztoru powodowały wzrost liczby rzemieślników, których coraz liczniej sprowadzano również spoza Częstochowy. Coraz liczniej osiedlali się rzemieślnicy i kupcy, a miejscowości sąsiadujące stawały się zapleczem rolniczym. Poza rzemiosłem, rozwijającym się głównie w mieście i w przyklasztornej Częstochówce, powszechnie występowały na tym terenie kuźnie²⁰⁶. Układ, który wytworzył się w XVII i XVIII wieku, wskazywał, że w tamtym czasie większy wpływ miał klasztor na miasto niż odwrotnie. Władza świecka i duchowna rywalizowały między sobą. Miasto ulegało marginalizacji, aż w XVIII wieku przyklasztorna osada uzyskała prawa miejskie i przemianowana została na Nową Częstochowę. W drugiej połowie XVII wieku mieszkańcy Częstochowy to głównie rolnicy, ale również komornicy, szewcy, piekarze, rzeźnicy, krawcy, bednarze, garncarze, kuśnierze, prasłowie, tkacze i kowale. Na szlaku pielgrzymkowym prowadzono żydowskie karczmy. Browarnictwem natomiast zajmowali się mieszkańcy Częstochowy i Częstochówki. Pod koniec XVIII wieku, wraz z masowym osiedlaniem się Żydów na terenie miasta, zaczęły działalność małe zakłady przemysłowe. Były one początkiem industrialnego rozwoju Częstochowy²⁰⁷.

Obszar miasta do XIX wieku ograniczał się do niewielkiej zabudowy nad Wartą, natomiast parafia częstochowska jako jednostka administracyjna była rozległym terenem,

²⁰⁴ Krakowski S., *Stara Częstochowa. Studia nad genezą, ustrojem i strukturą ludnościową i gospodarczą Częstochowy (1220 – 1655)*. Wydawnictwo Księgarni Katolickiej, Częstochowa 1948, s. 121.

²⁰⁵ Wojciechowski L., *Fundacja klasztoru jasnogórskiego* [w:] *Częstochowa. Dzieje miasta...*, op.cit. s. 159.

²⁰⁶ Antoniewicz M., *Subregion częstochowski w średniowieczu (XIV-XV wiek)*, [w:] *Częstochowa i jej miejsce w kulturze polskiej*, Wyższa Szkoła Pedagogiczna w Częstochowie, Częstochowa 1990, s. 15-17.

²⁰⁷ Kiryk F., Rajman J., *Częstochowa w latach 1660-1793* [w:] *Częstochowa. Dzieje miasta...*, s. 358 i dalsze.

na którego obszarze pod koniec XVIII wieku znajdowały się: Blachownia, Olsztyn i Przyrów oraz graniczące ze Śląskiem: Konopiska, Starcza i Kamienica Polska²⁰⁸. W większości z nich występowały kopalnie rud żelaza oraz kuźnie. Mimo, że już wówczas Częstochowa miała potencjał ośrodka przemysłowego, rozwinął się on dopiero w XIX wieku.

Mieszkańcy obu miast rywalizowali ze sobą w zakresie działalności handlowej na terenie podjasnogórskim oraz rzemiosła. Rzemieślnicy, którzy mieszkali w pobliżu miasta nie należący do cechów, sprzedawali swoje wyroby, podobnie jak rzemieślnicy cechowi. Był to proces zawłaszczania przestrzeni handlowej przez niezrzeszonych, jednak mających przychylność klasztoru. Przynależność do cechu była poprzedzona tak zwanym wkupowym. Później „zrzeszeni”, mieli obowiązek uczestnictwa w spotkaniach, na których miano radzić nad sprawami cechu. Forma tych spotkań miała jednak towarzyski charakter, przyczyniając się tym samym do integrowania warstw rzemieślniczych, a w szczególności kategorii społecznych związanych z określonym cechem²⁰⁹. Aktywność niezrzeszonych rzemieślników powodowała uwalnianie się spod władzy instytucjonalnej cechów i przyczyniała do tworzenia się wolnego rynku.

Znaczenie klasztoru jasnogórskiego jako miejsca pielgrzymkowego powodowało, że w jego okolicy tworzyły się konkurencyjne ośrodki. Na handlu z pielgrzymami zyskiwał cały rejon, a jako miejsce kultu miało ono oddziaływanie zarówno kulturowe, jak i ekonomiczne na obszary należące współcześnie do powiatu częstochowskiego. Obszar obecnego powiatu częstochowskiego w okresie średniowiecza do 1772 (pierwszy rozbiór Polski) wchodził w skład powiatu lełowskiego w województwie krakowskim. W 1793 roku (drugi rozbiór Polski) okolice Częstochowy zostały włączone do Królestwa Pruskiego. Podstawą gospodarczą opisywanego obszaru było rolnictwo. Osady i wioski, które były zależne od obu miast, prowadziły niewielką działalność produkcyjną. Wiązane było to z występowaniem kruszców rudy żelaza. Wolno rozwijał się handel żelazem oraz jego wyrobami. W 1795 roku w wyniku nowego podziału administracyjnego na ziemiach, które były pograniczem Wielkopolski i Małopolski, utworzono powiat częstochowski²¹⁰. Zmiany w podziale administracyjnym zapoczątkowało w 1807 roku powstanie Księstwa Warszawskiego. Powiat częstochowski znalazł się wtedy w departamencie kaliskim.

²⁰⁸ Związek J., *Przeszłość kościoła katolickiego na ziemiach powiatu częstochowskiego*, [w:] *Ziemia częstochowska. Tom XXVII. Szkice i materiały dotyczące ziem powiatu częstochowskiego*, Antoniewicz M. [red.], Wyższa Szkoła Pedagogiczna w Częstochowie, Częstochowa 2000, s. 86.

²⁰⁹ Krakowski S., *Stara Częstochowa. Studia nad genezą, ustrojem i strukturą ludnościową i gospodarczą Częstochowy (1220 – 1655)*, Wydawnictwo Księgarni katolickiej, Częstochowa 1948, s. 69.

²¹⁰ Złotkowski D., *Gospodarka miast powiatu częstochowskiego w okresie Księstwa Warszawskiego* [w:] *Ziemia częstochowska*, op. cit., s. 100.

Po podziale Księstwa Warszawskiego w 1815 roku ziemie częstochowskie zostały przyjęte do Kongresowego Królestwa Polskiego i włączone do powiatu wieluńskiego. W 1827 roku Częstochowa i Nowa Częstochowa zostały połączone w jedno miasto. Częstochowa stała się ponownie siedzibą powiatu częstochowskiego w 1867 roku, wchodząc w skład guberni piotrowskiej. Wówczas powiatem zarządzał naczelnik. Pierwszy komisarz rządu polskiego powiatu częstochowskiego odrodzonej Polski został powołany w 1918 roku, był nim dr J. Marczewski. Podział na podwójną administrację powiatu częstochowskiego wprowadzono od 1919 roku. Organem państwowym było Starostwo Powiatowe z mianowanym przez Ministra Spraw Wewnętrznych Starostą, natomiast organem prawodawczym samorządu terytorialnego był Sejmik Powiatowy, w którego skład wchodził przedstawiciele miast i gmin²¹¹.

Pod koniec XIX wieku rejon Częstochowy przeżywał rozwój urbanistyczny, czego przyczyną był rozkwit hutnictwa a także, choć w znacznie mniejszym stopniu, przemysłu tekstylnego. Pod wpływem intensywnego osiedlania się w XIX wieku ludności żydowskiej w Częstochowie wzrastała liczba zakładów pracy, głównie włókienniczych, mających często charakter manufaktur²¹². Przedsiębiorcza aktywność Żydów prowadziła do tworzenia w niektórych branżach monopoli, czego przykładem była na początku XX wieku produkcja zabawek. Do połowy XIX wieku miasto miało charakter rzemieślniczy ze znacznym udziałem rolnictwa. Jednak dopiero na przełomie XIX i XX wieku nabrało ono charakteru ośrodka przemysłowego. Mimo przynależności Częstochowy do zaboru rosyjskiego większość zakładów produkcyjnych opierała się na kapitale spoza Rosji²¹³. Bliskie położenie miasta względem Górnego Śląska, na którym rozwijał się przemysł wydobywczy, sprzyjał rozwojowi hutnictwa. Na industrializację miasta wpłynęło istnienie pokładów żelaza a także linia kolejowa, która powstała w drugiej połowie XIX wieku. Znalezienie się Częstochowy na szlaku kolejowym Warszawa – Wiedeń było potencjalnie szansą na duży rozwój gospodarczy.

W roku 1876 istniało na terenie powiatu częstochowskiego 12 kopalń rud żelaza, które zatrudniały 441 górników. W 1905 roku liczba robotników z miasta, zatrudnionych w hucie żelaza, wynosiła ponad 10 tysięcy, zaś wszystkie zakłady przemysłu włókienniczego zatrudniały prawie 9 tysięcy osób. Zmiany w strukturze ludności spowodowały zmniejszenie

²¹¹ www.czestochowa.powiat.pl/publikacje/powiat_2pdf , 15.07.2009.

²¹² Mizgalski J., *Życie społeczne Żydów w Częstochowie w II Rzeczypospolitej* [w:] *Życie codzienne w Częstochowie w XIX i XX wieku*, Szwed R., Palus W. [red.], Wyższa Szkoła Pedagogiczna, Częstochowa 1999, s. 128.

²¹³ Braun J., *Częstochowa. Urbanistyka i architektura*, Arkady, Warszawa 1977, s. 74.

znaczenia małych zakładów pracy i cechów. Małe przedsiębiorstwa były zastępowane przez duże. W 1882 roku liczba zakładów na obszarze powiatu wynosiła 491, w 1889 roku: 134, a w 1912 roku: 113²¹⁴.

W czasie II wojny światowej powiat częstochowski został podzielony w taki sposób, że jego zachodnia część trafiła do III Rzeszy, a pozostała do Generalnego Gubernatorstwa. W latach powojennych w mieście powstały dwa ważne ośrodki akademickie: Politechnika Częstochowska, której stworzenie było związane z rozwojem wielkiego przemysłu oraz Wyższa Szkoła Pedagogiczna.

W roku 1950 powiat częstochowski wyłączony został z województwa kieleckiego i włączony został do województwa katowickiego. Od 1952 do 1954 roku powiat częstochowski obejmował 20 gmin. W 1954 roku nałożono podział na 44 gromady, których liczbę sukcesywnie zmniejszano. W 1973 roku, po przeprowadzonej reformie administracyjnej podziału kraju, gromady zostały przekształcone w 10 gmin, do których należały: Blachownia (miasto i gmina), Janów, Kamienica Polska, Konopiska, Mstów, Mykanów, Olsztyn, Poczesna, Przyrów, Rędziny. Likwidacja powiatów została przeprowadzona reformą w 1975 roku, w ramach której utworzono województwo częstochowskie z siedzibą w Częstochowie. Jedną z przyczyn powstania województwa było wcześniejsze utworzenie Częstochowskiego Okręgu Przemysłowego, opartego o przemysł ciężki hutniczy i metalurgiczny. Pod wpływem uprzemysłowienia oraz z uwagi na status miasta wojewódzkiego Częstochowa stała się ważnym ośrodkiem w skali regionu i kraju²¹⁵.

Intensywny rozwój przemysłu rejonu częstochowskiego przyniosła epoka PRLu z jednoczesnym ograniczeniem inicjatywy prywatnej. Jednak mimo hamowania indywidualnej przedsiębiorczości w mieście utrzymywało się rzemiosło. Istotnym czynnikiem rozwoju miasta w omawianym okresie, podobnie jak w czasach przedwojennych, była dalsza industrializacja, w szczególności rozwój częstochowskiej huty im. Bolesława Bieruta, będącej wówczas wiodącym w kraju obiektem w tej branży przemysłu. W 90 latach, gdy na nowo zaczęły rozwijać się prywatne zakłady wytwórcze i usługowe, liczba osób zrzeszających się w cechach nie przekraczała 10% ogółu. Niemniej jednak dzięki urynkowieniu gospodarki w przestrzeni miasta pojawiać się zaczęły obszary zdominowane przez drobne zakłady pracy

²¹⁴ Sobalski F., *Powiat częstochowski do roku 1918. Z badań nad problematyką społeczno-gospodarczą*, [w:] *Ziemia Częstochowska...* op. cit., s. 145-148

²¹⁵ Czekaj K., Niesporek A., Piekarski M., Zawartka M., *Częstochowa i problemy społeczne jej mieszkańców na przełomie XX i XXI wieku*, PARA, Katowice 2002, s. 37.

czy punkty usługowe. Upadek miejscowego hutniczego i włókienniczego przemysłu w końcu lat 90 XX wieku przyczynił się do znacznego bezrobocia²¹⁶.

W 1998 roku, na podstawie ustawy o wprowadzeniu zasadniczego trójstopniowego podziału terytorialnego państwa, Częstochowa utraciła status miasta wojewódzkiego oraz powstał powiat częstochowski województwa śląskiego²¹⁷, którego granice określa rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 7 sierpnia 1998 roku. Powiat posiada 16 jednostek administracyjnych. Do 10 gmin należących wcześniej do województwa częstochowskiego dołączono: gminę miejsko-wiejską: Koniecpol oraz gminy wiejskie: Dąbrowę Zieloną, Kłomnice, Kruszyń, Lelów, Starczę.

Rysunek 3. Rejon częstochowski: podział na gminy



Źródło: *Strategia Rozwoju Powiatu Częstochowskiego 2007-2015*, Uchwała Nr XII/96/2007, s. 12, www.czestochowa.powiat.pl

²¹⁶ Szerzej: Jezierski M., *Rozwój społeczny Częstochowy w 30-leciu PRL*, [w:] *Ziemia Częstochowska*, Stańczyk M. [red.], Towarzystwo Popierania Kultury regionalnej w Częstochowie, Częstochowa 1976, s. 53.

²¹⁷ Dz.U. z 1998 r. nr 96, poz. 603

Tabela 10. Gminy powiatu częstochowskiego

Gmina	Powierzchnia
Blachownia (<i>w tym miasto</i>)	67,21 km ² (36,53 km ²)
Konieczpol (<i>w tym miasto</i>)	146,75 km ² (36,52 km ²)
Mykanów	140,64 km ²
Kłomnice	147,85 km ²
Poczesna	60,13 km ²
Konopiska	78,11 km ²
Mstów	119,84 km ²
Rędziny	41,36 km ²
Olsztyn	108,82 km ²
Janów	146,96 km ²
Kamienica Polska	46,72 km ²
Lelów	120,81 km ²
Kruszyna	93,42 km ²
Dąbrowa Zielona	100,33 km ²
Przyrów	80,44 km ²
Starcza	20,1 km ²
Razem	1 519,49 km²

Źródło: *Strategia Rozwoju Powiatu Częstochowskiego 2007-2015*,
Uchwała Nr XII/96/2007, s. 12, www.czestochowa.powiat.pl

Powierzchnia powiatu częstochowskiego wynosi 1522 km², co stanowi 12,4% województwa śląskiego. Średnia powierzchnia gminy w powiecie wynosi 95 km². Największą powierzchnię obejmują Kłomnice: 148 km², a najmniejszą Starcza: 20 km². Miasto Częstochowa zajmuje 160 km² rejonu częstochowskiego, co stanowi prawie 10% całości przestrzeni (1682 km²) objętej badaniem.

Rejon częstochowski od północy graniczy z województwem łódzkim, od wschodu z województwem świętokrzyskim, od południa i zachodu z powiatami ziemskimi województwa śląskiego: zawierciańskim, myszkowskim, lublinieckim i kłobuckim. Rejon na

mapie województwa śląskiego ma położenie peryferyjne²¹⁸. Jest usytuowany w północnej części województwa, najludniejszego, najsilniej zurbanizowanego i najintensywniej uprzemysłowionego w skali całego kraju. Podregiony województwa śląskiego są zróżnicowane funkcjonalne, mają odmienną specyfikę gospodarczą i społeczno-kulturową.

Rysunek 4. Podregion częstochowski



Źródło: Powiat Częstochowski: Plan Rozwoju Lokalnego na lata 2004-2013, s. 7, www.czestochowa.powiat.pl

Podregion częstochowski jest najbardziej odrębny od pozostałych podregionów Śląska. W znacznej części dominuje tu rolnictwo, turystyka oraz wytwórczość. Podregion bielski jest turystyczno-rolniczy. Podregion rybnicki, podobnie jak centralny śląski, opanował przemysł wydobywczy, jednak różnią się one od siebie sytuacją społeczną i tradycją kulturową. Podregion centralny śląski jest przestrzenią silnie zurbanizowaną o dominującej pozycji przemysłu w gospodarce Polskiej²¹⁹.

²¹⁸ „Strategia Rozwoju Powiatu Częstochowskiego na lata 2007-2015”, Treść opracował zespół roboczy w składzie: Sobel H. – Naczelnik Wydziału Organizacji, Strategii i Informacji Publicznej Starostwa Powiatowego w Częstochowie, Świtycz T. – Główny specjalista, Wydział Organizacji, Strategii i Informacji Publicznej, Krasoń M.– Podinspektor, Wydział Organizacji, Strategii i Informacji Publicznej, Ociepa M. - Podinspektor, Wydział Organizacji, Strategii i Informacji Publicznej, Uchwała Nr XII/96/2007 Rady Powiatu w Częstochowie z dn. 29.11.2007, s. 9-10.

²¹⁹ Powiat Częstochowski: Plan Rozwoju Lokalnego na lata 2004-2013, s. 7, (plik do pobrania): <http://czestochowa.powiat.pl/index.php?modules=zasoby&action=strony&id=60>

Rysunek 5. Województwo śląskie z podziałem na podregiony statystyczne²²⁰



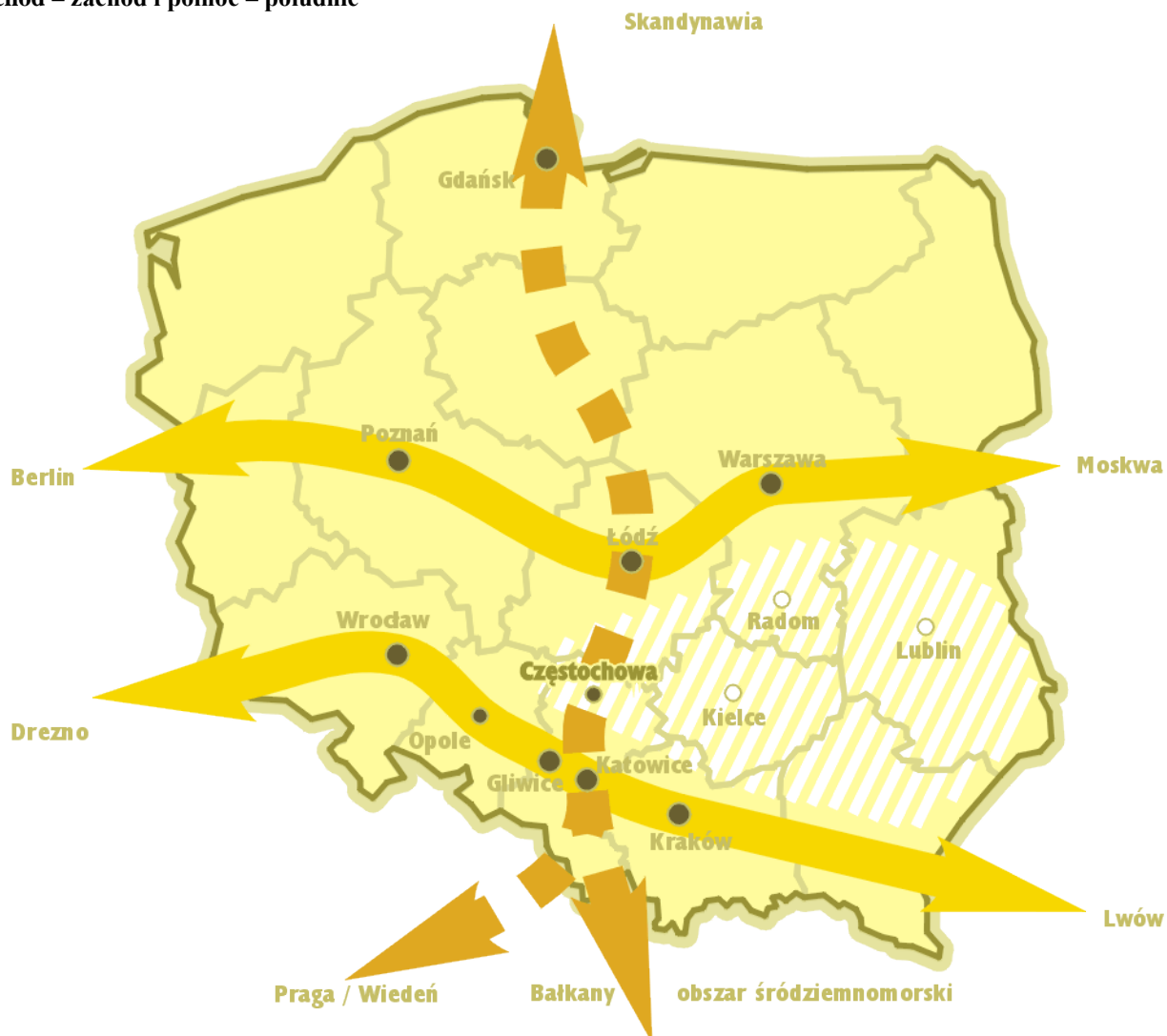
Źródło: *Strategia Rozwoju Powiatu Częstochowskiego 2007-2015*, Uchwała Nr XII/96/2007, s.11, www.czestochowa.powiat.pl

Powiat częstochowski jest położony na przecięciu wertykalnego korytarza komunikacyjnego o znaczeniu paneuropejskim. Korytarz łączący Skandynawię z Bałkanami i południem Europy wyznacza przyszła autostrada A1. Przecina go horyzontalny pas strefy problemowej pomiędzy dwoma paneuropejskimi korytarzami horyzontalnymi, wyznaczonymi przez autostrady A2 i A4. Łączą one Unię Europejską z Rosją i Ukrainą, a dalej również z Azją. W wertykalnym korytarzu paneuropejskiej trasy E75 upatrywana jest na przyszłość szansa rozwojowa dla podregionu częstochowskiego. Z drugiej strony jednak,

²²⁰ Wprowadzony Rozporządzeniem Rady Ministrów z 14-go marca 2002 r. (Dz. U. Nr 34, poz. 311) zmieniającym Rozporządzenie Rady ministrów z 13 lipca 2000 r. w sprawie wprowadzenia Nomenklatury Jednostek Terytorialnych do Celów Statystycznych (NTS) (Dz. U. Nr 58, poz. 685). W poprzednim rozporządzeniu podział województwa śląskiego na podregiony był inny i powiat częstochowski znajdował się znacznie większym podregionie północnośląskim.

powstaje zagrożenie strefy słabszego rozwoju pomiędzy horyzontalnymi paneuropejskimi trasami E30 i E40.

Rysunek 6. Położenie rejonu częstochowskiego w kontekście przepływów potencjałów rozwojowych wschód – zachód i północ – południe



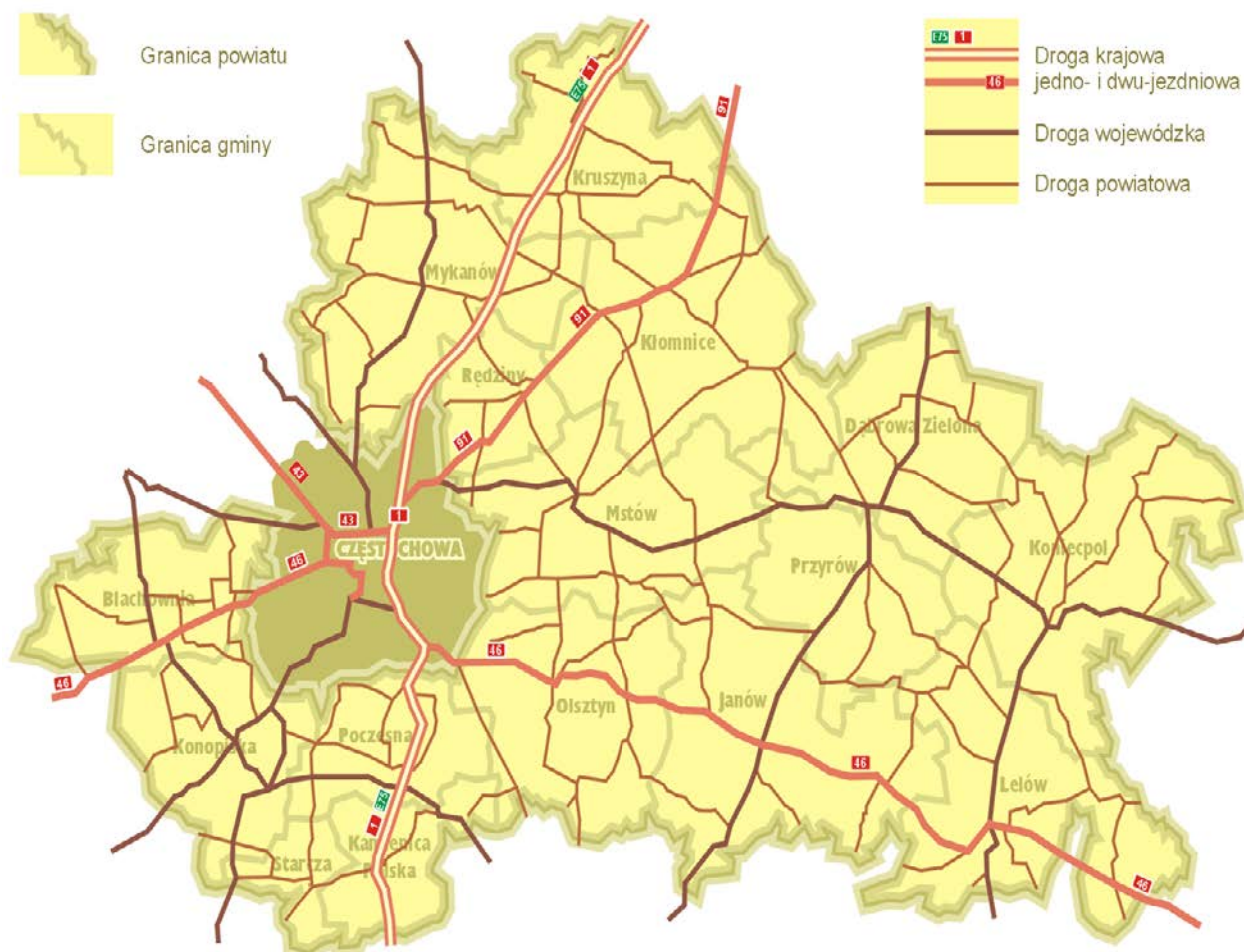
Źródło: Powiat Częstochowski: Plan Rozwoju Lokalnego na lata 2004-2013, s.7, www.czestochowa.powiat.pl

Obserwatorzy gospodarczy odbierają sygnały obu wpływów. Korzystne oddziaływanie rozwojowych czynników płynie z zachodniej części powiatu (kierunków północ – południe). Z drugiej strony działa strefa słabszego rozwoju województwa świętokrzyskiego, subregionu radomskiego i Lubelszczyzny.

Dwuznaczne położenie w strefie specyficznych zależności rejonu częstochowskiego, wymusza poszukiwania w otoczeniu ośrodków i obszarów o potencjale rozwojowym. Ważnym elementem jest tu infrastruktura, wyraźnie zaznaczona jako priorytetowe działanie

władz, również przez respondentów przeprowadzonego badania. Powiązanie komunikacyjne dróg krajowych w ramach rejonu ma znaczenie dla rozwoju przedsiębiorczości.

Rysunek 7. Powiat częstochowski i miasto Częstochowa: sieć dróg krajowych, wojewódzkich i powiatowych



Źródło: Opracowanie na podstawie danych GDDK i PZD w: *Strategia Rozwoju Powiatu Częstochowskiego 2007-2015*, Uchwała Nr XII/96/2007, s. 17, www.czestochowa.powiat.pl

Częstochowa jest strategicznym punktem rejonu, będąc wertykalnym łącznikiem pomiędzy obydwooma pasami przepływu potencjałów gospodarczych wschód — zachód. Rejon od części zachodniej jest bardzo dobrze skomunikowany zarówno z Katowicami i Łodzią, jak i pozostałymi ośrodkami obydwu pasm wpływów rozwojowych. Wschodnia część rejonu pozostaje pod wpływem kielecko-radomskiego obszaru problemowego. Znajduje się on w znacznej odległości od drogi krajowej Nr 1.

Rysunek 8. Powiązania komunikacyjne rejonu częstochowskiego z najbliższymi ważnymi ośrodkami



Źródło: Powiat Częstochowski: Plan Rozwoju Lokalnego na lata 2004-2013, s. 5, www.czestochowa.powiat.pl

Znaczna część dróg powiatowych ma znaczenie ponadlokalne. Wschodnia część Częstochowy jest silną strefą ekonomiczną o zintensyfikowanej działalności gospodarczej, co wpływa wzmagająco na ruch w tym obszarze. Uzupełnieniem sieci komunikacyjnej z otoczeniem jest kolej, która może odgrywać w przyszłości znaczącą rolę dla przewozów lokalnych, ruchu towarowego i atrakcyjności turystycznej²²¹.

6.1.1. Wybrane determinanty działalności przedsiębiorstw rejonu częstochowskiego według danych statystycznych za 2007 rok

W roku 2007 ogół ludności rejonu częstochowskiego wynosił 376123 osoby, z czego 64,4% zamieszkiwało Częstochowę. Odpowiednio na 1 km² zagęszczenie ludności osiągnęło w powiecie liczbę 88 osób, a w Częstochowie 1527 osób. Analiza procentowa z ogółu ludności w podziale na powiat i Częstochowę wykazała, że powiat posiadał większe zasoby ludności w wieku przedprodukcyjnym o 3,1% od Częstochowy. Miasto było wiodące w odniesieniu do ludności w wieku produkcyjnym, która stanowiła 65,9% mieszkańców

²²¹ Strategia Rozwoju Powiatu Częstochowskiego 2007-2015, Uchwała Nr XII/96/2007, s. 17, www.czestochowa.powiat.pl

Częstochowy. Ludność w wieku poprodukcyjnym w Częstochowie i powiecie rozkładała się według całości ludności poszczególnych przestrzeni bardzo podobnie (ok. 17,6%).

Tabela 11. Powierzchnia i ludność rejonu częstochowskiego w 2007 r.

Powierzchnia w km ²	Ludność				
	ogółem	z liczby ogółem w % w wieku			na 1 km ²
		przedprodukcyjny	Produkcyjny	poprodukcyjny	
Powiat częstochowski 1522	133823	19,4	63,2	17,4	88
Częstochowa 160	242300	16,3	65,9	17,8	1527

Źródło: Opracowano na podstawie: *Rocznik statystyczny województw 2008*, GUS, Warszawa 2009, s. 144.

Przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto w 2007 roku w Częstochowie wynosiło 2517,31zł, a w powiecie 2085,68zł. Zatem różnica w zarobkach między Częstochową a powiatem wynosiła 431,63zł, co stanowi prawie 18% więcej dochodu na rzecz strategicznego miasta. Przeciętny dochód w rejonie częstochowskim stanowił odpowiednio: 71,1% i 85,8% przeciętnego dochodu województwa śląskiego (2,933,32zł). Biorąc pod uwagę najwyższy przeciętny dochód całego województwa śląskiego, którym wyróżnia się miasto Jastrzębie Zdrój (4318,46zł), dysproporcje na niekorzyść Częstochowy wyniosły 1801,15zł mniej, a dla powiatu 2232,78zł mniej²²².

Na 133823 mieszkańców powiatu (z czego 36,8% znajdowało się w kategorii pozaprodukcyjnej) pracowało 25698 osób (19,2%), gdzie w wieku produkcyjnym było 63,2% ludności. Częstochowa, co typowe dla ośrodków miejskich, była w lepszej sytuacji, 79072 pracujących stanowiło 32,6% ogółu ludności na 65,9% ludności w wieku produkcyjnym. W Częstochowie największa liczba ludności była zatrudniona w przemyśle i budownictwie: 42,8% wszystkich pracujących, w dalszej kolejności w usługach rynkowych: 32,7% i nierynkowych 23,5%, na końcu rolnictwie, łowiectwie i leśnictwie z rybactwem: 1,1%. Ludność powiatu, zważywszy na rolniczy profil całości podregionu częstochowskiego śląska, w większości pracowała w rolnictwie, łowiectwie i leśnictwie, rybactwie: 41,4%. W przemyśle i budownictwie było zatrudnionych 31,6%, usługach rynkowych: 10,8%, a nierynkowych: 16,2%. Dane dotyczące pracujących w poszczególnych sektorach nie są pełnym odzwierciedleniem rzeczywistości, podobnie jak stopa bezrobocia. Wiadomym jest, że istnieje czarny rynek pracy, ale również ukryte bezrobocie. Stopa rejestrowanego bezrobocia na 2007 rok wynosiła w Częstochowie 9,7%, a w powiecie 14,9%. Liczba osób pozostających bez pracy dłużej niż rok była bardzo zbliżona w całym rejonie częstochowskim

²²² *Rocznik statystyczny województw 2008*, GUS, Warszawa 2009, s.189.

objętym badaniem i wynosiła około 49%. Różnica w bezrobociu kobiet między miastem a powiatem nie była duża: 1,8% na niekorzyść Częstochowy. Różnie rozkładało się bezrobocie osób do 25 roku życia. Wyniki wskazały, że centrum miejskie było w stanie zapewnić większą liczbę miejsc pracy młodym mieszkańcom, bezrobocie młodzieży było mniejsze o 6% w stosunku do powiatu.

Tabela 12. Pracujący rejonu częstochowskiego w 2007 r.

Rejon	Ogółem	Rolnictwo; łowiectwo i leśnictwo; rybactwo	Przemysł i budownictwo	Usługi rynkowe	Usługi nierynkowe
Powiat częstochowski	25698	10631	8126	2787	4154
Częstochowa	79072	808	33826	25846	18592

Źródło: Opracowano na podstawie: *Rocznik statystyczny województw 2008...*, s. 167.

Tabela 13. Bezrobotni rejonu częstochowskiego w 2007 r.

Rejon	Ogółem w tys.	Z liczby ogółem w %			Stopa bezrobocia rejestrowanego w %
		kobiety	pozostający bez pracy dłużej niż rok	w wieku do 25 lat	
Powiat częstochowski	6,4	53,3	49,6	15,2	14,9
Częstochowa	10,9	55,1	49,4	9,2	9,7

Źródło: Opracowano na podstawie: *Rocznik statystyczny województw 2008...*, s. 188.

Powiat częstochowski otacza Częstochowę z trzech stron, przez co nie ma typowych cech przestrzennych powiatu ziemskiego otaczającego miasto grodzkie. Typowe w takim przypadku byłoby zamknięcie miasta w obszarze powiatu. Powiaty ziemskie wokół miast grodzkich znajdują się w sytuacji, gdzie większa część powiatowych jednostek obsługujących mieszkańców powiatu jest najczęściej usytuowana w ośrodku miejskim. Powiat częstochowski jest typowym przykładem takiego układu, gdzie instytucje są organizowane, finansowane i zarządzane przez powiat ziemski, jednak fizycznie mieszczą się w odrębnej administracyjnie przestrzeni. Dlatego też dbałość o własne interesy powiatu częstochowskiego i Częstochowy musi pociągać za sobą współpracę na wszystkich szczeblach organizacyjnych, również w ramach strategii przyszłych projektów.

Przestrzeń społeczno – gospodarcza i kulturowa tych oddzielnych jednostek administracyjnych jest wspólna, dlatego też istotne jest budowanie spójnej polityki rozwoju powiatu i miasta. Wielką rolę odgrywa tu lokalna przedsiębiorczość, która z facji swej funkcji buduje potencjał całego rejonu.

GUS w 2007 roku zarejestrował dla powiatu częstochowskiego i Częstochowy 33467 podmiotów gospodarczych w obu sektorach (publicznym i prywatnym), a w pierwszym

półroczu 2008 roku 33782. Na 10 tys. ludności w 2007 roku w powiecie grodzkim przypadało 1026 przedsiębiorstw, a w powiecie częstochowskim 644 przedsiębiorstwa. Nakłady inwestycyjne w przedsiębiorstwach rejonu wynosiły odpowiednio: dla Częstochowy 729,7mln zł, a dla powiatu 195,7mln zł. Zatem nakłady inwestycyjne w przedsiębiorstwach powiatu stanowiły 26,8% środków zaangażowanych w mieście. Na jednego mieszkańca przypadło w powiecie 1465 zł, a w Częstochowie 2990 zł nakładów inwestycyjnych. Częstochowa wypadła prawie o 49% lepiej w tych wydatkach niż powiat. Wartość brutto środków trwałych w przedsiębiorstwach kształtowała się następująco: w powiecie wynosił on 1305,6 mln zł, a w Częstochowie 6849,4 mln zł. Na jednego mieszkańca stanowiły adekwatnie: 1465 zł i 2990 zł.

Tabela 14. Podmioty gospodarki narodowej zarejestrowane w rejestrze REGON na 10 tys. ludności w 2007 r.

Rejon	Osoby prawne i jednostki organizacyjne nie mające osobowości prawnej	Osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą	Ogółem
Powiat częstochowski	112	532	644
Częstochowa	228	798	1026

Źródło: Opracowano na podstawie: *Rocznik statystyczny województw 2008...*, s. 263.

Tabela 15. Nakłady inwestycyjne w przedsiębiorstwach rejonu częstochowskiego wg lokalizacji inwestycji (ceny bieżące) w 2007 r.

Rejon	W mln zł	Na 1 mieszkańca w zł
Powiat częstochowski	195,7	1465
Częstochowa	729,7	2990

Źródło: Opracowano na podstawie: *Rocznik statystyczny województw 2008...*, s. 255.

Tabela 16. Wartość brutto środków trwałych w przedsiębiorstwach (bieżące ceny ewidencyjne) w 2007 r.

Rejon	W mln zł	Na 1 mieszkańca w zł
Powiat częstochowski	1305,6	9756
Częstochowa	6849,4	28268

Źródło: Opracowano na podstawie: *Rocznik statystyczny województw 2008...*, s. 255.

Głównym zainteresowaniem niniejszej pracy jest mała przedsiębiorczość prywatna. Zmiany zachodzące w strukturze firm prywatnych działających na rynku świadczą o aktywności gospodarczej (przedsiębiorczej) rejonu, a przede wszystkim jego mieszkańców. Tabela 17 prezentuje zmiany zachodzące w przedsiębiorczości rejonu częstochowskiego na

przestrzeni 10 lat. Przedstawiona poniżej analiza jest odpowiedzią na pytanie badawcze: „Jaka jest struktura sektora MŚP w rejonie częstochowskim?”.

Tabela 17. Podmioty gospodarki narodowej sektora prywatnego Częstochowy i powiatu częstochowskiego w latach 1998-2007

Okres	Ogółem	Nie zatrudniające pracowników	Zatrudniające 1-9 pracowników	Zatrudniające 10-49 pracowników	Średnie zatrudniające 50-249 pracowników	Duże zatrudniające powyżej 249 pracowników
2007	35040	26580	6888	1295	257	20
2006	35919	26807	7415	1404	266	27
2005	36645	27903	7080	1367	272	23
2004	38068	29344	7072	1342	288	22
2003	30816	22193	6887	1350	335	51
2002	30000	21306	6950	1351	341	52
			Zatrudniające 1-49 pracowników			
2001	34974	27499	7094		334	47
2000	35322	27416	7519		330	57
1999	34791	26926	7514		297	54
1998	33808	25963	7486		302	57

Zródło: Opracowano na podstawie: danych I i II Urzędu Skarbowego w Częstochowie oraz Roczników Statystycznych (lata 1998-2001); MF-9Ps sprawozdania o kontrolach i czynnościach sprawdzających przeprowadzonych przez Urzędy Skarbowe za lata 2002-2007; raporty zbiorcze na podstawie danych szczegółowych z deklaracji PIT – 4 lata 2002-2007.

Do 2000 roku następował wzrost liczby przedsiębiorstw w rejonie o 2,8% w 1999 roku i 1,5% w 2000 roku. Struktura przedsiębiorstw na rok 1999 rozkładała się w ten sposób, że nastąpił tylko wzrost liczby małych firm, a spadała liczba średnich i dużych. Można przypuszczać, że oprócz nowo zaistniałych nastąpiły przesunięcia w poszczególnych kategoriach. W 1999 roku nastąpił niewielki wzrost liczby małych firm, zatrudniających przynajmniej jednego pracownika: 0,37%, samozatrudniający osiągnęli 3,6% wzrost. W 2000 roku nastąpił wzrost we wszystkich kategoriach wielkości. Rok 2001 przyniósł spadek w całkowitej liczbie przedsiębiorstw, który w 2002 roku znacząco się pogłębił, ponieważ wyniósł 14,22% mniej firm w przeciwieństwie do poprzedniego roku, gdy było to tylko 1% firm mniej. Przy spadku liczby przedsiębiorstw w 2001 roku największa strata dotyczyła dużych przedsiębiorstw: 21,3% mniej i 6% w przypadku małych przedsiębiorstw zatrudniających przynajmniej jednego pracownika. W tym roku wzrosła liczba średnich firm i samozatrudnionych. Mimo, że rok 2002 zarejestrował w przeciągu całego analizowanego okresu największy spadek liczby firm, to według kategorii wielkości dotyczyło to tylko samozatrudnionych (29% mniej), liczba firm małych, średnich i dużych wzrosła. Po dużym

spadku liczby przedsiębiorstw zarejestrowanych w 2002, rok 2003 był czasem wzrostu o 2,65% wszystkich przedsiębiorstw i odwrotnie do roku poprzedniego różne kategorie wielkości zarejestrowały spadek, oprócz samozatrudnionych: wzrost o 4%. Rok 2004 przyniósł 19,1% więcej przedsiębiorstw. W całym analizowanym okresie był to ostatni rok wzrostu i jednocześnie najbardziej liczny. Zarejestrowano więcej przedsiębiorstw nie zatrudniających pracowników (24,4%) oraz mikroprzedsiębiorstw zatrudniających od 1 do 9 pracowników (2,6%). Kolejne lata przyniosły spadki: 3,9% w 2005 roku, 2,02% w 2006 roku i 2,5% w 2007 roku. W 2005 roku zmniejszenie liczby firm dotyczyło samozatrudnionych (5,2%) oraz średnich przedsiębiorstw (5,9%). Mikroprzedsiębiorstwa i małe firmy odnotowały niewielki wzrost, w sumie: 0,15%. Podobnie było w 2006 roku: wzrost liczby mikroprzedsiębiorstw i małych firm (suma: 4,2%) oraz spadek liczby samozatrudnionych (4,1%). W 2007 roku wszystkie kategorie wielkości odnotowały spadek: samozatrudnieni - 0,85%, mikroprzedsiębiorstwa - 7,8% i średnie firmy - 3,5%.

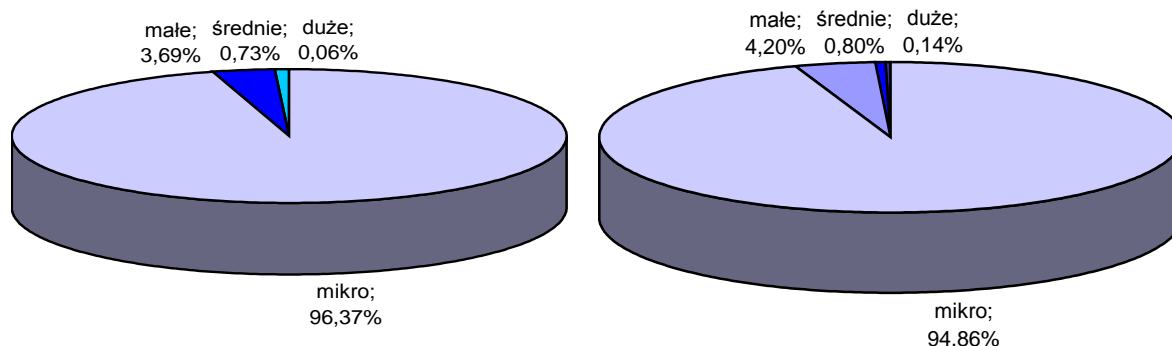
Część dużych przedsiębiorstw zostało przeniesionych w 2004 roku do Urzędu Skarbowego w Sosnowcu, dlatego też od tego roku prezentowane dane nie odzwierciedlają faktycznego stanu tej kategorii wielkości. Stan przedsiębiorstw w 2007 roku, jest najbliższy liczbie przedsiębiorstw z 2000 roku.

Porównanie struktury przedsiębiorstw w 2007 roku w rejonie częstochowskim do struktury przedsiębiorstw w Polsce przedstawia wykres 5.

Wykres 5. Struktura sektora MŚP w 2007 roku dla rejonu częstochowskiego i Polski

Struktura sektora przedsiębiorstw w rejonie częstochowskim w 2007 roku

Struktura sektora przedsiębiorstw w Polsce w 2007 roku (REGON)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Urzędów Statystycznych oraz Żołnierski A. [red.], *Znaczenie sektora MŚP w Polsce*, op. cit., s. 25.

Rozkład wielkości przedsiębiorstw badanego rejonu w odniesieniu do skali kraju w roku 2007 wskazał większy procentowy udział firm mikro o 1,51% w rejonie, a większy udział firm dużych w skali kraju w odniesieniu do badanej przestrzeni: 0,08%.

Powyższy opis stanowi odpowiedź na pytanie badawcze: „**Jak kształtują się czynniki makroekonomiczne charakteryzowanego rejonu?**”.

6.1.2. Przedsiębiorczość na tle strategii rozwoju rejonu

Rejon częstochowski dotyczy dwóch oddzielnych jednostek administracyjnych, dlatego też mimo ich ścisłej współpracy działania wspierające rozwój tej przestrzeni są planowane dwutorowo: oddzielnie dla powiatu częstochowskiego i powiatu grodzkiego Częstochowy. Podstawowymi dokumentami wyznaczającymi kierunek działań, priorytety i cele, są strategie rozwoju i plany inwestycyjne tworzone przez ekspertów. Służą one długofalowym przedsięwzięciom zawierającym perspektywę zmian ilościowych i jakościowych, odnoszących się do przestrzeni społecznej, ekonomicznej i kulturowej.

Z punktu widzenia niniejszego opracowania ważne są te elementy strategii, które w sposób bezpośredni dotyczą rozwoju przedsiębiorczości społeczności lokalnej. Poniżej przedstawiono wybrane zagadnienia strategii dla miasta Częstochowy i powiatu częstochowskiego.

Powiat częstochowski za jeden ze strategicznych celów wyznaczył „wspieranie działań służących rozwojowi małych i średnich firm poprzez aktywizację lokalnych przedsiębiorców oraz przyciąganie nowych inwestorów”²²³.

Realizację tego celu wyznaczają następujące kierunki działań:

1. Stworzenie kompleksowego systemu wsparcia organizacyjnego i merytorycznego dla małych i średnich przedsiębiorstw.

W praktyce strategicznymi działaniami realizującymi powyższy punkt są:

- stworzenie oferty terenów i obiektów przeznaczonych na nowe inwestycje;
- stworzenie wysokich standardów zarządzania organizacjami samorządowymi, które pozwolą na podniesienie jakości obsługi mieszkańców oraz budowanie właściwych kontaktów;
- promocja ofert inwestycyjnych powiatu i gmin, ich walorów gospodarczych oraz organizacja targów i wystaw;

²²³ *Strategia Rozwoju Powiatu Częstochowskiego 2007-2015*, op. cit.

- utworzenie Ośrodka Rozwoju Gospodarczego, Promocji i Strategii, którego misją jest rozwój lokalnej przedsiębiorczości i promocji powiatu;
- prowadzenie działań edukacyjnych w zakresie pozyskiwania funduszy na rozwój małych i średnich przedsiębiorstw;
- stworzenie Podczęstochowskiej Strefy Aktywności Gospodarczej.

2. Kreowanie korzystnego klimatu dla dalszego rozwoju lokalnych firm oraz przyciąganie inwestorów zewnętrznych jest kolejnym elementem składającym się na cel wspierający rozwój przedsiębiorczości lokalnej.

Działania mające na celu urzeczywistnienie tego postanowienia to:

- opracowanie internetowego „Przewodnika dla Inwestora”;
- uczestnictwo władz samorządowych w konkursach promujących przedsiębiorczość, inicjowanych przez organizacje zrzeszające lokalnych przedsiębiorców;
- przeprowadzanie wśród lokalnych przedsiębiorców cyklicznych badań ankietowych oceniających klimat dla prowadzenia działalności gospodarczej w powiecie;
- prowadzenie bezpłatnej bazy przedsiębiorców i pomoc w nawiązywaniu kontaktów gospodarczych w kraju i za granicą.

3. Koordynacja procesu rozwoju infrastruktury technicznej i komunalnej niezbędnej dla rozwoju małej i średniej przedsiębiorczości jest częścią procesu wspierania rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw poprzez aktywizację lokalnych właścicieli podmiotów gospodarczych.

Strategiczne działania wyznaczone do osiągnięcia powyższego stanu zamykają się w następujących elementach:

- rozbudowa i modernizacja dróg na terenie Powiatu Częstochowskiego z uwzględnieniem przebiegu autostrady;
- skomunikowanie terenów inwestycyjnych z głównymi ciągami komunikacyjnymi;
- działania na rzecz wprowadzenia zmian do planów zagospodarowania przestrzennego Gmin poprzez wydzielenie uporządkowanych stref produkcyjnych, usługowych, handlowych, etc., poza dzielnice mieszkaniowe²²⁴.

Kolejnym, bardzo ważnym strategicznie celem wyznaczonym przez powiat częstochowski z perspektywy rozwoju przedsiębiorczości jest: „ukształtowanie stosunków partnerstwa z podmiotami i jednostkami wewnątrz społeczności powiatowej i w jej otoczeniu”²²⁵.

²²⁴ Ibidem, s. 92-93

²²⁵ Ibidem, s. 99.

Realizacja tego celu ma się odbywać poprzez dwa określone kierunki działań, które w konsekwencji budują elementy kapitału społecznego wspierając pobudzenie przedsiębiorczości.

Pierwszym z nich jest tworzenie sieci kontaktów wewnątrz społeczności powiatowej. Problematyka, która składa się na plan tworzenia trwałej współpracy wewnątrz społeczności obejmuje:

- współpracę ze stowarzyszeniami, instytucjami i organizacjami działającymi na terenie powiatu w zakresie promocji i rozwoju turystyki i agroturystyki;
- współpracę z instytucjami i organizacjami społecznymi w dziedzinie ochrony wartości przyrodniczych;
- współpracę z gminami powiatu w zakresie organizowania imprez turystycznych oraz innych zagadnień będących przedmiotem wspólnego zainteresowania;
- współpracę w dziedzinie turystyki z odpowiednimi instytucjami;
- rozwój partnerskiej współpracy z organizacjami pozarządowymi w zakresie realizacji zadań pomocy społecznej;
- zawieranie porozumień w celu pozyskiwania środków z funduszy Unii Europejskiej;
- tworzenie stałej sieci kontaktów z organizacjami i instytucjami rolniczymi funkcjonującymi na terenie powiatu;
- stałą współpracę z izbami, stowarzyszeniami i towarzystwami gospodarczymi.

Drugim kierunkiem działania realizującym budowę stosunków partnerstwa wewnętrznego i w otoczeniu społeczności jest podejmowanie i wspieranie współpracy z instytucjami regionalnymi, krajowymi i zagranicznymi.

Na prace, które pozwolą spełnić określony kierunek składają się:

- pełna współpraca z władzami miasta Częstochowy, samorządem województwa śląskiego i gminami w procesie realizacji strategii rozwoju powiatu częstochowskiego i strategii rozwoju subregionu północnego;
- rozszerzenie współpracy z partnerami zagranicznymi;
- nawiązanie kontaktów i współpraca z innymi instytucjami wspierania przedsiębiorczości;
- rozszerzenie kontaktów z różnymi organizacjami i instytucjami rolniczymi w kraju i za granicą;
- stała współpraca z uczelniami wyższymi;
- systematyczna współpraca z organizacjami technicznymi i naukowymi²²⁶.

²²⁶ Ibidem, s. 99.

Przedstawione powyżej szczegółowe działania dotyczą rozwoju powiatu częstochowskiego, budowania jego przedsiębiorczej siły. Na całość wizji wpływającej na rozwój rejonu częstochowskiego z perspektywy ważnej dla małej przedsiębiorczości składają się również określone punkty strategii rozwoju Częstochowy wraz z wieloletnim planem inwestycyjnym. Częstochowa jako miasto i powiat grodzki posiada odrębną strategię rozwoju, która w konsekwencji jest uzupełnieniem stanowiącego całość planu budowania silnego gospodarczo rejonu.

Jednym z priorytetów wymienionych jako cel w strategii rozwoju Częstochowy jest „przedsiębiorczość”, rozumiana jako budowanie pozytywnego klimatu gospodarczego i inwestycyjnego oraz stymulowanie rozwoju przedsiębiorczości tworzącej miejsca pracy.

W szczegółowym ujęciu zadań, które mają być konsekwentnie realizowane dla osiągnięcia tego celu, jest:

- poszukiwanie pozabudżetowych źródeł finansowania zadań publicznych;
- wdrażanie wieloletniego planu inwestycyjnego na lata 2004-2010, będącego wyrazem proinwestycyjnej polityki finansowej miasta;

Wieloletni Plan Inwestycyjny zawiera koncepcje rozwoju społecznego i gospodarczego miasta. Projekty dotyczą: poprawy dostępności komunikacyjnej miasta, atrakcyjności inwestycyjnej, turystycznej i sportowej. Ważnym celem strategicznym jest również szeroko rozumiana poprawa warunków życia oraz bezpieczeństwa mieszkańców.

Inwestycje drogowe mają wchłonąć najwięcej środków. Łącznie z transportem publicznym planuje się pozyskać około 751 mln zł. Planowane środki na drogi miałyby sięgnąć 560,5 mln zł, co stanowi w przybliżeniu 50% wydatków inwestycyjnych²²⁷.

- rozbudowa systemu infrastruktury technicznej;

Jej celem jest zwiększenie potencjału urbanistycznego miasta, przez poprawę dostępności komunikacyjnej terenów. Szczególną uwagę zwraca się tu na tereny przemysłowe przeznaczone na nowe inwestycje w strefie aktywności gospodarczej. To, jak ważny jest to aspekt budowania gospodarczej siły tej przestrzeni, ujawniły również wyniki badań ankietowych. Poprawa infrastruktury lokalnej została wskazana przez właścicieli MŚP jako drugie co do ważności zadanie, które powinno być zrealizowane przez władze miasta. Rozbudowa systemu infrastruktury technicznej miała by na celu również zwiększenie dostępności do mediów.

- wdrożenie koncepcji utworzenia nowych stref aktywności gospodarczej;

²²⁷ *Częstochowa 2014. Wieloletni Plan Inwestycyjny – WPI na lata 2009 – 2014*, Załącznik Nr 1 do Uchwały Nr 378/XXXIII/08 Rady Miasta Częstochowy z dnia 2 października 2008 r., s.6-7, www.czestochowa.pl

W ramach tego projektu ma być utworzony Częstochowski Park Przemysłowy, specjalnie dla sektora małych i średnich przedsiębiorstw. Miałby on wspierać wzrost potencjału ekonomicznego takich przedsiębiorstw.

- wdrożenie programu „nowa praca”;

Program ma na celu aktywizację gospodarczą, rozwój przedsiębiorczości i zasobów ludzkich miasta i subregionu częstochowskiego, ze szczególnym uwzględnieniem łagodzenia skutków restrukturyzacji Huty Częstochowa S.A.

- w celu wzrostu potencjału innowacyjności i konkurencyjności gospodarki lokalnej, wspieranie inicjatyw zmierzających do wykorzystania dorobku i zaplecza badawczo-rozwojowego częstochowskich wyższych uczelni oraz transferu know-how;

- tworzenie warunków i pozytywnego klimatu na rzecz integracji i współpracy środowisk samorządowych, gospodarczych, naukowych i opiniotwórczych;

Integracja i współpraca są bazą budowy kapitału społecznego. Jest to narzędzie mające służyć rozwiązywaniu problemów związanych z osiągnięciem celów strategii rozwoju miasta i subregionu częstochowskiego. Priorytetem działań jest rozwój gospodarczy.

- utrzymywanie i wzmacnianie pozytywnego klimatu inwestycyjnego;

Tłem do kreowania kapitału społecznego jest tworzenie warunków sprzyjających rozwojowi organizacji otoczenia biznesu. Klimat pobudzający przedsiębiorczość miałby być wsparty opracowaniem i wdrożeniem programu promocji gospodarczej miasta, wykorzystującego dostępne instrumenty marketingu terytorialnego. Ponadto w założeniu jest utworzenie:

* agencji rozwoju lokalnego wspierającej rozwój gospodarczy miasta i regionu poprzez działalność informacyjną, doradczą i szkoleniową adresowaną do przedsiębiorców,

* centrum obsługi inwestora - wyspecjalizowanej miejskiej agencji zapewniającej kompleksową obsługę potencjalnych inwestorów krajowych i zagranicznych zamierzających zlokalizować swoje projekty inwestycyjne na terenie miasta.

Jednym z ostatnich, ważnych z punktu widzenia przedsiębiorczości gospodarczej priorytetów jest wdrożenie systemu i sprawna realizacja programu pomocy publicznej Gminy Częstochowa dla przedsiębiorców oraz kreowanie lokalnego rynku usług finansowych poprzez inicjowanie sieci instytucji finansowych wspierających rozwój przedsiębiorczości²²⁸.

Wszystkie przedstawione elementy strategicznych działań z konkretnie wskazanymi pracami, które muszą być podjęte, są związane z warunkami funkcjonowania

²²⁸ *Częstochowa 2010. Strategia rozwoju miasta*, Załącznik do Uchwały Nr 193/XVIII/2003 Rady Miasta Częstochowy z dnia 22 września 2003 roku.

przedsiębiorczości lokalnej. Dotykają one problematyki małych i średnich przedsiębiorstw w sposób bezpośredni, bądź też tworząc warunki dla ich funkcjonowania.

Narzędziami wsparcia dla przedsiębiorców są fundusze pożyczkowe lub lokalne ulgi i zwolnienia. Bezpośrednimi instytucjami, do których może zgłosić się właściciel małej lub średniej firmy rejonu częstochowskiego, są²²⁹:

- Fundusz Pożyczkowy Górnośląskiej Agencji Przekształceń Przedsiębiorstw SA w Katowicach;
- Fundusz Mikro oddział w Częstochowie;
- Regionalny Fundusz Pożyczkowy Funduszu Górnośląskiego SA;
- Inicjatywa Mikro udzielająca pożyczek w ramach działalności gospodarczej na terenie województwa małopolskiego i śląskiego.

Władze wszystkich regionów Polski tworzą strategie rozwoju dla przestrzeni, za które są odpowiedzialne. Ogólnie przyjętą ideą jest rozwój społeczno – gospodarczy i ekonomiczny dla podniesienia stopy życiowej i ogólnego dobrobytu społeczeństwa polskiego. W strategiach rozwoju ważną częścią jest rozbudowa infrastruktury, która ma polepszyć warunki funkcjonowania przedsiębiorczości. Powyżej dokonano przeglądu strategii rozwoju dla Częstochowy i powiatu częstochowskiego pod kątem lokalnej przedsiębiorczości. Dokonano również przeglądu instytucji finansowych oferujących pomoc przedsiębiorcom tego rejonu.

Dla głębszej charakterystyki przytoczono wyniki badania przeprowadzonego dla potrzeb stworzenia strategii rozwoju powiatu częstochowskiego. Celem przyświecającym organizatorom projektu badawczego było stworzenie obrazu powiatu częstochowskiego, zdiagnozowania jego problemów i sposobu jego postrzegania przez mieszkańców. Jednak zakres projektu pozwolił na charakterystykę szerszej przestrzeni niż sam powiat częstochowski, tworząc wizję rejonu. Ankietyzacji poddano mieszkańców, urzędy gmin, przedsiębiorców, organizacje pozarządowe, jednostki organizacyjne powiatu częstochowskiego, powiaty ościenne i miasto Częstochowę²³⁰. Dla potrzeb niniejszego opracowania, opisując rejon częstochowski przez pryzmat małej przedsiębiorczości, przedstawiono tylko część wyników. Dotyczą one ankiety przeprowadzonej wśród jednostek samorządowych oraz przedsiębiorców.

²²⁹ www.czestochowa.pl/poradnik-dla-przedsiębiorcy-i-inwestora/informator-dla-przedsiębiorcy-i-inwestora/, 15.07.2009.

²³⁰ *Strategia Rozwoju Powiatu Częstochowskiego 2007-2015*, s. 60-107, www.czestochowa.powiat.pl

Zagadnienia ankiety skierowanej do powiatów ościennych (myszkowski, kłobucki, miasto Częstochowa, zawierciański, lubliniecki) dotyczyły głównie oceny własnej konkurencyjności wobec sąsiadujących powiatów oraz możliwości wielopłaszczyznowej współpracy, w tym postrzeganie powiatu częstochowskiego. Wyniki opracowano w formie analizy szans i zagrożeń całego subregionu północnego, ze szczególnym uwzględnieniem powiatu częstochowskiego.

Wśród mocnych stron rejonu wymieniono:

- czyste powietrze i ładny krajobraz;
- dogodne położenie geograficzne;
- liczne zabytki historyczne;
- rozwiniętą agroturystykę;
- dobre rozwiązania komunikacyjne;
- korzystanie z funduszy strukturalnych;
- współpracę z powiatami zagranicznymi;
- działalność organizacji pozarządowych;
- dobry dostęp do placówek kulturalnych i bibliotek.

Szansami wykorzystującymi wymienione atuty jest stwarzanie lepszych warunków do rozwoju inwestycji poprzez promocję rejonu i lokalnych produktów oraz wspieranie przedsiębiorczości. Wzrost pozycji społeczno gospodarczej jest utożsamiany z rozwojem handlu i usług, w tym agroturystyki. W możliwościach rejonu zostały wymienione: wykorzystywanie atutów historycznych w celu promowania walorów turystycznych oraz współpraca międzyregionalna w dziedzinie transportu i turystyki, a także możliwość wykorzystania bazy noclegowej w Częstochowie i pobliskich powiatach. Szanse rozwoju daje lepszy dostęp do Internetu i nowoczesnych technologii.

Ważnym czynnikiem zewnętrznym wskazanym przez respondentów jest możliwość korzystania z funduszy pomocowych i strukturalnych UE oraz plany rządowe odnośnie rozwoju drogownictwa. Szanse rozwoju rejonu zostałyby zwiększone w przypadku podjęcia działań zmierzających do spadku bezrobocia, przede wszystkim poprzez tworzenie nowych miejsc pracy.

Negatywnymi czynnikami funkcjonowania rejonu, ujętymi jako słabe strony, zaznaczone przez respondentów, są:

- niskie kwalifikacje osób bezrobotnych;
- słaby dostęp do specjalistycznej opieki zdrowotnej;
- poczucie niskiego bezpieczeństwa publicznego;

- dzikie wysypiska śmieci;
- niezadowalający stan dróg i obiektów mostowych;
- niezadowalający stan sieci kanalizacyjnej i gazowej (w niektórych częściach powiatu);
- migracja mieszkańców powiatu do innych miast na terenie województwa śląskiego, w inne regiony Polski, a także do krajów Unii Europejskiej;
- zróżnicowany rozwój nowo powstałych firm.

Zagrożenia, które mogłyby ograniczyć rozwój społeczno – gospodarczy badanego rejonu, są liczne. Należą do nich między innymi: perspektywy rozwoju turystyki w ościennych powiatach oraz brak dobrych dróg i infrastruktury technicznej. Rejon ma dużą konkurencję ze strony innych powiatów w zakresie pozyskiwania środków z funduszy UE. Niebezpieczeństwem dla wzrostu pozycji rejonu jest bezrobocie i ubożenie społeczeństwa. Jako rejon w znacznej części zdominowany przez rolnictwo jest zagrożony niską opłacalnością produkcji rolnej, wzrostem importu produktów żywnościowych z zagranicy oraz brakiem zorganizowanego rynku zbytu płodów rolnych²³¹.

Wyniki ankietyzacji jednostek samorządowych stanowią ocenę rejonu częstochowskiego ze szczególnym uwzględnieniem samego powiatu. Dla pełnego obrazu warunków otoczenia przedsiębiorczości uzupełniono opis opinią bezpośrednich uczestników rozwoju rejonu, którymi są lokalni przedsiębiorcy.

Atutem, który został wyróżniony przez właścicieli firm, jest rosnący poziom wiedzy o dotacjach z funduszy europejskich oraz dobry dostęp do instytucji pożyczkowych w rejonie. Szanse rozwoju dla rejonu, przedsiębiorcy upatrują w pomocy finansowej z funduszy unijnych, wskazując wagę udostępniania informacji na temat dotacji z funduszy unijnych. Środki finansowe miałyby być przeznaczane na rozwój działalności gospodarczej, zakup towarów handlowych, modernizację dróg, sprzęt budowlany, inwestycje związane z ochroną środowiska, turystykę i wypoczynek. Wskazane przez przedsiębiorców możliwości to także uruchamianie nowych funduszy pożyczkowych, udostępniających środki finansowe na bardziej dogodnych zasadach niż banki. Istotnym elementem zwiększenia szans rozwoju rejonu, jest według przedsiębiorców poprawa poziomu życia mieszkańców oraz promocja firm powiatu.

Czynnikiem obniżającym poziom społeczno - gospodarczy rejonu jest między innymi średni i słaby rozwój nowo powstałych firm określonych branż. Za przyczynę tego zjawiska

²³¹ Ibidem, s. 72.

uznaje się koszty utrzymania, związane z wysokimi składkami ZUS oraz podatki. Wskazano też na problem dużej biurokracji. Przedsiębiorcy reprezentują pogląd, że jest zbyt mała liczba stałych odbiorców produktów i usług, zaznaczając jednocześnie problem niewystarczającej umiejętności w pozyskiwaniu nowych rynków zbytu. Zauważona została kwestia braku wzorców i tradycji w pozyskiwaniu inwestorów strategicznych. Słabością rejonu jest także: mała aktywność gospodarcza terenów wiejskich, słaba ocena infrastruktury sportowej i rekreacyjnej na terenie powiatu, sytuacja dochodowa mieszkańców i niewystarczająca infrastruktura techniczna. Wśród zagrożeń rozwoju rejonu przedsiębiorcy wymienili słaby rozwój małych i średnich firm, spowodowany dużymi kosztami pracy, oraz brak środków finansowych na rozwój przedsiębiorstw. Według przedsiębiorców szkodliwym czynnikiem jest także niepewna przyszłość dużych firm produkcyjnych, wynikająca z niewystarczającego wsparcia państwa w działaniach restrukturyzacyjnych. Niebezpieczeństwem pozostaje również spadek tempa wzrostu gospodarczego kraju²³².

Analiza wszystkich zebranych materiałów pozwoliła twórcom badania na wysunięcie wniosków diagnozujących głównie stan powiatu częstochowskiego, ale z perspektywy całości subregionu częstochowskiego. Dlatego też interpretacja wyników jest odzwierciedleniem sytuacji nie tylko samego powiatu, ale i subregionu.

Powiat częstochowski w większości płaszczyzn swego istnienia i funkcjonowania społeczno – gospodarczego został umieszczony w średniej kategorii. Bardzo negatywnie są oceniane możliwości dochodowe ludności. Wyrzucany jest brak możliwości uzyskania atrakcyjnej pracy. Skrytykowano wielkość napływającego kapitału i działania władz powiatu mające zmierzać do wspierania przedsiębiorczości. Pozytywne aspekty rejonu, które zebrały najwyższe noty to dobro naturalne, niezależne od twórców człowieka: walory przyrodniczo – krajobrazowe. Wysoką ocenę przyznano również za gęstość sieci usługowo – handlowej oraz za dostępność komunikacyjną. Rozwój gospodarczy rejonu jest upatrywany w rozbudowywaniu usług bytowych, handlu hurtowym i detalicznym, budownictwie, agroturystyce oraz przemyśle rolno – spożywczym.

Działania oczekiwane od władz w ciągu najbliższych lat, które uznano za priorytetowe, to przeciwdziałanie bezrobociu i aktywizacja lokalnego rynku pracy, ponadto rozbudowa transportu i dróg publicznych. Jako ważną sferę działań wskazano ochronę środowiska i przyrody, wypracowanie porządku publicznego i bezpieczeństwa obywateli oraz zwiększenie edukacji publicznej. Najważniejszymi problemami, które władze powiatu

²³² Ibidem, s. 66-67.

powinny rozwiązać w najbliższej przyszłości, w znacznej części odzwierciedlającymi wcześniej wymienione problemy, są: bezrobocie, w szczególności wśród młodych ludzi oraz niski poziom bezpieczeństwa publicznego. Kolejnymi zagadnieniami, które wymagają ingerencji, są: niski napływ kapitału krajowego i zagranicznego oraz słabe tempo rozwoju małych i średnich firm. Według opinii respondentów najważniejszymi wartościami dającymi mocny fundament pod budowę pozytywnej przyszłości rejonu jest przedsiębiorczość, innowacyjność, wartość przestrzeni historycznej, wartości i walory przyrodnicze oraz średnie i wyższe wykształcenie²³³.

Podsumowując opis społeczno – gospodarczy rejonu częstochowskiego, uwzględniono głównie uwarunkowania przedsiębiorczości, które zostały wyodrębnione z badań nad całością analizowanej przestrzeni w jej różnych aspektach rozwojowych.

Rejon częstochowski posiada korzystne położenie geograficzne i komunikacyjne dla rozwoju przedsiębiorczości oraz dysponuje terenami pod inwestycje. Jednocześnie mocne zaplecze dla rozwoju przedsiębiorczości daje tradycja dobrej wytwórczości i przetwórstwa rolnego. Dla wspierania lokalnych przedsiębiorstw funkcjonują stowarzyszenia o charakterze gospodarczym. Większość firm i instytucji jest objęta kontrolą i nadzorem weterynaryjnym. Rozwijają się przedsiębiorstwa, które ukierunkowują swoją działalność na eksport oraz gospodarstwa rolne nastawione na sprzedaż rynkową. Rejon dysponuje mocną bazą do rozwoju produkcji dewocjonaliów oraz przemysłu przetwórczego na bazie rodzimych produktów rolnych. Mocnym atutem pozostaje wzrastający poziom wiedzy właścicieli firm o dotacjach z funduszy europejskich, a co za tym idzie, coraz częściej stają się one narzędziem w pobudzaniu rozwoju przedsiębiorstw.

Słabością rejonu pozostaje malejąca aktywność gospodarcza spowodowana kosztami utrzymania przedsiębiorstw i brakiem środków na ich rozwój oraz mała aktywność gospodarcza terenów wiejskich. Jednocześnie bardzo słabo jest oceniony potencjał rozwojowy gospodarstw rolnych. Mieszkańcy samego powiatu częstochowskiego mają perspektywy zatrudnienia jedynie w niewielkich firmach, dlatego też wykwalifikowana siła robocza poszukuje pracy poza rejonem. Poziom wykształcenia zawodowego rolników jest stosunkowo niski, podobnie jak kwalifikacje zawodowe osób bezrobotnych, które mają trudności w dostosowaniu się do potrzeb lokalnego rynku pracy. W powiecie nie ma żadnych dużych inwestycji. Nie ma również szerszych kontaktów handlowych z rynkami

²³³ Ibidem, s.73-74.

europejskimi. Lokalne przedsiębiorstwa nie posiadają wzorców pozyskiwania inwestorów strategicznych, co ogranicza ich możliwości rozwojowe. Do słabych punktów analizowanej przestrzeni dołącza więc zbyt wolne dostosowywanie produkcji do nowych potrzeb rynku, spowodowane brakiem środków finansowych. Uderzeniem w pozycję gospodarczą rejonu jest także źle zorganizowany rynek zbytu produktów rolnych, co przy rolniczym profilu nie pozostaje bez znaczenia. Słabością badanej przestrzeni pozostaje również zły stan infrastruktury technicznej i komunikacyjnej, stanowiący utrudnienie w bieżącym funkcjonowaniu przedsiębiorstw i mieszkańców. Ograniczeniem w tej materii, jest typowy podstawowy czynnik, czyli niewystarczająca ilość środków na rozbudowę i modernizację. Odrębną od pozostałych problemową dziedziną, a wyraźnie wskazaną, jest brak sprawnego przepływu informacji pomiędzy przedsiębiorcami a samorządami lokalnymi oraz słaba promocja przedsiębiorczości. Mimo wzrostu poziomu wiedzy przedsiębiorców na temat możliwości pomocy przedsiębiorczości niedoskonałe pozostaje ogniwo relacji będące podstawą tworzenia siły gospodarczej środowiska lokalnego jako całości²³⁴.

W ramach walki o rozwój społeczno-gospodarczy rejonu, decydenci lokalni wyznaczyli główne problemy wymagające priorytetowego rozwiązania. Odnoszą się one bezpośrednio do już wymienionych czynników osłabiających moc rozwojową. Oprócz nich, wskazano: bardzo niski poziom przedsięwzięć tworzących nowe miejsca pracy oraz słaby napływ kapitału zewnętrznego. Wynika to głównie z niskiej konkurencyjności i atrakcyjności inwestycyjnej rejonu. Zatem jest to szerokie pole do działań promocyjnych. Utrudnieniem pozostaje w tym wypadku również nieuregulowana własność prawna terenów pod inwestycje, a w części rejonu brak planów zagospodarowania przestrzennego. Na niezadowalającym poziomie pozostaje wykorzystanie posiadanych walorów turystycznych.

Oprócz problemów natury gospodarczej, w tym ekonomicznej i prawnej, pozostaje czynnik społeczny i rozwój tej materii życia. Oczywistym jest, że rozwój gospodarczy jest efektem życia tkanki społecznej. Zatem tworzenie bogactwa gospodarczego rejonu zawsze ma swoje podstawy w życiu społecznym. W wypadku analizowanej przestrzeni poszukiwać należy rozwiązań dla likwidowania zagrożeń społeczno-środowiskowych oraz podnoszenia bezpieczeństwa publicznego. Nie bez znaczenia pozostaje słaby dostęp do Internetu i nowoczesnych technologii w niektórych częściach rejonu. W odniesieniu do kapitału społecznego problemem do rozwiązania pozostaje niski poziom integracji i partnerstwa społecznego²³⁵.

²³⁴ Ibidem, s. 79.

²³⁵ Ibidem, s. 84.

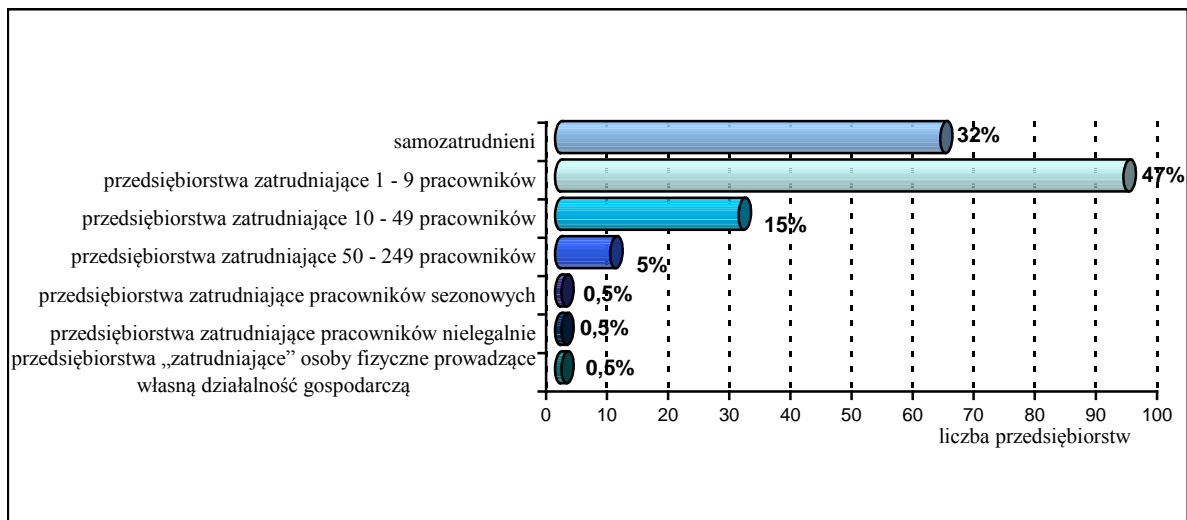
Powyższa część rozdziału jest charakterystyką rejonu będącego terenem badań podjętej pracy naukowej. Przedstawiono w nim tło społeczno – gospodarcze, na bazie którego funkcjonuje i tworzy się przedsiębiorczość. Opis jest oparty o ogólnie dostępne dokumenty oraz wyniki badań zawarte w tych dokumentach. Celem prezentacji jest umiejscowienie badanej przestrzeni w określonych warunkach i indywidualnej specyfice. Dalsza część opracowania jest przedstawieniem wyników własnych badań autorki, które wyróżniają wybrany element z badanej przestrzeni, a mianowicie małą przedsiębiorczość.

6.2. Ekonomiczne czynniki działalności podmiotów gospodarczych według danych przeprowadzonego sondażu

Charakterystyka małej przedsiębiorczości, przeprowadzona poprzez prezentację danych otrzymanych w drodze badań ankietowych przedsiębiorców, dała odpowiedź na pytanie badawcze: **„Jaki jest poziom rozwoju przedsiębiorstw poddanych analizie według wybranych czynników?”**

Wielkość przedsiębiorstw była istotną cechą inspirującą całość podjętego badania i jednocześnie głównym kryterium doboru próby do charakterystyki małej przedsiębiorczości. Wyniki pytania dotyczącego wielkości zatrudnienia badanych przedsiębiorstw przedstawia wykres 6. Małe przedsiębiorstwa stanowiły 93,4% badanych, w tym większość z nich to mikroprzedsiębiorstwa zatrudniające od 1 do 9 pracowników (46,9%). Wśród małych firm dalej w kolejności byli: samozatrudnieni (31,8%) oraz przedsiębiorstwa zatrudniające od 10 do 49 pracowników (15,1%). Firmy średnie stanowiły 4,5%. W badaniach skategoryzowano również firmy zatrudniające pracowników sezonowych oraz zatrudniających pracowników bez umowy o pracę, jak i firmy w których pracownicy byli samozatrudniającymi się. We wszystkich tych kategoriach wskazano po jednej firmie.

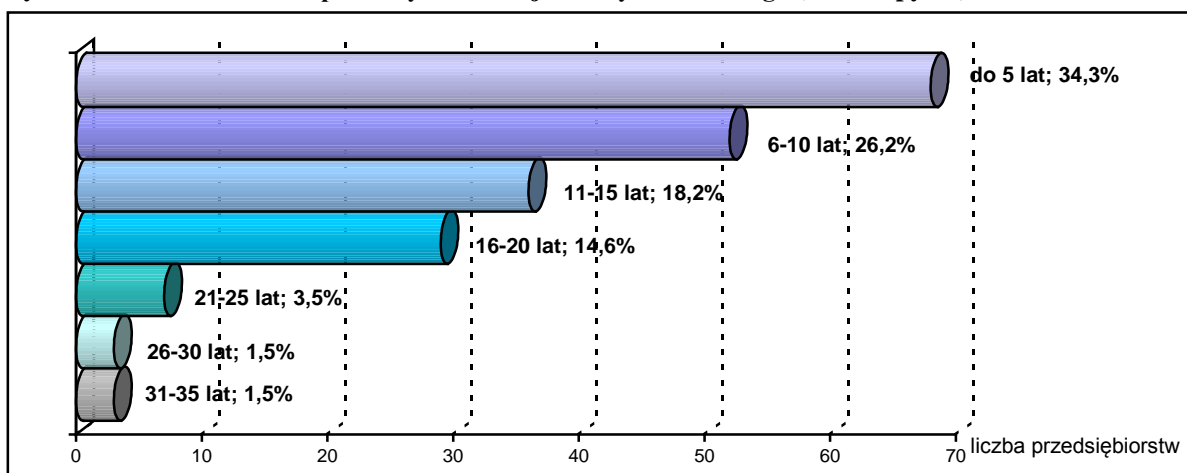
Wykres 6. Liczba przedsiębiorstw według zatrudnienia (ankieta pyt. 7)



Źródło: Własne badania ankietowe.

Odpowiedzi na pytanie o rok rozpoczęcia działalności podzielono według kategorii lat z pięcioletnimi przedziałami. Większość analizowanych firm posiadało ponad 5 letni staż w działalności gospodarczej: 65,6%, w tym 26,2% to przedsiębiorstwa aktywne od 6 do 10 lat, 18,2% to firmy mające od 11 do 15 lat, 14,6% firmy mające od 16 do 20 lat, dalej kolejno: 3,5% firmy od 21 do 25 lat, 1,5% firmy od 26 do 30 lat i 1,5% firmy od 31 do 35 lat. Przedsiębiorstwa, które prowadziły swoją działalność nie dłużej niż 5 lat stanowiły 34,3%. Ponieważ ankiety zostały rozprawdzone wśród respondentów w 2007 roku, mimo iż czas badań sięgnął roku 2008, nie było firm, które rozpoczęłyby działalność w 2008 roku.

Wykres 7. Czas działalności przedsiębiorstw rejonu częstochowskiego (ankieta pyt. 1)

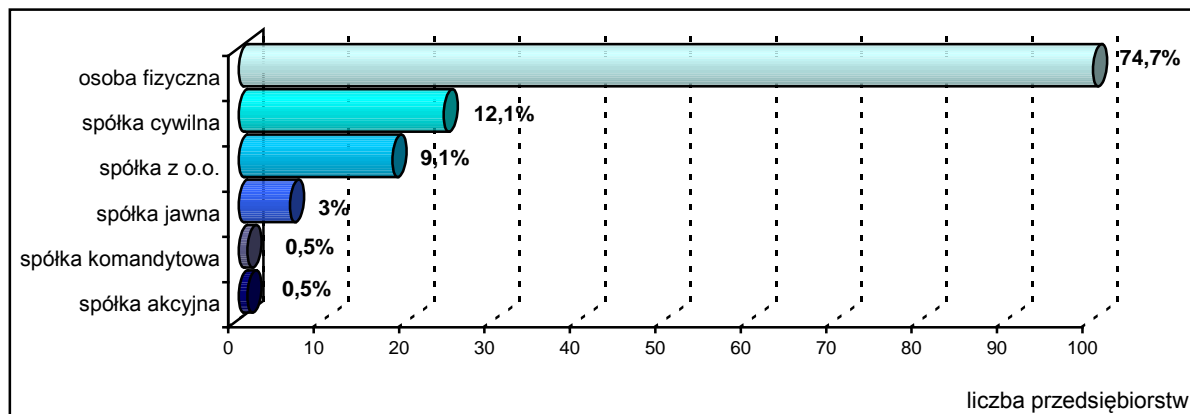


Źródło: Własne badania ankietowe.

Analiza odpowiedzi na pytanie dotyczące formy prawnej wykazała, że przeważająca liczba to osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą (74,7%). Następne w kolejności były spółki cywilne: 12,1%, spółki z o.o.: 9,1% i spółki jawne: 3%. Wśród badanych

respondentów znalazł się jeden właściciel spółki komandytowej i jeden spółki akcyjnej. Ogółem dane na temat wspólników wykazały, że 45% przedsiębiorstw prowadziła działalność w formie spółek.

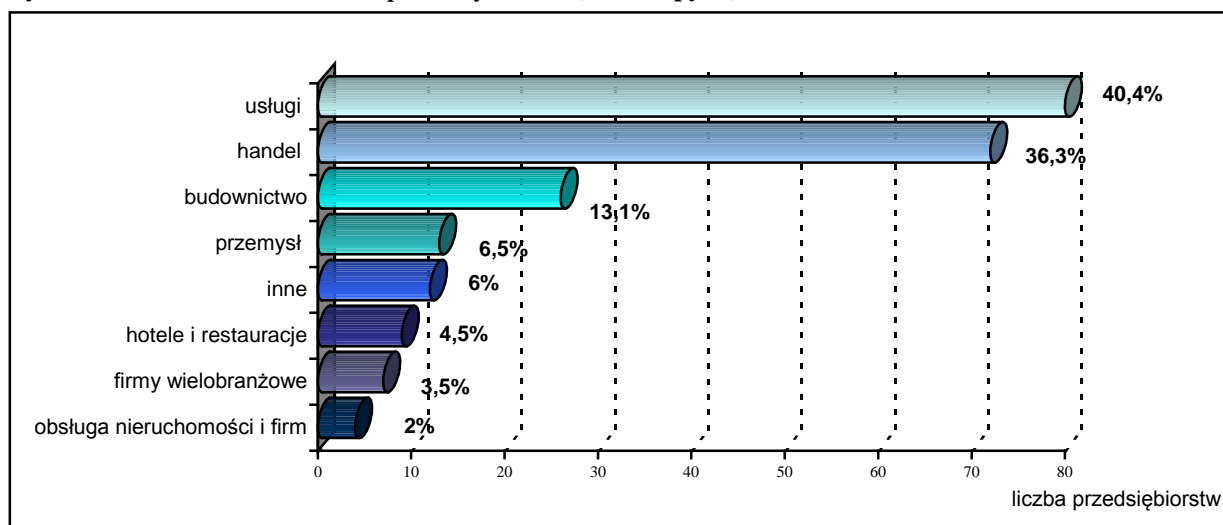
Wykres 8. Forma prawna podmiotów gospodarczych (ankieta pyt. 5)



Źródło: Własne badania ankietowe.

Większość analizowanych przedsiębiorstw zajmowało się usługami (40,4%) lub handlem (36,3%) w tym część z nich zarówno jednym, jak i drugim (6,5%). W dalszej kolejności były firmy branży budowlanej (13,1%) oraz firmy przemysłowe (6,5%). Pod kryterium „inne” przedsiębiorcy wpisywali między innymi: firmy związane z medycyną (przychodnie), rozrywką czy też edukacją (szkoły prywatne i firmy szkoleniowe), grupa ta stanowiła 6%. Hotele i restauracje to działalność 4,5% przedsiębiorstw. Firmy wielobranżowe stanowiły 3,5%. Najmniejszy procent badanych odnosił się do obsługi nieruchomości i firm: 2%.

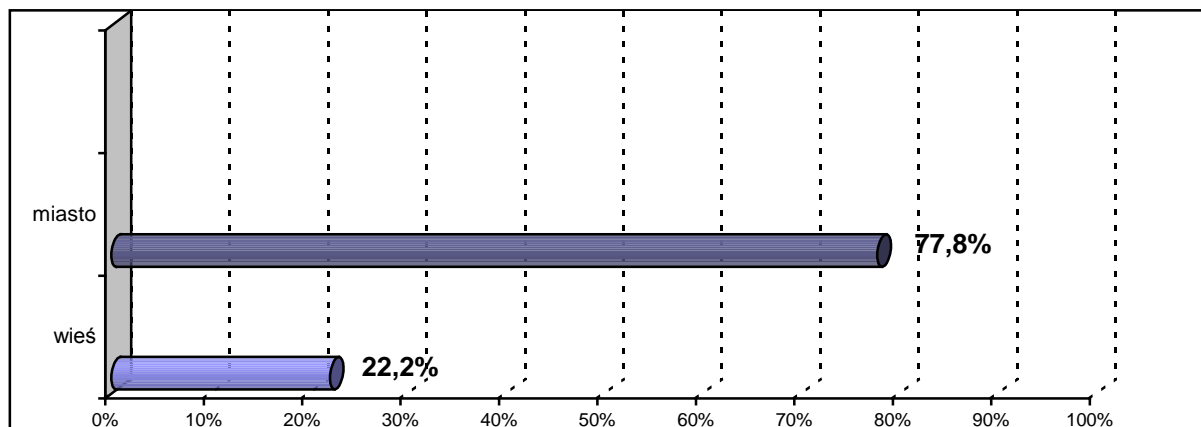
Wykres 9.: Działalność branżowa przedsiębiorstw (ankieta pyt.6)



Źródło: Własne badania ankietowe.

Typowe dla rozkładu miejsca działalności gospodarczej, jest powstawanie większości firm w mieście. Było to charakterystyczne również w badanej grupie. Przedsiębiorstwa działające w miastach stanowiły 77,8%, a firmy na wsiach 22,2%.

Wykres 10. Miejsce działalności gospodarczej (ankieta pyt.4)



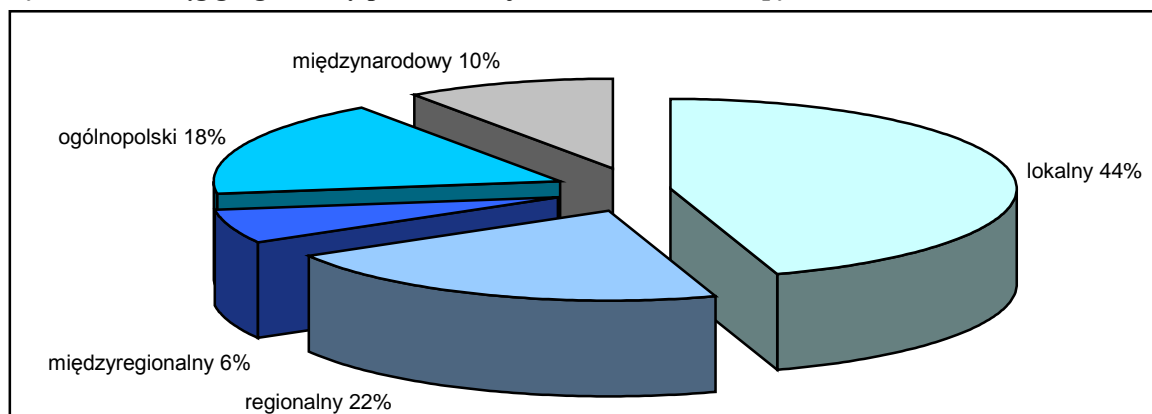
Źródło: Własne badania ankietowe.

Przedstawione informacje dotyczyły podstawowych warunków funkcjonowania przedsiębiorstw, ich wielkości, czasu istnienia, formy prawnej, przedmiotu działalności oraz siedziby. Kolejna część rozdziału opisuje poziom rozwoju przedsiębiorstw a także ogólnie rozumianą innowacyjność. Pojęcie innowacyjności w tym przypadku odnosi się głównie do stopnia nowoczesności technologii maszyn i urządzeń, wykorzystania technologii informacyjno-telekomunikacyjnej oraz wykorzystania zewnętrznych źródeł finansowania takich jak fundusze unijne czy inne środki pomocowe.

6.2.1. Stan rozwoju firm

Z uwagi na głównie lokalny charakter małej przedsiębiorczości zasięg prowadzonej działalności ograniczał się do najbliższego rynku: 47,1%. Zasięg regionalny posiadało 21,7% firm. Zasięg międzyregionalny posiadało 6% firm. Więcej z nich działało na skalę ogólnokrajową (17,7%) i międzynarodową (9,6%). Należy jednak wziąć pod uwagę, że nie musiało to być charakterystyczne dla całego zbioru małych i średnich firm rejonu częstochowskiego.

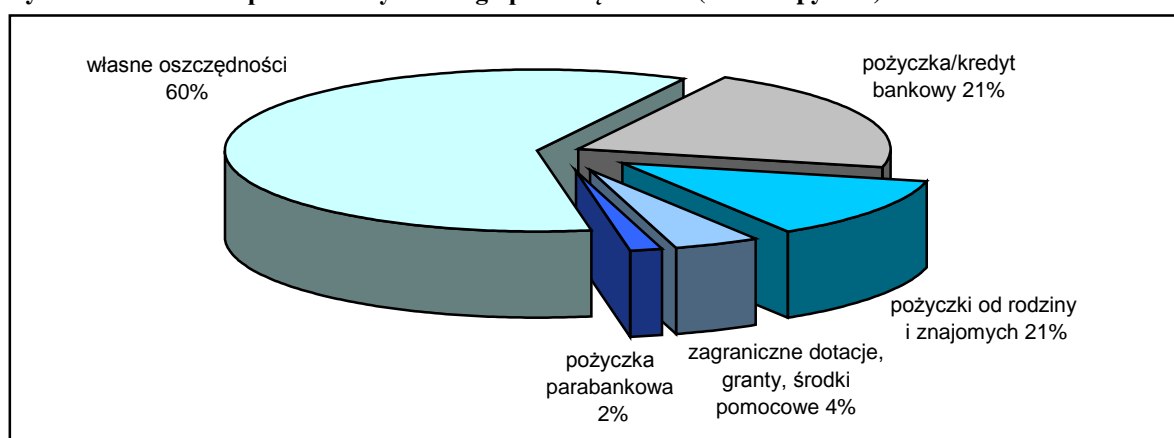
Wykres 11. Zasięg geograficzny prowadzonej działalności (ankieta pyt. 10)



Źródło: Własne badania ankietowe.

Zakładając firmę, 77,2% przedsiębiorców korzystało z własnych oszczędności wspartych również innymi formami na przykład: pożyczką lub kredytem. Dokładnie połowa firm powstała tylko z własnych oszczędności przedsiębiorców. Finansowanie kapitałem własnym zapewnia samodzielność, niezależność i dużą wiarygodność firmy, wywołuje wysoką motywację właścicieli oraz nie wymaga dzielenia się zyskiem z podmiotami zewnętrznymi²³⁶. Działalność gospodarczą bez własnego wkładu finansowego podjęło 22,3% przedsiębiorców. Przy zaangażowaniu własnych środków i kredytu bankowego powstało 14,6% wszystkich badanych firm. Z samego kredytu bankowego powstało 8,6% przedsiębiorstw. Należy zauważyć, że kredyt bankowy był najpopularniejszym źródłem dodatkowego finansowania nowo powstających firm, korzystało z niego 26,4% podmiotów. Za kredytem plasowała się w dalszej kolejności pożyczka od rodziny lub znajomych: 16,2%. Część przedsiębiorców otrzymała pomoc w formie zagranicznych dotacji, grantów czy też środków pomocowych: 5,6%.

Wykres 12. Źródło kapitału założycielskiego przedsiębiorstw (ankieta pyt. 11)



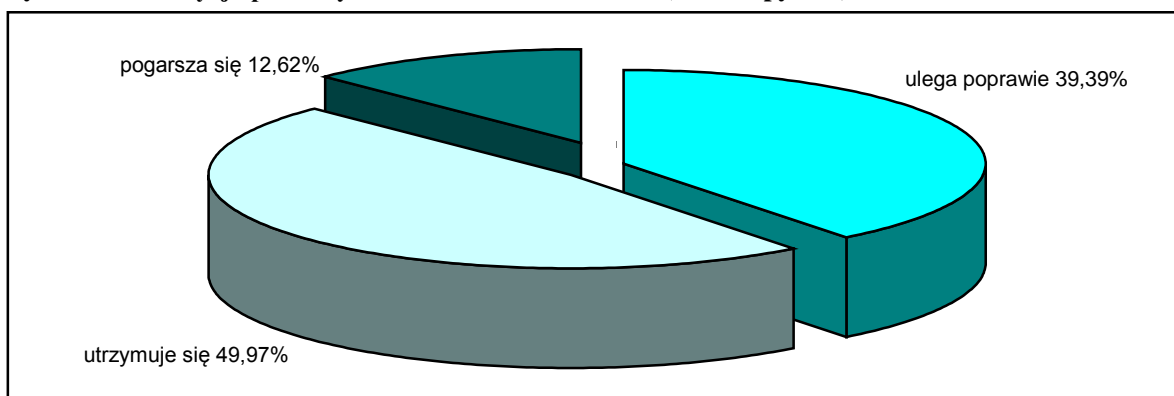
Źródło: Własne badania ankietowe.

²³⁶ Szerzej: Bławat F., *Przetrwanie i rozwój małych i średnich przedsiębiorstw*, Scientific Publishing Group, Gdynia 2004.

Przedstawione poniżej wyniki ankiet dotyczące kondycji, zysków, poziomu technologii oraz wykorzystania zasobów technologii informacyjno - telekomunikacyjnej stanowią odpowiedź na pytanie badawcze: „**Jak właściciele oceniają kondycję finansową swoich firm oraz poziom nowoczesności stosowanych technologii?**”

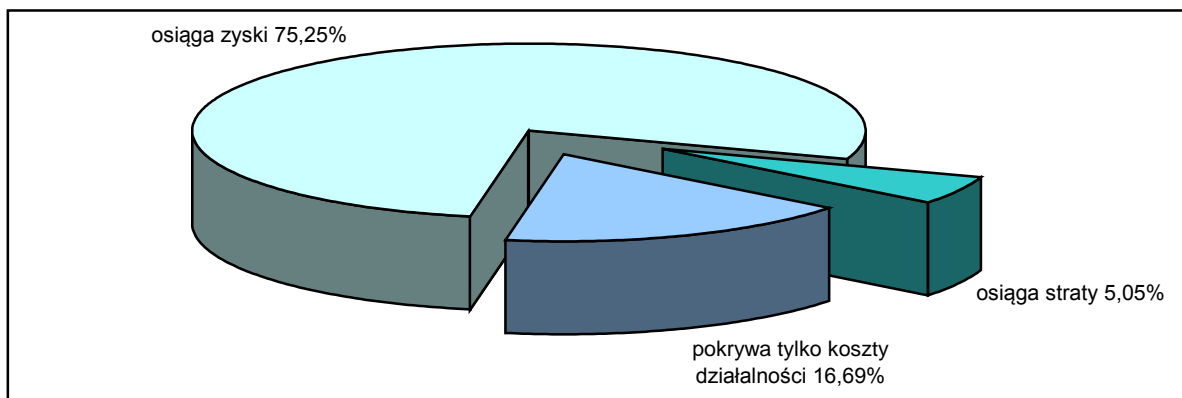
Przedsiębiorcy w większości twierdzili, że sytuacja finansowa ich firm utrzymuje się: 47,9%. Znaczący procent przedsiębiorstw (39,4%) wzmocniło swoją pozycję na rynku. Tylko 12,6% odnotowało spadek kondycji swoich przedsiębiorstw. Natomiast w odniesieniu do wyników z ostatnich miesięcy działalności zdecydowana większość przedsiębiorców odnotowała zysk: 75,2%, a tylko 5% straty. Pozostali przedsiębiorcy: 19,69% pokrywali koszty swojej działalności bez osiągnięcia zysków.

Wykres 13. Kondycja przedsiębiorstw w ocenie właścicieli (ankieta pyt. 13)



Źródło: Własne badania ankietowe.

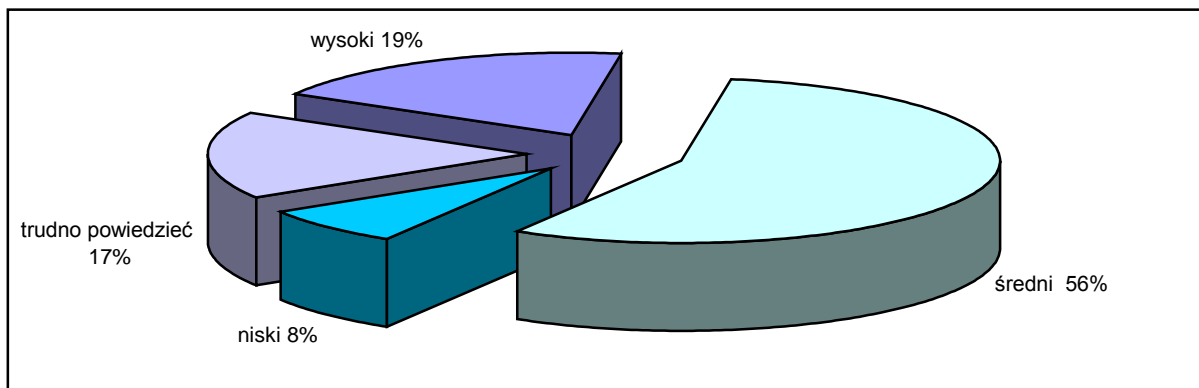
Wykres 14. Zyski przedsiębiorstw z ostatnich trzech miesięcy działalności (ankieta pyt. 12)



Źródło: Własne badania ankietowe.

Przedsiębiorcy, oceniając poziom nowoczesności wykorzystywanych w działalności maszyn i urządzeń w skali branży, uzyskali następujące wyniki: 56,1% poziom średni, 19,2% poziom wysoki oraz 7,6% poziom niski. Część respondentów nie potrafiła skategoryzować poziomu stosowanej przez siebie technologii.

Wykres 15. Poziom technologii maszyn i urządzeń przedsiębiorstw (nowoczesność) (ankieta pyt. 15)



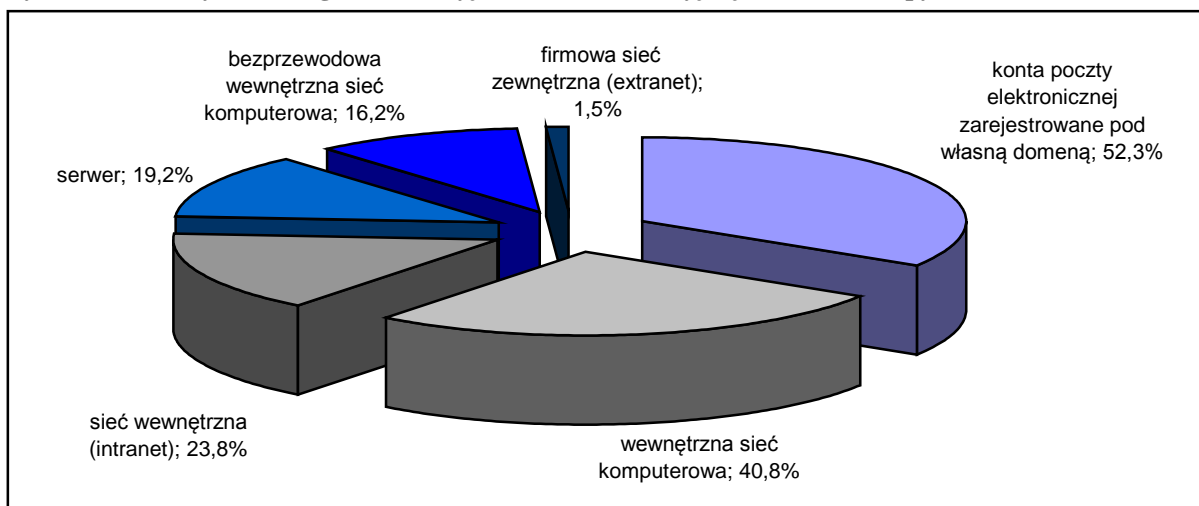
Źródło: Własne badania ankietowe.

Wskaźniki takie jak: zasoby technologii informacyjno-telekomunikacyjnej (ICT), posiadane patenty i licencje sięgają źródeł innowacyjności przedsiębiorstw.

Dla małych firm i firm mikro ICT umożliwia sięgnięcie do rynków zagranicznych w różnych formach swych działań. Począwszy od sprzedaży swych produktów i usług, zakupu towarów i usług, a skończywszy na kontaktach z całym otoczeniem biznesu. Technologia ICT wspiera codzienną działalność przedsiębiorstw, jednakże znacząca liczba przedsiębiorstw jej nie posiada. Wśród badanych było 61 firm, które nie posiadały zasobów ICT. Ze 137 firm użytkujących komputery 6 nie korzystało z zasobów i usług internetowych w swej działalności.

Większość badanych firm posiadających technologię ICT (52,3%) posługiwało się pocztą elektroniczną zarejestrowaną pod własną domeną, co jest jednym z tańszych rozwiązań. Kolejnym najczęściej stosowanym rozwiązaniem (40,8%) była wewnętrzna sieć komputerowa oparta o własny serwer.

Wykres 16. Zasoby technologii informacyjno-telekomunikacyjnej firm (ankieta pyt. 17)

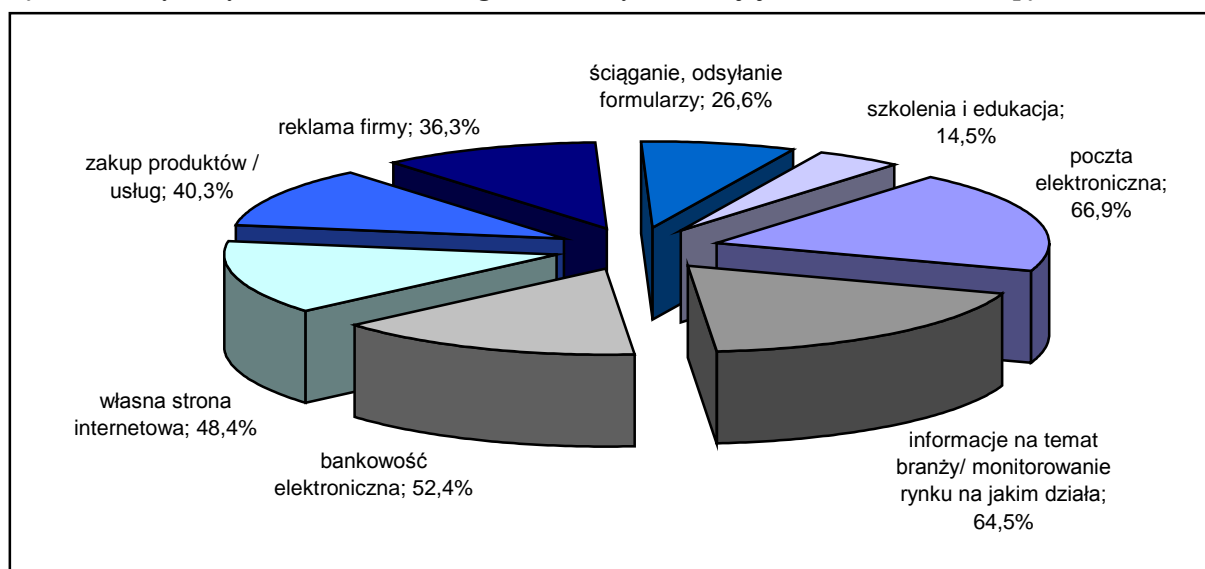


Źródło: Własne badania ankietowe.

Wykorzystanie zasobów internetowych przede wszystkim wśród firm mikro jest czynnikiem, który w znacznym stopniu wpływa na możliwości ich rozwoju i innowacyjność. W przypadku większych firm przestaje on być podstawową determinantą. Brak dostępu do Internetu jest istotną przeszkodą w docieraniu do informacji i jej efektywnym wykorzystaniu, a nawet codziennej działalności przedsiębiorstwa. Jedynie firmy zajmujące się działalnością wygasającą na rynku mogą wykorzystywać Internet tylko z „wygody” np.: ściągając formularze z urzędów, co nie wpływa znacząco na ich działalność.

Najpopularniejszą formą wykorzystania Internetu wśród MŚP była poczta elektroniczna (66,9%), następnie czerpanie informacji na temat branży, konkurencji (64,5%) oraz bankowość elektroniczna (52,4%).

Wykres 17. Wykorzystanie zasobów i usług internetowych w swojej działalności (ankieta pyt. 18.1)



Źródło: Własne badania ankietowe.

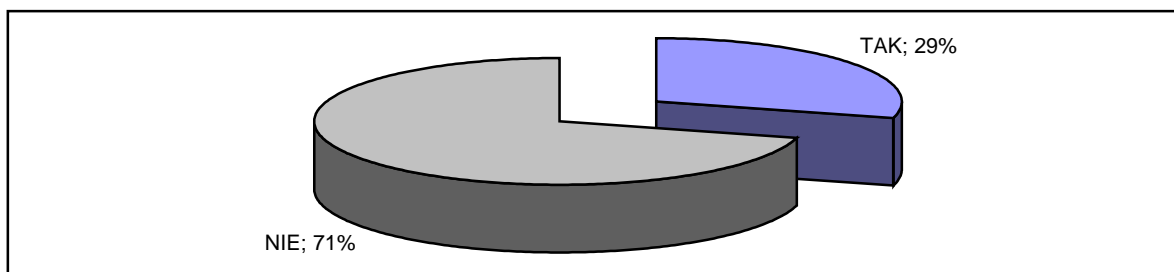
Korzystanie z odpłatnych patentów i licencji jest wskaźnikiem otwartości na innowacje, podobnie jak tworzenie własnych. Istotnym miernikiem innowacyjności przedsiębiorstwa jest przeznaczanie części zysku na cele badawczo – rozwojowe. Podejmowanie i planowanie inwestycji jest wymiernym czynnikiem rozwoju przedsiębiorstwa. Ponoszone koszty i podejmowane w tym zakresie działania są związane z planowaniem strategicznym przedsiębiorstw. Podstawą rozwoju przedsiębiorstwa jest jego strategia inwestycyjna. H. Towarnicka definiuje ją jako: „sposób podejmowania i realizacji – na podstawie różnych przesłanek i w różnych warunkach inwestowania-długookresowych decyzji dotyczących inwestycji odznaczających się znacznymi rozmiarami rzeczowymi

i finansowymi”²³⁷. Bezpośrednim odniesieniem do strategii inwestycyjnej badanych przedsiębiorstw były pytania ankiety odnoszące się do:

- działań firmy podejmowanych w celu poprawy pozycji na rynku (Ankieta, pyt. 14);
- inwestycji prowadzonych w ciągu ostatnich 3 lat (Ankieta, pyt. 22 i 24);
- planów inwestycyjnych (Ankieta, pyt. 23);
- źródeł finansowania inwestycji (Ankieta, pyt. 25);
- przedmiotu inwestycji (Ankieta, pyt. 26).

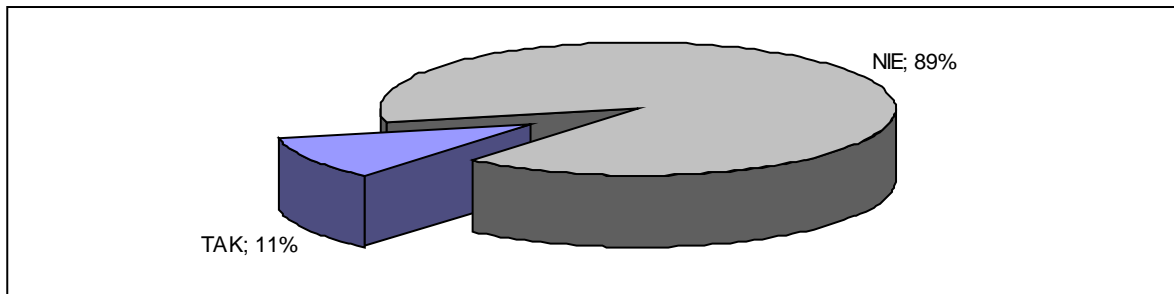
Opisywane przedsiębiorstwa w 29,3% miały zakupione patenty i licencje, 10,6% posiadało własne patenty, opracowane licencje lub know-how. Środki na cele badawczo – rozwojowe tworzyło 19,2% firm.

Wykres 18. Korzystanie z zakupionych patentów i licencji (ankieta pyt. 19)



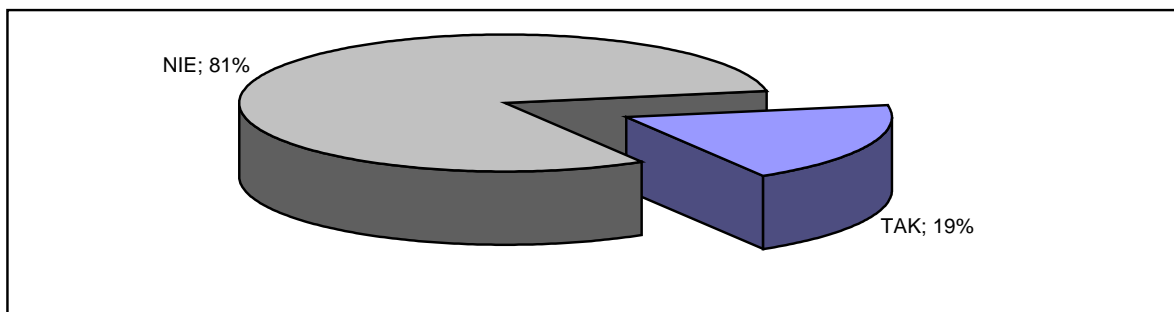
Źródło: Własne badania ankietowe.

Wykres 19. Posiadanie własnych patentów i licencji (ankieta pyt. 20)



Źródło: Własne badania ankietowe.

Wykres 20. Przeznaczanie zysku na cele badawczo-rozwojowe (ankieta pyt. 21)



Źródło: Własne badania ankietowe.

²³⁷ Towarnicka H.: *Strategie i taktyki inwestycyjne polskich przedsiębiorstw w warunkach zmian systemowych*, Akademia Ekonomiczna, Wrocław 1991, s. 50.

Znaczna część przedsiębiorstw w ciągu trzech ostatnich lat prowadziła inwestycje²³⁸: 71,71%. W trakcie inwestycji w okresie przeprowadzania badania pozostawało 39,39% firm.

Nawiązując do pytania badawczego: „**Jakie są podstawowe źródła finansowania rozpoczęcia działalności oraz podejmowanych inwestycji?**”, można stwierdzić, że zakładając firmę:

- 77,2% przedsiębiorców korzystało z własnych oszczędności, w tym wspartych również innymi formami na przykład: pożyczką lub kredytem;
- 50% firm powstało tylko z własnych oszczędności przedsiębiorców;
- bez własnego wkładu finansowego działalność gospodarczą podjęło 22,3% przedsiębiorców.
- z samego kredytu bankowego powstało 8,6% przedsiębiorstw.

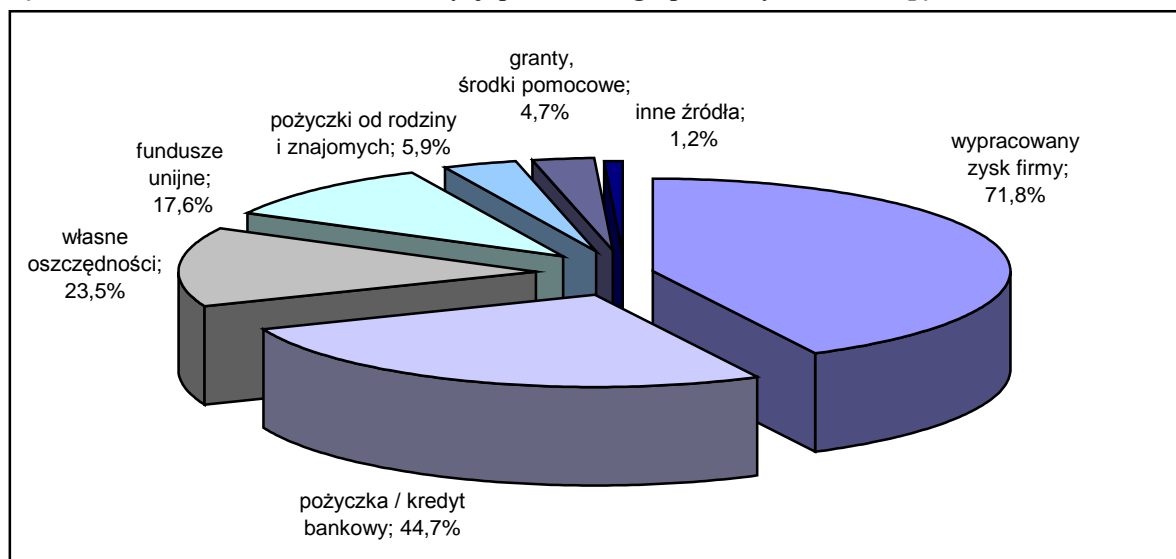
Kredyt bankowy był najpopularniejszym źródłem dodatkowego finansowania nowo powstających firm, korzystało z niego 26,4% podmiotów. Połowa firm powstała tylko przy udziale środków własnych. Wysoki wskaźnik własnej oszczędności niekoniecznie wskazywał na zamożność respondentów. Potwierdzeniem tego przypuszczenia były wyniki wywiadu, które wskazały następujące główne przyczyny absorbowania przede wszystkim środków własnych przy tworzeniu przedsiębiorstwa:

- brak możliwości uzyskania kredytu lub pożyczki,
- niewiedza na temat możliwych dofinansowań dotacją czy grantem,
 - niekorzystne warunki kredytowania, w tym brak zaufania do instytucji kredytujących.

Środki, z których finansowane były inwestycje, pochodziły głównie z wypracowanego zysku firmy: 71,8%, w dalszej kolejności z kredytu (44,7%) oraz własnych oszczędności przedsiębiorców (23,5%). Inwestycje były najczęściej finansowane z różnych źródeł. W przypadku funduszy unijnych oraz środków pomocowych posiadanie części środków jest często konieczne do ich uzyskania.

²³⁸ Przyjęto definicję: „Inwestycją jest każde wykorzystanie kapitału w celu jego powiększenia” Jog V., Suszyński C., *Zarządzanie finansami przedsiębiorstwa*, CIM, Warszawa 1995, s. 9.

Wykres 21. Źródła finansowania inwestycji podmiotów gospodarczych (ankieta pyt. 25)

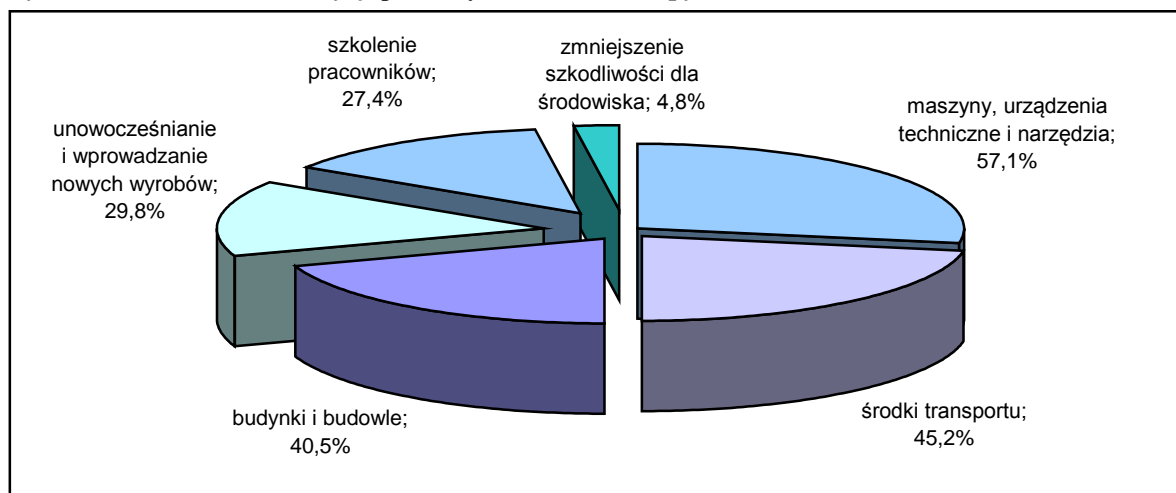


Źródło: Własne badania ankietowe.

Przedmiotem inwestycji 57,1% firm były maszyny, urządzenia techniczne i narzędzia. Wynik był typowy dla tego typu analiz. Zakup narzędzi i urządzeń wykorzystywanych w działalności przedsiębiorstw wiązał się z mniejszymi kosztami niż inwestycje w transport lub budynki, stąd większe możliwości ich pozyskania przy ograniczonych możliwościach finansowych małej przedsiębiorczości. Rzadziej przedsiębiorstwa zakupywały maszyny, których koszt był często dużą inwestycją, choć bywało, że niezbędną dla ich działalności.

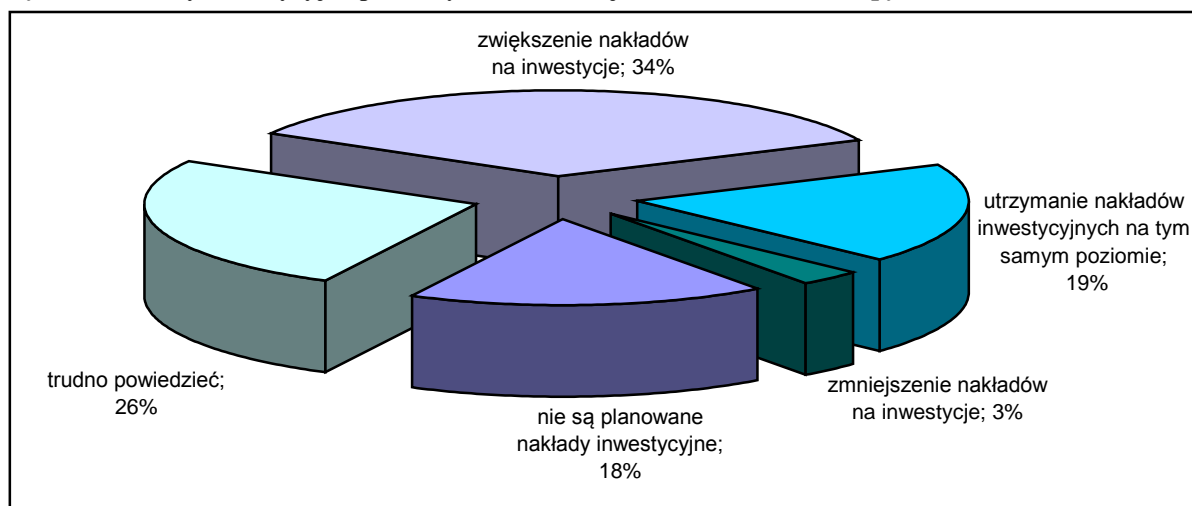
Przedsiębiorcy utrzymywali, że w przyszłości planują zwiększenie nakładów na inwestycje: 33,8%, a 18,7% chciało je utrzymać na tym samym poziomie. Część przedsiębiorców nie była w stanie określić planów inwestycyjnych na przyszłość: 26,2%. Z wypowiedzi wielu respondentów można było wnioskować, że jedną z głównych przyczyn był niestabilny dochód przedsiębiorstw wynikający na przykład z trudności ściągania wierzytelności. Przedsiębiorcy, którzy nie planowali w najbliższej przyszłości żadnych inwestycji, stanowili 18,2%. Niektórzy z nich nie wykluczali możliwości inwestowania, jednak wynikałoby to raczej z konieczności, wypadków losowych, takich jak całkowite zużycie lub zepsucie maszyn, urządzeń czy narzędzi.

Wykres 22. Przedmiot inwestycji przedsiębiorstw (ankieta pyt. 26)



Źródło: Własne badania ankietowe.

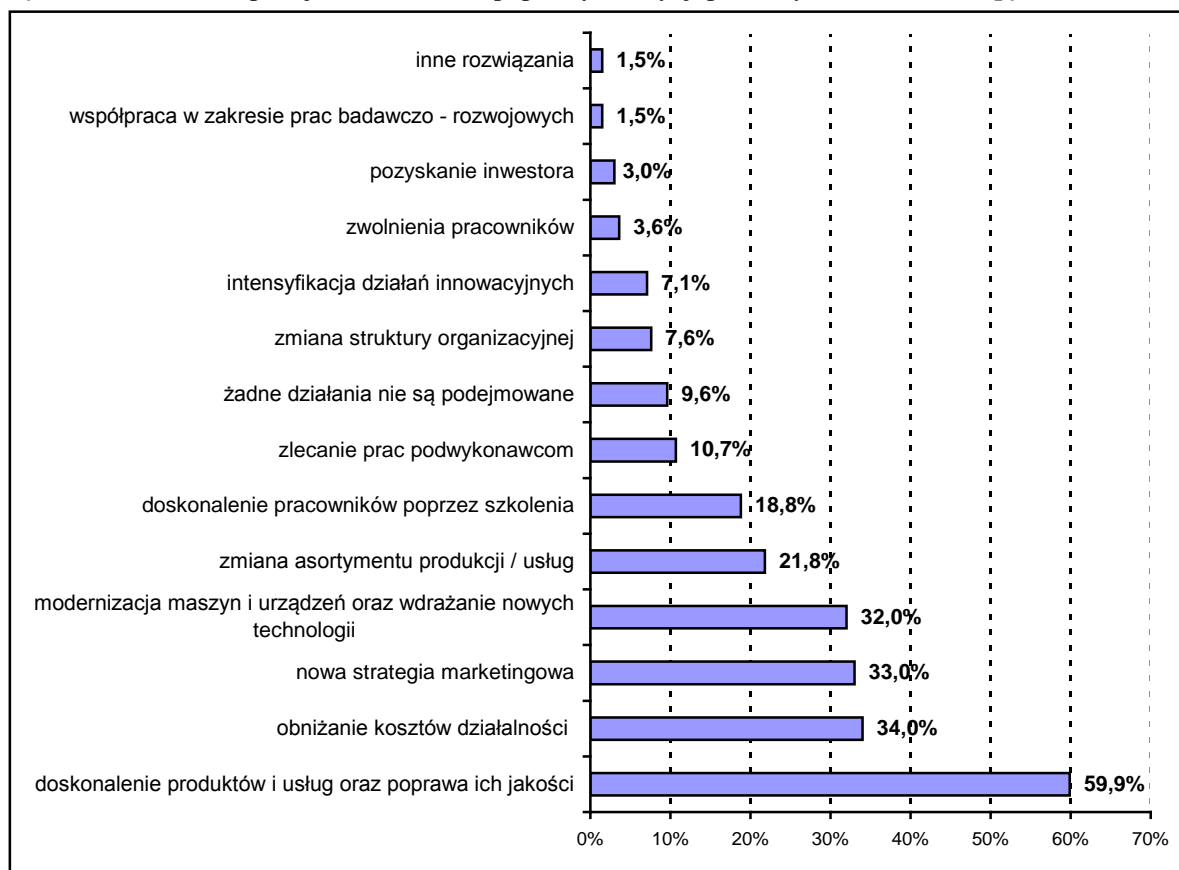
Wykres 23. Plany inwestycyjne przedsiębiorstw na najbliższe 3 lata (ankieta pyt. 23)



Źródło: Własne badania ankietowe.

Przedsiębiorcy mając na celu poprawę kondycji i umocnienie pozycji firmy na rynku podejmowali szeroki wachlarz działań. Wszystkie firmy wykorzystywały jednocześnie różne narzędzia i dostępne im metody. Największa grupa starała się stale doskonalić swoje produkty i usługi: 59,9% firm. Metodą poprawy pozycji na rynku dla 34% firm było obniżanie kosztów działalności, następnie nowa strategia marketingowa (33%) oraz modernizacja maszyn i urządzeń wraz z wdrażaniem nowych technologii (32%).

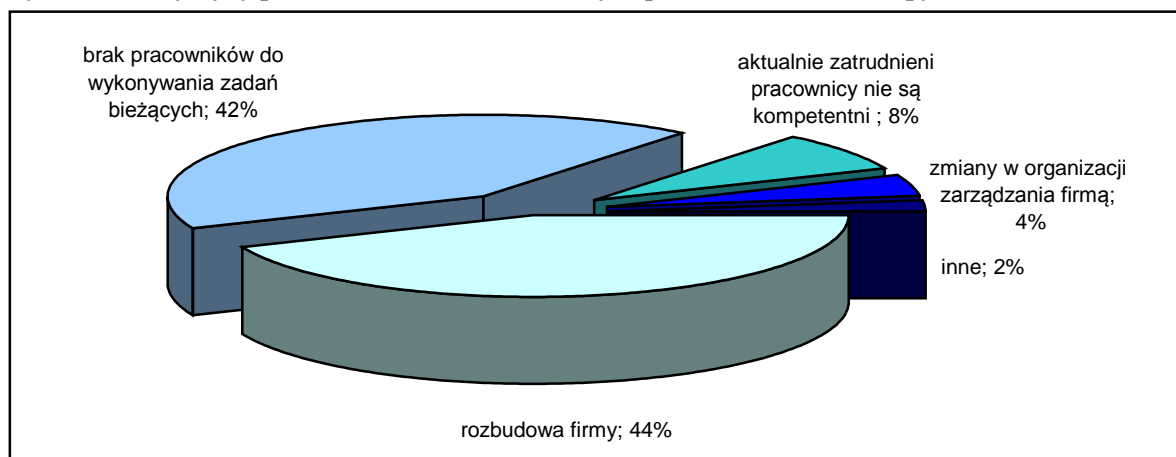
Wykres 24. Działania podejmowane w celu poprawy kondycji przedsiębiorstw (ankieta pyt. 14)



Źródło: Własne badania ankietowe.

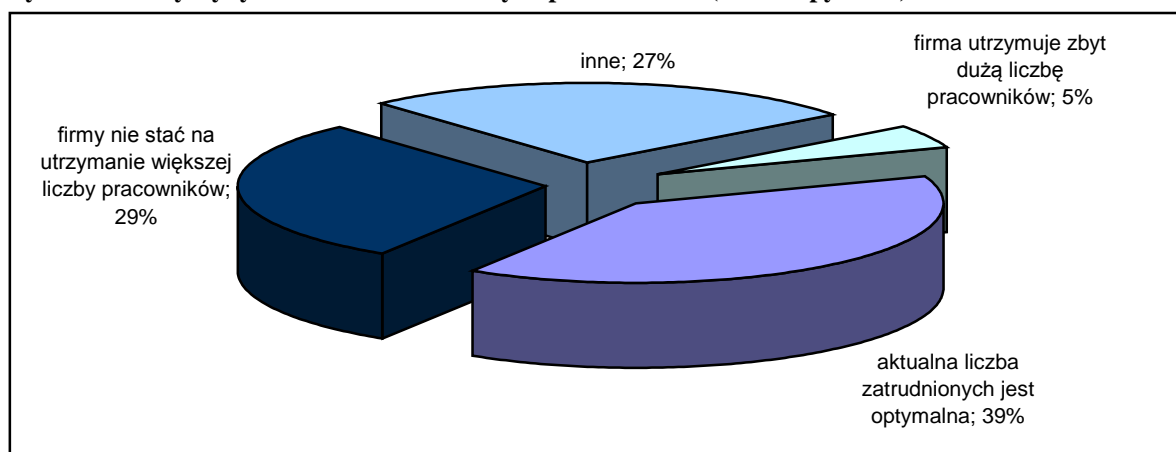
W sferze personalnej zmiany dotyczące zatrudnienia były planowane w 38,9% firm. Głównymi przyczynami była szeroko rozumiana rozbudowa firmy: 20,2% oraz brak wystarczającej liczby pracowników do wykonywania bieżących zadań: 19,7%. Większość przedsiębiorców nie planowała jednak powiększania liczby personelu: 52,5%. Właściciele ci w 21,7% mieli w swych przedsiębiorstwach optymalną liczbę pracowników, dla innych główną przyczyną był brak możliwości finansowych: 16,1%. Część badanych przedsiębiorców (14,6%) nie miała sprecyzowanych planów, wahała się z deklaracją co do ewentualnych zmian w liczbie zatrudnionych.

Wykres 25. Przyczyny planowania zatrudnienia nowych pracowników (ankieta pyt. 9.1)



Źródło: Własne badania ankietowe.

Wykres 26. Przyczyny nie zatrudniania nowych pracowników (ankieta pyt. 9.2.)



Źródło: Własne badania ankietowe.

Biorąc pod uwagę wskaźniki świadczące o rozwoju przedsiębiorstw, można przyjąć, że warunki były korzystne. Przedsiębiorstwa odnotowujące zysk stanowiły 75,2%. Zadowolająca była również liczba przedsiębiorstw, w których nastąpił wzrost kondycji. Ponad połowa firm planowała wzrost inwestycji lub ich utrzymanie na dotychczasowym poziomie, co również można było odczytać jako wynik pozytywny. Przewidywane zmiany we wzroście zatrudnienia w prawie 40% firm były kolejnym korzystnym zjawiskiem, świadczącym o stopniowym rozwoju. Znacznie mniejsza liczba przedsiębiorstw nie planowała zatrudniać nowych pracowników tylko ze względów finansowych.

6.2.2. Trudności przedsiębiorców w zakładaniu, bieżącej działalności i rozwoju przedsiębiorstw

Trudności napotkane przez osoby prowadzące przedsiębiorczą działalność bądź też dopiero wkraczające na rynek miały różne źródła. Ogólnie można przyjąć podział na bariery ekonomiczno - finansowe, instytucjonalne, prawne, edukacyjne i społeczne, a także bariery wewnętrzne, które mogły być analizowane według poszczególnych, wymienionych wyżej kategorii, a wynikały z indywidualnych cech przedsiębiorstwa.

Bariery ekonomiczno - finansowe dotyczyły takich problemów jak: sprawy administracyjne, brak kapitału, mała płynność finansowa, konkurencja, koszty zatrudnienia, wysokie stopy procentowe, wzrost kosztów produkcji i usług itp. Bariery instytucjonalne odnosiły się m.in. do problemów z rejestracją firmy, biurokracją, trudnościami z uzyskaniem certyfikatów i norm jakości oraz bezpieczeństwem produktów. Aspekty prawa, które wskazywane były jako ograniczające możliwości przedsiębiorstw, dotyczyły: prawa pracy, prawa podatkowego, niejasnych przepisów, w tym związanych z regułami rozwoju MŚP. Bariery edukacyjne dotyczyły czynnika wewnętrznego, którym był brak dostatecznej wiedzy na temat prowadzenia przedsiębiorstwa oraz wiedzy branżowej, jak również czynnika zewnętrznego np.: znalezienia odpowiednich pracowników, których kwalifikacje i umiejętności spełniają oczekiwania pracodawców. Bariery społeczne mogły być związane z uprzywilejowaniem pewnych grup społecznych czy jednostek a wykluczaniem innych z działalności przedsiębiorczej. Typowymi barierami wewnętrznymi, były trudności z nadmiarem spraw organizacyjnych, dyspozycyjnością, organizacją pracy pracowników i organizacją sprzedaży.

Odpowiedzi przedsiębiorców opisane poniżej odnoszą się do pytania badawczego: **„Jakie trudności ograniczają działalność i rozwój przedsiębiorstw?”**.

Już podczas zakładania przedsiębiorstwa mnożyły się różnego typu problemy dla osób wchodzących w rolę przedsiębiorcy. Problemy te były odmienne w zależności od czasu rozpoczęcia działalności przedsiębiorstwa, ale można wskazać te, które występowały najczęściej bez względu na otoczenie gospodarcze i polityczne.

Według hierarchii liczby wskazań odpowiedzi przez przedsiębiorców, na pierwszym miejscu był nadmiar spraw organizacyjnych, który został wyróżniony przez 45,1% osób. Rozmowa z respondentami ujawniła, że trudności ze sprawami organizacyjnymi dotyczyły głównie problemów w kontaktach z administracją publiczną i czasu trwania prowadzenia

spraw. Niewiele mniejsza liczba wskazań (43%) dotyczyła braku kapitału początkowego na rozpoczęcie działalności. W dalszej kolejności, z różnicą jednego głosu znalazły się niejasne przepisy prawne (34,7%) oraz brak odpowiedniego lokalu (34,2%). Niejasne przepisy prawne dotyczyły skomplikowanych procedur i nadmiaru biurokracji podczas zakładania działalności. Najmniejszym problemem były trudności z zakupem towarów (3,1%) i brak surowców (1,6%). Część przedsiębiorców (8,3%) nie doświadczyła żadnych barier podczas zakładania firmy. Należy wziąć pod uwagę, że brak trudności mógł wynikać z postawy respondentów wobec życia. Zatem uzyskane dane mogą wskazywać nie na rzeczywisty brak barier, ale na podejście przedsiębiorców wobec występujących zadań, z którymi muszą się zmierzyć. Odwracając ten problem, można zauważyć, iż istnieje możliwość wyolbrzymiania analizowanych trudności, co może mieć pewne uzasadnienie w związku z obiegową opinią, że społeczeństwo polskie ma skłonności do narzekania i krytykanctwa.

Tabela 18. Najczęściej deklarowane bariery napotkane podczas zakładania działalności gospodarczej (ankieta pyt. 47)

Bariery podczas zakładania przedsiębiorstwa	Wartość procentowa
nadmiar spraw organizacyjnych	45,1%
brak kapitału początkowego	43,0%
niejasne przepisy prawne	34,7%
brak odpowiedniego lokalu	34,2%
brak jasnych reguł rozwoju MŚP	29,5%
trudności ze znalezieniem odpowiednich pracowników	26,4%
problemy z rejestracją firmy	19,2%
problem z organizacją sprzedaży	7,8%
trudności z zakupem wyposażenia	7,3%
trudności z zakupem towarów	3,1%
brak surowców	1,6%
Inne	0,5%
nie było żadnych problemów	8,3%

Źródło: Własne badania ankietowe.

Dla większości respondentów największym problemem podczas prowadzenia przedsiębiorstwa były składki ZUS i koszty zatrudnienia (64,3%). W dalszej kolejności: wysokie podatki (52%) oraz z tą samą liczbą wskazań (33,7%): nadmiar spraw administracyjnych i duża konkurencja. Zatem główne problemy dotyczyły ekonomiczno – finansowych ograniczeń. Przy nabywaniu doświadczenia w prowadzeniu firmy znacznie zmniejszył się problem niejasnych przepisów prawnych (14,3%), który zajmował trzecie

miejsce w hierarchii barier przy zakładaniu przedsiębiorstwa. Wśród rzadziej wskazywanych problemów były np.: korupcja i zorganizowane grupy przestępcze (3,6%), oraz brak reguł rozwoju MŚP (2,6%) i prawo pracy (2,6%). Bariera edukacyjna pojawiła się tylko w trzech przypadkach. Żadnych problemów podczas prowadzenia działalności nie miało 2% przedsiębiorców.

Tabela 19. Najczęściej deklarowane bariery napotkane podczas prowadzenia działalności gospodarczej (ankieta pyt. 48)

Bariery prowadzenia działalności	Wartość procentowa
koszty zatrudnienia / składki ZUS	64,3%
wysokie podatki	52%
nadmiar spraw administracyjnych	33,7%
duża konkurencja	33,7%
Biurokracja	20,9%
trudności ze znalezieniem odpowiednich pracowników	19,4%
niejasne przepisy prawne	14,3%
brak kapitału na inwestycje	11,7%
mała płynność finansowa	10,7%
problemy ze sprzedażą	8,7%
prawo podatkowe	8,2%
rachunkowość / księgowość	6,6%
ograniczona dyspozycyjność	3,6%
korupcja, zorganizowane grupy przestępcze	3,6%
brak reguł rozwoju MŚP	2,6%
położenie geograficzne	2,6%
prawo pracy	2,6%
trudności z zakupem wyposażenia	2%
organizacja pracy pracowników	1,5%
brak dostatecznej wiedzy branżowej	1,5%
brak surowców	0,5%
nie ma żadnych barier	2%

Źródło: Własne badania ankietowe.

Najsilniejszy ograniczający wpływ na rozwój przedsiębiorstw miały: wysokie koszty pracy (42,5%), wysokie podatki (39,9%), oraz duża konkurencja (38,3%) i nadmiar spraw administracyjnych (31,6%). Zatem dokładnie te problemy, które wskazywane były jako główne bariery w trakcie prowadzenia przedsiębiorstwa, są największym ograniczeniem ich rozwoju. Marginalną rolę odegrały trudności w uzyskiwaniu certyfikatów, norm jakości oraz

bezpieczeństwa produktów (4,7%), wysokie stopy procentowe (4,1%) oraz słaba znajomość zagranicznych rynków zbytu (2,1%). Warto przypomnieć, że 10% badanych firm działało na rynku międzynarodowym. Podsumowanie wyników dotyczących barier rozwoju przedsiębiorczości wskazało, że głównym problemem pozostawał czynnik ekonomiczno – finansowy.

Tabela 20. Najpoważniejsze deklarowane bariery utrudniające rozwój działalności gospodarczej (ankieta pyt. 50)

Bariery rozwoju przedsiębiorstwa	Wartość procentowa
wysokie i rosnące koszty pracy	42,5%
wysokie podatki	39,9%
duża konkurencja	38,3%
nadmiar spraw administracyjnych	31,6%
trudności ze znalezieniem odpowiednich pracowników	25,4%
nieskuteczna polityka wspierania przedsiębiorczości	20,7%
brak środków finansowych na modernizację przedsiębiorstwa	17,6%
brak kapitału na inwestycje	16,1%
problemy ze sprzedażą	15,5%
niejasne przepisy prawne	14%
brak ochrony przed konkurencją z zagranicy	10,4%
mała płynność finansowa	8,3%
wzrost kosztów produkcji	7,3%
trudności w uzyskaniu certyfikatów i norm jakości oraz bezpieczeństwa produktów	4,7%
wysokie stopy procentowe	4,1%
słaba znajomość zagranicznych rynków zbytu	2,1%
Inne	0,5%
nie ma żadnych barier	0

Zródło: Własne badania ankietowe.

Z punktu widzenia zagadnień wyeksponowanych w niniejszej dysertacji, można zwrócić uwagę na problem przepisów prawnych związanych z działalnością gospodarczą oraz polityką wspierania przedsiębiorczości. Niejasne przepisy prawne stwarzały trudności w prowadzeniu i rozwoju przedsiębiorstwa, będąc w grupie najbardziej dotkliwych czynników dla około 14% przedsiębiorców. Czyniło je to większym problemem niż na przykład problemy ze sprzedażą (8,7%) czy płynnością finansową (10,7% przy bieżącej działalności i 8,3% przy rozwoju firmy). Właściciele firm w 20,7% wyrażali opinię o nieskuteczności polityki wspierania przedsiębiorczości, stawiając ten problem na szóstym miejscu. Bez odpowiedzi pozostanie tu pytanie, na ile problemem była polityka wspierania

przedsiębiorczości, a na ile istotnym czynnikiem pozostawał brak umiejętności wykorzystywania narzędzi tej polityki przez przedsiębiorców. Przedsiębiorcy pytani o otoczenie prawno – polityczne i programy wsparcia rozwoju MŚP np.: ze strony urzędów i decydentów lokalnych, stwierdzali, że najchętniej odgradziliby się od tych wpływów, by tylko im nie przeszkadzano. Respondenci wyrażali opinię, że „obsługa” małej przedsiębiorczości była częściej barierą rozwoju niż wsparciem i zabezpieczeniem.

6.3. Elementy kapitału społecznego małej przedsiębiorczości

W diagnozowaniu kapitału społecznego za wskaźniki kluczowe są przyjęte związki, jakie zachodzą między badaną jednostką a jej otoczeniem, przejawy współdziałania i uczestnictwa społecznego. Za jednostkę można obrać osobę bądź określoną grupę. Dla potrzeb badania kapitału społecznego małej przedsiębiorczości za jednostkę obrano właściciela przedsiębiorstwa z perspektywy osoby i przedstawiciela przedsiębiorstwa.

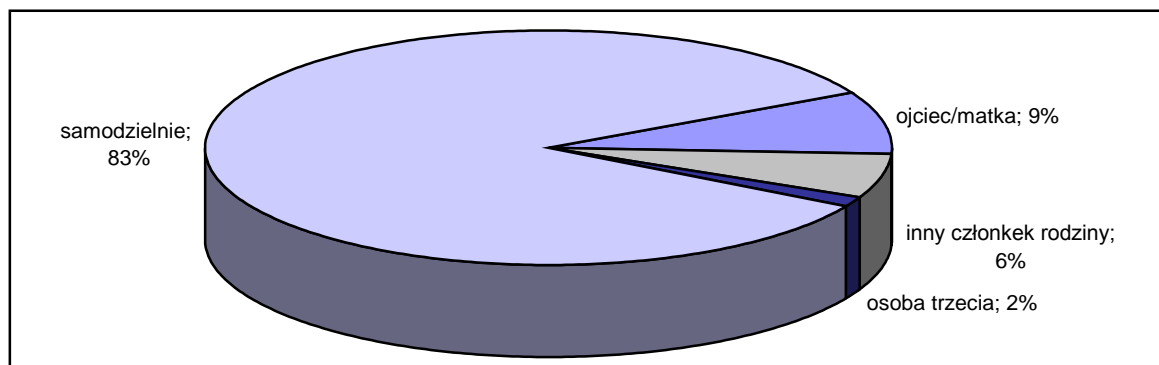
Analiza związków i zależności jest mierzalna i obiektywna np.: w sytuacji członkostwa przedsiębiorcy w organizacji rozwoju biznesu, jednak w większości przypadków mamy do czynienia z subiektywną oceną klimatu współpracy przez wybranych uczestników określonego badania środowiska.

Poszczególne części rozdziału stanowią odpowiedź na pytanie badawcze: **„Jaka jest rola małej przedsiębiorczości w życiu społecznym i gospodarczym lokalnego środowiska?”** Przedstawienie przedsiębiorczości na tle otoczenia i związków, które z nim tworzyła, oddaje sens roli jaką w nim pełniła.

Małą przedsiębiorczość częściowo stanowiły organizacje rodzinne, co było odzwierciedlone w wynikach pytań dotyczących stosunków rodzinnych osoby założyciela przedsiębiorstwa, współników oraz zatrudnianych osób. Była to istotna informacja dla opisu kapitału społecznego, gdyż odnosiła się do zaufania społecznego, uznanego w większości koncepcji, za główny składnik kapitału społecznego. Stopień zaufania, gdzie zaufanie jest tłumaczone jako wiedza i przewidywalność zachowań członków sieci zależności, z założenia jest wyższy w przypadku więzi rodzinnych.

Zdecydowana większość przedsiębiorstw była założona przez dotychczasowego właściciela (83,8%). Firmy założone przez bliskich i dalszych członków rodziny stanowiły w sumie 14,6%. Niewielka część przedsiębiorstw (2%) była założona przez osobę trzecią.

Wykres 27. Osoba zakładająca przedsiębiorstwo (ankieta pyt. 2)



Źródło: Własne badania ankietowe.

Działalność w formie spółek prowadziło 44,9% firm, w tym spółki rodzinne stanowiły: 31,8%. Biorąc pod uwagę tylko przedsiębiorstwa mające formę spółek, to spółki rodzinne stanowiły w nich 70,8%, gdzie 62,9% wspólników było najbliższą rodziną, a 7,8% było osobami spokrewnionymi.

Spółki najczęściej były prowadzone przez dwóch wspólników (39,4%). Stanowiły one 87,6% wszystkich przedsiębiorstw będących spółkami. Trzech wspólników występowało w 3% firm, a czterech w 2,5% firm (odpowiednio: 6,7% i 5,6% w stosunku do wszystkich spółek).

Tabela 21. Stopień pokrewieństwa wspólników (ankieta pyt. 3)

Liczba wspólników	Najbliższa rodzina	Spokrewnieni	Nie spokrewnieni	Przedsiębiorstwa ogółem wg liczby wspólników
2 wspólników	25,7%	3,5%	10,1%	39,4%
3 wspólników	1,5%	0	1,5%	3,0%
4 wspólników	1,0%	0	1,5%	2,5%
Przedsiębiorstwa ogółem wg pokrewieństwa wspólników	28,3%	3,5%	13,1%	44,9%

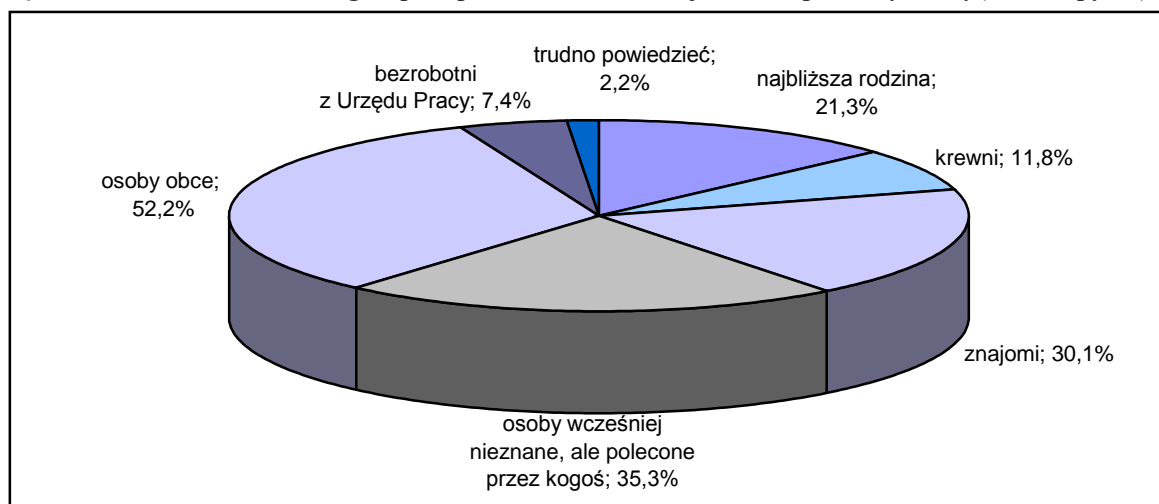
Źródło: Własne badania ankietowe.

W większości przypadków przedsiębiorcy zatrudniali w swoich firmach osoby obce (52,2%). W dalszej kolejności znajdowali się pracownicy poleceni przez innych (35,3%). Na trzecim miejscu wskazań byli znajomi (30,1%). Zatrudnianie rodziny występowało w 21,3% przedsiębiorstw, a w 11,8% firmach zatrudnieni byli krewni. Najrzadszym źródłem naboru pracowników był Urząd Pracy (7,4%). Podsumowując, przedsiębiorcy zatrudniający pracowników stanowili 68,2% wśród badanej grupy.

W badaniach ankietowych nie uwzględniono pomocy rodziny, z czym często można się spotkać w przypadku osób samozatrudniających się i mikrofirm do 9 zatrudnionych. Swobodne wypowiedzi przedsiębiorcy sugerowały jednak, że było to powszechne zjawisko.

Analiza stopnia pokrewieństwa pracowników z właścicielem wykazała, że większość zatrudnionych byli to ludzie obcy, zatrudnieni bez protekcji. Zważywszy na wielkość prowadzonej działalności, można by przypuszczać odwrotną zależność, czyli większy procent zatrudnionych członków rodzin, krewnych, znajomych lub przez protekcję. Przedsiębiorcy podnosili argument, że łatwiej zarządzać personelem, z którym nie mają zbyt bliskich kontaktów prywatnych lub którego zatrudnienie nie wynika z zobowiązań wobec innych osób.

Wykres 28. Zatrudnieni według stopnia pokrewieństwa i znajomości z przedsiębiorcą (ankieta pyt. 8)



Źródło: Własne badania ankietowe.

Dane dotyczące pokrewieństwa wspólników i pracowników są istotne z punktu widzenia czynników społecznych, wpływających na funkcjonowanie przedsiębiorstwa i zachodzących w nim procesów. Stosunki w organizacji, na które wpływa stopień pokrewieństwa, mają swoje konsekwencje nie tylko w sposobie zarządzania personelem przedsiębiorstwa, ale również w procesach decyzyjnych. Zaufanie znacznie silniej zakorzenione jest w relacjach rodzinnych niż w stosunkach z obcymi. Zaufanie jest odczytywane jako zaufanie do wiedzy na temat przewidywalności zachowań uczestników organizacji. Stosunki w organizacji, na które wpływa stopień pokrewieństwa i liczba uczestników, dają konsekwencje w relacjach z najbliższym otoczeniem, wpływając w szerszej perspektywie na charakter kapitału społecznego całego analizowanego środowiska.

Środowiska przedsiębiorców, którzy zostali objęci badaniem, nie można było zaliczyć do silnie sfamilizowanych. Uznano, że było to zjawisko pozytywne. Zamknięcie się w kręgu pokrewieństwa bywa przyczyną zahamowania tworzenia się kapitału społecznego z dalszym otoczeniem, co grozi partykularyzacją interesów.

6.3.1. Sieci współpracy tworzone przez jednostki gospodarcze

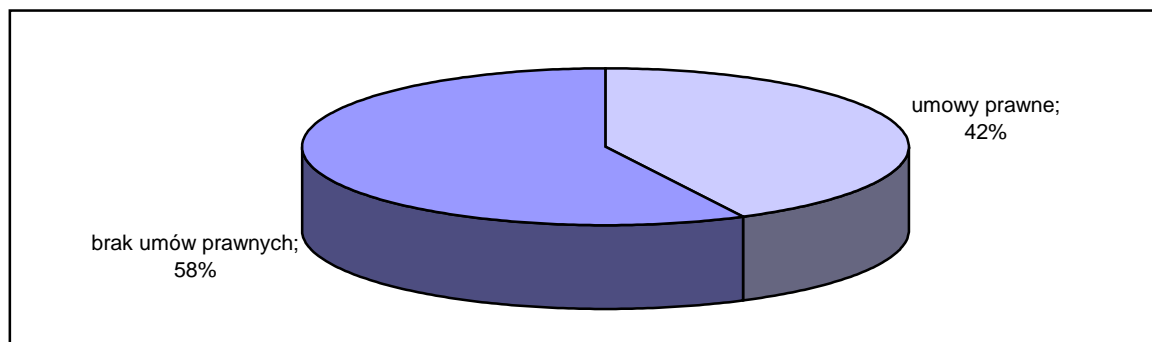
Współpraca i różne jej formy są nie tylko wskaźnikami poziomu kapitału społecznego, ale również uznawane są za wyznaczniki rozwoju i potencjału przedsiębiorstwa. W charakterystyce struktur sieciowych przedsiębiorstwa wykorzystano następujące dane:

- współpraca przedsiębiorstw na podstawie umowy prawnej oraz współpraca nieformalna;
- członkostwo w organizacjach biznesowych;
- współpraca z instytucjami naukowo – badawczymi;
- współpraca z ośrodkami doradczymi i organizacjami wspierającymi rozwój przedsiębiorczości;
- znajomość i współpraca z organizacjami wspierającymi przedsiębiorczość.

Powyższe wskaźniki były przejawem związków tworzonych przez przedsiębiorstwa z ich otoczeniem. Charakterystyka przedstawiona poniżej jest odpowiedzią na pytanie badawcze: „**Jakie sieci powiązań z otoczeniem tworzą przedsiębiorstwa?**”.

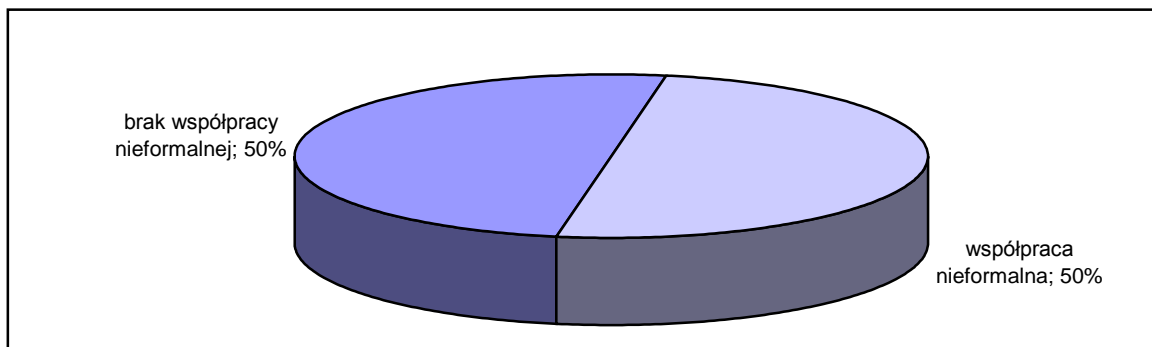
Przedsiębiorcy nie współpracujący z żadną organizacją stanowili 25,7%. Pozostali utrzymywali kooperacje z innymi, zarówno w charakterze formalnym na podstawie umowy prawnej (42,4%), jak również relacji nieformalnych. Współpracę nieformalną prowadziła dokładnie połowa przedsiębiorstw (50%).

Wykres 29. Współpraca przedsiębiorstw w oparciu o umowę prawną (ankieta pyt. 31)



Źródło: Własne badania ankietowe.

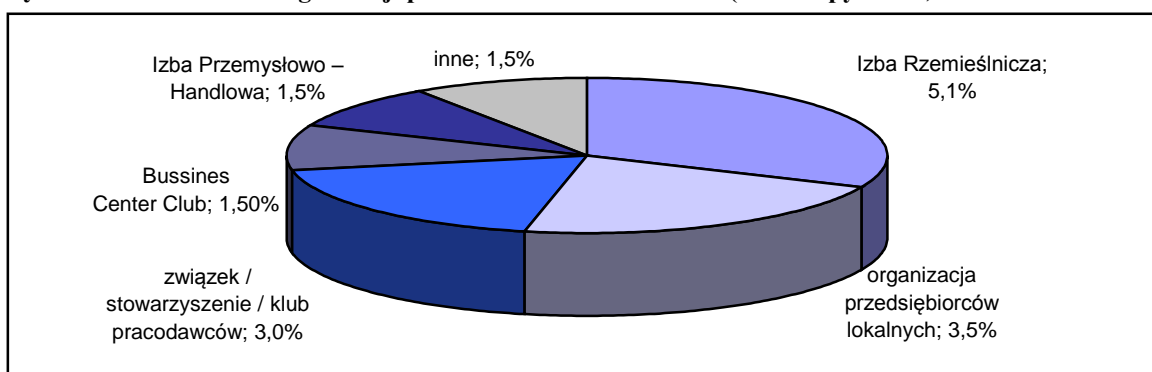
Wykres 30. Nieformalna współpraca między przedsiębiorstwami (ankieta pyt. 32)



Źródło: Własne badania ankietowe.

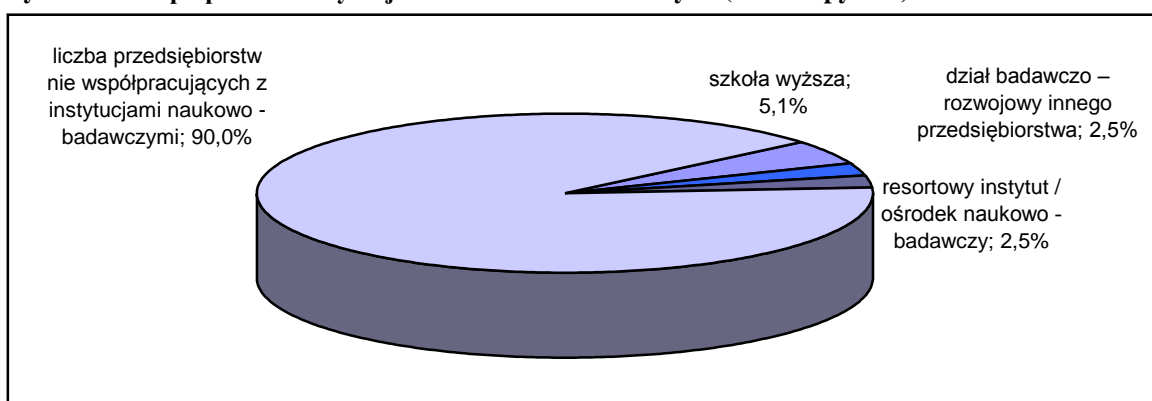
Członkami organizacji przedstawicielskich biznesu było 15,1% przedsiębiorców, 10,1% współpracowało z instytucjami naukowo-badawczymi, 20,2% korzystało z pomocy ośrodków doradczych.

Wykres 31. Członkowie organizacji przedstawicielskich biznesu (ankieta pyt. 28.1)



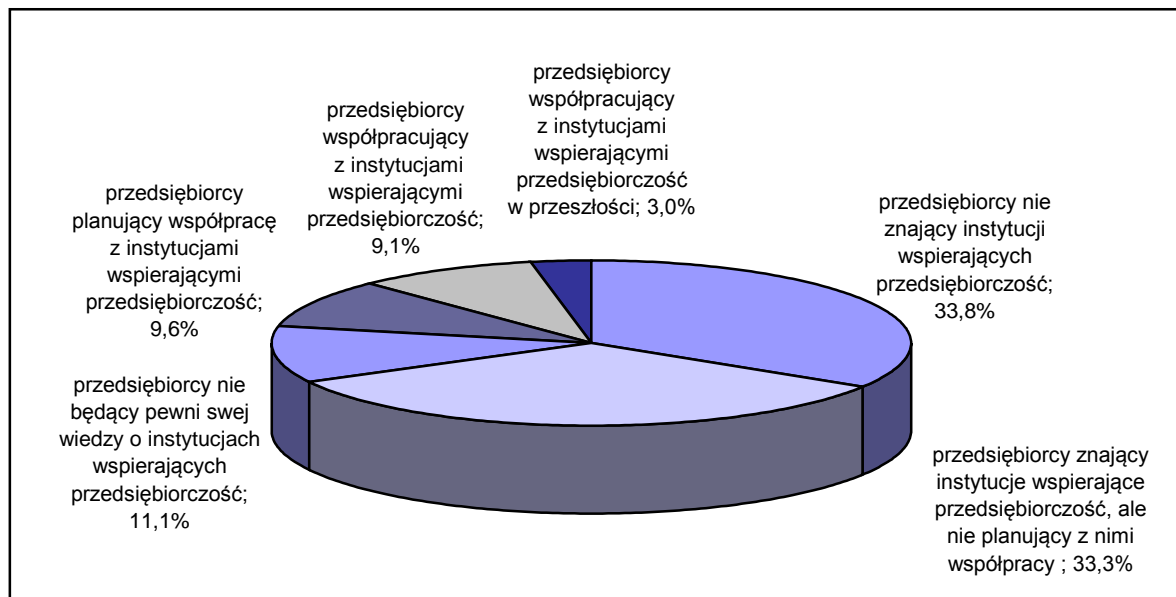
Źródło: Własne badania ankietowe.

Wykres 32. Współpraca z instytucjami naukowo – badawczymi (ankieta pyt. 29)



Źródło: Własne badania ankietowe.

Wykres 33. Współpraca przedsiębiorstw z instytucjami wspierającymi przedsiębiorczość (ankieta pyt. 27)



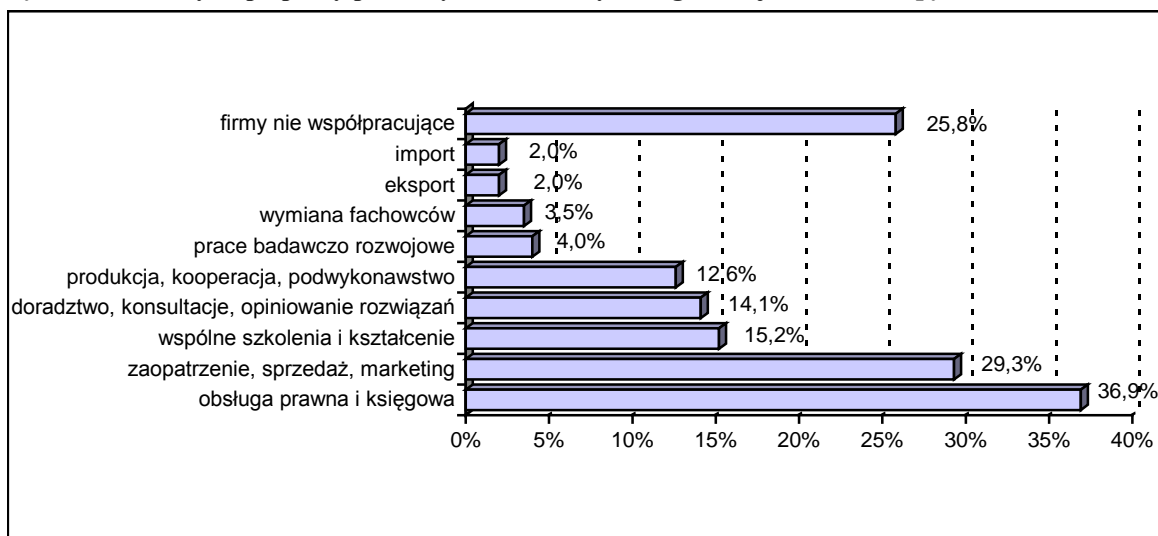
Źródło: Własne badania ankietowe.

Właściciele firm współpracujących z rządowymi jak i pozarządowymi instytucjami wspierającymi szeroko pojętą przedsiębiorczość stanowili 9,1%. Współpracę z organizacją wspierającą przedsiębiorczość planowało 9,6% przedsiębiorców, a 3% współpracowało z taką instytucją w przeszłości, 33,8% w ogóle nie znało takich organizacji, a 11,1% nie była pewna stanu swojej wiedzy na ten temat.

Uzupełnieniem przedstawionej sieci współpracy budowanej przez przedsiębiorców było przedstawienie jej przedmiotu. Charakterystyczne dla małej przedsiębiorczości formy współpracy dotyczyły głównie: obsługi prawnej i księgowej (36,9%), zaopatrzenia, sprzedaży, marketingu (29,3%), wspólnych szkoleń i kształcenia (15,2%), doradztwa, konsultacji i opiniowania rozwiązań (14,2%). Wśród badanych, najrzadziej spotykana formą współpracy był eksport i import.

Przedstawiony przedmiot zależności, w które wchodziły przedsiębiorstwa, nie dotyczył bezpośrednich dostawców i odbiorców, co było treścią pytania ankiety.

Wykres 34. Formy współpracy przedsiębiorstw z innymi organizacjami (ankieta pyt. 33)



Źródło: Własne badania ankietowe.

Wyniki związków kooperacyjnych firm były adekwatne do opinii wyrażonych przez właścicieli na temat potrzeby współpracy. Wartościowym zjawiskiem była forma współpracy świadcząca o świadomym zaangażowaniu w rozwój przedsiębiorstwa. Współpraca formalna była udziałem ponad 40% firm, przy czym zbliżona liczba odpowiadała takim formom jak: członkostwo w organizacjach przedstawicielskich biznesu, współpraca naukowo – badawcza oraz współpraca z organizacjami wspierającym przedsiębiorczość.

6.3.2. Klimat współpracy w otoczeniu przedsiębiorstwa

Opis klimatu współpracy istniejącego w przestrzeni funkcjonowania małej przedsiębiorczości był subiektywną oceną przedsiębiorców. Atmosfera panująca wokół przedsiębiorczości była charakteryzowana następującymi wskaźnikami:

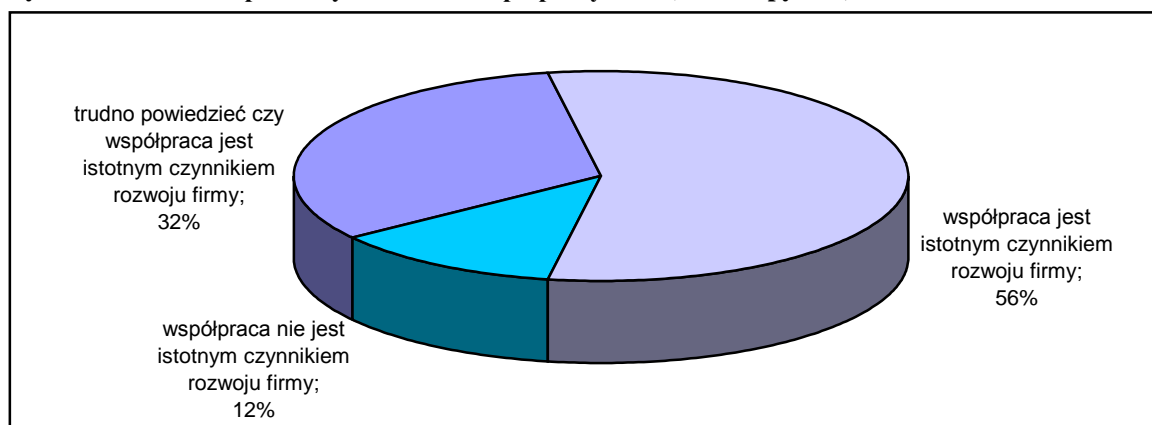
- postrzeganie współpracy jako czynnika wpływającego na rozwój przedsiębiorstwa;
- trudności we współpracy z innymi przedsiębiorstwami;
- relacje między przedsiębiorstwami z tej samej branży działającymi w rejonie;
- zaspokajanie potrzeb przedsiębiorstw przez dostawców lokalnych;
- źródła informacji na temat rynku, które ujawniają budowanie sieci wymiany informacji;
- ocena nastawienia środowiska zewnętrznego (społeczności, urzędów, władz) do prywatnego biznesu;
- ocena działań władz lokalnych na rzecz wspierania lokalnej przedsiębiorczości;
- czynniki, które przedsiębiorcy uznali za najbardziej wpływające na przedsiębiorczość w rejonie,

- ogólna ocena warunków do prowadzenia niewielkiej działalności gospodarczej;
- ocena przedsiębiorczości społeczności lokalnej;
- uczestnictwo w życiu społeczności lokalnej właścicieli, jako przedstawicieli swoich przedsiębiorstw.

Analiza danych na temat przyjętych wskaźników stanowiła odpowiedź na pytania badawcze: „Czy w opinii przedsiębiorców środowisko społeczności lokalnej, sprzyja rozwojowi indywidualnej przedsiębiorczości?” oraz „Jak postrzegany jest przez przedsiębiorców potencjał rozwoju gospodarczego rejonu częstochowskiego?”

Przedsiębiorcy w większości uważali, że współpraca z innymi organizacjami była istotnym czynnikiem rozwoju firmy: 55,5%. Części z respondentów trudno było ustosunkować się do tego problemu: 32,3%, a 12,1% uznało, że współpraca nie wpływała znacząco na rozwój firmy.

Wykres 35. Stosunek przedsiębiorców do współpracy firm (ankieta pyt. 34)

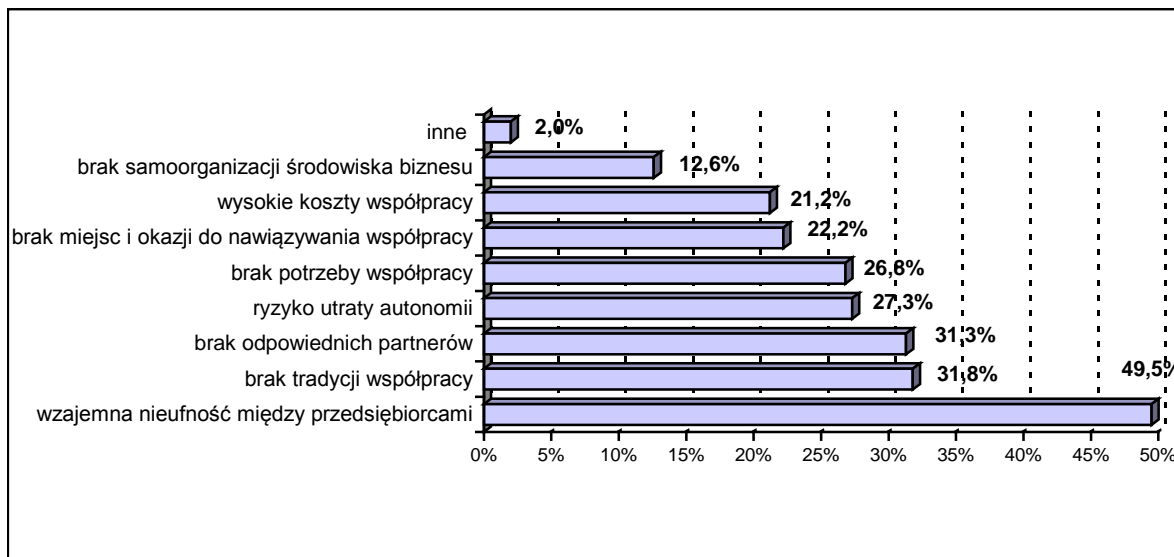


Źródło: Własne badania ankietowe.

Najczęściej wymienianym problemem, współdziałania z innymi przedsiębiorstwami była wzajemna nieufność (49,5%). Kolejnymi wskazywanymi trudnościami były: brak tradycji współpracy (31,8%) oraz brak odpowiednich partnerów (31,3%). Innymi zagadnieniami, które negatywnie oddziaływały na tworzenie kooperacji, były według respondentów: ryzyko utraty autonomii (27,3%), brak miejsc i okazji do nawiązania współpracy (22,2%), wysokie koszty współpracy (21,2%) oraz brak tradycji samoorganizacji środowiska biznesu (12,6%). Natomiast 26,8% respondentów nie miało potrzeby współpracy. Zatem większa liczba przedsiębiorców stwierdziła brak takiej potrzeby (26,8%) w porównaniu z liczbą osób, według których współpraca nie wpływała w istotny sposób na rozwój firmy (12,1%). Innymi trudnościami, które jako pojedyncze wskazania można było

potraktować marginalnie, były: brak płynności finansowej i brak czasu. Tylko jeden przedsiębiorca z badanej grupy stwierdził, że nie miał w tym zakresie żadnych ograniczeń i problemów.

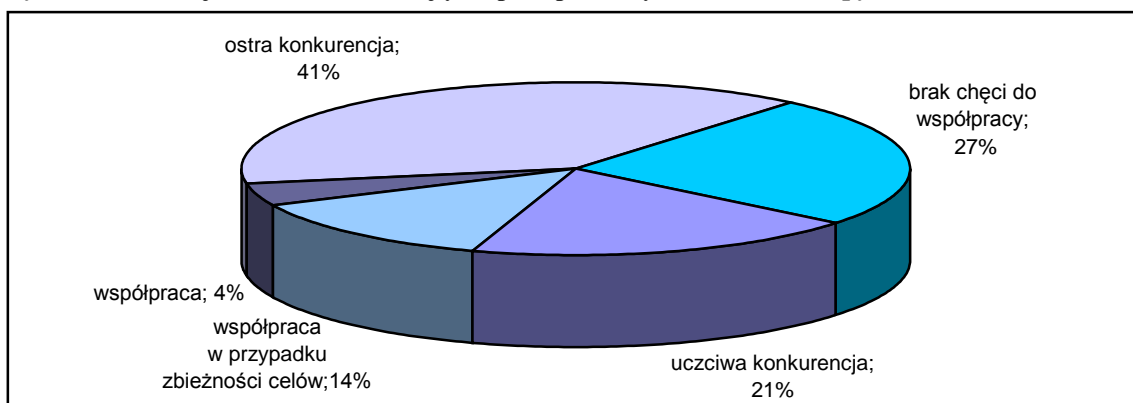
Wykres 36. Trudności współpracy między przedsiębiorstwami (ankieta pyt. 35)



Źródło: Własne badania ankietowe.

Opinie na temat relacji między firmami działającymi w rejonie z tej samej branży rozkładały się następująco: 41,2% respondentów oceniało, że konkurencja jest ostra, 26,8%, że nie ma chęci do współpracy między firmami, 20,7% orzekło, że konkurencja jest uczciwa, a 14,1% stwierdzało, że w relacjach z konkurencją istnieje współpraca w przypadku zbieżności celów. Tylko 4,5% przedsiębiorców postrzegało stosunki między przedsiębiorstwami w rejonie jako współpracę, która nie musiała wynikać z bezpośrednich krótkofalowych korzyści, jakie niesie ze sobą realizacja wspólnego celu.

Wykres 37. Relacje firm z konkurencją w opinii przedsiębiorców(ankieta pyt. 36)

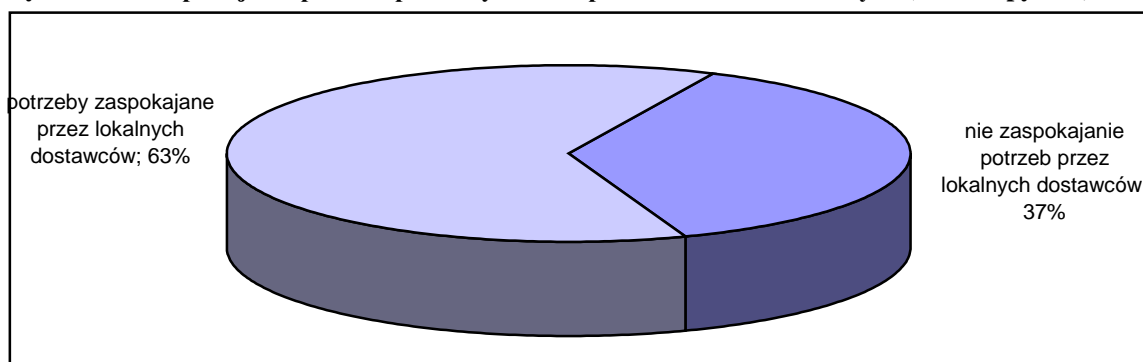


Źródło: Własne badania ankietowe.

Niewiele ponad połowa respondentów uważała, że współpraca była istotną determinantą rozwoju ich firm. Prawie połowa wskazywała nieufność jako podstawowy problem kooperacji. Dalej pojawił się czynnik kulturowy: brak tradycji współpracy i partnerów. Ponad jedna czwarta przedsiębiorców w ogóle nie odczuwała potrzeby współpracy. Zdecydowana mniejszość wskazywała, że wśród firm konkurencyjnych dochodzi do współpracy gdy połączy je wspólny cel. Otrzymane wyniki wykazały punkty zapalne, które wymagały podjęcia kroków inicjujących zmiany w tym zakresie.

Oprócz konkurencji występowały również inne elementy otoczenia, które znacząco mogły na nie wpływać. Zaspokajanie potrzeb przedsiębiorstw przez dostawców lokalnych potraktowano jako przejaw trafności w odczytywaniu wzajemnych potrzeb. Wskaźnik ten uznano za przydatny, gdyż świadczył w pewnym stopniu o równowadze na rynku lokalnym i w określonych granicach o jego samowystarczalności. Ustosunkowując się do tego problemu, w 62,3% przedsiębiorców uznało, że lokalni dostawcy zaspokajali ich potrzeby i oczekiwania, jednak potrzeby 37,4% właścicieli firm nie były zaspokajane. Była to znacząca część przedsiębiorców zmuszona do korzystania z usług dostawców spoza organizacji lokalnych. Miało to swoje dobre strony, takie jak na przykład poszerzanie kontaktów i wymiana doświadczeń międzyregionalnych lub też zagranicznych. Negatywna strona nie wypełnionej niszy (potrzeby) rynkowej w najbliższym otoczeniu wiązała się jednak z większymi kosztami przewozu, często zabezpieczeń, czy też kosztów związanych z zatrudnieniem pracowników. Oczywiście żaden rynek lokalny w kraju rozwijającym się nie jest samowystarczalny. Stopień braku zaspokojenia potrzeb przedsiębiorców lokalnych, wydawał się jednak wysoki w omawianym przypadku.

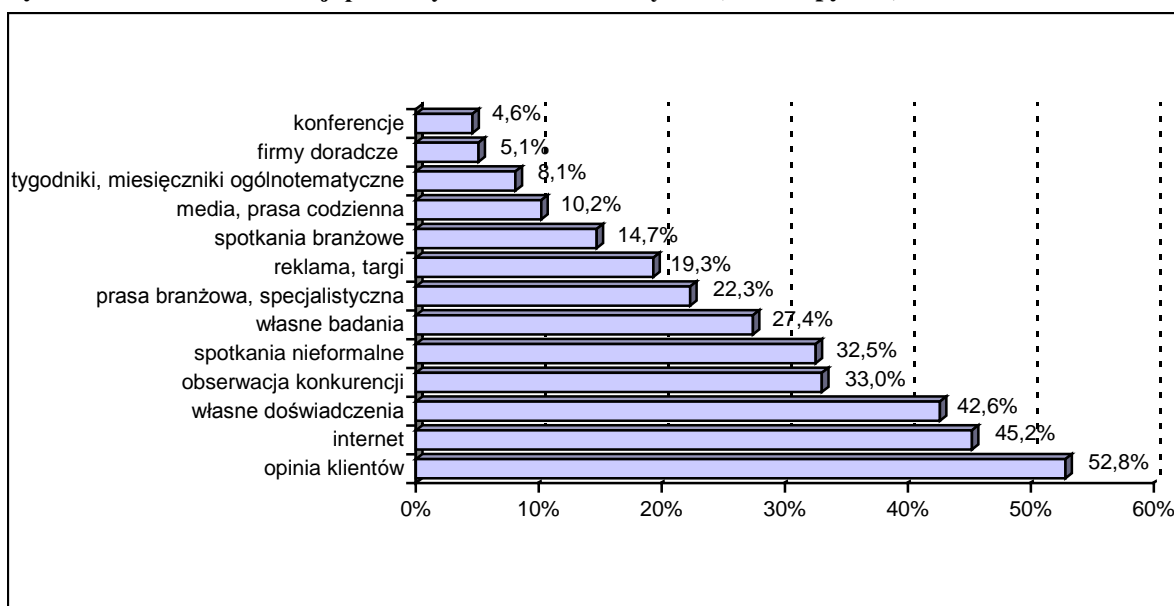
Wykres 38. Zaspokojenie potrzeb przedsiębiorców przez dostawców lokalnych (ankieta pyt. 39)



Źródło: Własne badania ankietowe.

Przedsiębiorcy jako źródło informacji na temat rynku, na którym działali, wskazywali: opinie klientów (52,8%), Internet (44,5%) oraz własne doświadczenia (42,6%). W przypadku małej przedsiębiorczości, często dysponującej ograniczonymi środkami, wiedza zdobywana jest tam, gdzie o nią najprościej i najtaniej. Ze źródeł zewnętrznych, bardziej fachowych i wiarygodnych firmy korzystały w następujących proporcjach: prasa branżowa, specjalistyczna: 22,3%, reklama i targi: 19,3%, spotkania branżowe: 14,7%, firmy doradcze: 5,1%, konferencje: 4,6%.

Wykres 39. Źródła informacji przedsiębiorstw na temat rynku (ankieta pyt. 38)



Źródło: Własne badania ankietowe.

Stopień zaspokojenia potrzeb firm na rynku lokalnym oraz podstawowe źródła informacji świadczyły o tym, że przedsiębiorcy mogą mieć ograniczony dostęp do szerszej wiedzy przydatnej dla rozwoju ich firm.

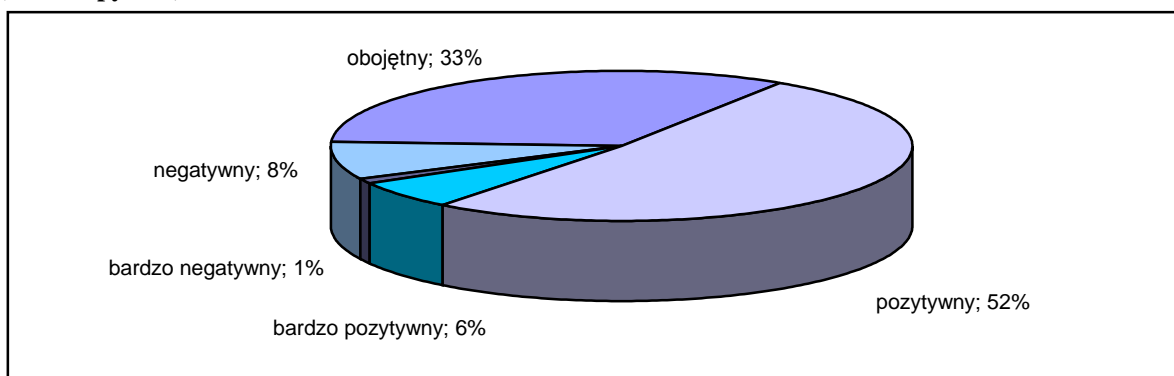
Wyniki badań odniesiono do oceny przedsiębiorców na temat nastawienia, jakie mają wobec prywatnego biznesu członkowie społeczności, urzędy i władze lokalne. Były to czynniki jakościowe, subiektywne, które przyjęto za element kapitału społecznego. Charakterystyka danych dotyczących klimatu otoczenia wokół przedsiębiorczości pozwala zweryfikować IX hipotezę: „**Kapitał społeczny środowiska lokalnego sprzyja rozwojowi małej przedsiębiorczości.**”

Społeczność lokalna według 51,5% przedsiębiorców była pozytywnie do nich ustosunkowana, a 6,1% uważała, że nawet bardzo pozytywnie. Natomiast 33,8% respondentów wskazywało na obojętność tej sfery otoczenia wobec nich. Wielkości te były odmienne od wyników odnoszących się do urzędów i władz lokalnych. Wypowiedzi na temat

tych instytucji były zbliżone. Najwięcej odpowiedzi wskazało na obojętność władz: 67,1% oraz urzędów: 56,1% wobec małej przedsiębiorczości. Brak zaangażowania ze strony tych organizacji decyzyjnych mogło wzbudzać niepokój. Od kogo bardziej oczekiwane było zaangażowanie we wsparcie małych i średnich przedsiębiorstw, będących dźwignią rozwoju rejonu? Zagadnienie to miało głębsze podłoże. Jednym z głównych problemów było dotarcie do lokalnych firm z informacją na temat działań urzędów i władz, na co wskazują wyniki rozmów. Tylko nieliczni przedsiębiorcy, właściciele firm średnich, a zatem zatrudniających większą liczbę osób, mieli pewną wiedzę na temat form wsparcia z tych źródeł. Jednocześnie wiedza ta była często niepełna.

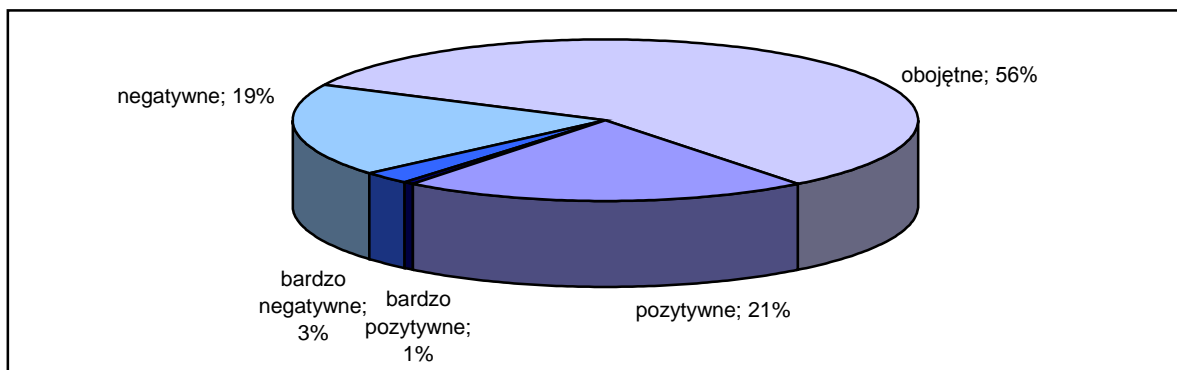
Pozytywne nastawienie tych instytucji odbierało w przypadku urzędów: 21,7%, a w przypadku władz: 22,2% respondentów. Odnośnie urzędów liczba przedsiębiorców odbierających negatywne sygnały była zbliżona do liczby ocen pozytywnych: 19,2% (różnica 5 osób). Postrzeganie władz jako instytucji nastawionej negatywnie do małej przedsiębiorczości cechowało 18,7% właścicieli firm, w tym 5,1% (10 osób), nawet bardzo negatywnie. Wynik bardzo negatywnego postrzegania władz lokalnych był najwyższy, urzędy oceniło w ten sposób 5 osób, a społeczność 3 osoby. Podsumowując opinie pozytywne i negatywne, bez ich stopniowania, dwa razy większą liczbę głosów świadczących o pozytywnym stosunku do przedsiębiorczości zebrała społeczność lokalna niż urzędy i władze. W sferze negatywnej z minimalną przewagą nad władzami, pozostają urzędy.

Wykres 40. Stosunek społeczności lokalnej do małej przedsiębiorczości w opinii przedsiębiorców (ankieta pyt. 40)



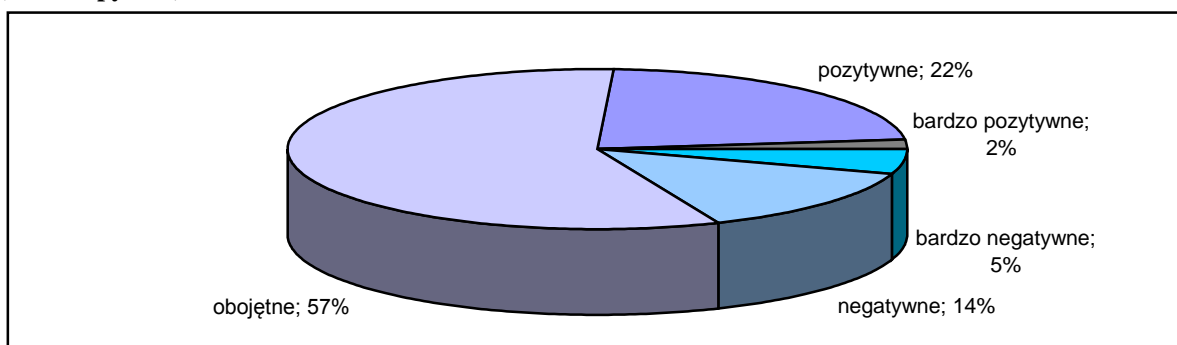
Źródło: Własne badania ankietowe.

Wykres 41. Stosunek urzędów lokalnych do małej przedsiębiorczości w opinii przedsiębiorców (ankieta pyt. 40)



Źródło: Własne badania ankietowe.

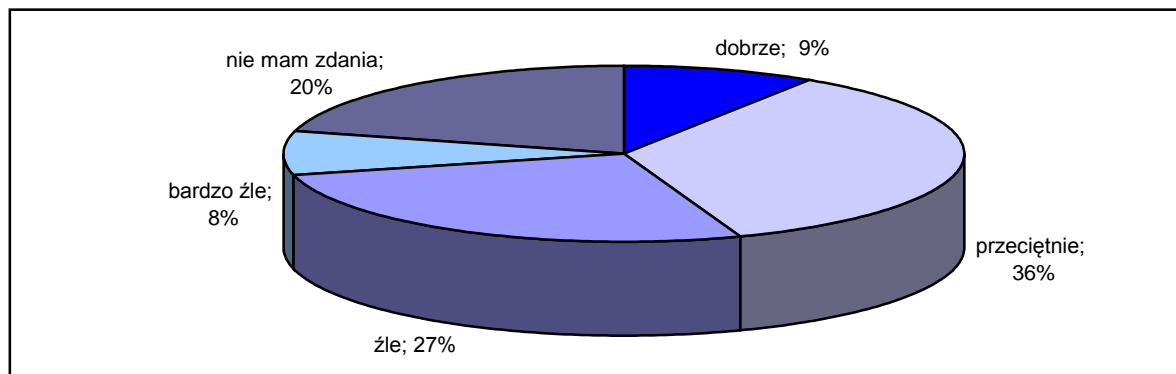
Wykres 42. Stosunek władz lokalnych do małej przedsiębiorczości w opinii przedsiębiorców (ankieta pyt. 40)



Źródło: Własne badania ankietowe.

Kolejnym wskaźnikiem, który charakteryzował klimat wokół przedsiębiorczości rejonu częstochowskiego, była ocena działań władz lokalnych na rzecz jej wspierania. Władze jako organ decyzyjny mają większy wpływ na pobudzanie aktywności gospodarczej niż urzędy, będące organem wykonawczym. Przedsiębiorcy oceniali działania władz jako przeciętne w 35,8% i aż w 26,7% jako złe. Część respondentów nie miała na ten temat zdania: 20,2%. Jedynie 8,1% osób oceniało działania władz pozytywnie, nie było ani jednej oceny bardzo pozytywnej.

Wykres 43. Ocena działań władz lokalnych na rzecz wspierania małej przedsiębiorczości (ankieta pyt. 41)



Źródło: Własne badania ankietowe.

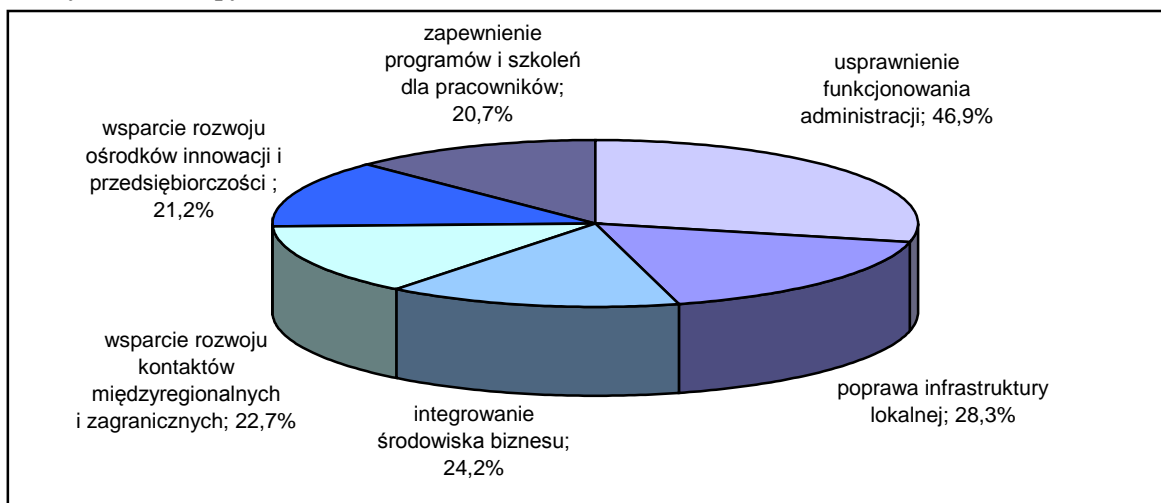
Opinie na temat stosunku instytucji i władz lokalnych do małej przedsiębiorczości były surowe. Obojętność została odczytana negatywnie. Znaczna ilość nieprzychylnych ocen dotyczących działań władz pogłębiała niską ocenę. Prawie tyle samo było opinii negatywnych co oceniających przeciętnie te działania. Władze mogły stać się hamulcem rozwoju przedsiębiorczości. Wyniki badania znajomości przez przedsiębiorców organizacji rządowych i pozarządowych wspierających przedsiębiorczość (33,8% przedsiębiorców nie ma wiedzy na temat takich organizacji), potwierdzały tylko niewłaściwe działania władz lokalnych na rzecz pobudzania aktywności gospodarczej. Informacje na temat wspierania małej przedsiębiorczości powinny być bardzo dobrze znane przedsiębiorcom. Ich źródłem powinni być decydenci lokalni, mający moc ukierunkowywania i pobudzania rozwoju gospodarczego.

Wziąwszy pod uwagę odpowiedzi respondentów, nie można było uznać za prawdziwą hipotezę roboczą mówiącą o sprzyjającym rozwojowi przedsiębiorczości kapitale społecznym lokalnego środowiska. Jeżeli sprzyjanie, byłoby rozumiane w aspekcie pozytywnego nastawienia, klimatu zainteresowania i zaufania, lokalne środowisko nie spełniło tej roli. Była to subiektywna ocena przedsiębiorców, która pozwalała tylko na jednostronne poznanie analizowanego zagadnienia. W tym przypadku otoczenie było postrzegane głównie w kategoriach neutralnej obojętności. Przyczyny oceny stosunku (relacji) władz lokalnych i urzędów względem przedsiębiorców nie zostały rozpoznane i wymagają dalszych badań.

Przedsiębiorcy wypowiadający się na temat działań, leżących w mocy władz lokalnych, które mogły by wspomóc rozwój ich firm, wskazywali na pierwszym miejscu problem sprawności administracji (46,9%). Biurokracja oraz przedmiotowe traktowanie petenta było kwestią wielokrotnie zgłaszaną przez przedsiębiorców podczas rozmów.

W dalszej kolejności zgłaszana była potrzeba poprawy infrastruktury lokalnej (28,3%), co wskazywało już specyfikę konkretnej przestrzeni. Z punktu widzenia przedsiębiorców istniała również konieczność integrowania środowiska biznesu (24,2%), wspierania budowy kontaktów międzyregionalnych i zagranicznych (22,7%), rozwój ośrodków innowacji i przedsiębiorczości (21,2%) oraz organizacja różnego rodzaju szkoleń (20,7%).

Wykres 44. Działania wspierające małą przedsiębiorczość oczekiwane przez przedsiębiorców wobec władz lokalnych (ankieta pyt. 42)



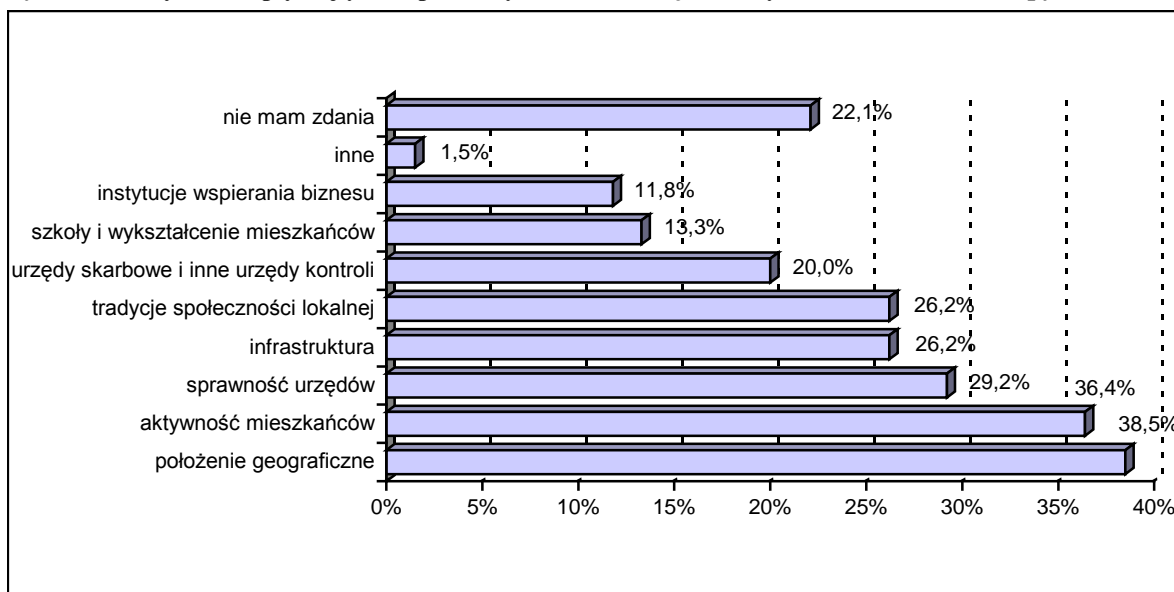
Źródło: Własne badania ankietowe.

Część potrzeb zgłaszanych przez przedsiębiorców była realizowana przez władze badanego rejonu. Należy zatem zwrócić uwagę na skutki tych działań oraz przepływ informacji na ten temat między zainteresowanymi. Ocena działań władz na rzecz wspierania lokalnej przedsiębiorczości była niska. Jednak ocena przedsiębiorców była subiektywna, często nie oparta na faktach, a jedynie szczątkowej wiedzy na temat aktywności władz w sferze pomocy dla małej przedsiębiorczości. Wiedza ta była łączona z doświadczeniami w kontaktach z pracownikami urzędów i funkcjonowaniem administracji, które były oceniane negatywnie. Można było zatem wskazać na kumulację wiedzy, wymiany doświadczeń między przedsiębiorcami i emocji. Jednak bez względu na brak obiektywizmu, przedsiębiorcy byli odbiorcami tych działań, zatem ich skuteczność powinna być przez nich odczuwana.

Według przedsiębiorców głównymi czynnikami wpływającymi na działalność przedsiębiorstw było położenie geograficzne (38,5%). Bliskość największych w Polsce ośrodków przemysłowych, które zdeterminowały rozwój infrastruktury całego województwa śląskiego, w tym rozmieszczenie ludności pozostaje czynnikiem kształtującym przedsiębiorczość gospodarczą rejonu częstochowskiego. Oddziaływanie infrastruktury na

przedsiębiorczość znalazło się na trzecim miejscu hierarchii wpływu (26,2%). Kolejnym czynnikiem wskazywanym przez respondentów była aktywność mieszkańców (36,4%). Mogło to wskazywać zarówno na pozytywną, jak i negatywną stymulację społeczności lokalnej. Mocnym fundamentem przedsiębiorczości pozostawała tradycja (26,2%). Aktywność mogła wynikać z wpływów ośrodków edukacji i wykształcenia mieszkańców (13,3%). Negatywnym stymulantem aktywności ludzi mógł być lęk przed brakiem środków do życia, który zmusza do „wzięcia spraw w swoje ręce”. Przemysł przestał być dla części mieszkańców rejonu częstochowskiego zabezpieczeniem ich bytu. Kierunek rozwoju społeczno - gospodarczego mobilizował do podejmowania działań jednostki, które w stabilnym, prostym otoczeniu, by ich nie podjęły. Znaczący wpływ na działalność przedsiębiorstw wywierała również sprawność urzędów (29,2%) oraz urzędy skarbowe i inne urzędy kontroli (20%). Siła oddziaływania tych instytucji potwierdzała się również w odpowiedziach dotyczących barier tworzenia, bieżącej działalności i rozwoju przedsiębiorstw.

Wykres 45. Czynniki wpływające na przedsiębiorczość w rejonie częstochowskim (ankieta pyt. 51)

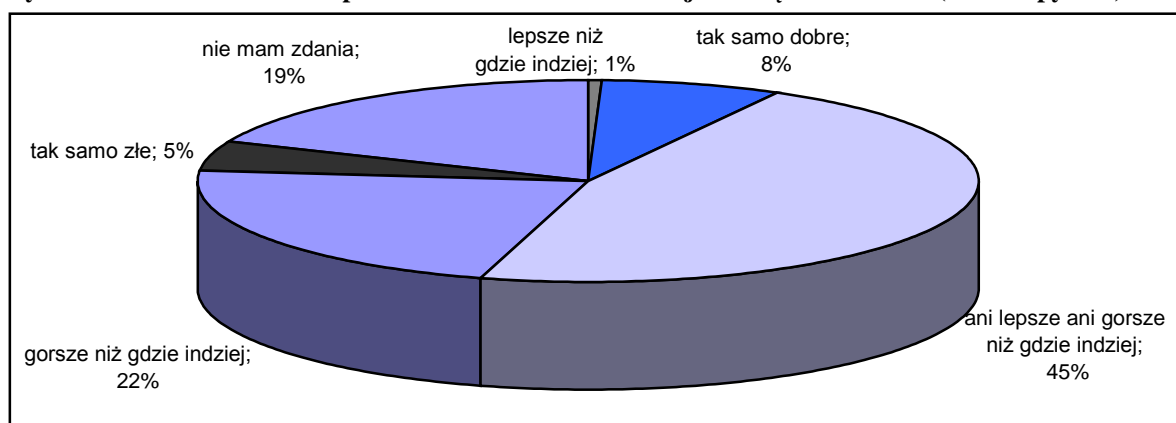


Źródło: Własne badania ankietowe.

Przedsiębiorcy opiniując warunki rejonu częstochowskiego dla rozwoju działalności gospodarczej, w większości przypadków wystawiali neutralną ocenę: „nie są ani lepsze ani gorsze niż gdzie indziej” (46,4%), a 19% nie miało zdania na ten temat. Wypowiedzi pozostałych respondentów, wskazujące przychylną lub nieprzychylną ocenę, przechyliły szalę w stronę krytyki. Przedsiębiorcy w 22,2% przypadków uznawali, że warunki są gorsze niż

w innych regionach, bądź też tak samo złe (4,5%). Tylko jeden przedsiębiorca uznał rejon częstochowski, za bardziej sprzyjający rozwojowi przedsiębiorczości od innych, a 7,6% za tak samo dobre. Odpowiedzi „tak samo dobre” i „tak samo złe” wskazywały nastrój panujący wśród przedsiębiorców w ocenie otoczenia. Rozwój przedsiębiorczości jest determinowany nie tylko racjonalnością i kalkulacją, ale również subiektywnym postrzeganiem, które ulegając różnym wpływom sprzyja określonym decyzjom. Dlatego nie należy lekceważyć tego czynnika.

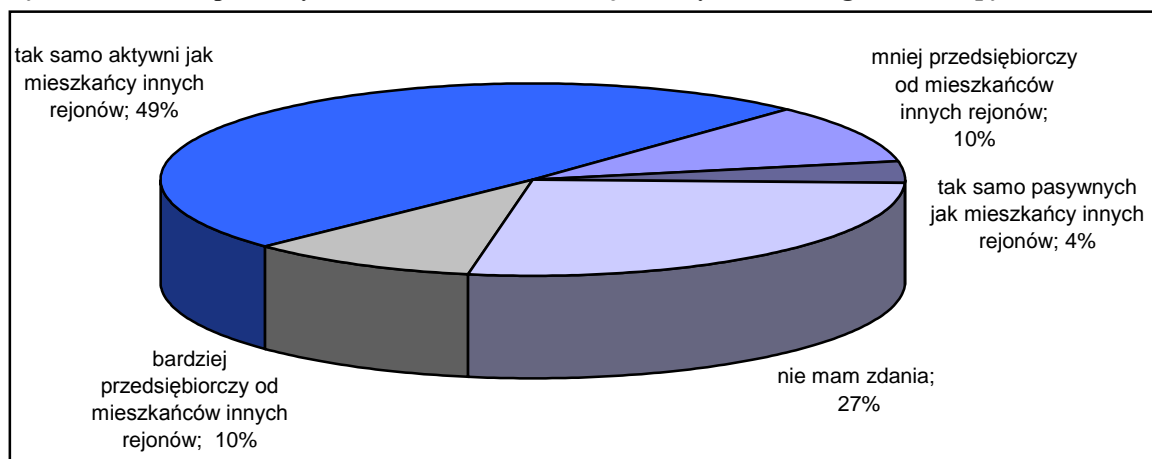
Wykres 46. Ocena warunków prowadzenia działalności w rejonie częstochowskim (ankieta pyt. 49)



Źródło: Własne badania ankietowe.

Ogólna charakterystyka postrzegania przez respondentów klimatu przedsiębiorczości w rejonie była opisywana również oceną aktywności mieszkańców w tej sferze. Znacząca część właścicieli firm nie miała wyrobionej opinii na ten temat (27,3%). Większość (48,9%), podobnie jak w przypadku oceny rejonu, wyrażała zdanie neutralne, że mieszkańcy: „są tak samo aktywni przedsiębiorczo jak społeczności innych rejonów”. Taka sama liczba głosów (10,1%) przypadła zarówno stronie oceny negatywnej: „mniej przedsiębiorczy od mieszkańców innych rejonów” jak i pozytywnej: „bardziej przedsiębiorczy od mieszkańców innych rejonów”. Najmniejsza liczba respondentów (3,5%) wyrażała opinię ujmującą wartość aktywności omawianego środowiska lokalnego w odniesieniu do mieszkańców innych rejonów jako: „tak samo pasywni jak mieszkańcy innych rejonów”.

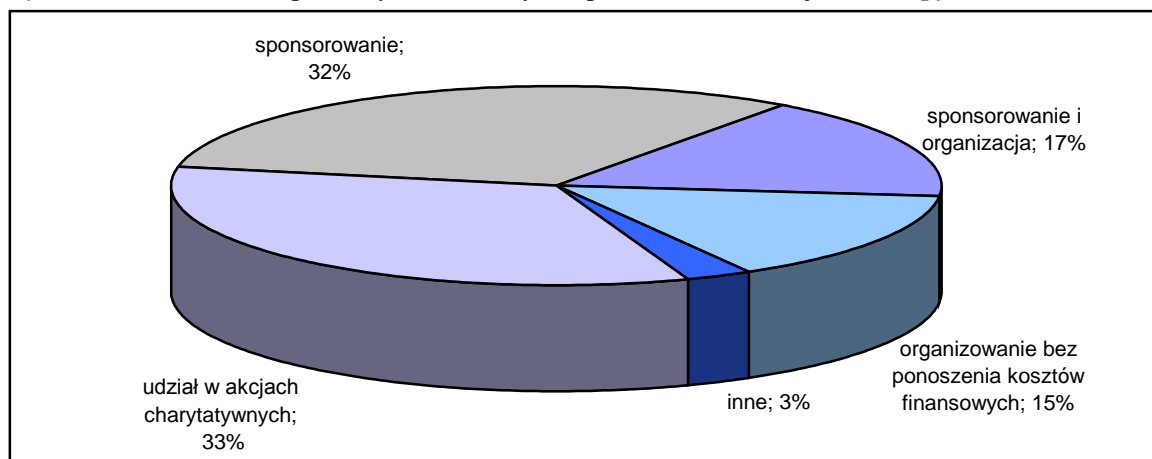
Wykres 47. Ocena przedsiębiorczości mieszkańców rejonu częstochowskiego (ankieta pyt. 52)



Źródło: Własne badania ankietowe.

Na pytanie: „Czy uczestniczy Pan(i) aktywnie w życiu lokalnej społeczności, występując w roli właściciela(ki)/ reprezentanta(ki) firmy?”, 42,4% respondentów odpowiadało: „tak”, a 57,6%: „nie”. Formy tego uczestnictwa były bardzo różne. Do najbardziej popularnych należały: udział w akcjach charytatywnych: 33,6%, sponsorowanie: 31,9%, sponsorowanie i organizacja: 16,8%. Udział w organizacji bez ponoszenia kosztów dotyczył 15%.

Wykres 48. Uczestnictwo przedsiębiorców w życiu społeczności lokalnej (ankieta pyt. 43.1)



Źródło: Własne badania ankietowe.

W porównaniu do dużych firm, małe i średnie przedsiębiorstwa dysponują znacznie mniejszym budżetem. Właściciele takich przedsiębiorstw często pracują po 12 godzin. Zważywszy na ograniczenia finansowe i czasowe udział przedsiębiorców w życiu społeczności lokalnej badanych wydawał się znaczący. Aktywne uczestnictwo w życiu społeczności lokalnej świadczy o więziach łączących przedsiębiorców z ich najbliższym

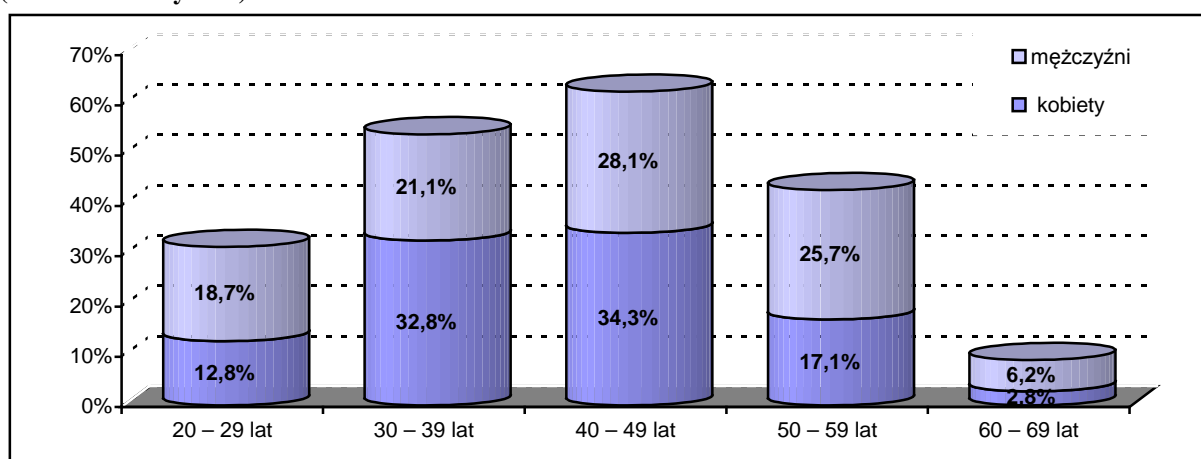
środowiskiem, również o pewnych normach kulturowych. Choć działanie na rzecz innych może w wielu wypadkach wynikać z kalkulacji przewidywanych korzyści, to i tak wynikiem dobro jest udziałem obu stron. Tak tworzy się społeczeństwo obywatelskie.

W podsumowaniu powyższych wyników, analizując średnie uznano, że stopień ogólnie rozumianego zaufania i współpracy, szczególnie w bezpośrednim otoczeniu, był stosunkowo niski. Większość przedsiębiorców (56%) uznało współpracę za istotny czynnik rozwoju swojej firmy, ale ograniczeniem był brak zaufania (49,5%), brak tradycji współpracy (31,8%), którą należało rozumieć w tym przypadku jako brak wzorców oraz brak partnerów (31,3%). Dla 68% przedsiębiorców relacje z konkurencją miały negatywne koneksje: ostra konkurencja (41%) i brak chęci współpracy (27%).

6.4. Charakterystyka społeczno- osobowa przedsiębiorców

W badanej grupie kobiety stanowiły 35,35%, a mężczyźni 64,64% przedsiębiorców. Liczebna przewaga mężczyzn jest charakterystyczna dla właścicieli firm i często potwierdzana w badaniach. Obserwacja rozkładu liczby kobiet i mężczyzn przedsiębiorców w poszczególnych kategoriach wiekowych wykazała różnice w ich obciążeniu. Proporcje tych wartości przedstawia wykres 46.

Wykres 49. Struktura wieku właścicieli badanych przedsiębiorstw rejonu częstochowskiego według płci (ankieta – metryczka)



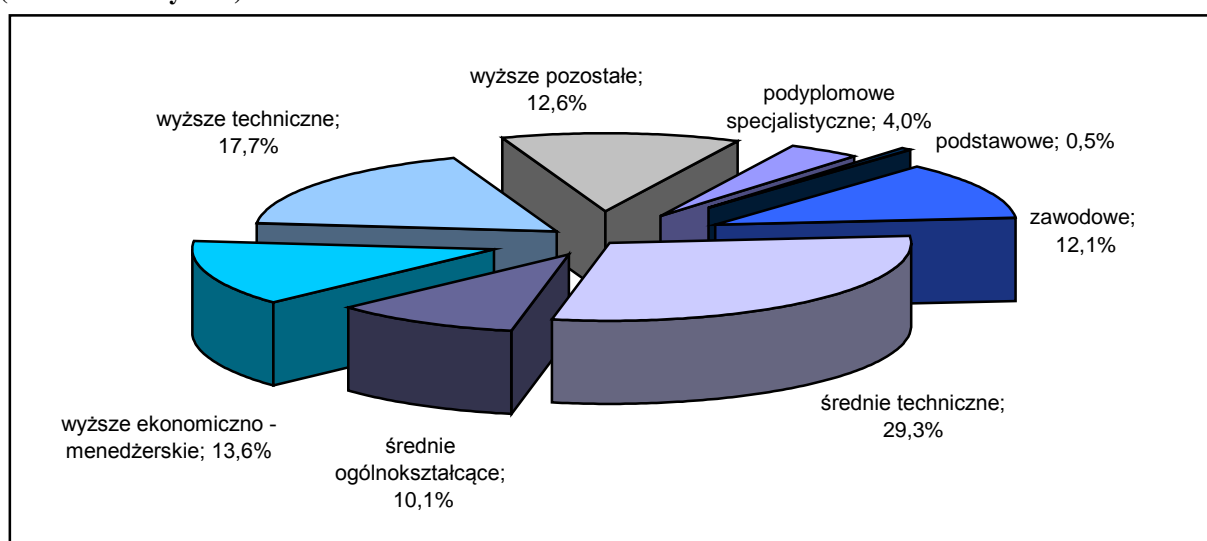
Źródło: Własne badania ankietowe.

Kobiety przedsiębiorcy w stosunku do ich liczby całkowitej znalazły się przede wszystkim w przedziale wieku: 30-39 lat (32,8%) oraz 40-49 lat (34,3%). Ze wszystkich

respondentów będących mężczyznami, najwięcej z nich znalazło się w przedziale wieku: 40-49 lat (28,1%) oraz 50-59 lat (25,7%). Dane wskazywały, że w analizowanej próbie, kobiety prowadzące działalność gospodarczą były młodsze od mężczyzn przedsiębiorców.

Największa liczba respondentów (43,9%) posiadała wyższe wykształcenie, z przewagą wykształcenia technicznego: 17,7% (40,2% wszystkich osób z wyższym wykształceniem). W dalszej kolejności były osoby ze średnim wykształceniem technicznym: 29,3%, wykształceniem zawodowym: 12,1% i średnim ogólnokształcącym: 10,1%.

Wykres 50. Wykształcenie właścicieli badanych przedsiębiorstw rejonu częstochowskiego (ankieta - metryczka)

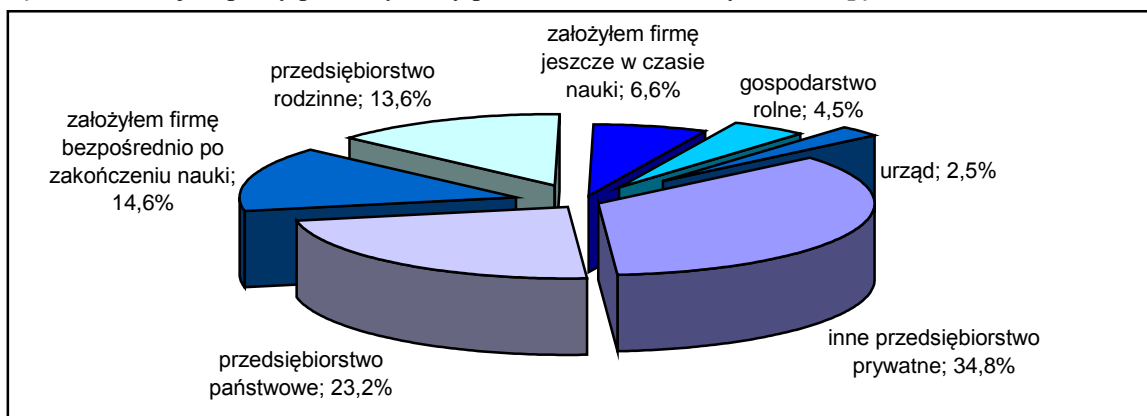


Źródło: Własne badania ankietowe.

Zanim respondenci podjęli własną działalność gospodarczą, w większości zdobywali doświadczenia zawodowe w innych prywatnych firmach (34,8%). Praca w przedsiębiorstwach państwowych dotyczyła 23,2% respondentów. Przyczółkiem do samodzielności dla 13,6% osób były przedsiębiorstwa rodzinne. Byli urzędnicy stanowili 2,5% przedsiębiorców.

Można założyć, że bez doświadczenia zawodowego działalność przedsiębiorczą rozpoczęło 6,6% respondentów czyli ci, którzy założyli firmy jeszcze w trakcie nauki. Do tej grupy można zaliczyć też osoby, które rozpoczęły karierę przedsiębiorcy bezpośrednio po skończeniu nauki (14,6%), a nie pracowały w trakcie jej trwania.

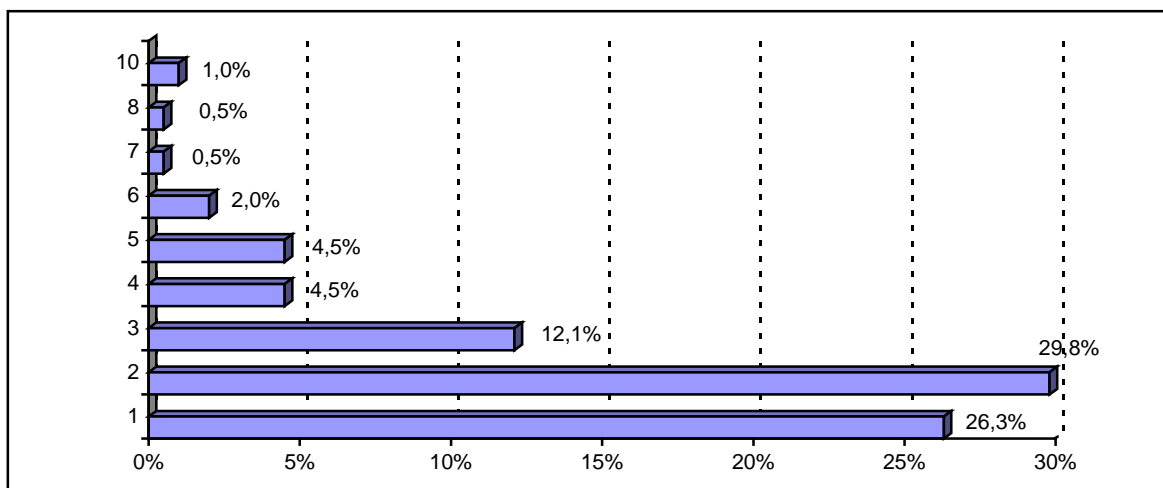
Wykres 51. Miejsce pracy przedsiębiorcy przed założeniem firmy (ankieta pyt. 53)



Źródło: Własne badania ankietowe.

Doświadczenia zawodowe, poprzedzające założenie własnej działalności, w największej liczbie przypadków dotyczyły pracy w jednej (26,3%) lub dwóch firmach (29,8%). Przedsiębiorcy, którzy byli zatrudnieni w trzech firmach, stanowili 12,2%. Pozostałe 13% osób, było zatrudnionych w czterech do dziesięciu firm. Liczna grupa osób nie odpowiedziała na pytanie dotyczące liczby miejsc pracy przed założeniem własnej firmy (18,7%).

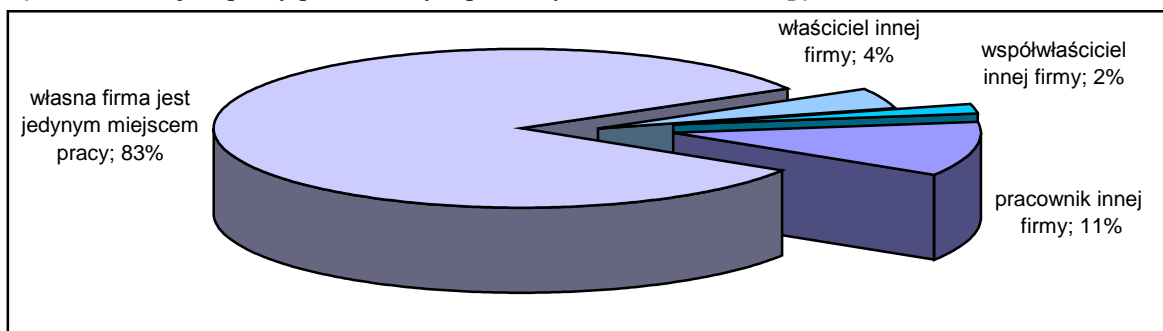
Wykres 52. Liczba miejsc pracy przedsiębiorców przed założeniem własnej firmy (ankieta pyt. 54)



Źródło: Własne badania ankietowe.

Część respondentów (17,2%) pracowała również poza własnymi przedsiębiorstwami. Badani właściciele w 11,1% byli aktualnymi pracownikami innych firm, w 4% byli właścicielami innego przedsiębiorstwa, a w 2% byli współnikami innych firm.

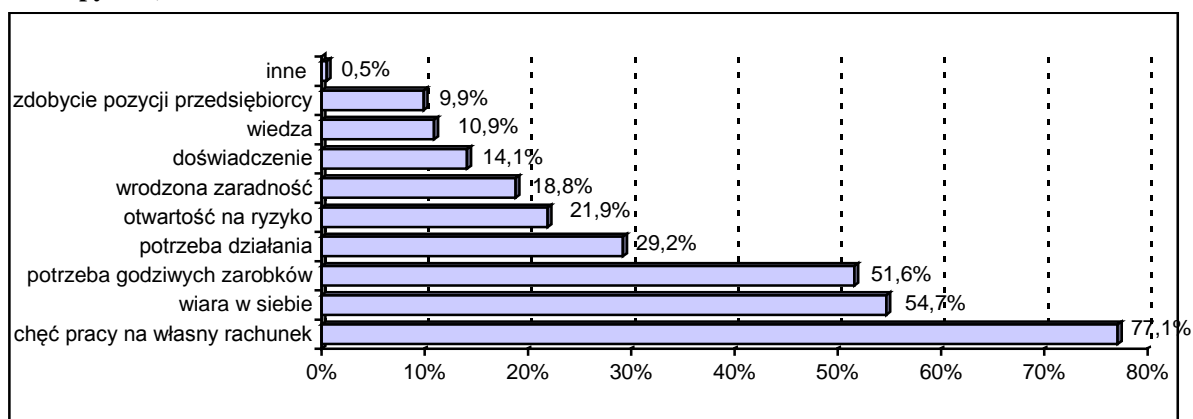
Wykres 53. Miejsce pracy poza własnym przedsiębiorstwem (ankieta pyt. 55.1)



Źródło: Własne badania ankietowe.

Najważniejszymi wewnętrznymi pobudkami, którymi kierowali się respondenci zakładając własne przedsiębiorstwa były: chęć pracy na własny rachunek: 77,1%, wiara w siebie: 54,7% i potrzeba godziwych zarobków: 51,6%. Mniej wskazań miały takie czynniki jak: potrzeba działania: 29,2%, otwartość na ryzyko: 21,9%, zaradność: 18,8%.

Wykres 54. Wewnętrzne czynniki wpływające na decyzję podjęcia działalności gospodarczej (ankieta pyt. 56)

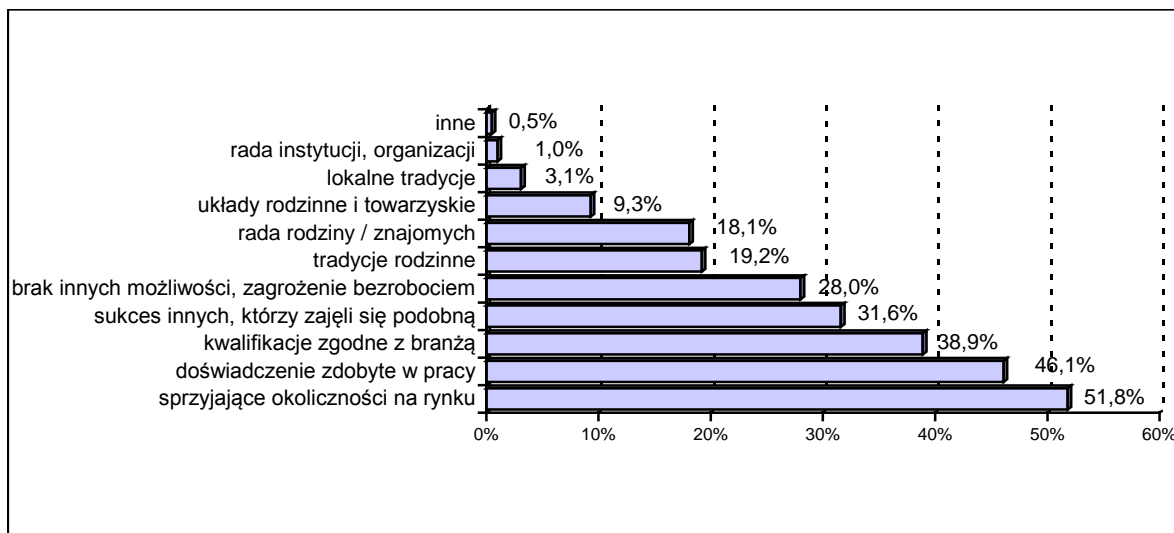


Źródło: Własne badania ankietowe.

Oprócz czynników wewnętrznych również istotnymi są determinanty zewnętrzne, nie wynikające z potrzeb czy postaw przedsiębiorców, ale z ich otoczenia. W 51,8% przypadków jedną z podstawowych przyczyn podjęcia aktywności gospodarczej były sprzyjające okoliczności na rynku. W dalszej kolejności wyróżnione zostały: doświadczenie zdobyte w pracy (46,1%) oraz kwalifikacje zgodne z branżą (38,9%). Przyczyny te można by ująć w kategorię „zdroworozsądkowych”, wskazując przemyślaną strategię działania opartą na stabilnym gruncie wiedzy i doświadczenia. Ważne, zważywszy na liczbę wskazań, okazały się również takie czynniki jak: sukces innych, którzy zajęli się podobną działalnością (31,6%) oraz brak innych możliwości i zagrożenie bezrobociem (28%). Kolejnym „progiem” istotnych determinantów podjęcia ryzyka własnej działalności gospodarczej były tradycje rodzinne

(19,2%) oraz rada rodziny i znajomych (18,1%). Najmniejszą rolę w przypadku badanych odegrały lokalne tradycje (3,1%) oraz rada instytucji (1%).

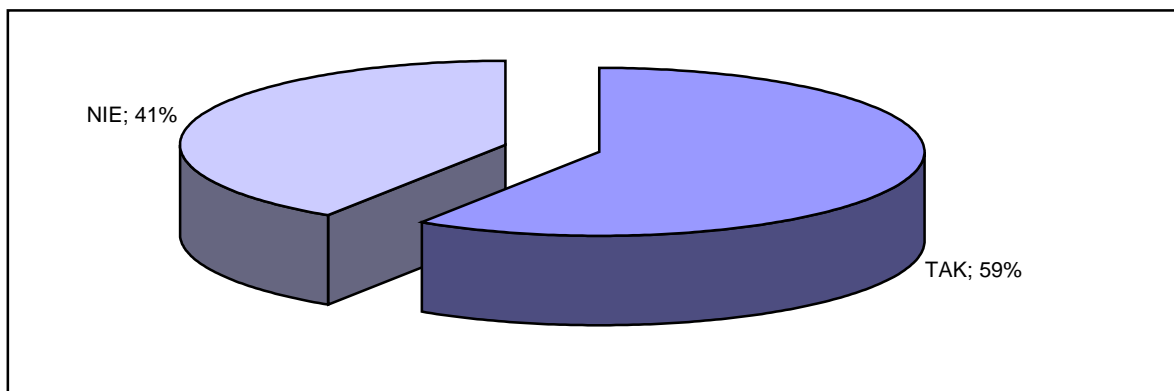
Wykres 55. Zewnętrzne czynniki wpływające na decyzję podjęcia działalności gospodarczej (ankieta pyt. 44)



Źródło: Własne badania ankietowe.

Najbliższe środowisko człowieka poddaje go socjalizacji, kreując w nim między innymi sposób postrzegania rzeczywistości, postawy, potrzeby i zachowania. Ludzie powielają w swoim życiu wzorce, które poznają i które są częścią ich najbliższego otoczenia, bądź też, jeśli są one uznane przez nich za toksyczne i ograniczające, wyznaczają sobie całkowicie odmienne. W przypadku badanych przedsiębiorców 59,1% z nich miało w bliższej lub dalszej rodzinie osoby prowadzące działalność gospodarczą. Mimo, że tradycje rodzinne zajęły szóste miejsce w hierarchii czynników determinujących utworzenie własnej firmy można założyć, że odegrał on znaczącą rolę.

Wykres 56. Rodzinne tradycje prowadzenia własnego przedsiębiorstwa (ankieta pyt. 45)

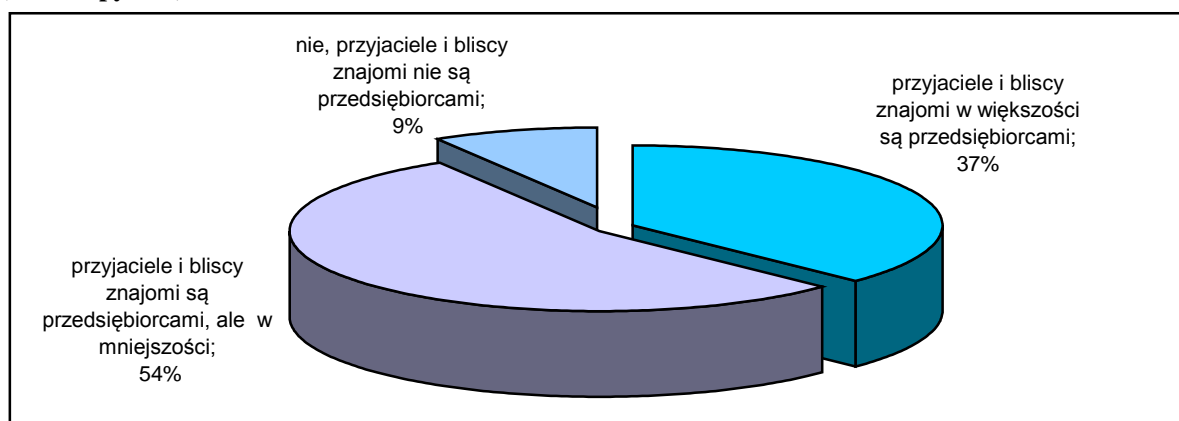


Źródło: Własne badania ankietowe.

Opis wyników badania wewnętrznych i zewnętrznych determinantów otworzenia własnej firmy oraz przykład biznesu w najbliższej rodzinie jest odpowiedzią na pytanie badawcze: „**Jakie czynniki wpłynęły na podjęcie decyzji o prowadzeniu własnej działalności gospodarczej przez przedsiębiorców?**”.

Najbliższym środowiskiem człowieka pozostaje krąg osób, z którymi ma on najczęstszy kontakt, dotyczy ono głównie przyjaciół i bliskich znajomych z którymi odczuwana jest więź. W przypadku przedsiębiorców, wykluczając związki rodzinne, 90,4% z nich miało w swoim bliskim otoczeniu przedsiębiorców, jednak dla 53,5% nie byli oni większością. Przyjaciele i bliźni znajomi będący przedsiębiorcami i stanowiący większość byli w otoczeniu 36,8% badanych.

Wykres 57. Przedsiębiorcza aktywność wśród przyjaciół i bliskich znajomych przedsiębiorców (ankieta pyt. 46)



Źródło: Własne badania ankietowe.

Dane demograficzne oraz czynniki społeczne socjalizujące przedsiębiorcę tworzą wprowadzenie do jego charakterystyki psychospołecznej.

6.4.1. Postawy właścicieli podmiotów gospodarczych

Postawy odzwierciedlają system wartości oraz wskazują na ludzkie upodobania. Dotyczą deklaracji jednostki i jej ocen względem otaczającej rzeczywistości (ludzi, przedmiotów, zdarzeń, idei).

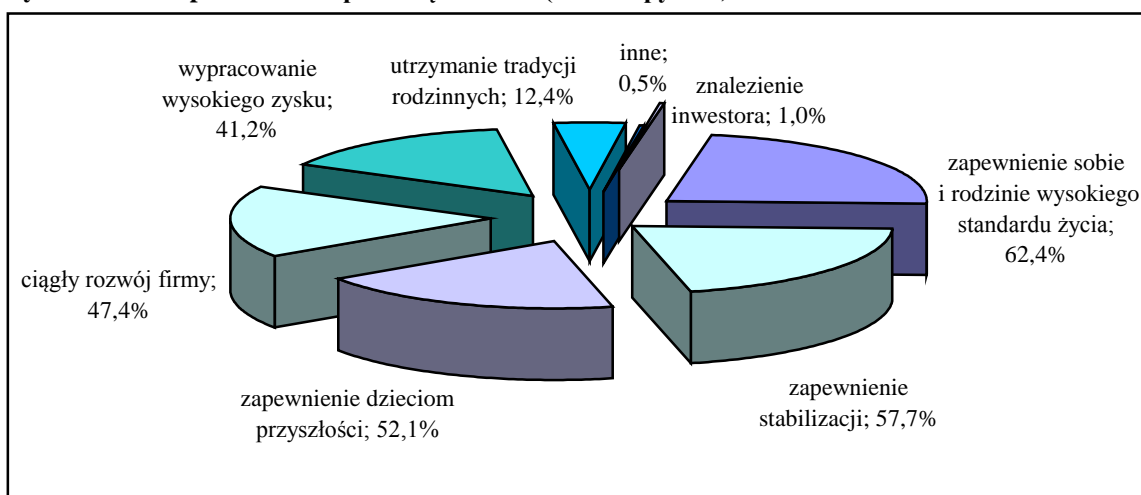
Próba scharakteryzowania postaw przedsiębiorców opierała się na odpowiedziach na następujące pytania:

1. Jakie są głównie cele prowadzenia firmy, które przyświecają przedsiębiorcom?
2. Jaki stosunek mają przedsiębiorcy do swoich firm?
3. Jakie w opinii przedsiębiorców warunki powinny być spełnione, by osiągnąć sukces na rynku?
4. Jakie są najważniejsze życiowe cele i dążenia przedsiębiorców?
5. Co według przedsiębiorców wpływa na skuteczność osiągnięcia wyznaczonych sobie celów?
6. Jaki jest stosunek przedsiębiorców do podejmowania ryzyka?
7. Jaka jest opinia przedsiębiorców na temat cech, które powinny wyróżniać właściciela firmy?
8. Jak przedsiębiorcy oceniają własną przedsiębiorczość?

Charakterystyka problemów ujętych w powyższych pytaniach jest w konsekwencji odpowiedzią na pytanie badawcze: „**Jaki jest profil psychospołeczny przedsiębiorców?**”

Dla większości przedsiębiorców głównym celem prowadzenia własnej firmy było zapewnienie sobie i rodzinie wysokiego standardu życia: 62,4%. Kolejnymi ważnymi wartościami okazały się: potrzeba zapewnienia stabilizacji: 57,7% oraz zapewnienie przyszłości dzieciom: 52,1%. Istotnymi celami były również: stały rozwój firmy: 47,4% i wypracowanie wysokiego zysku: 41,2%.

Wykres 58. Cele prowadzenia przedsiębiorstwa (ankieta pyt. 57)

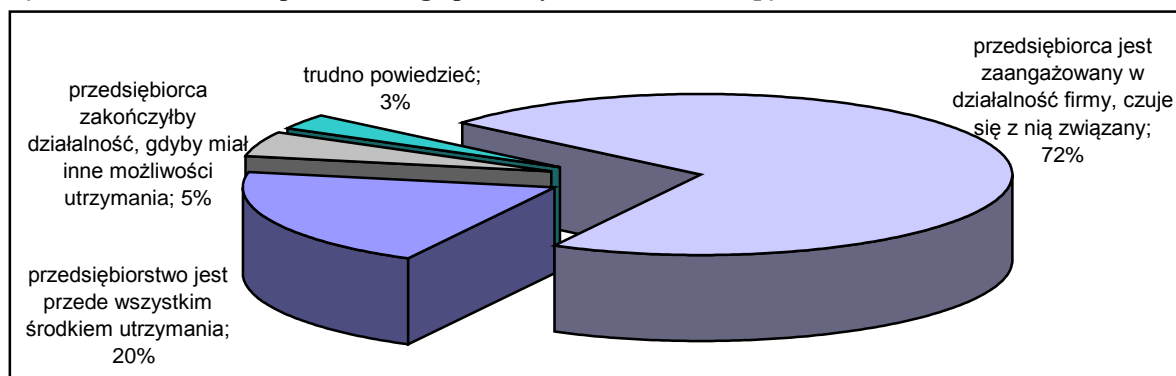


Źródło: Własne badania ankietowe.

Jeden z przedsiębiorców do podstawowych wartości w prowadzeniu własnej firmy zaliczał spełnienie pasji. Z wymienionych wyżej celów, którym miało służyć prowadzenie własnego przedsiębiorstwa, pasja jako jedyna dotyczyła wyższych potrzeb niematerialnych. Jeśli jednak ciągły rozwój przedsiębiorstwa przedsiębiorcy utożsamiali z rozwojem osobistym: poszerzeniem wiedzy, doświadczeń, możliwością samorealizacji, ten cel również mógł być przyjęty jako spełniający wyższe potrzeby niematerialne.

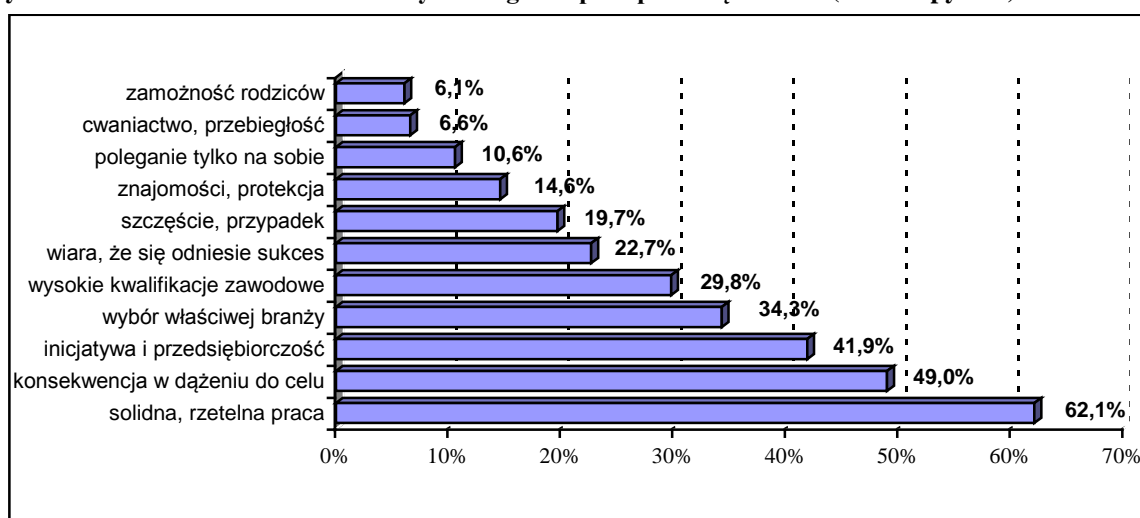
Przedsiębiorcy związani emocjonalnie ze swoimi firmami stanowili 71,7%. Jednak znaczna grupa traktowała prowadzenie działalności przede wszystkim jako środek utrzymania: 20,7%, a 5% w ogóle zakończyłaby działalność gdyby mieli inne możliwości satysfakcjonującego zarobku.

Wykres 59. Stosunek do prowadzonego przedsiębiorstwa (ankieta pyt. 68)



Źródło: Własne badania ankietowe.

Wykres 60. Uwarunkowania sukcesu rynkowego w opinii przedsiębiorców (ankieta pyt. 61)

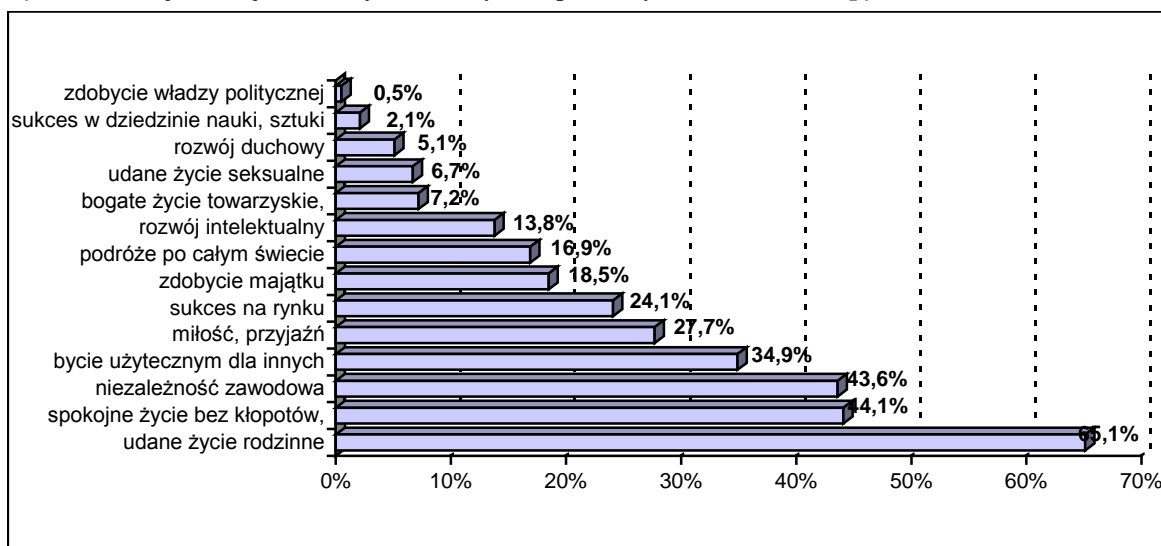


Źródło: Własne badania ankietowe.

By osiągnąć na rynku sukces, potrzebne są określone warunki. Za trzy najbardziej istotne przedsiębiorcy uznali: solidną, rzetelną pracę: 62,1%, konsekwencję w dążeniu do celu: 49% inicjatywę i przedsiębiorczość rozumianą jako potrzebę działania: 41,9%.

Respondenci mieli wyróżnić trzy najważniejsze życiowe cele i dążenia. Dla większości właścicieli przedsiębiorstw były nimi: udane życie rodzinne (65,1%), spokojne życie bez kłopotów, konfliktów (44,1%) oraz niezależność zawodowa (43,6%). Na dalszym miejscu znalazły się: użyteczność dla innych (34,9%), miłość, przyjaźń (27,7%) i sukces na rynku (24,1%). Wybór przedsiębiorców zaznaczył dominację wartości dotyczących relacji z innymi, a nie celów przedmiotowych lub dotyczących tylko indywidualnych potrzeb przedsiębiorców.

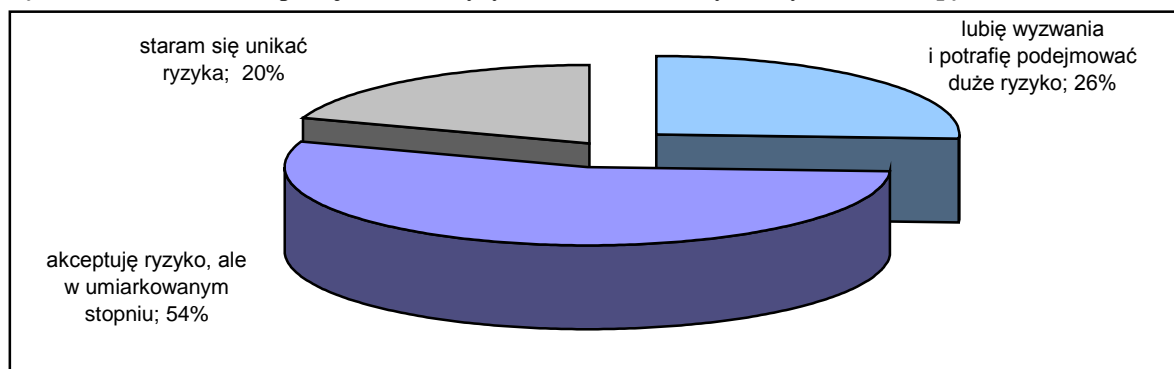
Wykres 61. Najważniejsze cele życiowe i dążenia przedsiębiorców (ankieta pyt. 58)



Źródło: Własne badania ankietowe.

Ryzyko jest stałym elementem funkcjonowania przedsiębiorstwa w gospodarce wolnorynkowej, zatem jego podejmowanie jest stałym elementem roli przedsiębiorcy. Respondenci mieli umiarkowany stosunek do ryzyka. Większość z nich akceptowała ryzyko średniego stopnia (54,5%). Wyzwaniom i dużemu ryzyku poddawało się 25,8% przedsiębiorców. Najmniejsza grupa starała się unikać ryzyka (19,7%).

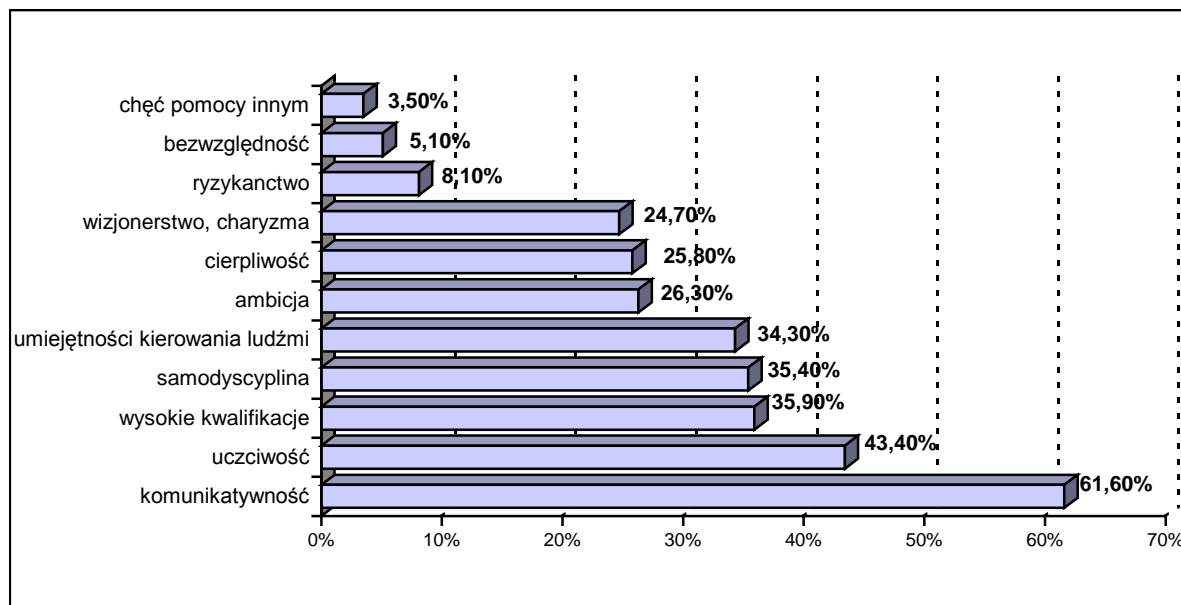
Wykres 62. Stosunek do podejmowania ryzyka w działaniach rynkowych (ankieta pyt. 59)



Źródło: Własne badania ankietowe.

Zdaniem badanych osób do najważniejszych cech, które powinny charakteryzować przedsiębiorcę, należały: komunikatywność (61,6%), uczciwość (43,4%), wysokie kwalifikacje (35,9%) i samodyscyplina (35,4%). Na piątym miejscu częstotliwości wskazań była umiejętność kierowania ludźmi (34,3%), dalej: ambicja (26,3%), cierpliwość (25,8%) i wizjonerstwo (24,7%).

Wykres 63. Wybór cech, które powinny charakteryzować przedsiębiorcę wg badanych właścicieli (ankieta pyt. 66)

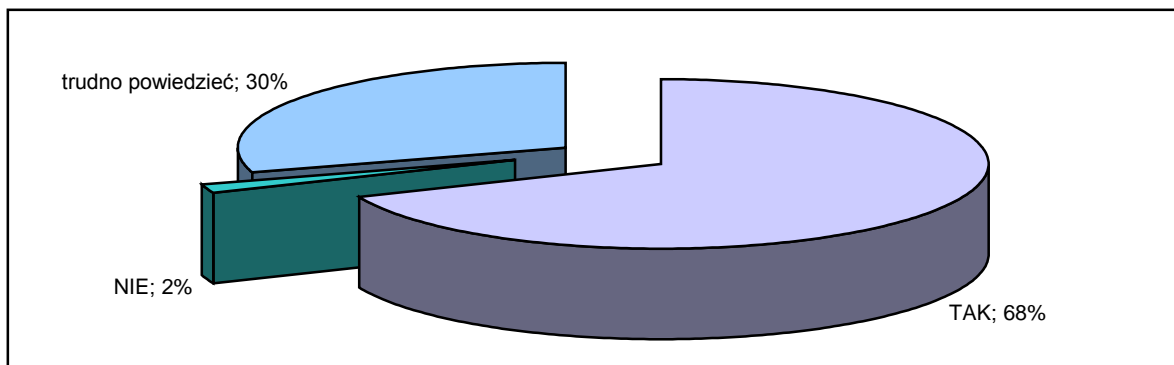


Źródło: Własne badania ankietowe.

Zdecydowana większość respondentów postrzegала siebie jako osobę przedsiębiorczą (68,7%). Należy przez to rozumieć, że ci przedsiębiorcy oceniali siebie jako aktywnych, twórczych, potrafiących wykorzystać sprzyjające okoliczności i „znających się na ludziach”.

Respondenci wstrzymujący się od samooceny, a więc nie posiadający wyrobionej opinii na temat własnej przedsiębiorczości, stanowili 29,8%. Tylko 3 osoby oceniały siebie, że nie są przedsiębiorcze.

Wykres 64. Ocena własnej przedsiębiorczości właścicieli firm (ankieta pyt. 67)



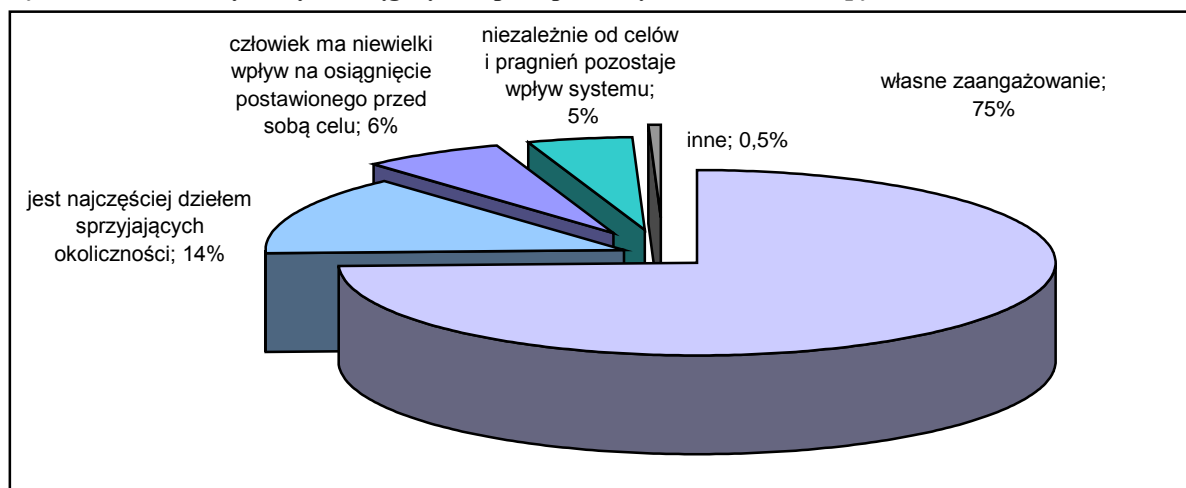
Źródło: Własne badania ankietowe.

Pytania na temat stosunku przedsiębiorców do ryzyka, wpływu na własne życie i postrzegania siebie przez pryzmat przedsiębiorczości, nie dały odpowiedzi na to, jakie naprawdę były ich postawy i poglądy. Odpowiedzi na omówione pytania są deklaracjami. Określenie cech psychospołecznych wymaga badań psychologicznych. Można jednak przyjąć na tej podstawie pewne założenia do dalszych pogłębionych badań.

Przedsiębiorcy w zdecydowanej większości byli osobami przeświadczonymi o tym, że decydują o własnym losie i kierują swoim życiem. Dla nich osiągnięcie wyznaczonego sobie celu zależało przede wszystkim od własnego zaangażowania. Taki stosunek do życia przejawia 78,3% respondentów, choć część z nich dostrzegała wagę sprzyjających okoliczności, szczęśliwego trafu. Dla 10,6% przedsiębiorców osiągnięcie wyznaczonych celów było najczęściej uzależnione od przypadku, szczęśliwego zbiegu okoliczności, a 6,5% często miało wrażenie, że ma niewielki wpływ na osiągnięcie wyznaczonego sobie celu.

To w jakim stopniu ludzie uznają się za „panów swego życia” ma związek z zaufaniem do życia (okoliczności) i ludzi, które wzrasta wraz z poczuciem bezpieczeństwa. Osoby takie potrafią podejmować większe ryzyko i w rezultacie są postrzegane przez innych jako bardziej przedsiębiorczy.

Wykres 65. Źródło życiowych osiągnięć w opinii przedsiębiorców (ankieta pyt. 60)



Źródło: Własne badania ankietowe.

Większość badanych właścicieli firm wykazywała cechy określone jako charakterystyczne dla postaw przedsiębiorczych. Można tu wymienić: chęć pracy na własny rachunek, wiarę w siebie, emocjonalne zaangażowanie w swoje przedsięwzięcia, branie odpowiedzialności za swoje życie i postępowanie, solidną rzetelną pracę, konsekwencję w dążeniu do celu.

6.4.2. Stosunek przedsiębiorców do etyki działań rynkowych

Etyka jest tworem, na który składają się powszechnie obowiązujące normy i wartości. Ich przestrzeganie jest zabezpieczone sankcjami społecznymi i prawnymi²³⁹. W ramach etyki mieszczą się zachowania ludzi, ich oceny, zasady i prawa, które można podzielić według różnych kategorii w zależności od dziedziny życia, której dotyczą. Etyka skoncentrowana wokół działalności przedsiębiorstw to etyka biznesu. Nieetyczne zachowania przedsiębiorczej aktywności gospodarczej dzielą się na następujące obszary²⁴⁰:

- relacje przedsiębiorca - struktury administracyjne państwa;
- relacje przedsiębiorca – społeczność lokalna;
- relacje przedsiębiorca – pracownicy;
- relacje przedsiębiorca – klienci;
- relacje przedsiębiorca – kontrahenci;

²³⁹ Sztumska B., *Etyka działalności gospodarczej w warunkach gospodarki rynkowej*, [w:] *Społeczno – ekonomiczne determinanty funkcjonowania rynku*, Byłok F. [red.], WWzPCz, Częstochowa 2005, s. 35.

²⁴⁰ *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2001-2002*, PARP, Warszawa 2002, s. 273-274.

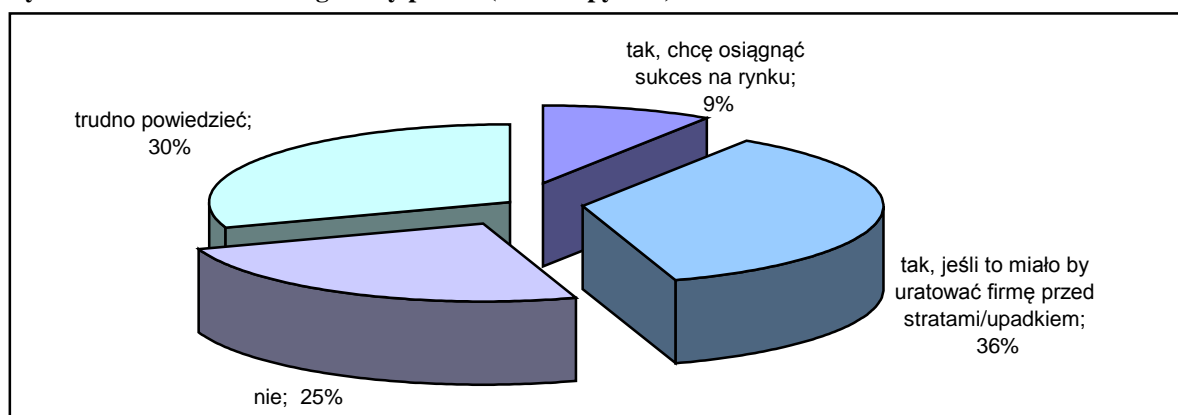
- relacje przedsiębiorca – konkurenci;
- relacje przedsiębiorca – udziałowcy i akcjonariusze.

Przedsiębiorca podążając za silną potrzebą sukcesu, potrafi brać na siebie ryzyko, dążąc do skuteczności za wszelką cenę. Stereotyp polskiego przedsiębiorcy przedstawia go jako wyzyskiwacza i „cwaniaka”, jednak przedsiębiorca działając w tkance społecznej musi być obdarzony zaufaniem otoczenia. Jak twierdzi T. Gruszecki: „przedsiębiorca odnoszący sukcesy na dłuższą metę musi być bardziej etyczny niż przeciętny członek społeczeństwa”²⁴¹.

Osoby mające większy stopień zaufania są bardziej otwarte na współpracę i w konsekwencji są wyznawcami zasad uczciwej gry. Należy jednak zauważyć, że dopuszczenie się działań nielegalnych czy nieetycznych może mieć różny wymiar w zależności od obszaru, którego dotyczy. Przedsiębiorcy inaczej odczytują zasady uczciwości względem bezosobowych instytucji publicznych, niż osobowych partnerów swego otoczenia. Na podstawie wyników wywiadów swobodnych przeprowadzonych z respondentami, można wysnuć wniosek, że stosują oni inne zasady uczciwości wobec instytucji, a inne wobec partnerów czy konkurencji. Do działań nieetycznych dochodzi w sytuacji, gdy przedsiębiorcy lawirują w nieprzychylnych przepisach i walczą z systemem o przetrwanie firmy.

Przedsiębiorcy przyznający się do zachowań na granicy prawa, gdy stawką jest sukces rynkowy, stanowili zaledwie 9,2%. Największa liczba przedsiębiorców była skłonna do podjęcia takich działań, by chronić firmę przed stratami lub upadkiem: 35,8%. Liczna grupa nie potrafiła dać jednoznacznej odpowiedzi, czy mogliby zachować się na granicy prawa: 29,7%. Zdecydowane „nie” mówiło 24,7% właścicieli firm.

Wykres 66. Zachowania na granicy prawa (ankieta pyt. 62)

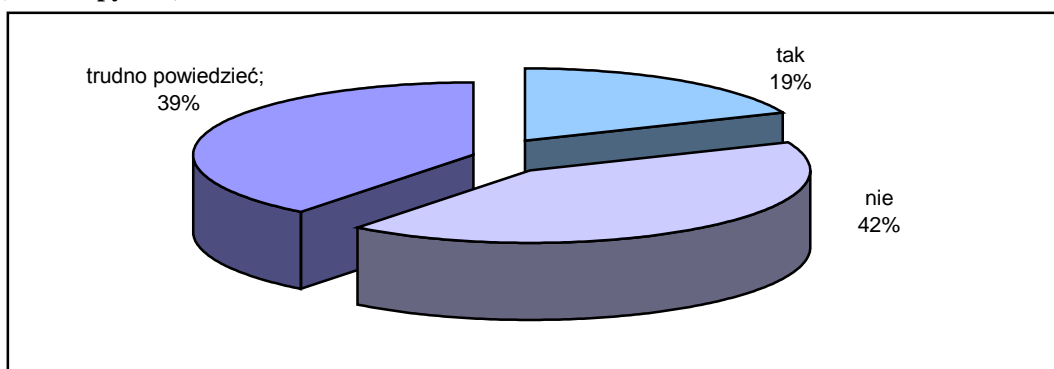


Źródło: Własne badania ankietowe.

²⁴¹ Gruszecki T., *Przedsiębiorca...*, op. cit., s. 76.

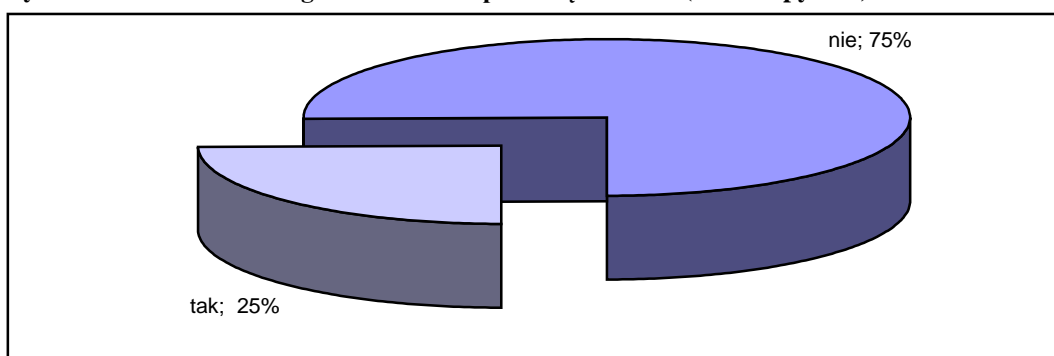
Możliwość złamania prawa w działalności gospodarczej dopuszczało 18,7% respondentów w sytuacji małego prawdopodobieństwa wykrycia takich działań, 43,9% osób wykluczało taką możliwość, a 39,4% nie potrafiło opowiedzieć się jednoznacznie po żadnej ze stron. Przedsiębiorcy zaprzeczający, by w historii przedsiębiorstwa zdarzyły się działania nielegalne, stanowili 75,2%. Jednocześnie warto zwrócić uwagę, że w swobodnej rozmowie na temat corocznego rozliczania się z Urzędem Skarbowym, wszyscy respondenci mówili o „ucieczce w koszty”. Dla przedsiębiorców naturalnym działaniem było zbieranie faktur, nasilone na koniec roku rozliczeniowego, jako dowodów poniesionych kosztów, mimo braku ich pokrycia rzeczowego, czy też pokrycia w usługach.

Wykres 67. Dopuszczanie złamania prawa, w sytuacji małego prawdopodobieństwa wykrycia (ankieta pyt. 63)



Źródło: Własne badania ankietowe.

Wykres 68. Działania nielegalne w historii przedsiębiorstwa (ankieta pyt. 64)

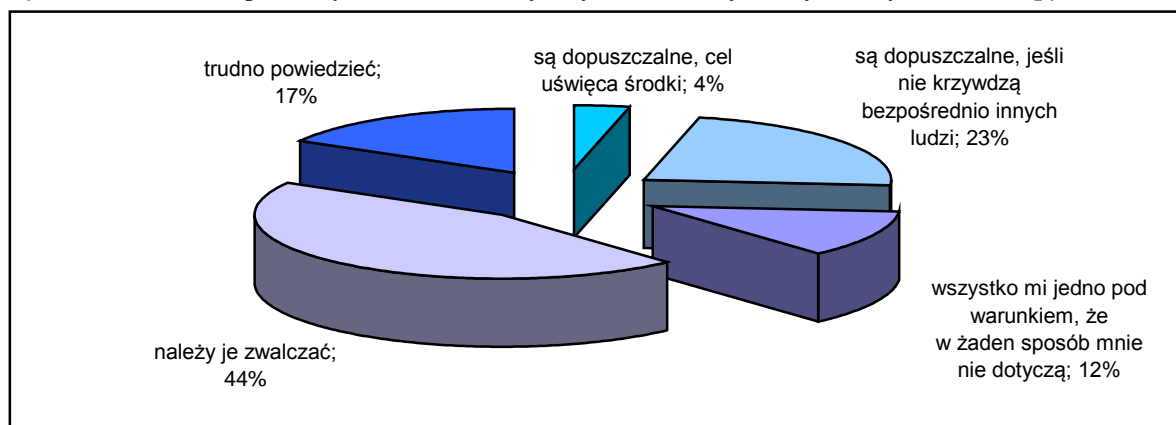


Źródło: Własne badania ankietowe.

Respondenci w większości deklarowali swoją uczciwość, odzeganując się od działań nielegalnych. Jeśli jednak problem dotyczył naruszenia etyki przez innych, wykazywali bardziej liberalną postawę. Etyka potocznie była postrzegana przez przedsiębiorców w kategoriach moralności, a nie obowiązującego prawa.

Według 44,9% osób nieetyczne zachowania należało zwalczać. Przedsiębiorcy, którzy nie wyrażali jednoznacznej opinii na ten temat, stanowili 16,6%. W przypadku takich odpowiedzi, można wnioskować, że nie mając wyrobionego poglądu, przedsiębiorcy mogli akceptować nieetyczne zachowania w zależności od osób, których one by dotyczyły lub w zależności od sytuacji. Przy zastosowaniu różnie sformułowanych pytań otrzymano sumę odpowiedzi, które ostatecznie wskazują na znaczącą akceptację nieetycznych zachowań w obszarze działań rynkowych (39%). Wyznawcami twardej gry, w której cel uświęca środki, a zatem dopuszczającej działania nieetyczne, było 3,5% respondentów. Obojętnych wobec nieetycznych zachowań, jeśli tylko nie dotyczyły ich bezpośrednio, było 12,1% odpowiadających. Dla 22,7% brak etyki był dopuszczalny, jeśli nie krzywdził bezpośrednio innych osób.

Wykres 69. Stosunek przedsiębiorców do nieetycznych działań rynkowych innych (ankieta pyt. 65)



Źródło: Własne badania ankietowe.

W kategorii działań nieetycznych, które mogły być podjęte w ramach działalności przedsiębiorstwa, mieściło się wiele różnych form aktywności. Odpowiadając na pytania dotyczące nieetycznych zachowań w biznesie, respondenci nie mieli wskazanych szczegółowych przykładów takich zachowań. Uzyskane odpowiedzi były zatem subiektywną oceną przedsiębiorców na temat zachowań moralnych i niemoralnych w relacjach z ich otoczeniem.

Prezentacja przedsiębiorcy nie mogłaby służyć jako opis profilu psychologicznego i jego systemu wartości. Odpowiedzi, które zostały zebrane, można poddać tylko ogólnej interpretacji. Mogą one być przyczynkiem do tworzenia hipotez, których weryfikacja wymaga badań nad osobowością.

Powyższa analiza przedstawia wyniki badań małej przedsiębiorczości rejonu częstochowskiego. Dotyczyły one trzech kwestii związanych z przedsiębiorstwem: jego rozwoju, otoczenia społeczno – gospodarczego oraz przedsiębiorcy. Celem prezentacji było scharakteryzowanie środowiska małej przedsiębiorczości rejonu częstochowskiego, zaobserwowanie jego mocnych i słabych stron.

7. DETERMINANTY ROZWOJU PRZEDSIĘBIORCZOŚCI W REJONIE CZĘSTOCHOWSKIM

7.1. Badanie przedsiębiorstw w perspektywie ich potencjału

Problemem badawczym dysertacji było określenie stanu rozwoju małej przedsiębiorczości rejonu częstochowskiego. Środkiem do osiągnięcia wyznaczonego celu była odpowiedź na pytania badawcze oraz weryfikacja założonych hipotez.

Podstawą realizacji empirii projektu badawczego było wyodrębnienie przedsiębiorstw rozwojowych z badanej próby. Wyznaczono zatem cechy przedsiębiorstw rozwojowych w oparciu o wybrane, ogólnie przyjęte wskaźniki takich przedsiębiorstw. Głównym źródłem obranych właściwości przedsiębiorstw, zwanych dalej rozwojowymi, były następujące badania:

1. „Wskaźniki innowacyjności przedsiębiorstw w Polsce” przeprowadzone przez Ipsos-Demoskop w 2001 roku na zlecenie PARP;
2. Raporty o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce wydawane przez PARP;
3. „Innowacyjność polskich mikroprzedsiębiorstw” przeprowadzone w 2004 roku przez A. Żołnierskiego, wydane przez PARP.

Mianem przedsiębiorstwa rozwojowego zostały określone jednostki, które:

- prowadziły działalność o zasięgu ponadlokalnym;
- cechowała poprawa kondycji finansowej;
- cechowały się nowoczesnością w skali branży;
- wykorzystywały technologie informacyjno – telekomunikacyjne;
- korzystały lub posiadały własne patenty, licencje, know-how;
- przeznaczały środki na cele badawczo – rozwojowe;
- prowadziły w najbliższym czasie inwestycje i miały w planach zwiększenie nakładów na inwestycje.

Czynniki, które wzięto pod uwagę przy konstruowaniu zmiennej określającej przedsiębiorstwa rozwojowe dotyczyły głównie stosowanej technologii oraz aspektów finansowych i inwestycyjnych firmy.

Dane na temat zbioru uzyskano z odpowiedzi na 10 pytań ankiety, będących odpowiednikami wskaźników zmiennej „stan rozwoju przedsiębiorstwa”. Określone odpowiedzi miały wyodrębnić przedsiębiorstwa rozwojowe.

W trakcie analizy zbiorów danych z firmami spełniającymi wszystkie warunki okazał się pusty. Na 198 przedsiębiorstw z próby losowej nie wyodrębniono ani jednego przedsiębiorstwa, które spełniłoby wszystkie wyznaczone cechy (wskaźniki) rozwoju. Wyeliminowano zatem zmienne o najmniejszej częstości: wysoki stopień nowoczesności, własne lub zakupione patenty i licencje oraz przeznaczanie zysku na cele badawczo – rozwojowe, co pozwoliło na uzyskanie grupy przedsiębiorstw o najwyższym stopniu rozwoju. W efekcie pozostało 30 firm (15,15%), które następnie posłużyły do analizy porównawczej.

Tabela 22. Przedsiębiorstwa rozwojowe – analizowane częstości dla poszczególnych pytań w kategoriach kwalifikowanych

Pytania ankiety	Częstość kwalifikowana	Zmienna analizowana w dalszej części badania
10. Jaki jest zasięg geograficzny prowadzonej działalności?	regionalny międzyregionalny ogólnopolski międzynarodowy	TAK
	109	
13. Jak ocenia Pan(i) kondycję finansową swojej firmy?	ulega poprawie	TAK
	78	
15. Jak ocenia Pan(i) poziom technologii (stopień nowoczesności) wykorzystywanych w przedsiębiorstwie maszyn i urządzeń (w skali branży)?	wysoki	NIE
	38	
16. Czy firma posiada komputery?	tak	TAK
	137	
18. Czy firma wykorzystuje zasoby i usługi internetowe w swojej działalności?	tak	TAK
	124	
19. Czy firma korzysta z zakupionych patentów czy licencji?	58	NIE
	58	
20. Czy firma posiada własne patenty, opracowane licencje, know-how?	tak	NIE
	21	
21. Czy firma przeznaczą część zysku na cele badawczo – rozwojowe?	tak	NIE
	38	
22. Czy w ciągu trzech ostatnich lat działalności były prowadzone inwestycje?	tak	TAK
	142	
23. Jakie są plany inwestycyjne firmy na najbliższe trzy lata?	zwiększenie nakładów na inwestycje utrzymanie nakładów	TAK
	106	

Źródło: Opracowanie własne.

Po odrzuceniu części wybranych wskaźników w procedurze mającej wyodrębnić przedsiębiorstwa rozwojowe, zmienna: „stan rozwoju przedsiębiorstwa” uwzględniała następujące z nich:

- zasięg geograficzny prowadzonej działalności,
- wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnej (ICT),
- kondycja finansowa,
- prowadzone inwestycje,
- planowanie inwestycji.

Następnie podjęto decyzję o wprowadzeniu zmian w zmiennych badawczych: „wewnętrzne determinanty działalności” oraz „uwarunkowania ekonomiczne przedsiębiorstwa” skonstruowanych dla I i II hipotezy badawczej, polegających na uwzględnieniu w nich odrzuconych czynników.

Odpowiedzi na pytania ankietowe zaprezentowane w tabeli nr 22 określały stan rozwoju przedsiębiorstw w okresie przeprowadzania badania. Dzięki wyodrębnieniu grupy przedsiębiorstw rozwojowych można było odpowiedzieć na pytanie badawcze: **„Jaki jest potencjał rozwojowy MŚP wybranego rejonu według wybranych wskaźników rozwoju?”**

Umownie przyjęto trzystopniową skalę oceny potencjału rozwojowego przedsiębiorstw: wysoka, średnia i niska, wyznaczając przy tym kryteria. Wysoka ocena, byłaby przyznana gdyby ponad 20% firm spełniło wszystkie wyznaczone warunki. Średnia ocena byłaby przyznana w przypadku wyodrębnienia od 1% do 20% takich firm. Niską ocenę stopnia rozwoju małej przedsiębiorczości rejon otrzymuje w przypadku braku spełnienia wszystkich wyznaczników. Według przyjętego kryterium badane MŚP uzyskały zatem najniższą ocenę.

Na określenie zmiennej: „stan rozwoju przedsiębiorstwa” zastosowano również, w dalszej części opisu, zwrot „poziom rozwoju przedsiębiorstwa”, a dla wyodrębnionej grupy przedsiębiorstw rozwojowych, zwrot: „przedsiębiorstwa o wysokim potencjale rozwojowym”, „firmy rozwijające się” oraz „przedsiębiorstwa spełniające wybrane kryteria rozwoju”.

Wyodrębnienie zbioru przedsiębiorstw rozwojowych było podstawą weryfikacji hipotez, jednak przeprowadzenie testów statystycznych wymagało wyodrębnienia również innych zbiorów z badanej populacji. Zostały one określone odpowiednio:

- przedsiębiorstwa o silnej strukturze sieciowej (przedsiębiorstwa spełniające wyznaczone kryteria sieciowości);
- właściciele wysoko (pozytywnie) oceniający relacje (stosunki) z otoczeniem;
- przedsiębiorcy charakteryzujący się cechami określanymi jako przedsiębiorcze (przedsiębiorczy właściciele firm).

Charakterystyka poszczególnych grup została przedstawiona w toku opisu procedur statystycznych, podczas weryfikacji hipotez. W przeprowadzonych badaniach do oceny zebranego materiału badawczego zastosowano test niezależności chi-kwadrat, zaś do oceny siły zależności między zmiennymi posłużono się współczynnikiem C-Pearsona. W przypadku dwóch wskaźników (zmiennych) korzystano z testu dla dwóch średnich. Dotyczyło to czasu prowadzenia działalności gospodarczej oraz wieku przedsiębiorcy.

7.1.1. Wewnętrzne determinanty działalności przedsiębiorstwa

Poniższa analiza przedstawia dowód na niezależność poszczególnych wskaźników zmiennej: „wewnętrzne determinanty działalności” a zmienną: „stan rozwoju przedsiębiorstw”. Szczegółowe wskaźniki zmiennych przedstawiono w rozdziale 5.1.2. Zmianą „wewnętrzne determinanty działalności” po zmianie liczby wskaźników prezentuje poniższa tabela.

Tabela 23. Wyznaczone wskaźniki dla zmiennej: „wewnętrzne determinanty przedsiębiorstwa” z wprowadzoną zmianą

wewnętrzne determinanty działalności	<ul style="list-style-type: none"> - wiek firmy - wielkość przedsiębiorstwa (w liczbie zatrudnionych) - typ działalności - forma prawna - liczba wspólników - poziom technologii maszyn i urządzeń w skali branży - korzystanie z odpłatnych (zewnętrznych) patentów i licencji - własne, stworzone w firmie patenty, opracowane licencje, know-how - tworzenie budżetu na cele badawczo – rozwojowe - wiek przedsiębiorcy - płeć przedsiębiorcy - wykształcenie
---	--

Źródło: Opracowanie własne.

Wskaźniki posłużyły jako zmienne do postawienia szczegółowych hipotez w celu przeprowadzenia testów statystycznych.

W pierwszym przypadku zastosowano test dla średnich. Analizowane hipotezy brzmiały następująco:

H_0 : średnia czasu prowadzenia działalności w przedsiębiorstwach rozwojowych jest taka sama jak w przedsiębiorstwach nierozwojowych ($H_0 : \mu_1 = \mu_2$),

H_1 : średnia czasu prowadzenia działalności w przedsiębiorstwach rozwojowych nie jest taka sama jak w przedsiębiorstwach nierozwojowych. ($H_1: \mu_1 \neq \mu_2$)

Tabela 24. Średni czas prowadzenia przedsiębiorstw rozwojowych oraz średni czas prowadzenia przedsiębiorstwach nierozwojowych

Badane cechy	Empiryczna wartość statystyki U	Poziom istotności	Krytyczna wartość statystyki u_α	Decyzja
średnia czasu prowadzenia działalności w przedsiębiorstwach rozwojowych	1,04	0,05	1,96	brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej
średnia czasu prowadzenia działalności w przedsiębiorstwach nierozwojowych				

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego testu statystycznego.

Na poziomie istotności $\alpha = 0,05$ nie ma podstaw do odrzucenia hipotezy H_0 , ponieważ $|U| = |1,04| < 1,96 = u_\alpha$. Oznacza to, że nie ma statystycznie istotnej różnicy średnich czasów prowadzenia przedsiębiorstw rozwojowych i nierozwojowych.

Analizowano wielkość przedsiębiorstwa mierzoną liczbą zatrudnionych oraz stan jego rozwoju. Zastosowano test chi-kwadrat w celu sprawdzenia zależności, a współczynnik C-Pearsona dla sprawdzenia siły zależności. Opisano również zaobserwowane wielkości w poszczególnych kategoriach zmiennych. Postawiono następujące hipotezy badawcze:

H_0 : nie stwierdza się zależności pomiędzy wielkością przedsiębiorstwa, mierzoną liczbą zatrudnionych, oraz stanem jego rozwoju,

H_1 : stwierdza się zależność pomiędzy wielkością przedsiębiorstwa, mierzoną liczbą zatrudnionych, oraz stanem jego rozwoju.

Tabela 25. Zależność między wielkością przedsiębiorstwa a stanem rozwoju przedsiębiorstwa

Badane cechy	Empiryczna wartość statystyki χ^2	Poziom istotności	Krytyczna wartość statystyki χ^2	Decyzja	Współczynnik C-Pearsona
stan rozwoju przedsiębiorstwa	14,4	0,05	12,6	odrzucenie hipotezy zerowej	0,26
wielkość przedsiębiorstwa					

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego testu statystycznego.

Dla przyjętego poziomu istotności $\alpha = 0,05$ obliczona wartość statystyki χ^2 przekracza wartość krytyczną statystyki χ_α^2 , czyli znajduje się w obszarze krytycznym, więc odrzucamy hipotezę H_0 o niezależności obu zmiennych. Oznacza to, że istnieje istotnie statystyczna zależność pomiędzy wielkością przedsiębiorstwa mierzoną liczbą zatrudnionych,

oraz stanem jego rozwoju. Obliczona wartość współczynnika C-Pearsona, wskazuje na słabą siłę wpływu wielkości przedsiębiorstwa na jego potencjał rozwojowy.

Dla sprawdzenia wpływów takich czynników jak: liczba wspólników w firmie oraz stan rozwoju przedsiębiorstwa, postawiono następujące hipotezy:

H_0 : liczba wspólników jest niezależna od poziomu rozwoju przedsiębiorstwa,

H_1 : liczba wspólników jest zależna od poziomu rozwoju przedsiębiorstwa.

Tabela 26. Zależności między liczbą wspólników a stanem rozwoju przedsiębiorstwa

Badane cechy	Empiryczna wartość statystyki χ^2	Poziom istotności	Krytyczna wartość statystyki χ^2	Decyzja	Współczynnik C-Pearsona
Stan rozwoju przedsiębiorstwa liczba wspólników w przedsiębiorstwie	4,3	0,05	7,8	brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej	0,21

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego testu statystycznego.

Dla przyjętego poziomu istotności $\alpha = 0,05$ empiryczna wartość statystyki χ^2 nie przekracza wartości krytycznej statystyki χ^2_{α} , czyli nie znajduje się w obszarze krytycznym, więc nie ma podstaw do odrzucenia hipotezy H_0 o niezależności obu zmiennych. Zatem liczba wspólników nie zależy od poziomu rozwoju przedsiębiorstwa. Wartość współczynnika C-Pearsona, mówi o słabej sile zależności zmiennych.

Typ działalności oraz stan rozwoju przedsiębiorstwa scharakteryzowano pod względem udziału w poszczególnych grupach. Analizowane testem chi-kwadrat, zostały opisane przez poniższe hipotezy badawcze:

H_0 : branża w jakiej działa przedsiębiorstwo oraz poziom jego rozwoju są niezależne,

H_1 : branża w jakiej działa przedsiębiorstwo oraz poziom jego rozwoju są zależne.

Tabela 27. Zależności między typem działalności a stanem rozwoju przedsiębiorstwa

Badane cechy	Empiryczna wartość statystyki χ^2	Poziom istotności	Krytyczna wartość statystyki χ^2	Decyzja	Współczynnik C-Pearsona
stan rozwoju przedsiębiorstwa typ działalności przedsiębiorstwa	14,8	0,05	15,51	brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej	0,26

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego testu statystycznego.

Dla przyjętego poziomu istotności $\alpha = 0,05$ empiryczna wartość statystyki χ^2 nie przekracza wartości krytycznej statystyki χ_{α}^2 , czyli nie znajduje się w obszarze krytycznym, więc nie ma podstaw do odrzucenia hipotezy H_0 o niezależności obu zmiennych. Zatem liczba współników nie zależy od poziomu rozwoju przedsiębiorstwa. Wartość współczynnika C-Pearsona, mówi o słabej sile zależności zmiennych.

Oddziaływanie pomiędzy formą prawną a poziomem rozwoju przedsiębiorstwa badano przez następujące hipotezy:

H_0 : nie stwierdza się zależności pomiędzy formą prawną oraz poziomem rozwoju przedsiębiorstwa,

H_1 : stwierdza się zależność pomiędzy formą prawną oraz poziomem rozwoju przedsiębiorstwa.

Tabela 28. Zależności między formą prawną a poziomem rozwoju przedsiębiorstwa

Badane cechy	Empiryczna wartość statystyki χ^2	Poziom istotności	Krytyczna wartość statystyki χ^2	Decyzja	Współczynnik C-Pearsona
stan rozwoju przedsiębiorstwa	12,30	0,05	11,07	odrzućcie hipotezy zerowej	0,24
forma prawna przedsiębiorstwa					

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego testu statystycznego.

Dla przyjętego poziomu istotności $\alpha = 0,05$ obliczona wartość statystyki χ^2 przekracza wartość krytyczną statystyki χ_{α}^2 , czyli znajduje się w obszarze krytycznym, więc odrzucamy hipotezę H_0 o niezależności obu zmiennych. Oznacza to, że stwierdza się istotnie statystycznej zależności pomiędzy formą prawną oraz poziomem rozwoju przedsiębiorstwa. Obliczona wartość współczynnika C-Pearsona, wskazuje na słabą siłę wpływu wielkości przedsiębiorstwa na jego potencjał rozwojowy.

W przypadku analizy formy prawnej przedsiębiorstw należących do badanej próby, przyjęto ogólny podział na: osoby fizyczne prowadzące własną działalność i spółki handlowe. Schemat ten został podyktowany nasuwającymi się wnioskami po obserwacji otrzymanych wielkości.

Przeprowadzono test chi-kwadrat sprawdzający zależność między poziomem technologii maszyn i urządzeń a poziomem rozwoju przedsiębiorstwa, dla którego sformułowano następujące hipotezy:

H_0 : nie stwierdza się zależności pomiędzy poziomem technologii maszyn i urządzeń a poziomem rozwoju przedsiębiorstwa,

H_1 : stwierdza się zależność pomiędzy poziomem technologii maszyn i urządzeń a poziomem rozwoju przedsiębiorstwa.

Tabela 29. Zależność między poziomem technologii maszyn i urządzeń a stanem rozwoju przedsiębiorstwa

Badane cechy	Empiryczna wartość statystyki χ^2	Poziom istotności	Krytyczna wartość statystyki χ^2	Decyzja	Współczynnik C-Pearsona
stan rozwoju przedsiębiorstwa poziom technologii	3,44	0,05	7,8	brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej	0,13

Zródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego testu statystycznego.

Przy przyjętym poziomie istotności $\alpha = 0,05$ wartość statystyki χ^2 znajduje się poza obszarem krytycznym, pozostano zatem przy hipotezie zerowej. Przeprowadzony dowód dał odpowiedź, że nie istnieje zależność między wybranymi zmiennymi. Siła oddziaływania zmiennych: poziom technologii maszyn i urządzeń i poziom rozwoju przedsiębiorstwa wynosząca $C=0,13$ świadczy o jej słabości.

Analizowano niezależność zmiennych: korzystanie z odpłatnych (zewnętrznych) patentów i licencji oraz poziom rozwoju przedsiębiorstwa. Postawiono następujące hipotezy:

H_0 : nie stwierdza się zależności między korzystaniem z odpłatnych (zewnętrznych) patentów i licencji a poziomem rozwoju przedsiębiorstwa,

H_1 : stwierdza się zależność między korzystaniem z odpłatnych (zewnętrznych) patentów i licencji a poziomem rozwoju przedsiębiorstwa.

Tabela 30. Zależność między korzystaniem z odpłatnych (zewnętrznych) patentów i licencji a stanem rozwoju przedsiębiorstwa

Badane cechy	Empiryczna wartość statystyki χ^2	Poziom istotności	Krytyczna wartość statystyki χ^2	Decyzja	Współczynnik C-Pearsona
stan rozwoju przedsiębiorstwa zakupione patenty, licencje	0,9	0,05	3,8	brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej	0,07

Zródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego testu statystycznego.

Przyjęto prawdziwość hipotezy zerowej: „nie stwierdza się zależności między korzystaniem z odpłatnych (zewnętrznych) patentów i licencji a poziomem rozwoju przedsiębiorstwa”. Empiryczna wartość statystyki χ^2 nie przekracza krytycznej wartości statystyki χ^2_α . Wartość współczynnika kontyngencji C-Pearsona wskazuje bardzo słabą siłę zależności analizowanych zmiennych.

Dla przeprowadzenia dowodu niezależności między zmiennymi: własne, stworzone w firmie patenty, licencje, know-how a poziom rozwoju firmy, obliczono test chi-kwadrat przyjmując następujące hipotezy:

H_0 : własne, stworzone w firmie patenty, licencje, know-how oraz poziom rozwoju firmy są niezależne,

H_1 : własne, stworzone w firmie patenty, licencje, know-how oraz poziom rozwoju firmy są zależne.

Tabela 31. Zależność między własnymi, stworzonymi w firmie patentami, licencjami, know-how a stanem rozwoju przedsiębiorstwa

Badane cechy	Empiryczna wartość statystyki χ^2	Poziom istotności	Krytyczna wartość statystyki χ^2	Decyzja	Współczynnik C-Pearsona
stan rozwoju przedsiębiorstwa własne patenty, opracowane licencje, know-how	14,0	0,05	3,8	odrzućcie hipotezy zerowej	0,26

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego testu statystycznego.

Przy poziomie istotności $\alpha = 0,05$ i wartości χ^2 większej od krytycznej wartości χ^2_α , zweryfikowano hipotezę zerową jako nieprawdziwą. Przyjęto hipotezę alternatywną, która zakłada zależność zmiennych: własne, stworzone w firmie patenty, licencje, know-how oraz poziom rozwoju firmy. Siła tej zależności pozostaje na poziomie $C=0,26$, dowodząc, że oddziaływanie to jest słabe.

Przyjęto hipotezy, jako podstawę weryfikacji niezależności zmiennych testem chi-kwadrat o następującej treści:

H_0 : tworzenie budżetu na cele badawczo - rozwojowe oraz poziom rozwoju firmy są niezależne,

H_1 : tworzenie budżetu na cele badawczo - rozwojowe oraz poziom rozwoju firmy są zależne.

Tabela 32. Zależność między tworzeniem budżetu na cele badawczo - rozwojowe a stanem rozwoju przedsiębiorstwa

Badane cechy	Empiryczna wartość statystyki χ^2	Poziom istotności	Krytyczna wartość statystyki χ^2	Decyzja	Współczynnik C-Pearsona
Stan rozwoju przedsiębiorstwa budżet na cele B+R	13,3	0,05	3,8	odrzućenie hipotezy zerowej	0,25

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego testu statystycznego.

Wartość testu χ^2 na poziomie istotności 0,05 osiągnęła wielkość χ^2 wkraczającą w obszar krytyczny, dowodząc fałszywość H_0 . Prawdziwą jest zatem H_1 : tworzenie budżetu na cele badawczo - rozwojowe oraz poziom rozwoju firmy są zależne. Siła zależności analizowanych zmiennych mierzona współczynnikiem kontyngencji C-Pearsona na poziomie $C=0,25$ wskazuje słabe oddziaływanie.

Analizowano wiek przedsiębiorców w przedsiębiorstwach o różnym potencjale rozwojowym. Postawiono następujące hipotezy:

H_0 : średnia wieku przedsiębiorcy jest taka sama w przedsiębiorstwach o różnym potencjale rozwojowym, ($H_0 : \mu_1 = \mu_2$),

H_1 : średnia wieku przedsiębiorcy jest różna w przedsiębiorstwach o różnym potencjale rozwojowym. ($H_1 : \mu_1 \neq \mu_2$).

Tabela 33. Średni wiek przedsiębiorcy w przedsiębiorstwach rozwojowych oraz w przedsiębiorstwach nierozwojowych

Badane cechy	Empiryczna wartość statystyki U	Poziom istotności	Krytyczna wartość statystyki u_α	Decyzja
średnia wieku przedsiębiorcy w firmach rozwojowych średnia wieku przedsiębiorcy w firmach nierozwojowych	-0,49	0,05	1,96	brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego testu statystycznego.

Na poziomie istotności $\alpha = 0,05$ nie ma podstaw do odrzucenia hipotezy H_0 , ponieważ $|U| = |-0,49| < 1,96 = u_\alpha$. Oznacza to, że nie ma statystycznie istotnej różnicy

średniego wieku przedsiębiorcy w przedsiębiorstwach rozwojowych oraz w przedsiębiorstwach nierozwojowych.

Rozpatrywano zależność między płcią przedsiębiorcy a poziomem rozwoju jego przedsiębiorstwa według przyjętego schematu, stawiając następujące hipotezy:

H_0 : płeć przedsiębiorcy oraz poziom rozwoju przedsiębiorstwa są niezależne,

H_1 : płeć przedsiębiorcy oraz poziom rozwoju przedsiębiorstwa są niezależne.

Tabela 34. Zależności między płcią przedsiębiorcy a poziomem rozwoju przedsiębiorstwa

Badane cechy	Empiryczna wartość statystyki χ^2	Poziom istotności	Krytyczna wartość statystyki χ^2	Decyzja	Współczynnik C-Pearsona
stan rozwoju przedsiębiorstwa płeć przedsiębiorcy	5,40	0,05	3,8	odrzuć hipotezę zerowej	0,16

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego testu statystycznego.

Dla przyjętego poziomu istotności $\alpha = 0,05$ obliczona wartość statystyki χ^2 przekracza wartość krytyczną statystyki χ_{α}^2 , czyli znajduje się w obszarze krytycznym, więc odrzucamy hipotezę H_0 o niezależności obu zmiennych. Oznacza to, że istnieje istotnie statystyczna zależność pomiędzy stanem rozwoju przedsiębiorstwa oraz płcią przedsiębiorcy. Siła związku mierzona współczynnikiem C-Pearsona ($C_p = 0,16$) oznacza, iż występuje związek pomiędzy analizowanymi zmiennymi, jednak siła tego oddziaływania jest słaba.

Istotność statystyczna mierzona dla niezależności wykształcenia właściciela z poziomem rozwoju jego firmy była sprawdzana przez poniższe hipotezy:

H_0 : nie stwierdza się zależności pomiędzy wykształceniem przedsiębiorcy oraz poziomem rozwoju przedsiębiorstwa,

H_1 : stwierdza się zależność pomiędzy wykształceniem przedsiębiorcy oraz poziomem rozwoju przedsiębiorstwa.

Tabela 35. Zależności między wykształceniem przedsiębiorcy a poziomem rozwoju przedsiębiorstwa

Badane cechy	Empiryczna wartość statystyki χ^2	Poziom istotności	Krytyczna wartość statystyki χ^2	Decyzja	Współczynnik C-Pearsona
stan rozwoju przedsiębiorstwa	3,3	0,05	14,1	brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej	0,13
wykształcenie przedsiębiorcy					

Zródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego testu statystycznego.

Dla przyjętego poziomu istotności $\alpha = 0,05$ empiryczna wartość statystyki χ^2 nie przekracza wartości krytycznej statystyki χ^2_{α} , czyli nie znajduje się w obszarze krytycznym, więc nie ma podstaw do odrzucenia hipotezy H_0 o niezależności obu zmiennych. Zatem stan rozwoju przedsiębiorstwa nie zależy od wykształcenia przedsiębiorcy. Wartość współczynnika C-Pearsona, mówi o słabej sile zależności obydwu zmiennych.

Powyżej przedstawiono pierwszą część procedury przeprowadzania dowodu I hipotezy: „Determinanty wewnętrzne oraz struktury sieciowe w większym stopniu wpływają na rozwój małej przedsiębiorczości niż czynniki otoczenia.”

7.1.2. Struktury sieciowe przedsiębiorstwa

Przedstawiony poniżej tok postępowania weryfikuje niezależność poszczególnych wskaźników zmiennej: „struktury sieciowe przedsiębiorstwa” a zmienną: „stan rozwoju przedsiębiorstw” przy zastosowaniu statystyki chi-kwadrat oraz siły zależności mierzoną współczynnikiem zbieżności C-Pearsona. Wskaźniki zmiennej „struktury sieciowe przedsiębiorstwa” są opisane w rozdziale 5.1.2.

Pierwszy test badania zmiennej „struktury sieciowe przedsiębiorstwa”, dotyczy współpracy z instytucjami badawczo-rozwojowymi. Postawiono następujące hipotezy badawcze:

H_0 : współpraca z instytucjami badawczo-rozwojowymi oraz poziom rozwoju przedsiębiorstwa są niezależne,

H_1 : współpraca z instytucjami badawczo-rozwojowymi oraz poziom rozwoju przedsiębiorstwa są zależne.

Tabela 36. Zależności między współpracą z instytucjami badawczo-rozwojowymi a poziomem rozwoju przedsiębiorstwa

Badane cechy	Empiryczna wartość statystyki χ^2	Poziom istotności	Krytyczna wartość statystyki χ^2	Decyzja	Współczynnik C-Pearsona
stan rozwoju przedsiębiorstwa współpraca z instytucjami badawczo-rozwojowymi	13,47	0,05	7,81	odrzućcie hipotezy zerowej	0,25

Zródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego testu statystycznego.

Dla przyjętego poziomu istotności $\alpha = 0,05$ obliczona wartość statystyki χ^2 przekracza wartość krytyczną statystyki χ_{α}^2 , czyli znajduje się w obszarze krytycznym, więc odrzucamy hipotezę H_0 o niezależności obu zmiennych. Oznacza to, że współpraca z instytucjami badawczo-rozwojowymi oraz poziom rozwoju przedsiębiorstwa są zależne, a zależność ta jest istotna statystycznie. Wpływ tej formy współpracy na rozwój firmy nie jest istotny statystycznie. Współczynnik C-Pearsona świadczy o słabej sile oddziaływania.

Dalszej analizie poddano współpracę przedsiębiorstwa z ośrodkami doradczymi i poziom rozwoju firmy. Przyjęto następujące hipotezy:

H_0 : współpraca przedsiębiorstwa z ośrodkami doradczymi oraz poziom jego rozwoju są niezależne,

H_1 : współpraca przedsiębiorstwa z ośrodkami doradczymi oraz poziom jego rozwoju są zależne.

Tabela 37. Zależności między współpracą przedsiębiorstwa z ośrodkami doradczymi a poziomem jego rozwoju

Badane cechy	Empiryczna wartość statystyki χ^2	Poziom istotności	Krytyczna wartość statystyki χ^2	Decyzja	Współczynnik C-Pearsona
stan rozwoju przedsiębiorstwa współpraca z ośrodkami doradczymi	24,08	0,05	3,84	odrzućcie hipotezy zerowej	0,33

Zródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego testu statystycznego.

Dla przyjętego poziomu istotności $\alpha = 0,05$ obliczona wartość statystyki χ^2 przekracza wartość krytyczną statystyki χ_{α}^2 , czyli znajduje się w obszarze krytycznym, więc odrzucamy hipotezę H_0 o niezależności obu zmiennych. Oznacza to, że współpraca

przedsiębiorstwa z ośrodkami doradczymi oraz poziom jego rozwoju są zależne, a zależność ta jest istotna statystycznie. Wartość współczynnika C-Pearsona, mówi o umiarkowanej sile zależności obydwu zmiennych.

Sprawdzanie niezależności kooperacji formalnej i poziomu rozwoju firmy oparto na następujących hipotezach:

H_0 : kooperacja formalna z innymi przedsiębiorstwami oraz poziom rozwoju firmy są niezależne,

H_1 : kooperacja formalna z innymi przedsiębiorstwami oraz poziom rozwoju firmy są zależne.

Tabela 38. Zależności między kooperacją formalną z innymi przedsiębiorstwami a poziomem rozwoju firmy

Badane cechy	Empiryczna wartość statystyki χ^2	Poziom istotności	Krytyczna wartość statystyki χ^2	Decyzja	Współczynnik C-Pearsona
stan rozwoju przedsiębiorstwa kooperacji formalna z innymi przedsiębiorstwami	11,01	0,05	3,84	odrzućcie hipotezy zerowej	0,23

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego testu statystycznego.

Dla przyjętego poziomu istotności $\alpha = 0,05$ obliczona wartość statystyki χ^2 przekracza wartość krytyczną statystyki χ^2_{α} , czyli znajduje się w obszarze krytycznym, więc odrzucamy hipotezę H_0 o niezależności obu zmiennych. Oznacza to, że kooperacja formalna z innymi przedsiębiorstwami oraz poziom rozwoju firmy są zależne, a zależność ta jest istotna statystycznie. Wartość współczynnika C-Pearsona, świadczy o słabej sile zależności obydwu zmiennych.

Analiza czynników: kooperacja nieformalna i poziom rozwoju firmy została przeprowadzona w oparciu o hipotezy:

H_0 : kooperacja nieformalna z innymi przedsiębiorstwami oraz poziom rozwoju firm są niezależne,

H_1 : kooperacja nieformalna z innymi przedsiębiorstwami oraz poziom rozwoju firm są zależne.

Tabela 39. Zależności między kooperacją nieformalną z innymi przedsiębiorstwami a stanem rozwoju firmy

Badane cechy	Empiryczna wartość statystyki χ^2	Poziom istotności	Krytyczna wartość statystyki χ^2	Decyzja	Współczynnik C-Pearsona
stan rozwoju przedsiębiorstwa kooperacja nieformalna z innymi przedsiębiorstwami	1,41	0,05	3,84	brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej	0,08

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego testu statystycznego.

Dla przyjętego poziomu istotności $\alpha = 0,05$ empiryczna wartość statystyki χ^2 nie przekracza wartości krytycznej statystyki χ_{α}^2 , czyli nie znajduje się w obszarze krytycznym, więc nie ma podstaw do odrzucenia hipotezy H_0 o niezależności obu zmiennych. Zatem kooperacja nieformalna z innymi przedsiębiorstwami oraz poziom rozwoju firm są niezależne. Wartość współczynnika C-Pearsona, mówi o słabej sile zależności obydwu zmiennych.

Interesujące jest zjawisko, że nie każda forma współpracy umacnia pozycję przedsiębiorstw, lokując je w grupie firm rozwojowych. Istnienie zależności prezentowanych zmiennych jest tu uwarunkowane prawnym uregulowaniem stosunków między stronami (przedsiębiorstwami).

Istotność statystyczną zmiennych: zrzeszanie się przedsiębiorcy oraz poziom rozwoju firmy mierzono przyjmując hipotezy:

H_0 : zrzeszanie się przedsiębiorcy oraz poziom rozwoju firmy są niezależne,

H_1 : zrzeszanie się przedsiębiorcy oraz poziom rozwoju firmy są zależne.

Tabela 40. Zależności między zrzeszaniem się przedsiębiorcy a stanem rozwoju przedsiębiorstwa

Badane cechy	Empiryczna wartość statystyki χ^2	Poziom istotności	Krytyczna wartość statystyki χ^2	Decyzja	Współczynnik C-Pearsona
stan rozwoju przedsiębiorstwa zrzeszanie się przedsiębiorcy	13,71	0,05	3,84	odrzućcie hipotezy zerowej	0,25

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego testu statystycznego.

Dla przyjętego poziomu istotności $\alpha = 0,05$ obliczona wartość statystyki χ^2 przekracza wartość krytyczną statystyki χ_{α}^2 , czyli znajduje się w obszarze krytycznym, więc

odrzucaamy hipotezę H_0 o niezależności obu zmiennych. Oznacza to, że zrzeszanie się przedsiębiorcy oraz poziom rozwoju firmy są zależne, a zależność ta jest istotna statystycznie. Wartość współczynnika C-Pearsona, mówi o słabej sile zależności obydwu zmiennych.

Analiza niezależności odnoszącej się do wskaźnika zrzeszanie się przedsiębiorcy i zmiennej „stanu rozwoju przedsiębiorstwa” zamyka drugą część procedury weryfikacji hipotezy głównej dotyczącej zmiennej: „struktury sieciowe przedsiębiorstwa”.

7.1.3. Otoczenie społeczno – gospodarcze podmiotu gospodarczego

Zmienna: „Otoczenie społeczno – gospodarcze przedsiębiorstw” jest charakteryzowana szczegółowymi wskaźnikami w rozdziale 5.2.1. Weryfikacja zbieżności zjawisk (wskaźników zmiennej) ze zmienną: „stan rozwoju przedsiębiorstw” została sprawdzona statystyką chi-kwadrat oraz C-Pearsona. Poniższa analiza jest ostatnim etapem kontroli prawdziwości I hipotezy badawczej.

Postawiono hipotezy będące podstawą sprawdzenia oddziaływania zmiennych na siebie:

H_0 : miejsce prowadzenia działalności przedsiębiorstwa oraz poziom rozwoju firmy są niezależne,

H_1 : miejsce prowadzenia działalności przedsiębiorstwa oraz poziom rozwoju firmy są zależne.

Tabela 41. Zależności między miejscem prowadzenia działalności przedsiębiorstwa a stanem rozwoju przedsiębiorstwa

Badane cechy	Empiryczna wartość statystyki χ^2	Poziom istotności	Krytyczna wartość statystyki χ^2	Decyzja	Współczynnik C-Pearsona
stan rozwoju przedsiębiorstwa miejsce prowadzenia działalności przedsiębiorstwa	14,8	0,05	15,51	brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej	0,26

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego testu statystycznego.

Dla przyjętego poziomu istotności $\alpha = 0,05$ empiryczna wartość statystyki χ^2 nie przekracza wartości krytycznej statystyki χ^2_α , czyli nie znajduje się w obszarze krytycznym,

więc nie ma podstaw do odrzucenia hipotezy H_0 o niezależności obu zmiennych. Zatem miejsce prowadzenia działalności przedsiębiorstwa oraz poziom rozwoju firmy są niezależne. Wartość współczynnika C-Pearsona, świadczy o słabej sile zależności obydwu zmiennych.

Przeprowadzono dowód na niezależność zmiennych: źródła finansowania inwestycji i poziom rozwoju firmy w oparciu o następujące hipotezy:

H_0 : źródła finansowania inwestycji oraz poziom rozwoju firmy są niezależne,

H_1 : źródła finansowania inwestycji oraz poziom rozwoju firmy są zależne.

Tabela 42. Zależności między źródłem finansowania inwestycji a stanem rozwoju przedsiębiorstwa

Badane cechy	Empiryczna wartość statystyki χ^2	Poziom istotności	Krytyczna wartość statystyki χ^2	Decyzja	Współczynnik C-Pearsona
stan rozwoju przedsiębiorstwa źródła finansowania inwestycji	34,9	0,05	3,84	Odrzucenie hipotezy zerowej	0,39

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego testu statystycznego.

Dla przyjętego poziomu istotności $\alpha = 0,05$ obliczona wartość statystyki χ^2 przekracza wartość krytyczną statystyki χ^2_{α} , czyli znajduje się w obszarze krytycznym, więc odrzucamy hipotezę H_0 o niezależności obu zmiennych. Oznacza to, że źródła finansowania inwestycji oraz poziom rozwoju firmy są zależne, a zależność ta jest istotna statystycznie. Wartość współczynnika C-Pearsona, mówi o umiarkowanej sile zależności zmiennych.

Analiza wiedzy przedsiębiorcy na temat konkurencji w odniesieniu do poziomu rozwoju przedsiębiorstwa została przetestowana za pomocą przyjętych hipotez:

H_0 : wiedza na temat konkurencji oraz poziom rozwoju przedsiębiorstwa są niezależne,

H_1 : wiedza na temat konkurencji oraz poziom rozwoju przedsiębiorstwa są zależne.

Tabela 43. Zależności między wiedzą na temat konkurencji a poziomem rozwoju przedsiębiorstwa

Badane cechy	Empiryczna wartość statystyki χ^2	Poziom istotności	Krytyczna wartość statystyki χ^2	Decyzja	Współczynnik C-Pearsona
stan rozwoju przedsiębiorstwa wiedza na temat konkurencji	2,5	0,05	9,5	brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej	0,11

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego testu statystycznego.

Dla przyjętego poziomu istotności $\alpha = 0,05$ empiryczna wartość statystyki χ^2 nie przekracza wartości krytycznej statystyki χ_{α}^2 , czyli nie znajduje się w obszarze krytycznym, więc nie ma podstaw do odrzucenia hipotezy H_0 o niezależności obu zmiennych. Zatem wiedza na temat konkurencji oraz poziomu rozwoju przedsiębiorstwa są niezależne. Wartość współczynnika C-Pearsona, mówi o słabej sile oddziaływania badanych zmiennych.

Relacje przedsiębiorcy z konkurencją względem poziomu rozwoju przedsiębiorstwa analizowano przez badanie następujących hipotez:

H_0 : relacje przedsiębiorcy z konkurencją oraz poziom rozwoju przedsiębiorstwa są niezależne,

H_1 : relacje przedsiębiorcy z konkurencją oraz poziom rozwoju przedsiębiorstwa są zależne.

Tabela 44. Zależności między relacjami przedsiębiorcy z konkurencją a poziomem rozwoju przedsiębiorstwa

Badane cechy	Empiryczna wartość statystyki χ^2	Poziom istotności	Krytyczna wartość statystyki χ^2	Decyzja	Współczynnik C-Pearsona
stan rozwoju przedsiębiorstwa relacje przedsiębiorcy z konkurencją	26,5	0,05	19,7	odrzucenie hipotezy zerowej	0,34

Źródło: jak przy tabeli 24.

Dla przyjętego poziomu istotności $\alpha = 0,05$ empiryczna wartość statystyki χ^2 przekracza wartość krytyczną statystyki χ_{α}^2 , czyli znajduje się w obszarze krytycznym, więc odrzucamy hipotezę H_0 o niezależności obu zmiennych. Oznacza to, że istnieje zależność pomiędzy relacjami przedsiębiorcy z konkurencją oraz poziomem rozwoju przedsiębiorstwa, a zależność ta jest istotna statystycznie. Obliczona wartość współczynnika C-Pearsona, wskazuje na umiarkowaną siłę zależności obydwu zmiennych.

Istnienie zależności i jej siłę, dla zmiennych: ocena warunków prowadzenia przedsiębiorstwa i poziom rozwoju firmy, sprawdzano przez postawienie następujących hipotez:

H_0 : ocena warunków prowadzenia przedsiębiorstwa związana z jego otoczeniem oraz poziom rozwoju firmy są niezależne,

H_1 : ocena warunków prowadzenia przedsiębiorstwa związana z jego otoczeniem oraz poziom rozwoju firmy są zależne.

Tabela 45. Zależności między oceną warunków prowadzenia przedsiębiorstwa związana z jego otoczeniem a poziomem rozwoju firmy

Badane cechy	Empiryczna wartość statystyki χ^2	Poziom istotności	Krytyczna wartość statystyki χ^2	Decyzja	Współczynnik C-Pearsona
stan rozwoju przedsiębiorstwa ocena warunków prowadzenia działalności gospodarczej w rejonie częstochowskim	9,5	0,05	11,1	brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej	0,21

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego testu statystycznego.

Dla przyjętego poziomu istotności $\alpha = 0,05$ empiryczna wartość statystyki χ^2 nie przekracza wartości krytycznej statystyki χ^2_{α} , czyli nie znajduje się w obszarze krytycznym, więc nie ma podstaw do odrzucenia hipotezy H_0 o niezależności obu zmiennych. Zatem ocena warunków prowadzenia przedsiębiorstwa związana z jego otoczeniem oraz poziom rozwoju firmy są niezależne. Wartość współczynnika C-Pearsona, mówi o słabej sile zależności obydwu zmiennych.

Zaspokojenie potrzeb i oczekiwań przez lokalnych dostawców i poziom rozwoju firmy są zmiennymi, dla których przeprowadzono analizę:

H_0 : zaspokojenie potrzeb i oczekiwań przez lokalnych dostawców oraz poziom rozwoju firmy są niezależne,

H_1 : zaspokojenie potrzeb i oczekiwań przez lokalnych dostawców oraz poziom rozwoju firmy są zależne.

Tabela 46. Zależności między zaspokojeniem potrzeb i oczekiwań przez lokalnych dostawców a stanem rozwoju przedsiębiorstwa

Badane cechy	Empiryczna wartość statystyki χ^2	Poziom istotności	Krytyczna wartość statystyki χ^2	Decyzja	Współczynnik C-Pearsona
stan rozwoju przedsiębiorstwa zaspokojenie potrzeb i oczekiwań przez lokalnych dostawców	0,24	0,05	3,84	brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej	0,03

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego testu statystycznego.

Dla przyjętego poziomu istotności $\alpha = 0,05$ obliczona wartość statystyki χ^2 znajduje się poza obszarem krytycznym, więc nie ma podstaw do odrzucenia hipotezy H_0 . Oznacza to, że zaspokojenie potrzeb i oczekiwań przez lokalnych dostawców oraz poziom rozwoju firmy

są niezależne. Wartość współczynnika C-Pearsona, mówi o słabej sile zależności obydwu zmiennych.

Wyniki procedury statystycznej mającej na celu przeprowadzenie dowodu I hipotezy zostały uporządkowane według wyznaczonych zmiennych w poniższych tabelach.

Tabela 47. Podsumowanie testów niezależności oraz dla dwóch średnich, zmiennych: „wewnętrzne determinanty działalności” i „stan rozwoju przedsiębiorstwa”

Analizowane cechy	Wartość statystyki testu	Wartość krytyczna	Prawdopodobieństwo	Decyzja dotycząca hipotezy zerowej	Siła zależności
własne patenty, opracowane licencje, know-how stan rozwoju przedsiębiorstwa	14,0	3,8	$p < 0,05$	odrzuć hipotezę zerową	0,26 słaba
wielkość przedsiębiorstwa stan rozwoju przedsiębiorstwa	14,4	12,6	$p < 0,05$	odrzuć hipotezę zerową	0,26 słaba
typ działalności stan rozwoju przedsiębiorstwa	14,8	15,5	$p > 0,05$	brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej	0,26 słaba
budżet na cele B+R stan rozwoju przedsiębiorstwa	13,3	3,8	$p < 0,05$	odrzuć hipotezę zerową	0,25 słaba
forma prawna stan rozwoju przedsiębiorstwa	12,3	11,7	$p < 0,05$	odrzuć hipotezę zerową	0,24 słaba
liczba wspólników stan rozwoju przedsiębiorstwa	4,3	7,8	$p > 0,05$	brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej	0,21 słaba
pleć przedsiębiorcy stan rozwoju przedsiębiorstwa	5,4	3,8	$p < 0,05$	odrzuć hipotezę zerową	0,16 słaba
poziom technologii stan rozwoju przedsiębiorstwa	3,44	7,8	$p > 0,05$	brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej	0,13 słaba
wykształcenie przedsiębiorcy stan rozwoju przedsiębiorstwa	3,3	14,1	$p > 0,05$	brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej	0,13 słaba
zakupione patenty, licencje stan rozwoju przedsiębiorstwa	0,9	3,8	$p > 0,05$	brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej	0,07 słaba
średnia wieku przedsiębiorcy w firmach rozwojowych średnia wieku przedsiębiorcy w firmach nierozwojowych	-0,49	1,96	$p > 0,05$	brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej	-
średnia czasu prowadzenia działalności w przedsiębiorstwach rozwojowych średnia czasu prowadzenia działalności w przedsiębiorstwach nierozwojowych	1,04	1,96	$p > 0,05$	brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej	-

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonych testów statystycznych.

Tabela 48. Podsumowanie testów niezależności zmiennych: „struktury sieciowe przedsiębiorstwa” i „stan rozwoju przedsiębiorstwa”

Analizowane cechy	Wartość statystyki testu	Wartość krytyczna	Prawdopodobieństwo	Decyzja dotycząca hipotezy zerowej	Siła zależności
współpraca z ośrodkami doradczymi wspierającymi przedsiębiorczość stan rozwoju przedsiębiorstwa	24,08	3,84	$p < 0,05$	odrzućcie hipotezy zerowej	0,33 umiarkowana
współpraca z instytucjami badawczo – rozwojowymi, wyższą uczelnią stan rozwoju przedsiębiorstwa	13,47	7,81	$p < 0,05$	odrzućcie hipotezy zerowej	0,25 słaba
zrzeszanie się przedsiębiorców stan rozwoju przedsiębiorstwa	13,71	3,84	$p < 0,05$	odrzućcie hipotezy zerowej	0,25 słaba
kooperacja z innymi przedsiębiorstwami na podstawie umowy prawnej stan rozwoju przedsiębiorstwa	11,1	3,84	$p < 0,05$	odrzućcie hipotezy zerowej	0,23 słaba
współpraca nieformalna z innymi przedsiębiorstwami stan rozwoju przedsiębiorstwa	1,41	3,84	$p > 0,05$	brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej	0,08 słaba

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonych testów statystycznych.

Tabela 49. Podsumowanie testów niezależności zmiennych: „otoczenie społeczno – gospodarcze” i „stan rozwoju przedsiębiorstwa”

Analizowane cechy	Wartość statystyki testu	Wartość krytyczna	Prawdopodobieństwo	Decyzja dotycząca hipotezy zerowej	Siła zależności
źródła finansowania inwestycji stan rozwoju przedsiębiorstwa	34,88	3,84	$p < 0,05$	odrzućcie hipotezy zerowej	0,39 umiarkowana
relacje firm tej samej branży stan rozwoju przedsiębiorstwa	26,5	19,7	$p < 0,05$	odrzućcie hipotezy zerowej	0,34 umiarkowana
miejsce prowadzenia działalności stan rozwoju przedsiębiorstwa	14,79	15,51	$p > 0,05$	brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej	0,26 słaba

cd. Tabeli 43

warunki prowadzenia działalności gospodarczej stan rozwoju przedsiębiorstwa	9,5	11,1	$p > 0,05$	brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej	0,21 słaba
znajomość konkurencji stan rozwoju przedsiębiorstwa	2,5	9,5	$p > 0,05$	brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej	0,11 słaba
możliwości dostawców lokalnych w zaspokajaniu potrzeb firmy stan rozwoju przedsiębiorstwa	0,24	3,84	$p > 0,05$	brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej	0,03 słaba

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonych testów statystycznych.

Zmienna „wewnętrzne determinanty przedsiębiorstwa” zawiera pięć wskaźników: wielkość przedsiębiorstwa, forma prawna, własne patenty, opracowane licencje, know-how, budżet na cele B+R oraz płeć przedsiębiorcy, dla których udowodniono związek ze „stanem rozwoju przedsiębiorstwa”. Siła tego oddziaływania jest słaba, ale bliska wielkości umiarkowanej (w dwóch przypadkach: $C_p=0,26$; $C_p=0,25$; $C_p=0,24$). „Struktury sieciowe przedsiębiorstwa” jest zmienną zawierającą cztery wskaźniki, dla których przyjęto hipotezę alternatywną, są to: współpraca z ośrodkami doradczymi wspierającymi przedsiębiorczość, współpraca z instytucjami badawczo – rozwojowymi, wyższą uczelnią, zrzeszanie się przedsiębiorców oraz kooperacja z innymi przedsiębiorstwami na podstawie umowy prawnej. W pierwszym przypadku siła zależności związku ze stanem rozwoju przedsiębiorstwa jest umiarkowana ($C_p=0,33$), a w trzech pozostałych słaba ($C_p=0,25$ i $C_p=0,23$). Zatem na siedemnaście przeprowadzonych testów obu zmiennych, odrzucono hipotezę zerową w dziewięciu przypadkach. Natomiast w przypadku zmiennej „otoczenie społeczno - gospodarcze” na sześć przeprowadzonych testów tylko w dwóch przypadkach zależność między zmiennymi jest istotna statystycznie. Dotyczy to źródła finansowania inwestycji oraz relacji między firmami. Siła zależności tych czynników ze stanem rozwoju przedsiębiorstwa jest w obu przypadkach umiarkowana ($C_p=0,39$; $C_p=0,34$). Ponieważ w zmiennych: „determinanty wewnętrzne” i „struktury sieciowe” jest dziewięć wskaźników, a w „otoczeniu społeczno - gospodarczym” dwa wskaźniki, między którymi istnieje statystycznie istotna zależność ze zmienną „stan rozwoju przedsiębiorstwa”, dowiedziono prawdziwość założonej hipotezy I. Przy poziomie istotności 0,05, stwierdza się, że dla 95% zbiorowości generalnej, determinanty wewnętrzne oraz struktury sieciowe w większym stopniu wpływają na rozwój

małej przedsiębiorczości niż czynniki otoczenia. Postawiona I hipoteza badawcza: „**Determinanty wewnętrzne oraz struktury sieciowe w większym stopniu wpływają na rozwój małej przedsiębiorczości niż czynniki otoczenia**”, jest prawdziwa.

Podsumowanie wyników zależności wskaźników z poziomem rozwoju przedsiębiorstwa pozwala również odpowiedzieć na pytania badawcze:

Jaka jest siła zależności czynników ekonomicznych ze stanem rozwoju badanych przedsiębiorstw?

Jaka jest siła relacji czynników społecznych dotyczących środowisk lokalnych oraz cech demograficznych przedsiębiorcy ze stanem MŚP rejonu częstochowskiego?

Czy zewnątrzorganizacyjny kapitał społeczny jest czynnikiem rozwoju dla badanych przedsiębiorstw?

W przypadku pytania dotyczącego czynników ekonomicznych wzięto pod uwagę następujące cechy: formę prawną, rodzaj działalności, liczbę wspólników, wielkość przedsiębiorstwa mierzona liczbą zatrudnionych, poziom technologii, korzystanie z zakupionych lub własnych patentów, licencji, know-how, czerpanie z zewnętrznych źródeł finansowania, posiadanie budżetu na cele badawczo – rozwojowe, miejsce działalności, warunki prowadzenia działalności w rejonie, możliwości dostawców lokalnych w zaspokajaniu potrzeb przedsiębiorstw. Pominięto zatem wskaźniki społeczno – ekonomiczne. Testy statystyczne dla współczynnika C-Pearsona we wszystkich przypadkach udowodniły jedynie słabą siłę zależności z poziomem rozwoju przedsiębiorstw.

Stopień wpływu na stan MŚP rejonu częstochowskiego czynników społecznych dotyczących środowisk lokalnych oraz cech demograficznych przedsiębiorcy, podobnie jak w powyższym przypadku, jest słaby. Uzasadniając tę odpowiedź, wykorzystano wyniki testów współczynnika C-Pearsona mierzącego siłę zależności ze „stanem rozwoju firmy” dla następujących wskaźników: płci, wykształcenia, relacji firm tej samej branży, znajomość konkurencji oraz wszystkie czynniki wyznaczone dla zmiennej: „struktury sieciowe przedsiębiorstwa”. Tylko w dwóch przypadkach na jedenaście siła tej zależności była umiarkowana, dotyczyło to: współpracy z ośrodkami doradczymi ($C_p=0,33$) oraz relacji z firmami danej branży ($C_p=0,34$).

W odpowiedzi na pytanie o zewnątrzorganizacyjny kapitał społeczny jako czynnik rozwoju małej przedsiębiorczości wzięto pod uwagę elementy zmiennej „otoczenie społeczno-gospodarcze przedsiębiorstwa”. W wyniku analizy testu statystycznego

chi-kwadrat, jak opisano powyżej tylko w dwóch przypadkach: relacje z firmami tej samej branży oraz źródła finansowania inwestycji, istnieje zależność ze stopniem rozwoju przedsiębiorstwa. Siła relacji dla obu wskaźników jest umiarkowana. Należy zauważyć również, że źródła finansowania inwestycji mają największą siłę zależności z rozwojem firmy ze wszystkich determinantów, dla których była ona badana ($C_p=0,39$).

7.2. Przedsiębiorstwa rozwijające się a kapitał społeczny rejonu

Kapitał społeczny jest pojęciem zawierającym w sobie wiele aspektów współistnienia, zależności, i współpracy. Dotyczy on zarówno poziomu fizycznego (obiektywnego, policzalnego) np.: przynależność do organizacji biznesowej, jak również świadomościowego (subiektywnego, niepoliczalnego) określającego poglądy, postawy wobec otoczenia.

Dla potrzeb niniejszego badania kapitał społeczny w analizowanej próbie jednostek określono (zdefiniowano) przez wskaźniki należące do zmiennych określonych mianem: „struktury sieciowe przedsiębiorstwa” oraz „ocena relacji z otoczeniem”, szczegółowo opisane w rozdziale 5.1.2.

Zweryfikowanie II hipotezy: „Właściciele przedsiębiorstw o wyższych wskaźnikach rozwoju wyżej oceniają czynniki kapitału społecznego środowiska lokalnego niż pozostali przedsiębiorcy”, wymagało wyodrębnienia firm o wskaźnikach świadczących o największym poziomie struktur sieciowych oraz firm najwyżej oceniających swoje otoczenie społeczno-gospodarcze. Przyjęto, że wysoka ocena oznacza pozytywne relacje i otwartą postawę wobec otoczenia.

7.2.1. Silne struktury sieciowe a przedsiębiorstwa rozwojowe

W celu selekcji przedsiębiorstw z najbardziej rozbudowaną siecią zależności wybrano do porównań firmy spełniające poniższe warunki:

- właściciel jest członkiem organizacji przedstawicielskiej biznesu;
- firma współpracuje z instytucjami naukowo - badawczymi oraz ośrodkami doradczymi;
- firma współpracuje z innymi przedsiębiorstwami.

W trakcie analizy zbior danych z firmami spełniającymi wszystkie warunki okazał się czteroelementowy. Wyeliminowano zatem zmienne o najmniejszej częstotliwości. W efekcie uzyskano 16 firm do analizy porównawczej.

Tabela 50. Przedsiębiorstwa posiadające silne struktury sieciowe. Analizowane częstości dla poszczególnych pytań w kategoriach kwalifikowanych

Pytanie ankiety	Częstość kwalifikowana	Zmienna analizowana w dalszej części badania
28. Czy jest Pan(i) członkiem organizacji przedstawicielskiej biznesu?	tak	NIE
	29	
29. Czy firma współpracuje z instytucjami naukowo-badawczymi?	tak	NIE
	10	
30. Czy firma współpracuje z ośrodkami doradczymi?	tak	TAK
	40	
31. Czy firma współpracuje z innymi przedsiębiorstwami w oparciu o umowę prawną? (np.: w ramach współpracy produkcyjnej, podwykonawstwa, dostawy itp.)	tak	TAK
	84	
32. Czy firma współpracuje nieformalne, w oparciu o zaufanie z innymi przedsiębiorstwami?	tak	TAK
	99	
33. Z jakiej formy współpracy z innymi przedsiębiorstwami/podmiotami, nie będącymi bezpośrednimi dostawcami lub odbiorcami, korzysta firma?	73 (najwyższa wartość)	TAK

Źródło: Opracowanie własne.

Analiza zależności zmiennych dotyczących przedsiębiorstw o najwyższym stopniu rozwoju (przedsiębiorstwa rozwojowe) oraz przedsiębiorstw o najwyższym stopniu kapitału społecznego jest reprezentowana przez następujące hipotezy:

H_0 : nie istnieje zależność między stanem rozwoju przedsiębiorstwa a poziomem jego struktur sieciowych,

H_1 : istnieje zależność między stanem rozwoju przedsiębiorstwa a poziomem jego struktur sieciowych.

Tabela 51. Zależności między strukturą sieciową a stanem rozwoju przedsiębiorstwa

Badane cechy	Empiryczna wartość statystyki χ^2	Poziom istotności	Krytyczna wartość statystyki χ^2	Decyzja	Współczynnik C-Pearsona
struktury sieciowe przedsiębiorstwa stan rozwoju przedsiębiorstwa	19,524	0,05	3,8	odrzućcie hipotezy zerowej	0,30

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego testu statystycznego.

Dla przyjętego poziomu istotności $\alpha = 0,05$ obliczona wartość statystyki χ^2 przekracza wartość krytyczną statystyki χ^2_α , czyli znajduje się w obszarze krytycznym, więc

odrzucaamy hipotezę H_0 o niezależności obu zmiennych. Oznacza to, że stan rozwoju przedsiębiorstwa wpływa na poziom jego struktur sieciowych, a zależność ta jest istotna statystycznie. Wartość współczynnika $C_p=0,30$ oznacza umiarkowaną siłę oddziaływania pomiędzy analizowanymi zmiennymi.

Zbadanie czy istnieje zależność między zmiennymi: struktury sieciowe i stan rozwoju przedsiębiorstwa za pomocą statystyki chi-kwadrat oraz mierzenie siły oddziaływania wskaźnikiem C-Pearsona, częściowo potwierdziło zgodność z przyjętą hipotezą główną. W dalszej części analizowano stosunki z otoczeniem dla uzupełnienia wiedzy na temat oddziaływania czynników kapitału społecznego środowiska lokalnego.

7.2.2. Ocena stosunków z otoczeniem a przedsiębiorstwa rozwojowe

Za przedsiębiorstwa najlepiej zasymilowane z otoczeniem uznano firmy spełniające określone warunki, wyrażone przez wskazanie wybranych odpowiedzi na ustalone pytania ankiety. Do porównań wybrano firmy spełniające warunki szczegółowo opisane w tabeli 52. W trakcie analizy zbiorów danych z firmami spełniającymi wszystkie warunki okazał się pusty. Wyeliminowano zatem zmienne o najmniejszej częstości. W efekcie uzyskano 35 firm do analizy porównawczej.

Tabela 52. Relacje z otoczeniem. Analizowane częstości dla poszczególnych pytań w kategoriach kwalifikowanych

Pytanie	Częstość kwalifikowana	Zmienna analizowana w dalszej części badania
34. Współpracę z innymi przedsiębiorstwami / podmiotami uznaje Pan(i) za istotny czynnik rozwoju firmy?	tak	TAK
	110	
36. Jak ocenia Pan(i) relacje pomiędzy firmami (działającymi w regionie) z tej samej branży?	uczciwa konkurencja	NIE
	41 (najwyższa wartość)	
40. Jak ocenia Pan(i) nastawienie do prywatnego biznesu ze strony społeczności, urzędów i władz lokalnych?	114 (najwyższa wartość)	TAK
41. Jak ocenia Pan(i) działania władz lokalnych podejmowane na rzecz wspierania lokalnych firm?	dobrze	NIE
	18	
43. Czy uczestniczy Pan(i) aktywnie w życiu lokalnej społeczności występując w roli właściciela(ki)/ reprezentanta(ki) firmy?	tak	TAK
	84	
49. Jakie są warunki prowadzenia działalności gospodarczej w regionie częstochowskim?	lepsze niż gdzie indziej	NIE
	tak samo dobre	
	16	

Źródło: Opracowanie własne.

Dowód istnienia zależności między relacjami z otoczeniem a stopniem rozwoju przedsiębiorstw jest przeprowadzany nieparametrycznym testem zgodności przy następujących hipotezach:

H_0 : stan rozwoju przedsiębiorstwa oraz ocena relacji z otoczeniem przez przedsiębiorcę są zmiennymi niezależnymi,

H_1 : stan rozwoju przedsiębiorstwa oraz ocena relacji z otoczeniem przez przedsiębiorcę są zmiennymi zależnymi.

Tabela 53. Zależności między oceną relacji z otoczeniem a stanem rozwoju przedsiębiorstwa

Badane cechy	Empiryczna wartość statystyki χ^2	Poziom istotności	Krytyczna wartość statystyki χ^2	Decyzja	Współczynnik C-Pearsona
ocena relacji z otoczeniem stan rozwoju przedsiębiorstwa	3,69	0,05	3,84	brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej	0,14

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego testu statystycznego.

Dla przyjętego poziomu istotności $\alpha = 0,05$ empiryczna wartość statystyki χ^2 nie przekracza wartości krytycznej statystyki χ^2_{α} , czyli nie znajduje się w obszarze krytycznym, więc nie ma podstaw do odrzucenia hipotezy H_0 o niezależności obu zmiennych. Zatem stan rozwoju przedsiębiorstwa oraz ocena relacji z otoczeniem przez przedsiębiorcę są zmiennymi niezależnymi. Wartość współczynnika C-Pearsona, mówi o słabej sile związku obydwu zmiennych.

Ocena relacji z otoczeniem przez przedsiębiorcę jest częścią otoczenia przedsiębiorstwa rozumianego jako element kapitału społecznego. Otrzymane wyniki analizy częściowo podważają przyjętą hipotezę mówiącą, że przedsiębiorcy mający firmy, które spełniły warunki świadczące o wyższym poziomie rozwoju, wysoko oceniają swoje otoczenie. Procedura kontroli II hipotezy badawczej została uzupełniona sprawdzeniem związku poziomu struktur sieciowych przedsiębiorstwa z oceną otoczenia przez przedsiębiorcę.

7.2.3. Ocena stosunków z otoczeniem a silne struktury sieciowe

Dla kompleksowej analizy problemu przeprowadzono test statystyczny o niezależności między strukturą sieciową przedsiębiorstw a relacjami z otoczeniem. Postawiono następujące hipotezy:

H_0 : poziom struktur sieciowych przedsiębiorstwa oraz ocena relacji z otoczeniem przez przedsiębiorcę są zmiennymi niezależnymi,

H_1 : poziom struktur sieciowych przedsiębiorstwa oraz ocena relacji z otoczeniem przez przedsiębiorcę są zmiennymi zależnymi.

Tabela 54. Zależności między oceną relacji z otoczeniem a poziomem struktur sieciowych

Badane cechy	Empiryczna wartość statystyki χ^2	Poziom istotności	Krytyczna wartość statystyki χ^2	Decyzja	Współczynnik C-Pearsona
ocena relacji z otoczeniem przez przedsiębiorcę. poziom struktur sieciowych	4,7	0,05	3,8	odrzućcie hipotezy zerowej	0,15

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego testu statystycznego.

Dla przyjętego poziomu istotności $\alpha = 0,05$ obliczona wartość statystyki χ^2 przekracza wartość krytyczną statystyki χ^2_{α} , czyli znajduje się w obszarze krytycznym, więc odrzucamy hipotezę H_0 o niezależności obu zmiennych. Oznacza to, że poziom struktur sieciowych przedsiębiorstwa oraz ocena relacji z otoczeniem przez przedsiębiorcę są zależne, a zależność ta jest istotna statystycznie. Wartość współczynnika C-Pearsona, mówi o słabej sile zależności obydwu zmiennych.

Udowodniono istniejącą zależność między cechami rozwojowymi a strukturami sieciowymi przedsiębiorstw oraz brak zależności między asymilacją z otoczeniem przejawianą wysoką oceną relacji z otoczeniem a poziomem rozwoju. Wyniki przeprowadzonych testów statystycznych podsumowano w tabeli 55.

Tabela 55. Podsumowanie testów niezależności zmiennych: „struktury sieciowe przedsiębiorstwa”, „ocena relacji z otoczeniem” i „stan rozwoju przedsiębiorstwa”

Analizowane cechy	Wartość statystyki testu	Wartość krytyczna	Prawdopodobieństwo	Decyzja dotycząca hipotezy zerowej	Sila zależności
struktury sieciowe przedsiębiorstwa stan rozwoju przedsiębiorstwa	19,524	3,8	$P < 0,05$	odrzućcie hipotezy zerowej	0,30 umiarkowana
ocena relacji z otoczeniem przez przedsiębiorcę. struktury sieciowe przedsiębiorstwa	4,7	3,8	$P < 0,05$	odrzućcie hipotezy zerowej	0,15 słaba
ocena relacji z otoczeniem stan rozwoju przedsiębiorstwa	3,69	3,84	$p > 0,05$	brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej	0,14 słaba

Zródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonych testów statystycznych.

Otrzymane wyniki można sugerują uznanie zweryfikowanej II hipotezy za częściowo zgodną z przyjętym założeniem. Wywnioskowano jednak, że powiązanie zmiennych: „ocena relacji z otoczeniem” i „struktury sieciowe przedsiębiorstwa”, może być przyczyną uznania kapitału społecznego przedsiębiorstw, wyrażonego wybranymi wskaźnikami, za znaczący dla przedsiębiorstw rozwojowych. Przeprowadzony dowód II hipotezy: **„Właściciele przedsiębiorstw o wyższych wskaźnikach rozwoju wyżej oceniają czynniki kapitału społecznego środowiska lokalnego niż pozostali przedsiębiorcy”** uznano za wystarczający by przyjąć ją za prawdziwą.

Dowiedzenie prawdziwości hipotezy jest odpowiedzią na pytanie badawcze: **„Czy właściciele przedsiębiorstw o wysokich wskaźnikach rozwoju wyżej oceniają czynniki kapitału społecznego środowiska lokalnego niż pozostali?”**

Wysoka ocena czynników kapitału społecznego środowiska lokalnego została przyznana przez 35 przedsiębiorców, ale test niezależności udowodnił brak związku z poziomem rozwoju przedsiębiorstw. Nie można więc odpowiedzieć twierdząco na postawione pytanie. Analiza zagadnienia nie daje jednak jednoznacznej odpowiedzi przeczącej. Właściciele przedsiębiorstw o wyższych wskaźnikach rozwoju budują struktury sieciowe. Rozbudowane struktury sieciowe wpływają na poziom rozwoju przedsiębiorstw. Przedsiębiorstwa o silnych strukturach sieciowych wysoko oceniają relacje ze swoim otoczeniem, a pozytywny stosunek przedsiębiorców do otoczenia wzmacnia sieci współdziałania.

7.3. Profil przedsiębiorcy na tle rozwoju firmy

Niniejszy podrozdział analizuje związki między wybranymi uwarunkowaniami przedsiębiorstwa, cechami właściciela i stanem rozwoju przedsiębiorstwa w celu przeprowadzenia dowodu III hipotezy: „Rozwój małej przedsiębiorczości jest w większym stopniu uzależniony od czynników psychospołecznych przedsiębiorców niż od czynników ekonomicznych”. Procedura badawcza została częściowo oparta na wcześniej przeprowadzonych testach statystycznych. Na zmienną: „uwarunkowania ekonomiczne przedsiębiorstwa” składają się szczegółowe zmienne (wskaźniki), które zostały zweryfikowane przy przeprowadzaniu dowodu I hipotezy. Analogicznie do powyższego, część szczegółowych zmiennych (wskaźników) zmiennej hipotezy: „cechy psychospołeczne i demograficzne przedsiębiorcy” również była skontrolowana testami statystycznymi. Dalsza część opracowania uzupełnia brakujące dane testowe.

Wskaźniki obu zmiennych przedstawiono w rozdziale 5.1.2. Z powodu wykluczenia części wskaźników dla zmiennej „stan rozwoju przedsiębiorstwa” podczas wydzielenia grupy przedsiębiorstw o najwyższym stopniu rozwoju, podjęto decyzję o uwzględnieniu ich w zmiennej „uwarunkowania ekonomiczne przedsiębiorstwa”. Poniższa tabela przedstawia wskaźniki zmiennej po wprowadzonej zmianie.

Tabela 56. Wyznaczone wskaźniki dla zmiennej: „uwarunkowania ekonomiczne przedsiębiorstwa” z wprowadzoną zmianą

uwarunkowania ekonomiczne przedsiębiorstwa	<ul style="list-style-type: none">- wiek firmy- wielkość przedsiębiorstwa (w liczbie zatrudnionych)- typ działalności (branża)- forma prawna- poziom technologii maszyn i urządzeń w skali branży- korzystanie z odpłatnych (zewnętrznych) patentów i licencji- własne, stworzone w firmie patenty, opracowane licencje, know-how- tworzenie budżetu na cele badawczo – rozwojowe
---	--

Zródło: Opracowanie własne.

7.3.1. Cechy psychospołeczne i demograficzne właścicieli podmiotów gospodarczych

Do zbadania związku między tradycjami prowadzenia działalności gospodarczej w rodzinie a potencjałem rozwojowym przedsiębiorstwa postawiono następujące hipotezy:

H_0 : tradycje prowadzenia działalności gospodarczej w bliższej lub dalszej rodzinie właściciela oraz potencjał rozwojowy prowadzonego przez niego przedsiębiorstwa nie są zależne,

H_1 : tradycje prowadzenia działalności gospodarczej w bliższej lub dalszej rodzinie właściciela oraz potencjał rozwojowy prowadzonego przez niego przedsiębiorstwa są zależne.

Tabela 57. Zależności między tradycją prowadzenia działalności gospodarczej w bliższej lub dalszej rodzinie właściciela a potencjałem rozwojowym przedsiębiorstwa

Badane cechy	Empiryczna wartość statystyki χ^2	Poziom istotności	Krytyczna wartość statystyki χ^2	Decyzja	Współczynnik C-Pearsona
poziom rozwoju przedsiębiorstwa tradycje przedsiębiorczości w rodzinie	5,4	0,05	3,8	odrzućcie hipotezy zerowej	0,16

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego testu statystycznego.

Dla przyjętego poziomu istotności $\alpha = 0,05$ obliczona wartość statystyki χ^2 przekracza wartość krytyczną statystyki χ^2_{α} , czyli znajduje się w obszarze krytycznym, więc odrzucamy hipotezę H_0 o niezależności obu zmiennych. Oznacza to, że tradycje prowadzenia działalności gospodarczej w bliższej lub dalszej rodzinie właściciela oraz potencjał rozwojowy prowadzonego przez niego przedsiębiorstwa są zależne, a zależność ta jest istotna statystycznie. Obliczona wartość współczynnika $C_p = 0,16$, wskazuje na słabą siłę zależności obydwu zmiennych.

Istnienie związku między doświadczeniem zawodowym właściciela a stanem rozwoju przedsiębiorstwa było sprawdzane przez analizowanie następujących hipotez:

H_0 : doświadczenie zawodowe właściciela oraz potencjał rozwojowy prowadzonego przez niego przedsiębiorstwa nie są zależne.

H_1 : doświadczenie zawodowe właściciela oraz potencjał rozwojowy prowadzonego przez niego przedsiębiorstwa są zależne.

Tabela 58. Zależności między doświadczeniem zawodowym właściciela a potencjałem rozwojowym przedsiębiorstwa

Badane cechy	Empiryczna wartość statystyki χ^2	Poziom istotności	Krytyczna wartość statystyki χ^2	Decyzja	Współczynnik C-Pearsona
--------------	--	-------------------	---------------------------------------	---------	-------------------------

poziom rozwoju przedsiębiorstwa	19,1	0,05	12,6	odrzućenie hipotezy zerowej	0,30
doświadczenie zawodowe przedsiębiorcy					

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego testu statystycznego.

Dla przyjętego poziomu istotności $\alpha = 0,05$ obliczona wartość statystyki χ^2 przekracza wartość krytyczną statystyki χ^2_{α} , czyli znajduje się w obszarze krytycznym, więc odrzucamy hipotezę H_0 o niezależności obu zmiennych. Oznacza to, że istnieje zależność pomiędzy doświadczeniem zawodowym właściciela oraz potencjałem rozwojowym prowadzonego przez niego przedsiębiorstwa, a zależność ta jest istotna statystycznie. Siła zależności współczynnika C-Pearsona na poziomie 0,30, wskazuje na umiarkowane oddziaływanie zmiennych na siebie.

Analizowano stosunek przedsiębiorcy do ryzyka ze stopniem rozwoju firmy w oparciu o poniższe hipotezy badawcze:

H_0 : stosunek przedsiębiorcy do podejmowania ryzyka oraz poziom rozwoju jego firmy są niezależne,

H_1 : stosunek przedsiębiorcy do podejmowania ryzyka oraz poziom rozwoju jego firmy są zależne.

Tabela 59. Zależności między stosunkiem przedsiębiorcy do podejmowania ryzyka a potencjałem rozwojowym przedsiębiorstwa

Badane cechy	Empiryczna wartość statystyki χ^2	Poziom istotności	Krytyczna wartość statystyki χ^2	Decyzja	Współczynnik C-Pearsona
poziom rozwoju przedsiębiorstwa stosunek przedsiębiorcy do podejmowania ryzyka	1,09	0,05	5,99	brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej	0,07

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego testu statystycznego.

Dla przyjętego poziomu istotności $\alpha = 0,05$ empiryczna wartość statystyki χ^2 nie przekracza wartości krytycznej statystyki χ^2_{α} , czyli nie znajduje się w obszarze krytycznym, więc nie ma podstaw do odrzucenia hipotezy H_0 o niezależności obu zmiennych. Zatem stosunek przedsiębiorcy do podejmowania ryzyka oraz poziom rozwoju jego firmy są niezależne. Wartość współczynnika C-Pearsona, mówi o słabej sile zależności obydwu zmiennych.

Kontrola zmiennych: postrzeganie własnych możliwości kreowania najbliższego otoczenia przez przedsiębiorcę, dotyczące umiejscowienia kontroli, oraz poziom rozwoju przedsiębiorstwa została przeprowadzona przez założenie następujących hipotez:

H_0 : postrzeganie własnych możliwości kreowania najbliższego otoczenia przez przedsiębiorcę, dotyczące umiejscowienia kontroli, oraz poziom rozwoju przedsiębiorstwa są niezależne,

H_1 : postrzeganie własnych możliwości kreowania najbliższego otoczenia przez przedsiębiorcę, dotyczące umiejscowienia kontroli, oraz poziom rozwoju przedsiębiorstwa są zależne.

Tabela 60. Zależności między umiejscowieniem kontroli a poziomem rozwoju przedsiębiorstwa

Badane cechy	Empiryczna wartość statystyki χ^2	Poziom istotności	Krytyczna wartość statystyki χ^2	Decyzja	Współczynnik C-Pearsona
poziom rozwoju przedsiębiorstwa umiejscowienie kontroli	3,18	0,05	11,7	brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej	0,13

Zródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego testu statystycznego.

Dla przyjętego poziomu istotności $\alpha = 0,05$ empiryczna wartość statystyki χ^2 nie przekracza wartości krytycznej statystyki χ^2_{α} , czyli nie znajduje się w obszarze krytycznym, więc nie ma podstaw do odrzucenia hipotezy H_0 o niezależności obu zmiennych. Zatem postrzeganie własnych możliwości kreowania najbliższego otoczenia przez przedsiębiorcę, dotyczące umiejscowienia kontroli, oraz poziom rozwoju przedsiębiorstwa są niezależne. Wartość współczynnika C-Pearsona, mówi o słabej sile zależności obydwu zmiennych.

Statystyka badania związku między postrzeganiem siebie jako osoby przedsiębiorczej a stopniem rozwoju przedsiębiorstwa została oparta na następujących hipotezach:

H_0 : postrzeganie siebie jako osoby przedsiębiorczej przez właściciela oraz poziom rozwoju przedsiębiorstwa nie są zależne,

H_1 : postrzeganie siebie jako osoby przedsiębiorczej przez właściciela oraz poziom rozwoju przedsiębiorstwa są zależne.

Tabela 61. Zależności między postrzeganiem siebie jako osoby przedsiębiorczej przez właściciela a poziomem rozwoju przedsiębiorstwa

Badane cechy	Empiryczna wartość statystyki χ^2	Poziom istotności	Krytyczna wartość statystyki χ^2	Decyzja	Współczynnik C-Pearsona
--------------	--	-------------------	---------------------------------------	---------	-------------------------

poziom rozwoju przedsiębiorstwa	4,40	0,05	6,0	brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej	0,15
postrzeganie siebie jako osoby przedsiębiorczej					

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego testu statystycznego.

Dla przyjętego poziomu istotności $\alpha = 0,05$ empiryczna wartość statystyki χ^2 nie przekracza wartości krytycznej statystyki χ^2_{α} , czyli nie znajduje się w obszarze krytycznym, więc nie ma podstaw do odrzucenia hipotezy H_0 o niezależności obu zmiennych. Zatem postrzeganie siebie jako osoby przedsiębiorczej przez właściciela oraz poziom rozwoju przedsiębiorstwa nie są zależne. Wartość współczynnika C-Pearsona, mówi o słabej sile zależności obydwu zmiennych.

Stosunek do firmy i stan rozwoju przedsiębiorstwa analizowano testem chi-kwadrat po postawieniu hipotez badawczych:

H_0 : stosunek do firmy przejawiony w emocjonalnym zaangażowaniu przedsiębiorcy oraz wpływ na spełnianie przez przedsiębiorstwo cech rozwojowych nie są zależne,

H_1 : stosunek do firmy przejawiony w emocjonalnym zaangażowaniu przedsiębiorcy oraz wpływ na spełnianie przez przedsiębiorstwo cech rozwojowych są zależne.

Tabela 62. Zależności między stosunkiem do firmy przejawionym w emocjonalnym zaangażowaniu przedsiębiorcy a spełnianiem przez przedsiębiorstwo cech rozwojowych

Badane cechy	Empiryczna wartość statystyki χ^2	Poziom istotności	Krytyczna wartość statystyki χ^2	Decyzja	Współczynnik C-Pearsona
poziom rozwoju przedsiębiorstwa	18,2	0,05	7,8	odrzuć hipotezy zerowej	0,29
stosunek do przedsiębiorstwa					

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego testu statystycznego.

Dla przyjętego poziomu istotności $\alpha = 0,05$ obliczona wartość statystyki χ^2 przekracza wartość krytyczną statystyki χ^2_{α} , czyli znajduje się w obszarze krytycznym, więc odrzucamy hipotezę H_0 o niezależności obu zmiennych. Oznacza to, że stosunek do firmy przejawiony w emocjonalnym zaangażowaniu przedsiębiorcy oraz wpływ na spełnianie przez przedsiębiorstwo cech rozwojowych są zależne, a zależność ta jest istotna statystycznie. Obliczona wartość współczynnika C-Pearsona, wskazuje na słabą, jednak bardzo bliską umiarkowanej sile zależności obydwu zmiennych.

Do obrony III hipotezy badawczej wykorzystano zestawienie wyników przeprowadzonych analiz stosunków między poszczególnymi wskaźnikami przyjętymi jako zmienne a zmienną: „stan rozwoju przedsiębiorstwa”. Prezentują je poniższe tabele.

Tabela 63. Podsumowanie testów niezależności zmiennych: „cechy psychospołeczne i demograficzne przedsiębiorcy” oraz „stan rozwoju przedsiębiorstwa”

Analizowane cechy	Wartość statystyki testu	Wartość krytyczna	Prawdopodobieństwo	Decyzja dotycząca hipotezy zerowej	Sila zależności
doświadczenia zawodowe stan rozwoju przedsiębiorstwa	19,1	12,6	$p < 0,05$	odrzućcie hipotezy zerowej	0,30 umiarkowana
stosunek do prowadzonej firmy stan rozwoju przedsiębiorstwa	18,2	7,8	$p < 0,05$	odrzućcie hipotezy zerowej	0,29 słaba
tradycje rodzinne stan rozwoju przedsiębiorstwa	5,4	3,8	$p < 0,05$	odrzućcie hipotezy zerowej	0,16 słaba
Płeć stan rozwoju przedsiębiorstwa	5,40	3,8	$p < 0,05$	odrzućcie hipotezy zerowej	0,16 słaba
postrzeganie siebie jako osoby przedsiębiorczej stan rozwoju przedsiębiorstwa	4,40	6,0	$p > 0,05$	brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej	0,15 słaba
umiejscowienie kontroli stan rozwoju przedsiębiorstwa	3,18	11,7	$p > 0,05$	brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej	0,13 słaba
Wykształcenie stan rozwoju przedsiębiorstwa	3,3	14,1	$p > 0,05$	brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej	0,13 słaba
gotowość do podejmowania ryzyka stan rozwoju przedsiębiorstwa	1,09	5,99	$p > 0,05$	brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej	0,07 słaba
średnia wieku przedsiębiorcy w firmach rozwojowych średnia wieku przedsiębiorcy w firmach nierozwojowych	-0,49	1,96	$p > 0,05$	brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej	-

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonych testów statystycznych.

Tabela 64. Podsumowanie testów niezależności zmiennej „uwarunkowania ekonomiczne przedsiębiorstwa” i „stan rozwoju przedsiębiorstwa”

Analizowane cechy	Wartość statystyki testu	Wartość krytyczna	Prawdopodobieństwo	Decyzja dotycząca hipotezy zerowej	Siła zależności
wielkość przedsiębiorstwa stan rozwoju przedsiębiorstwa	14,6	12,6	$p < 0,05$	odrzuć hipotezę zerową	0,26 słaba
własne patenty, opracowane licencje, know-how stan rozwoju przedsiębiorstwa	14,0	3,8	$p < 0,05$	odrzuć hipotezę zerową	0,26 słaba
typ działalności stan rozwoju przedsiębiorstwa	14,8	15,51	$p > 0,05$	brak podstaw odrzucenia hipotezy zerowej	0,26 słaba
budżet na cele B+R stan rozwoju przedsiębiorstwa	13,3	3,8	$p < 0,05$	odrzuć hipotezę zerową	0,25 słaba
forma prawna stan rozwoju przedsiębiorstwa	12,30	11,7	$p < 0,05$	odrzuć hipotezę zerową	0,24 słaba
poziom technologii stan rozwoju przedsiębiorstwa	3,44	7,8	$p > 0,05$	brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej	0,13 słaba
zakupione patenty, licencje stan rozwoju przedsiębiorstwa	0,9	3,8	$p > 0,05$	brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej	0,07 słaba
średnia czasu prowadzenia działalności w przedsiębiorstwach rozwojowych średnia czasu prowadzenia działalności w przedsiębiorstwach nierozwojowych	1,04	1,96	$p > 0,05$	brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej	-

Zródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonych testów statystycznych.

Porównanie wyników sprawdzanych związków dla zmiennych: „uwarunkowania ekonomiczne przedsiębiorstwa” i „cechy psychospołeczne i demograficzne przedsiębiorcy” ze „stanem rozwoju przedsiębiorstwa”, umożliwia wysunięcie wniosku na temat III hipotezy. Na dziewięć przeprowadzonych testów dla wskaźników zmiennej „cechy psychospołeczne i demograficzne przedsiębiorcy” przyjęto cztery hipotezy alternatywne. Dotyczyły one zależności między stanem rozwoju przedsiębiorstwa a: płcią ($C_p=0,16$), tradycją przedsiębiorczości w rodzinie ($C_p=0,16$), stosunkiem do firmy ($C_p=0,29$) oraz doświadczeniem zawodowym przedsiębiorcy ($C_p=0,30$). Siła tej zależności tylko w jednym przypadku była umiarkowana (doświadczenie zawodowe), bardzo bliski umiarkowanej był stosunek przedsiębiorcy do firmy, w pozostałych przypadkach zależność

miedzy analizowanymi cechami była słaba. W przypadku „uwarunkowań ekonomicznych przedsiębiorstwa” odrzucono hipotezę zerową w czterech przypadkach na osiem przeprowadzonych testów. Związek między poziomem rozwoju przedsiębiorstwa udowodniono dla: wielkości firmy mierzonej liczbą zatrudnionych ($C_p=0,26$), posiadania własnych patentów, opracowanych licencji, know-how ($C_p=0,26$), tworzenia budżetu na cele badawczo – rozwojowe ($C_p=0,25$) oraz formy prawnej ($C_p=0,24$). Siła zależności była dla wszystkich przypadków słaba, ale bliska granicy wartości umiarkowanych. Dla obu zmiennych: „uwarunkowania ekonomiczne przedsiębiorstwa” i „cechy psychospołeczne i demograficzne przedsiębiorcy” udowodniono, analizując wybrane cechy, że w jednym i drugim przypadku istnieje statystycznie istotna zależność ze zmienną „stan rozwoju przedsiębiorstwa” dla czterech wskaźników. Ponieważ liczba statystycznie istotnych cech jest równa, nie może to stanowić kryterium dające odpowiedź o prawdziwości lub fałszu przyjętej III hipotezy. Założono zatem, że o większym wpływie analizowanych zmiennych na „stan rozwoju przedsiębiorstwa” zadecyduje średnia siły zależności C-Pearsona dla cech statystycznie istotnych. Wyniki średnich C_p dla zmiennych wyniosły: „uwarunkowania ekonomiczne przedsiębiorstwa” – 0,25, a dla „cechy psychospołeczne i demograficzne przedsiębiorcy” – 0,22.

Zweryfikowano III hipotezę: **„Rozwój małej przedsiębiorczości jest w większym stopniu uzależniony od czynników psychospołecznych przedsiębiorców niż od czynników ekonomicznych”** jako nieprawdziwą. Mimo niewielkiej różnicy wartości średniej siły zależności mierzonej współczynnikiem C- Pearsona udowodniono, że dla 95% zbiorowości generalnej uwarunkowania ekonomiczne, biorąc pod uwagę przyjęte wskaźniki, pozostają w większej zależności z rozwojem firm niż czynniki psychospołeczne właścicieli.

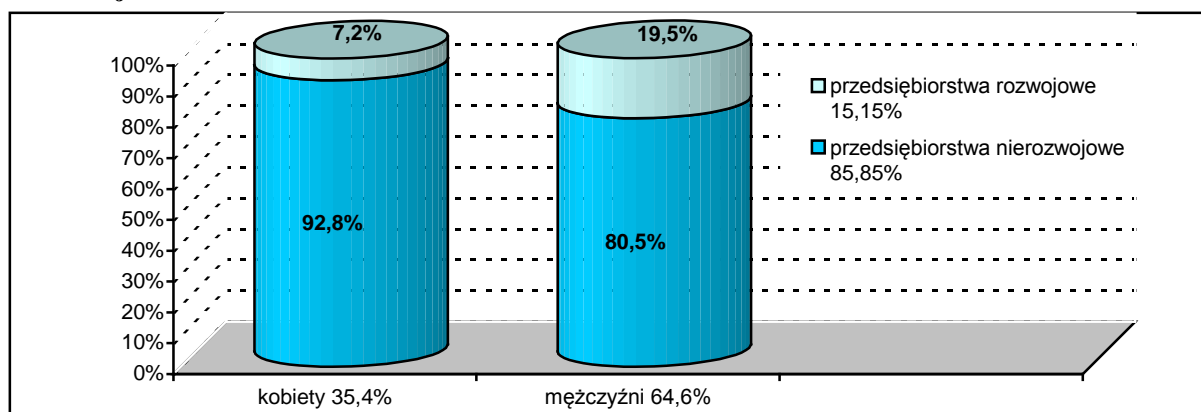
Badanie zależności poszczególnych wskaźników zmiennej „cechy psychospołeczne i demograficzne przedsiębiorcy” ze „stanem rozwoju przedsiębiorstwa”, pozwoliły na weryfikację VI hipotezy: **„Przedsiębiorstwa o wyższych wskaźnikach rozwoju i przedsiębiorstwa o niższych wskaźnikach rozwoju różnią się od siebie typami psychospołecznymi zarządzających nimi właścicieli”**, której odpowiada pytanie badawcze: **„Czy właściciele przedsiębiorstw o różnym poziomie rozwoju różnią się od siebie pod względem psychospołecznym i demograficznym?”**

Wzięto pod uwagę tylko czynniki, dla których istniała istotna statystycznie zależność z poziomem rozwoju przedsiębiorstwa, co pozwoliło wysnuwać wnioski na całą populację

w oparciu o badaną próbę losową. Scharakteryzowano przedsiębiorców pod względem: płci, doświadczenia zawodowego, stosunku do firmy oraz tradycji prowadzenia działalności gospodarczej w rodzinie.

Proporcja kobiet przedsiębiorców prezentowała się następująco: przedsiębiorstwa nie spełniające kryterium rozwojowego - 92,8%, przedsiębiorstwa rozwojowe – 7,2%. W przypadku mężczyzn udział w kategoriach uległ zmianie. Wśród mężczyzn było o 2,5 razy więcej (19,5%) przedsiębiorstw rozwojowych, w porównaniu do kobiet.

Wykres 70. Rozkład kobiet i mężczyzn przedsiębiorców w kategoriach: przedsiębiorstwa rozwojowe i nierozwojowe



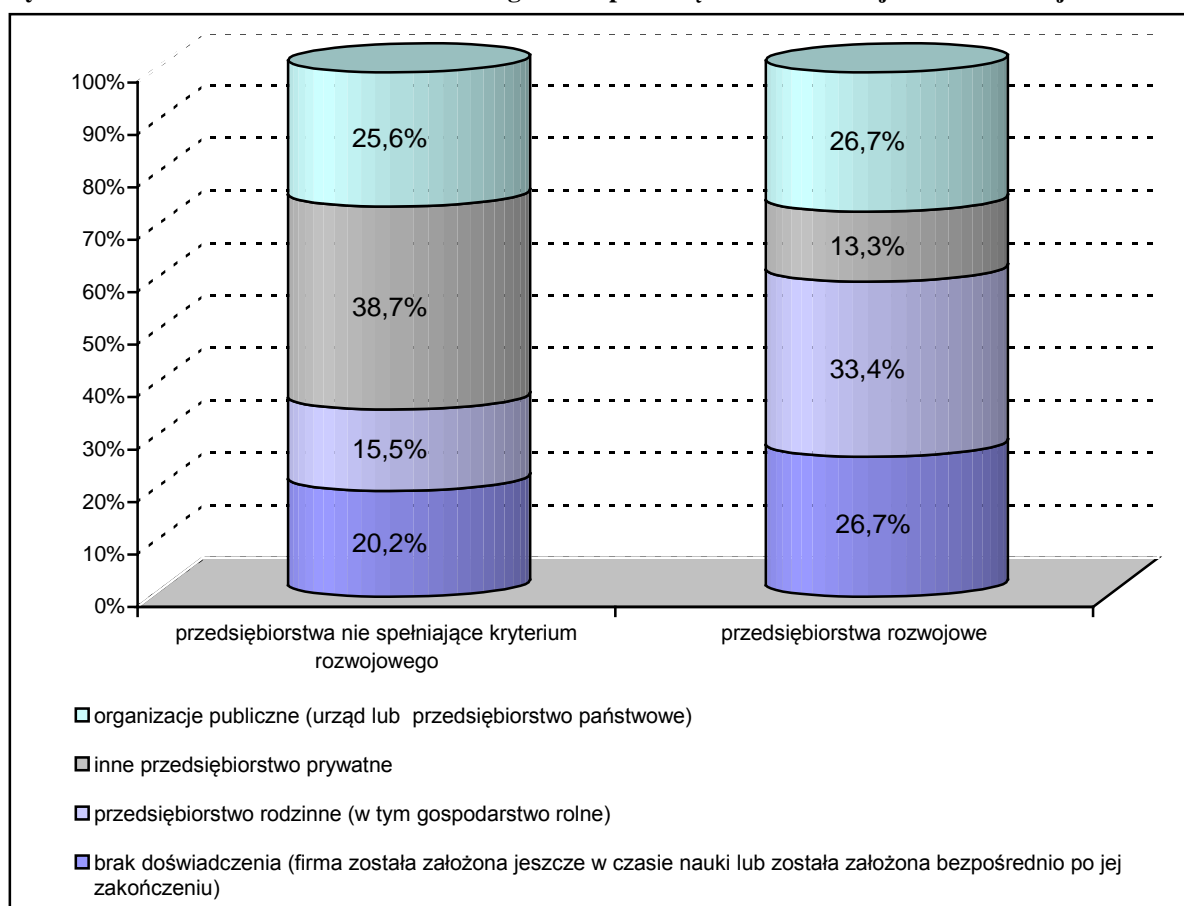
Źródło: Własne badania ankietowe.

Wśród przedsiębiorców rozwojowych firm dominowało doświadczenie zdobyte w rodzinnym przedsiębiorstwie (33,4%), które w przypadku właścicieli firm nierozwojowych dotyczyło tylko 15,5% osób (najmniejszy procentowy udział w firmach nierozwojowych). W dużym procencie właściciele firm rozwojowych w ogóle nie mieli praktyki zawodowej, zakładając własną firmę jeszcze w czasie nauki lub tuż po szkole (26,7%), bądź też byli byłymi pracownikami organizacji publicznych (26,7%). W najmniejszym procencie (13,3%) zdobywali oni doświadczenie w innych przedsiębiorstwach prywatnych. Właściciele firm nierozwojowych to głównie byli pracownicy innych („praca u obcych”) przedsiębiorstw prywatnych (38,7%) oraz urzędów lub przedsiębiorstw państwowych (25,6%). W dalszej kolejności pozostają osoby bez praktyki zawodowej (20,2%), oraz osoby z doświadczeniem w rodzinnych firmach (15,5%).

Nasuwa się wniosek, że najgorszy wpływ na poziom rozwoju przedsiębiorstwa ma doświadczenie właściciela zdobyte w innych firmach prywatnych (największy udział wśród właścicieli firm nierozwojowych, najmniejszy w przypadku właścicieli firm rozwojowych). Natomiast przedsiębiorstwa rozwojowe są generowane głównie przez osoby pracujące

wcześniej w rodzinnych przedsiębiorstwach. Duża dysproporcja w danych dotyczących braku doświadczenia zawodowego w aspekcie poziomu rozwoju firm, wskazuje, że jest to raczej atut. Można założyć, że by budować rozwojową firmę, lepiej nie mieć żadnego doświadczenia, niż je zdobywać w prywatnych przedsiębiorstwach.

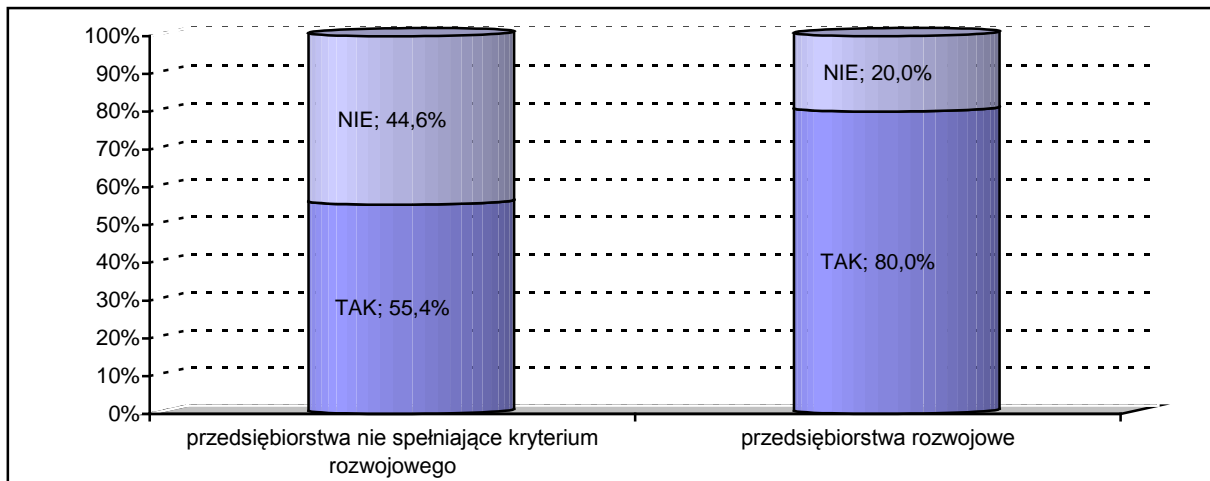
Wykres 71. Doświadczenie zawodowe w kategoriach: przedsiębiorstwa rozwojowe i nierozwojowe



Źródło: Własne badania ankietowe.

Przykład prowadzenia własnego biznesu w najbliższej rodzinie sprzyja tworzeniu przedsiębiorstw o wysokim poziomie rozwoju, co wydaje się analogiczne w odniesieniu do danych na temat praktyki zawodowej. Właściciele rozwojowych firm w 80% posiadali wzorce przedsiębiorczości w swoich rodzinach. W przedsiębiorstwach, które nie spełniły wyznaczonych kryteriów, 55,4% właścicieli miało taki przykład.

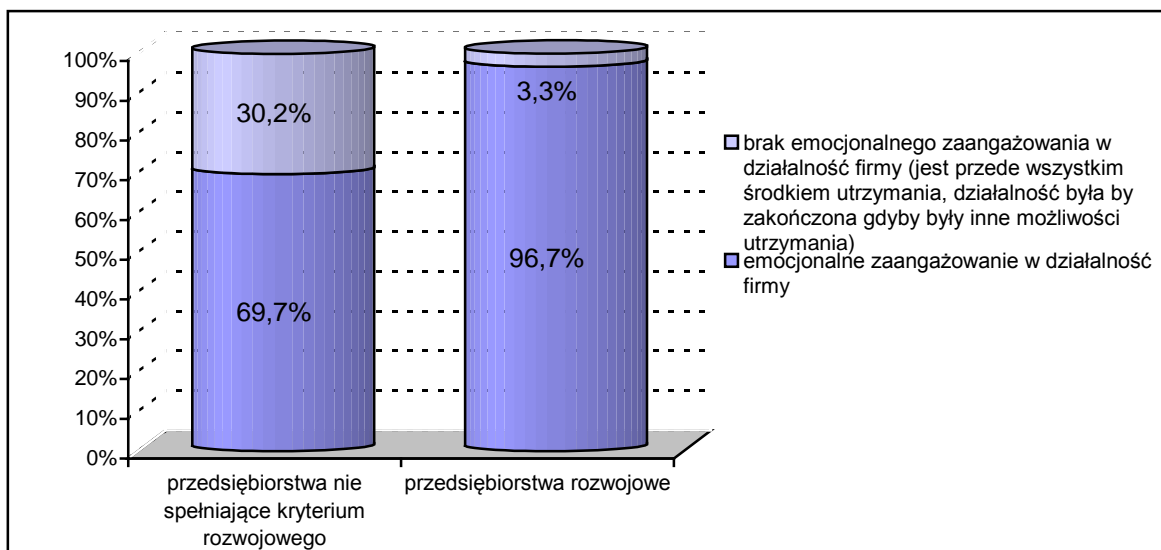
Wykres 72. Tradycje przedsiębiorczości w rodzinie w kategoriach: przedsiębiorstwa rozwojowe i nierozwojowe



Źródło: Własne badania ankietowe.

Zaangażowanie w swoją firmę było domeną większości przedsiębiorców bez względu na stan rozwoju firmy (nierozwojowe: 69,7%; rozwojowe: 96,7%). Jednak różnica w proporcji osób bez poczucia przywiązania jest dziesięciokrotnie razy większa na rzecz firm nierozwojowych.

Wykres 73. Stosunek do przedsiębiorstwa w kategoriach: przedsiębiorstwa rozwojowe i nierozwojowe



Źródło: Własne badania ankietowe.

Podsumowując odpowiedź na pytanie, o cechy przedsiębiorców w związku z różnicą poziomów rozwoju firm stwierdzono, że: właściele rozwojowych firm to najczęściej mężczyźni, z doświadczeniem zdobytym w firmie rodzinnej, gdzie otrzymali wzorce samodzielności zawodowej, zaangażowani emocjonalnie w swoją pracę. W odróżnieniu od

nich właściciele firm nie spełniających wyznaczonych cech rozwoju to najczęściej kobiety, z praktyką zawodową zdobytą w prywatnej firmie. Podobnie jak właściciele firm rozwojowych, ale rzadziej, to osoby, które miały wzorce prowadzenia firmy prywatnej w rodzinie, zaangażowane w działalność przedsiębiorstwa.

Obroniono zatem hipotezę twierdzącą, że istnieją różnice między przedsiębiorcami, którzy prowadzą przedsiębiorstwa na odmiennych od siebie poziomach rozwoju. U podstaw tych różnic, które odnoszą się do 95% populacji leżą przede wszystkim płeć i zawodowe doświadczenie.

7.4. Etyczne aspekty funkcjonowania przedsiębiorstwa

Kolejna IV hipoteza, która została postawiona brzmi: **„Deklarowana postawa etyczna przedsiębiorcy pozostaje w zależności z poziomem rozwoju przedsiębiorstwa”**. Zmienna utworzona dla potrzeb weryfikacji tego twierdzenia została opisowo nazwana: „deklarowana postawa etyczna przedsiębiorcy”. (Objaśnienie zmiennej w rozdziale 5.1.2.) Wskaźniki przyjęte do badania tej sfery życia nie mogą służyć jako wytyczna rzeczywistej postawy. Już wcześniej wspomniano, że charakterystyka przedsiębiorcy uzyskana z badań ankietowych nie pretenduje do głębszych analiz osobowościowych przedsiębiorców. Wybrane wskaźniki dają powierzchowną wiedzę na ten temat, mimo to są przyczynkiem do dalszych obserwacji zjawiska.

Testem rozpoczynającym badanie zmiennych „deklarowana postawa etyczna przedsiębiorcy” i „stan rozwoju przedsiębiorstwa” jest kontrola związku między wskaźnikiem: stosunek przedsiębiorcy do własnych zachowań nieetycznych a zmienną „stan rozwoju przedsiębiorstwa”. Postawiono następujące hipotezy badawcze:

H₀: stosunek do własnych zachowań nieetycznych właściciela oraz spełnianie przez przedsiębiorstwo cech rozwojowych są niezależne,

H₁: stosunek do własnych zachowań nieetycznych właściciela oraz spełnianie przez przedsiębiorstwo cech rozwojowych są zależne.

Tabela 65. Zależności między stosunkiem do własnych zachowań nieetycznych właściciela a spełnianiem przez przedsiębiorstwo cech rozwojowych

Badane cechy	Empiryczna wartość statystyki χ^2	Poziom istotności	Krytyczna wartość statystyki χ^2	Decyzja	Współczynnik C-Pearsona
poziom rozwoju przedsiębiorstwa stosunek do własnych zachowań nieetycznych właściciela	1,8	0,05	7,8	brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej	0,09

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego testu statystycznego.

Dla przyjętego poziomu istotności $\alpha = 0,05$ empiryczna wartość statystyki χ^2 nie przekracza wartości krytycznej statystyki χ^2_{α} , czyli nie znajduje się w obszarze krytycznym, więc nie ma podstaw do odrzucenia hipotezy H_0 o niezależności obu zmiennych. Zatem stosunek do własnych zachowań nieetycznych właściciela oraz spełnianie przez przedsiębiorstwo cech rozwojowych są niezależne. Wartość współczynnika C-Pearsona, świadczy o słabej sile zależności obydwu zmiennych.

Sprawdzenie wpływów między takimi czynnikami jak: dopuszczanie możliwości złamania prawa w przypadku małego ryzyka wykrycia a „stanem rozwoju przedsiębiorstwa”, zostało poprzedzone postawieniem następujących hipotez badawczych:

H_0 : dopuszczanie możliwości złamania prawa w przypadku małego ryzyka wykrycia w działalności przedsiębiorstwa oraz spełnianie warunków przedsiębiorstwa rozwojowego są niezależne,

H_1 : dopuszczanie możliwości złamania prawa w przypadku małego ryzyka wykrycia w działalności przedsiębiorstwa oraz spełnianie warunków przedsiębiorstwa rozwojowego są zależne.

Tabela 66. Zależności między stosunkiem do działań nielegalnych a poziomem rozwoju przedsiębiorstwa

Badane cechy	Empiryczna wartość statystyki χ^2	Poziom istotności	Krytyczna wartość statystyki χ^2	Decyzja	Współczynnik C-Pearsona
poziom rozwoju przedsiębiorstwa stosunek do działań nielegalnych	7,53	0,05	5,99	odrzućcie hipotezy zerowej	0,19

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego testu statystycznego.

Dla przyjętego poziomu istotności $\alpha = 0,05$ obliczona wartość statystyki χ^2 przekracza wartość krytyczną statystyki χ^2_{α} , czyli znajduje się w obszarze krytycznym, więc odrzucamy hipotezę H_0 o niezależności obu zmiennych. Oznacza to, że dopuszczanie możliwości złamania prawa w przypadku małego ryzyka wykrycia w działalności przedsiębiorstwa oraz spełnianie warunków przedsiębiorstwa rozwojowego są zależne, a zależność ta jest istotna statystycznie. Poziom siły związku mierzony współczynnikiem zbieżności $C_p = 0,19$ wskazuje na słabą siłę oddziaływania zmiennych.

Istnienie zależności i jej siłę dla zmiennych: działania nielegalne w historii przedsiębiorstwa i poziom rozwoju firmy, sprawdzano przy założeniu następujących hipotez:
 H_0 : działania nielegalne w historii przedsiębiorstwa oraz potencjał rozwojowy są niezależne,
 H_1 : działania nielegalne w historii przedsiębiorstwa oraz potencjał rozwojowy są zależne.

Tabela 67. Zależności między łamaniem prawa w historii przedsiębiorstwa a poziomem rozwoju przedsiębiorstwa

Badane cechy	Empiryczna wartość statystyki χ^2	Poziom istotności	Krytyczna wartość statystyki χ^2	Decyzja	Współczynnik C-Pearsona
poziom rozwoju przedsiębiorstwa łamanie prawa w historii przedsiębiorstwa	1,40	0,05	3,84	brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej	0,08

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego testu statystycznego.

Dla przyjętego poziomu istotności $\alpha = 0,05$ empiryczna wartość statystyki χ^2 nie przekracza wartości krytycznej statystyki χ^2_{α} , czyli nie znajduje się w obszarze krytycznym, więc nie ma podstaw do odrzucenia hipotezy H_0 o niezależności obu zmiennych. Zatem działania nielegalne w historii przedsiębiorstwa oraz potencjał rozwojowy są niezależne. Wartość współczynnika C-Pearsona, mówi o słabej sile zależności obydwu zmiennych.

Stosunek przedsiębiorcy do zachowań nieetycznych innych przedsiębiorców i potencjał rozwojowy przedsiębiorstwa był analizowany według schematu. Przyjęto poniższe hipotezy badawcze:

H_0 : stosunek przedsiębiorcy do zachowań nieetycznych innych przedsiębiorców oraz potencjał rozwojowy przedsiębiorstwa są zmiennymi niezależnymi,

H_1 : stosunek przedsiębiorcy do zachowań nieetycznych innych przedsiębiorców oraz potencjał rozwojowy przedsiębiorstwa są zmiennymi zależnymi.

Tabela 68. Zależności między stosunkiem przedsiębiorcy do zachowań nieetycznych innych przedsiębiorców a poziomem rozwoju przedsiębiorstwa

Badane cechy	Empiryczna wartość statystyki χ^2	Poziom istotności	Krytyczna wartość statystyki χ^2	Decyzja	Współczynnik C-Pearsona
poziom rozwoju przedsiębiorstwa stosunek przedsiębiorcy do zachowań nieetycznych innych przedsiębiorców	6,38	0,05	9,49	brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej	0,18

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego testu statystycznego.

Dla przyjętego poziomu istotności $\alpha = 0,05$ empiryczna wartość statystyki χ^2 nie przekracza wartości krytycznej statystyki χ^2_{α} , czyli nie znajduje się w obszarze krytycznym, więc nie ma podstaw do odrzucenia hipotezy H_0 o niezależności obu zmiennych. Oznacza to, że stosunek przedsiębiorcy do zachowań nieetycznych innych przedsiębiorców oraz potencjał rozwojowy przedsiębiorstwa są niezależne. Współczynnika C-Pearsona, mówi o słabej sile zależności obydwu zmiennych.

W celu odpowiedzi na IV hipotezę badawczą posłużono się poniższym zestawieniem testów chi-kwadrat i wartości współczynnika C-Pearsona, w tabeli 69.

Tabela 69. Podsumowanie testów niezależności zmiennych: „deklarowana postawa etyczna przedsiębiorcy” i „poziom rozwoju przedsiębiorstwa”

Analizowane cechy	Wartość statystyki testu	Wartość krytyczna	Prawdopodobieństwo	Decyzja dotycząca hipotezy zerowej	Sila zależności
poziom rozwoju przedsiębiorstwa stosunek do działań nielegalnych	7,53	5,99	$p < 0,05$	odrzućcie hipotezy zerowej	0,19 słaba
poziom rozwoju przedsiębiorstwa stosunek przedsiębiorcy do zachowań nieetycznych innych przedsiębiorców	6,38	9,49	$p > 0,05$	brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej	0,18 słaba
poziom rozwoju przedsiębiorstwa stosunek do własnych zachowań nieetycznych	1,8	7,8	$p > 0,05$	brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej	0,09 słaba
poziom rozwoju przedsiębiorstwa łamanie prawa w historii przedsiębiorstwa	1,40	3,84	$p > 0,05$	brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej	0,08 słaba

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonych testów statystycznych.

Przeprowadzenie testów niezależności zmiennych chi-kwadrat tylko w jednym przypadku na cztery potwierdziło związek z poziomem rozwoju przedsiębiorstwa. Istnieje zależność między możliwością złamania prawa przez przedsiębiorcę, w przypadku małego ryzyka wykrycia, a stanem rozwoju firmy. Siła tego oddziaływania była słaba ($C_p=0,19$). Z uwagi na to, że nie jest to nawet połowa wyznaczonych wskaźników zmiennej „deklarowana postawa etyczna przedsiębiorcy”, podważono prawdziwość badanej hipotezy. Uznano, że IV hipoteza: **„Deklarowana postawa etyczna przedsiębiorcy pozostaje w zależności z poziomem rozwoju przedsiębiorstwa”** jest fałszywa.

Wynik powyższej analizy statystycznej zmiennych jest również odpowiedzią na pytanie badawcze: **„Czy deklarowana postawa etyczna przedsiębiorcy wpływa na poziom rozwoju jego firmy?”**.

Badanie zależności wskaźników zmiennej „deklarowana postawa etyczna przedsiębiorcy” i części wskaźników zmiennej „cechy psychospołeczne i demograficzne przedsiębiorcy” między zmienną „poziom rozwoju firmy”, umożliwia ustosunkowanie się do pytania badawczego: **„Jakie wybrane czynniki psychospołeczne przedsiębiorcy mają wpływ na rozwój jego firmy?”**

Wzięto pod uwagę następujące czynniki:

- tradycje rodzinne;
- wcześniejsze doświadczenia zawodowe (pierwsze czy kolejne miejsca pracy);
- stosunek przedsiębiorcy do prowadzonej firmy;
- umiejscowienie kontroli (percepcja własnego wpływu na zewnętrzne warunki działania);
- gotowość do podejmowania ryzyka;
- postrzeganie siebie jako osoby przedsiębiorczej;
- stosunek przedsiębiorcy do własnych zachowań nieetycznych;
- stosunek przedsiębiorcy do działań nielegalnych;
- nielegalne działania w historii przedsiębiorstwa;
- stosunek przedsiębiorcy do zachowań nieetycznych innych przedsiębiorców.

Na dziesięć czynników w przypadku czterech stwierdzono wpływ na poziom rozwoju firmy w 95% populacji generalnej. Test chi-kwadrat dowiódł zależności z rozwojem firmy dla następujących czynników: tradycje rodzinne, doświadczenia zawodowe, stosunek przedsiębiorcy do firmy, możliwość podjęcia nielegalnych działań w przypadku małego ryzyka wykrycia.

7.5. Przedsiębiorstwa zarządzane przez właścicieli o cechach przyjętych za przedsiębiorcze

Niniejsza część opracowania przedstawia procedurę statystyczną, na podstawie której przeprowadzono weryfikację V hipotezy badawczej: „Firmy rozwijające się zarządzane są przez przedsiębiorców, którzy charakteryzują się cechami określanymi jako przedsiębiorcze” Dla celów weryfikacyjnych posłużono się grupą jednostek badawczych spełniających wybrane warunki. Z próby wyselekcjonowano przedsiębiorców, których określały cechy mające odzwierciedlenie w wybranych odpowiedziach na poszczególne pytania ankiety. Do analizy obrano następujące właściwości:

- cel przyświecający osobie prowadzącej własną działalność;
- emocjonalne zaangażowanie we własną firmę;
- stosunek do ryzyka rynkowego;
- umiejscowienie kontroli;
- postrzeganie siebie w kategorii przedsiębiorczości.

Poniższa tabela przedstawia pytania i odpowiedzi kwalifikujące do grupy przedsiębiorczych właścicieli firm. Analiza wykazała pięćdziesięć siedmio osobowy zbiór spełniający wszystkie warunki.

Tabela 70. Przedsiębiorcy o cechach uznanych za przedsiębiorcze. Analizowane częstości dla poszczególnych pytań w kategoriach kwalifikowanych

Pytania ankiety	Częstość kwalifikowana	Zmienna analizowana w dalszej części badania
57. Jaki jest główny cel prowadzenia przez Pana(ią) własnej firmy ?	gdy jedna z wybranych odpowiedzi to: ciągły rozwój firmy	TAK
59. Jaki jest Pana(i) stosunek do podejmowania ryzyka w działaniach rynkowych?	- lubię wyzwania i potrafię podejmować duże ryzyko - akceptuję ryzyko, ale w umiarkowanym stopniu	TAK
60. Od kogo (czego) według Pana(i) zależy osiągnięcie wyznaczonego sobie celu?	przede wszystkim ode mnie, mojego zaangażowania	TAK
67. Uważa się Pan(i) za osobę przedsiębiorczą?	tak	TAK
68. Jaki jest Pana(i) stosunek do prowadzonego przedsiębiorstwa?	jestem zaangażowana(y) w działalność firmy/czuję się z nią związana(y)	TAK

Źródło: Opracowanie własne.

Analiza zależności zmiennych: „przedsiębiorcy właściciele firm” oraz „przedsiębiorstwa rozwojowe” jest przeprowadzona testem statystycznym przez kontrolę następujących hipotez:

H_0 : poziom rozwoju przedsiębiorstwa oraz przedsiębiorcze cechy właściciela są niezależne,

H_1 : poziom rozwoju przedsiębiorstwa oraz przedsiębiorcze cechy właściciela są zależne.

Tabela 71. Zależności między przedsiębiorczym właścicielem a poziomem rozwoju przedsiębiorstwa

Badane cechy	Empiryczna wartość statystyki χ^2	Poziom istotności	Krytyczna wartość statystyki χ^2	Decyzja	Współczynnik C-Pearsona
poziom rozwoju przedsiębiorstwa przedsiębiorczy właściciel	10,39	0,05	3,84	odrzućcie hipotezy zerowej	0,22

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego testu statystycznego.

Dla przyjętego poziomu istotności $\alpha = 0,05$ obliczona wartość statystyki χ^2 przekracza wartość krytyczną statystyki χ^2_{α} , czyli znajduje się w obszarze krytycznym, więc odrzucamy hipotezę H_0 o niezależności obu zmiennych. Oznacza to, że istnieje istotnie statystyczna zależność pomiędzy poziomem rozwoju przedsiębiorstwa oraz przedsiębiorczymi cechami właściciela. Siła oddziaływania mierzona współczynnikiem C-Pearsona świadczy o słabym wpływie zmiennych.

Prawdziwa jest zatem V hipoteza, że **firmy rozwijające się zarządzane są przez przedsiębiorców, którzy charakteryzują się cechami określanymi jako przedsiębiorcze.**

Uzupełnieniem problematyki dotyczącej charakterystyki przedsiębiorców, którzy spełniają cechy określone jako przedsiębiorcze, jest sprawdzenie innych powiązań. Badanie wybranych zależności daje odpowiedź na pytanie badawcze: „**Jakie cechy psychospołeczne przedsiębiorcy pozostają w zależności z cechami określanymi jako przedsiębiorcze?**”. Rozwiązaniem jest przeprowadzenie dowodu szczegółowych hipotez statystycznych zaprezentowanych poniżej.

Zastosowano test dwóch średnich w odniesieniu do wieku przedsiębiorcy. Postawiono hipotezy badawcze:

H_0 : średni wiek przedsiębiorczego oraz nieprzedsiębiorczego właściciela firmy jest równy,
 ($H_0 : \mu_1 = \mu_2$)

H_1 : średni wiek przedsiębiorczego oraz nieprzedsiębiorczego właściciela firmy jest różny
 ($H_1 : \mu_1 \neq \mu_2$)

Tabela 72. Średni wiek przedsiębiorczego oraz nieprzedsiębiorczego właściciela firmy

Badane cechy	Empiryczna wartość statystyki U	Poziom istotności	Krytyczna wartość statystyki u_α	Decyzja
średni wiek przedsiębiorczego właściciela	-4,15	0,05	1,96	odrzućcie hipotezy zerowej
średni wiek nieprzedsiębiorczego właściciela				

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego testu statystycznego.

Na poziomie istotności $\alpha = 0,05$, odrzucamy hipotezę zerową o równości średniego wieku przedsiębiorcy przedsiębiorczego oraz nieprzedsiębiorczego, ponieważ $|U| = |-4,15| > 1,96 = u_\alpha$. Oznacza to, że jest statystycznie istotna różnica średniego wieku przedsiębiorcy przedsiębiorczego oraz nieprzedsiębiorczego.

Analiza związku zmiennych: płeć i przedsiębiorczy właściciel została oparta na następujących hipotezach badawczych:

H_0 : płeć przedsiębiorcy oraz spełnianie przez właściciela firmy przedsiębiorczych cech są niezależne,

H_1 : płeć przedsiębiorcy oraz spełnianie przez właściciela firmy przedsiębiorczych cech są zależne.

Tabela 73. Zależności między płcią przedsiębiorcy a jego przedsiębiorczymi cechami

Badane cechy	Empiryczna wartość statystyki χ^2	Poziom istotności	Krytyczna wartość statystyki χ^2	Decyzja	Współczynnik C-Pearsona
płeć przedsiębiorcy przedsiębiorcze cechy właściciela	0,08	0,05	3,84	brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej	0,02

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego testu statystycznego.

Dla przyjętego poziomu istotności $\alpha = 0,05$ empiryczna wartość statystyki χ^2 nie przekracza wartości krytycznej statystyki χ_α^2 , czyli nie znajduje się w obszarze krytycznym,

więc nie ma podstaw do odrzucenia hipotezy H_0 o niezależności obu zmiennych. Oznacza to, że nie istnieje istotnie statystyczna zależność pomiędzy przedsiębiorczymi cechami a płcią przedsiębiorcy. Współczynnika C-Pearsona, mówi o słabej sile zależności obydwu zmiennych.

Wykształcenie przedsiębiorcy i spełnianie przez właściciela firmy przedsiębiorczych cech są zmiennymi, których związek został zmierzony po postawieniu następujących hipotez:

H_0 : wykształcenie przedsiębiorcy oraz spełnianie przez właściciela firmy przedsiębiorczych cech są niezależne,

H_1 : wykształcenie przedsiębiorcy oraz spełnianie przez właściciela firmy przedsiębiorczych cech są zależne.

Tabela 74. Zależności między wykształceniem przedsiębiorcy a jego przedsiębiorczymi cechami

Badane cechy	Empiryczna wartość statystyki χ^2	Poziom istotności	Krytyczna wartość statystyki χ^2	Decyzja	Współczynnik C-Pearsona
wykształcenie przedsiębiorcy przedsiębiorcze cechy właściciela	15,56	0,05	14,07	odrzućcie hipotezy zerowej	0,27

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego testu statystycznego.

Dla przyjętego poziomu istotności $\alpha = 0,05$ obliczona wartość statystyki χ^2 przekracza wartość krytyczną statystyki χ^2_{α} , czyli znajduje się w obszarze krytycznym, więc odrzucamy hipotezę H_0 o niezależności obu zmiennych. Oznacza to, że istnieje istotnie statystyczna zależność pomiędzy spełnianiem przez właściciela firmy cech przedsiębiorczych oraz wykształceniem przedsiębiorcy. Wartość współczynnika C-Pearsona, mówi o słabej sile zależności obydwu zmiennych.

Test statystyczny dla zmiennych: doświadczenie zawodowe i przedsiębiorczość właściciela firmy został przeprowadzony z założeniem hipotez:

H_0 : doświadczenie zawodowe przedsiębiorcy oraz spełnianie przez właściciela firmy przedsiębiorczych cech są niezależne,

H_1 : doświadczenie zawodowe przedsiębiorcy oraz spełnianie przez właściciela firmy przedsiębiorczych cech są zależne.

Tabela 75. Zależności między doświadczeniem zawodowym a przedsiębiorczymi cechami właściciela

Badane cechy	Empiryczna wartość statystyki χ^2	Poziom istotności	Krytyczna wartość statystyki χ^2	Decyzja	Współczynnik C-Pearsona
doświadczenie zawodowe przedsiębiorcy przedsiębiorcze cechy właściciela	15,89	0,05	12,59	odrzućcie hipotezy zerowej	0,27

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego testu statystycznego.

Dla przyjętego poziomu istotności $\alpha = 0,05$ obliczona wartość statystyki χ^2 przekracza wartość krytyczną statystyki χ^2_{α} , czyli znajduje się w obszarze krytycznym, więc odrzucamy hipotezę H_0 o niezależności obu zmiennych. Oznacza to, że istnieje istotnie statystyczna zależność pomiędzy doświadczeniem zawodowym przedsiębiorcy oraz spełnianiem przez właściciela firmy przedsiębiorczych cech. Wartość współczynnika C-Pearsona, mówi o słabej sile zależności obydwu zmiennych

Analiza tradycje prowadzenia działalności gospodarczej w rodzinie przedsiębiorcy w odniesieniu do jego przedsiębiorczości została przetestowana za pomocą następujących hipotez:

H_0 : tradycje prowadzenia działalności gospodarczej w rodzinie przedsiębiorcy oraz spełnianie przez niego przedsiębiorczych cech są niezależne,

H_1 : tradycje prowadzenia działalności gospodarczej w rodzinie przedsiębiorcy oraz spełnianie przez niego przedsiębiorczych cech są niezależne.

Tabela 76. Zależności między tradycją prowadzenia działalności gospodarczej w rodzinie a przedsiębiorczymi cechami właściciela

Badane cechy	Empiryczna wartość statystyki χ^2	Poziom istotności	Krytyczna wartość statystyki χ^2	Decyzja	Współczynnik C-Pearsona
rodzinne tradycje przedsiębiorcy przedsiębiorcze cechy właściciela	0,05	0,05	3,84	brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej	0,02

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego testu statystycznego.

Dla przyjętego poziomu istotności $\alpha = 0,05$ empiryczna wartość statystyki χ^2 nie przekracza wartości krytycznej statystyki χ^2_α , czyli nie znajduje się w obszarze krytycznym, więc nie ma podstaw do odrzucenia hipotezy H_0 o niezależności obu zmiennych. Oznacza to, że nie istnieje istotnie statystyczna zależność pomiędzy tradycjami prowadzenia działalności gospodarczej w rodzinie przedsiębiorcy oraz spełnianiem przez niego przedsiębiorczych cech. Wartość współczynnika C-Pearsona, mówi o słabej sile zależności obydwu zmiennych.

Analizowano dopuszczalność nieetycznych zachowań w stosunku do przedsiębiorczych cech właściciela przez postawienie następujących hipotez:

H_0 : Możliwość nieetycznych zachowań przedsiębiorcy jest niezależne od spełniania przez niego przedsiębiorczych cech.

H_1 : Możliwość nieetycznych zachowań przedsiębiorcy jest zależne od spełniania przez niego przedsiębiorczych cech.

Tabela 77. Zależności między poziomem akceptacji własnych nieetycznych zachowań przez przedsiębiorcę a jego przedsiębiorczymi cechami

Badane cechy	Empiryczna wartość statystyki χ^2	Poziom istotności	Krytyczna wartość statystyki χ^2	Decyzja	Współczynnik C-Pearsona
poziom akceptacji własnych nieetycznych zachowań przez przedsiębiorcę przedsiębiorcze cechy właściciela	0,7	0,05	7,81	brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej	0,06

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego testu statystycznego.

Przyjęta jest hipoteza mówiąca o niezależności nieetycznych zachowań przedsiębiorcy od spełniania przez niego przedsiębiorczych cech. Wartość α znajduje się poza obszarem krytycznym, zatem nie ma istotnej statystycznie zależności między zmiennymi. Wartość współczynnika C-Pearsona świadczy o bardzo słabym stosunku zmiennych.

Scharakteryzowanie otrzymanych wyników poprzedzono ich zestawieniem według systemu od największej do najmniejszej siły zależności zmiennych liczonej współczynnikiem C-Pearsona w tabeli 78.

Tabela 78. Podsumowanie testów statystycznych dla zmiennych: „cechy społeczne i demograficzne przedsiębiorcy” oraz „przedsiębiorcze cechy właściciela”

Analizowane cechy	Wartość statystyki testu	Wartość krytyczna	Prawdopodobieństwo	Decyzja dotycząca hipotezy zerowej	Siła zależności
średni wiek przedsiębiorczego właściciela firmy średni wiek nieprzedsiębiorczego właściciela firmy	-4,15	1,96	p<0,05	odrzućcie hipotezy zerowej	-
wykształcenie przedsiębiorcy przedsiębiorcze cechy właściciela	15,56	14,07	p<0,05	odrzućcie hipotezy zerowej	0,27 słaba
doświadczenie zawodowe przedsiębiorcze cechy właściciela	15,89	12,59	p<0,05	odrzućcie hipotezy zerowej	0,27 słaba
możliwość podjęcia nieetycznych działań przedsiębiorcze cechy właściciela	0,7	7,81	p>0,05	brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej	0,06 słaba
pleć przedsiębiorcy przedsiębiorcze cechy właściciela	0,08	3,84	p>0,05	brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej	0,02 słaba
tradycje prowadzenia działalności gospodarczej w rodzinie przedsiębiorcze cechy właściciela	0,05	3,84	p>0,05	brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej	0,02 słaba

Zródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonych testów statystycznych.

Badanie testem niezależności zmiennych: „stan rozwoju przedsiębiorstwa” i „przedsiębiorcze cechy właściciela” udowodniło prawdziwość V hipotezy: **„Firmy rozwijające się zarządzane są przez przedsiębiorców, którzy charakteryzują się cechami określanymi jako przedsiębiorcze”**. W 95% przypadkach zbiorowości generalnej istnieje istotna statystycznie zależność między poziomem rozwoju firmy, a wybranymi cechami przedsiębiorcy.

Wyniki kolejnych testów dały możliwość określenia, **jakie cechy psychospołeczne przedsiębiorcy pozostają w zależności z cechami określanymi jako przedsiębiorcze**. Z sześciu cech obranych za determinanty przedsiębiorczości właściciela firmy dla połowy odrzucono hipotezę zerową. Spełnianie warunków przyjętych w danym przypadku za indywidualną przedsiębiorczość pozostaje w istotnej statystycznie zależności z wiekiem, wykształceniem i doświadczeniem przedsiębiorcy.

„Analiza zależności poszczególnych czynników ekonomicznych, społecznych i podmiotowych identyfikuje determinanty rozwoju przedsiębiorstwa” jest VII hipotezą, której weryfikacja została oparta na testach statystycznych sprawdzających zależność

wybranych wskaźników ze stanem rozwoju przedsiębiorstwa. Wyłoniono 17 wskaźników z różnych, umownie przyjętych kategorii (zmiennych), nazwanych odpowiednio:

1. determinanty wewnętrzne (ekonomiczne): forma prawna, wielkość przedsiębiorstwa, własne patenty, licencje know-how, budżet na cele badawczo- rozwojowe;
2. struktury sieciowe (w tym zależność między silnymi strukturami a poziomem rozwoju firmy): współpraca z ośrodkami doradczymi, współpraca z ośrodkami naukowo-badawczymi, współpraca z innymi firmami usankcjonowana prawnie, zrzeszanie się przedsiębiorców;
3. otoczenie społeczno – gospodarcze: relacje firm, źródła finansowania inwestycji;
4. cechy psychospołeczne i demograficzne właścicieli: płeć, doświadczenie zawodowe, tradycje rodzinne, stosunek do firmy, stosunek do działań nielegalnych oraz spełnianie przedsiębiorczych cech.

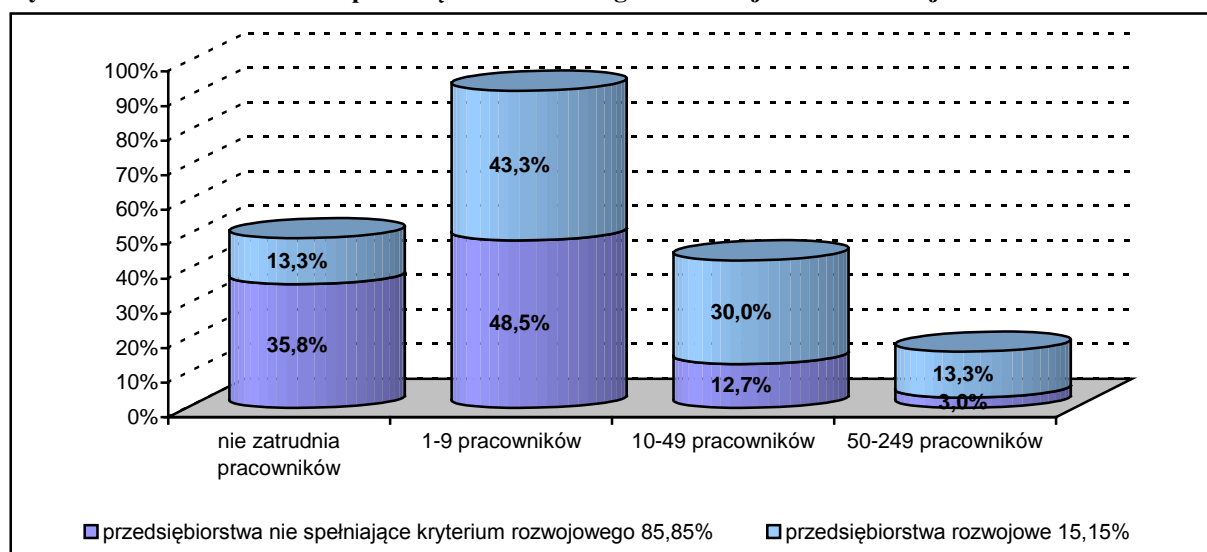
Przeprowadzone testy statystyczne udowodniły istotną statystycznie zależność wymienionych powyżej determinant z rozwojem przedsiębiorstwa, w odniesieniu do 95% populacji generalnej. Siła zależności mierzona współczynnikiem C-Pearsona w większości przypadków była słaba, tylko pięć wskaźników: źródła finansowania inwestycji, struktury sieciowe przedsiębiorstwa, współpraca z ośrodkami doradczymi, relacje firm oraz doświadczenie zawodowe przedsiębiorcy uzyskało stopień umiarkowany.

Uzupełnieniem analizy badawczej jest charakterystyka wymiaru ekonomicznego i społecznego funkcjonowania małej przedsiębiorczości, która pozwala na próbę oceny możliwości jej dalszego rozwoju. Wzięto pod uwagę wskaźniki ekonomiczne (wewnętrzne) firmy, w tym również sieci współpracy oraz aspekty otoczenia, które zostały potwierdzone analizą statystyczną testem chi-kwadrat jako czynniki pozostające w zależności ze stanem rozwoju przedsiębiorstwa. Wybrane determinanty zostały scharakteryzowane przez ich udział w firmach spełniających kryteria rozwojowe oraz w firmach nie spełniających tych kryteriów.

Prawie trzy razy więcej firm nie zatrudniających pracowników nie spełniło kryteriów przedsiębiorstwa rozwojowego. Oznacza to, że osoby samozatrudniające się, w zdecydowanej większości, biorąc pod uwagę wybrane kryteria, nie znalazły się w kategorii firm rozwojowych. Różnica tych proporcji zmienia się w odniesieniu do przedsiębiorstw zatrudniających od 10 do 49 pracowników, gdzie 2,5 razy więcej firm było rozwojowych. Wśród firm, zatrudniających od 50 do 249 pracowników występuje ponad 4 razy więcej takich przedsiębiorstw. W grupie o wysokim poziomie rozwoju, znalazły się głównie firmy zatrudniające od 10 pracowników, zatem mają one większy potencjał w tym zakresie.

Zważywszy na to, że w badaniu użyto przedziałów, nie można wyraźnie stwierdzić, że wraz ze wzrostem zatrudnienia, rośnie potencjał rozwojowy przedsiębiorstwa.

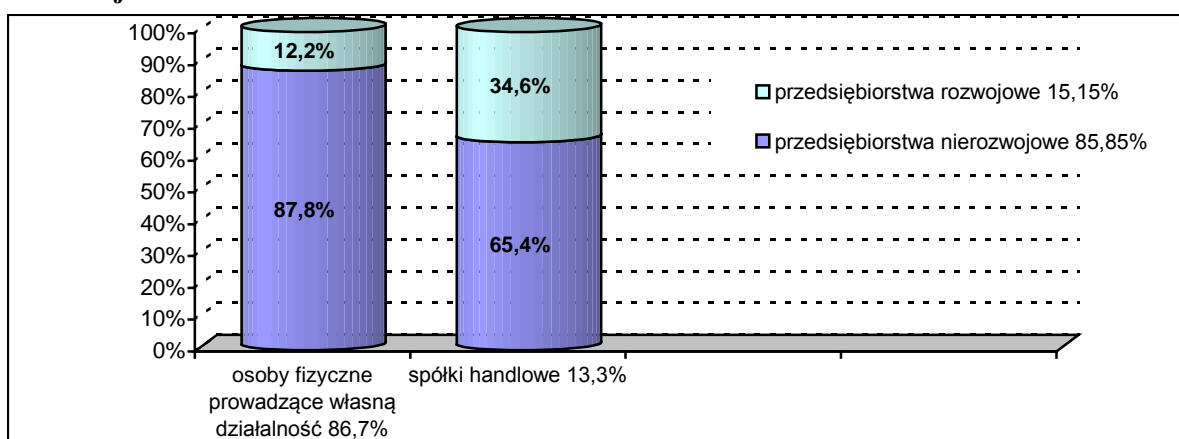
Wykres 74: Rozkład wielkości przedsiębiorstw w kategorii: rozwojowe i nierozwojowe



Źródło: Własne badania ankietowe.

Osoby fizyczne prowadzące własną działalność, w tym spółki cywilne, spełniły warunki rozwoju tylko w 12,2%. W przypadku spółek handlowych dotyczyło to już prawie trzy razy większej liczby firm (34,6%). Złożone, bardziej skomplikowane formy prawne wymagają od firm spełnienia określonych warunków. Spółki handlowe, przy przyjętych w badaniu warunkach, częściej znajdują się więc w wyodrębnionej grupie 30 firm rozwojowych.

Wykres 75. Rozkład przedsiębiorstw według formy prawnej w kategorii: firmy rozwojowe i nierozwojowe

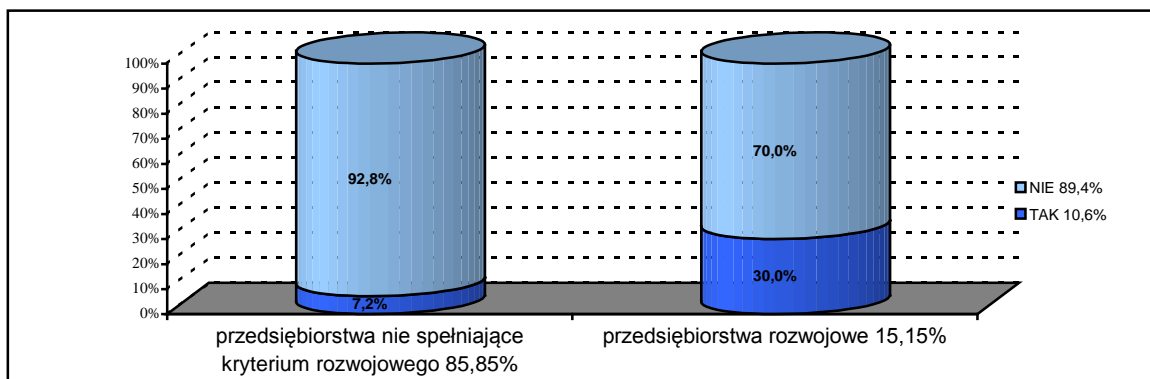


Źródło: Własne badania ankietowe.

Wśród przedsiębiorstw nie spełniających przyjętego kryterium rozwoju 92,8% nie posiada własnych patentów, opracowanych licencji lub know-how, również w przypadku firm

rozwojowych większość z nich nie spełnia tego warunku (70%). Jednocześnie znacząca jest różnica w przypadku spełniania omawianego czynnika dla obserwowanych kategorii. Przedsiębiorstwa rozwojowe ponad cztery razy częściej wypełniają przyjęty warunek w przeciwieństwie do pozostałych 168 firm.

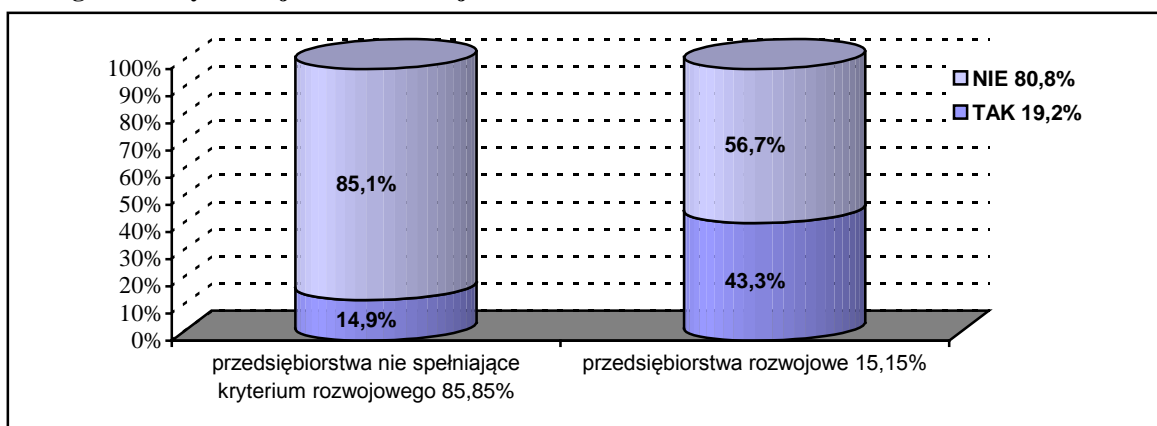
Wykres 76. Rozkład przedsiębiorstw według posiadania własnych patentów, opracowanych licencji, know-how w kategorii: rozwojowe i nierozwojowe



Źródło: Własne badania ankietowe.

Przypadek posiadania budżetu na cele badawczo – rozwojowe dotyczy 19,2% badanych przedsiębiorstw. Zatem mała przedsiębiorczość w znacznej większości nie dysponuje środkami, z założenia przeznaczonymi na ten cel. Z racji cech charakterystycznych dla tej wielkości firm jest to typowa sytuacja. W większości przypadków przedsiębiorstw nie stać na tworzenie takiego oddzielnego budżetu. Jak bardzo przeznaczanie środków na taki fundusz wpływa na poziom rozwoju przedsiębiorstw, uwidoczniła różnica między analizowanymi grupami przedsiębiorstw w odniesieniu do tej determinanty. Ponad trzy razy więcej firm rozwojowych utrzymuje budżet na cele badawczo – rozwojowe w przeciwieństwie do firm nierozwojowych.

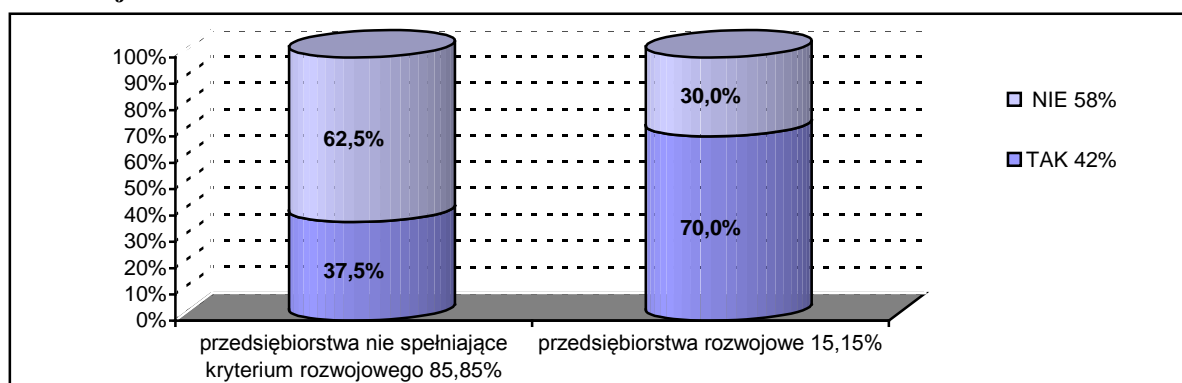
Wykres 77. Rozkład przedsiębiorstw według tworzenia budżetu na cele badawczo - rozwojowe w kategorii: firmy rozwojowe i nierozwojowe



Źródło: Własne badania ankietowe.

Przedsiębiorstwa tworzące formalną kooperację stanowiły 42% badanych jednostek. Wśród przedsiębiorstw rozwojowych współpraca z innymi na podstawie umowy prawnej objęła 70% firm. W przypadku jednostek nie spełniających wybranych wskaźników rozwoju było to 37,5% przedsiębiorstw. Kooperacja formalna pozytywnie wpływa na poziom rozwoju firm, doprowadzając do prawie dwukrotnie większego ich udziału wśród firm rozwojowych, w przeciwieństwie do firm nierozwojowych.

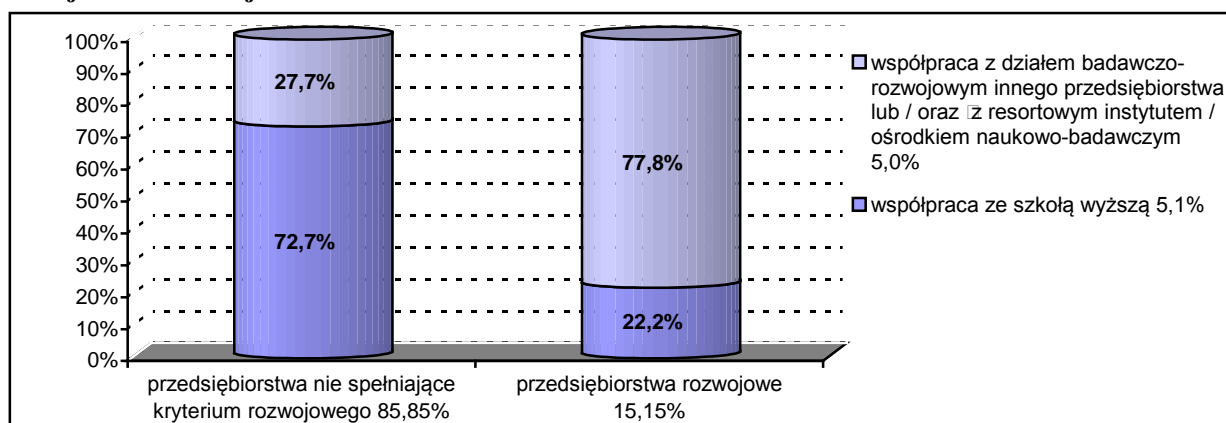
Wykres 78. Rozkład kooperacji formalnej firm z innymi przedsiębiorstwami w kategorii: rozwojowe i nierozwojowe



Źródło: Własne badania ankietowe.

Współpraca jest elementem rozwojowym firmy. Jednak wyniki dotyczące partnera współpracy wskazały, że czynnik ten nie pozostaje bez znaczenia. Przedsiębiorstwa współpracujące ze szkołą wyższą, stanowiące 5,1% wszystkich badanych były znacznie mniej przedsiębiorcze (22,2% spełnia wybrane cechy rozwoju) od tych, które współpracowały z innymi instytucjami naukowo - badawczymi (działem B+R innego przedsiębiorstwa: 2,5%; resortowym instytutem/ ośrodkiem naukowo – badawczym: 2,5% - procent wszystkich badanych). W grupie przedsiębiorstw współpracujących z innymi instytucjami naukowo - badawczymi niż szkołą wyższą, aż 77,8% z nich spełniło cechy rozwojowe. Różnica w proporcjach jest tu wyjątkowo duża i wyniki znacząco przemawiają na niekorzyść szkół wyższych w badanym rejonie. Przyczyna tego zjawiska może być bardzo różna. Nie można wykluczyć, że problem dotyczy jakości przedmiotu współpracy. Przyczyną takiego stanu rzeczy może być również niewiedza respondentów o możliwościach takiej współpracy, w tym brak promocji.

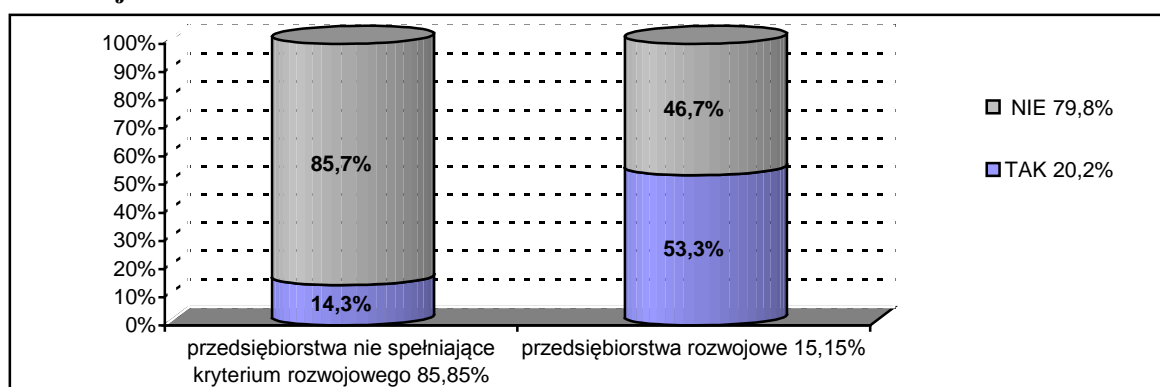
Wykres 79. Rozkład współpracy przedsiębiorstw z instytucjami naukowo-badawczymi w kategorii: rozwojowe i nierozwojowe



Źródło: Własne badania ankietowe.

W przypadku badanych, do grupy współpracujących z ośrodkami doradczymi należało 20,2% wszystkich przedsiębiorstw. Odpowiednio 79,8% firm nie utrzymywało takich kontaktów. Wśród przedsiębiorstw rozwojowych było 53,3% firm współpracujących, a więc ponad połowa. W grupie firm nie spełniających warunków rozwoju tylko 14,3% współpracowało z ośrodkami doradczymi. Analizowany czynnik powoduje prawie czterokrotny wzrost prawdopodobieństwa spełnienia warunków rozwoju w przypadku współpracy z ośrodkami doradczymi.

Wykres 80. Rozkład współpracy przedsiębiorstw z ośrodkami doradczymi w kategorii: rozwojowe i nierozwojowe

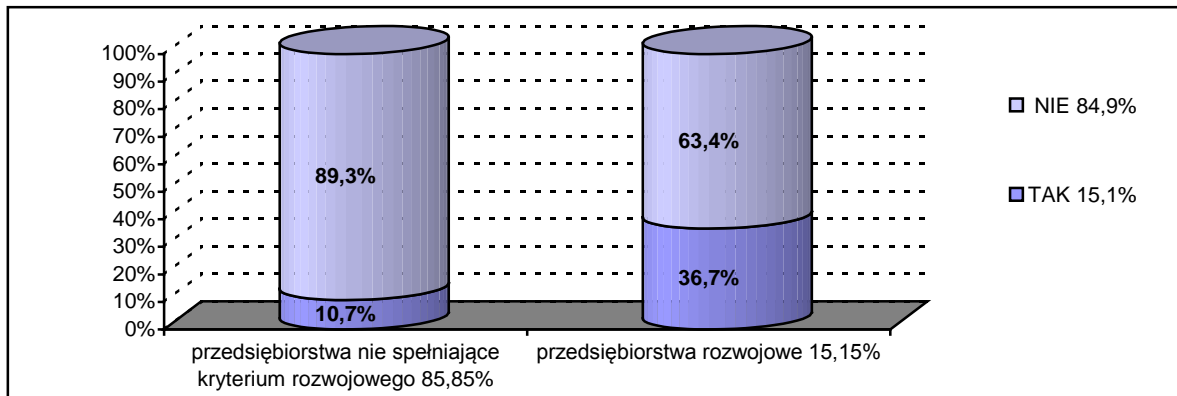


Źródło: Własne badania ankietowe.

Właściciele firm mogą stać się członkami organizacji przedstawicielskiej biznesu. Przedsiębiorcy, którzy wskazali swój udział w takich organizacjach, stanowili 15,1%. Zarówno w firmach spełniających jak i nie spełniających warunki rozwoju członkowstwo w takiej organizacji dotyczyło mniejszości. Jednak w przypadku grupy firm rozwojowych odnosiło się to do 36,7%, a w przypadku grupy firm nierozwojowych do 10,7%. Ponad 3,5

razy więcej właścicieli firm rozwojowych, miało w swoim gronie członków organizacji przedstawicielskiej biznesu.

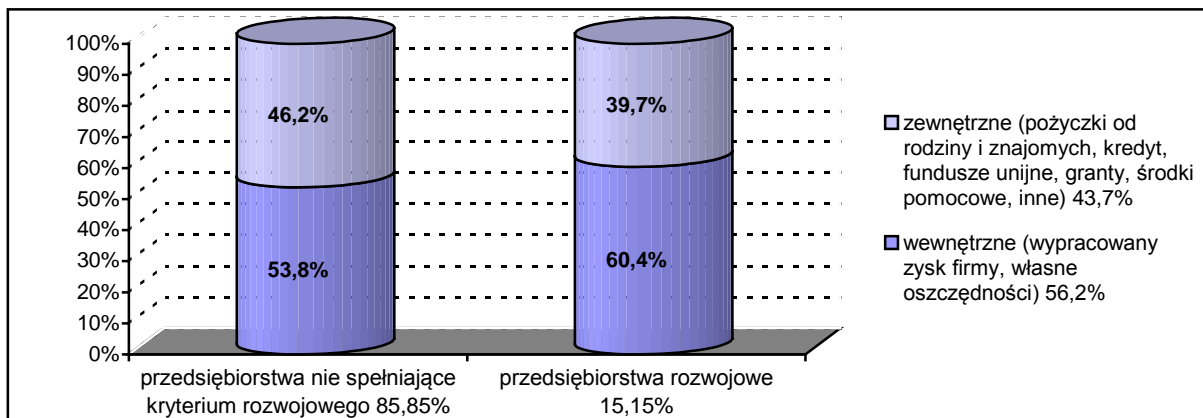
Wykres 81. Rozkład zrzeszania się przedsiębiorców w kategorii przedsiębiorstw rozwojowych i nierozwojowych



Źródło: Własne badania ankietowe.

W przypadku źródeł finansowania inwestycji, przedsiębiorstwa łączą je, wykorzystując zarówno tzw. wewnętrzne jak i zewnętrzne środki. Przedsiębiorstwa rozwojowe w 60,4% finansowały inwestycje ze środków własnych lub właściciela, a w 39,7% ze środków zewnętrznych. Podobnie było w grupie firm nierozwojowych, gdzie również częstszym źródłem finansowania inwestycji były środki wewnętrzne (53,8%). Zewnętrzne źródła finansowania stanowiły odpowiednio: 46,2%. W odróżnieniu od analizowanych, poprzednich determinantów przedsiębiorczości, różnica w proporcjach czynnika finansowego inwestycji w przedsiębiorstwach rozwojowych i nierozwojowych stanowi jedynie 6,6%. Porównując to do wcześniejszych dysproporcji udziałów różnych czynników jest ona niewielka.

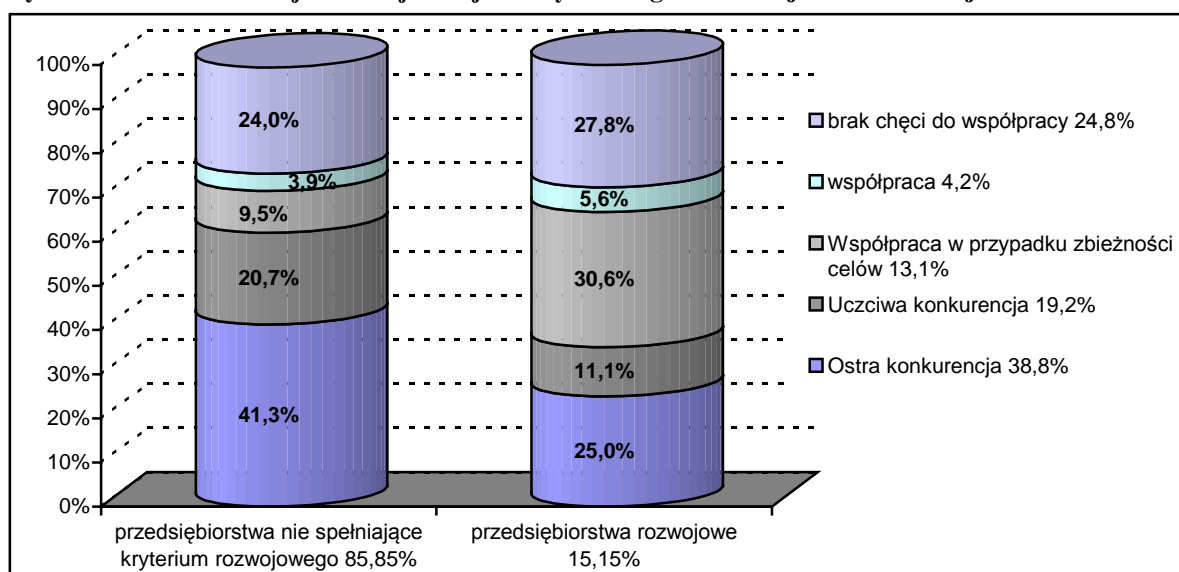
Wykres 82. Rozkład źródeł finansowania inwestycji przedsiębiorstw w kategorii: rozwojowe i nierozwojowe



Źródło: Własne badania ankietowe.

Relacje firm z konkurencją określane opinią właścicieli przedsiębiorstw, będących przedstawicielami firm rozwojowych i nierozwojowych różnią się od siebie. Obserwacja wyników uwidoczniała, że przedsiębiorcy firm rozwojowych trzy razy częściej wskazują na współpracę firm w przypadku zbieżności celów (30,6%). Dla firm nierozwojowych opisywana wielkość to 9,5%. Przedsiębiorcy firm rozwojowych są dwukrotnie mniej ufni w relacjach z konkurencją od właścicieli firm nierozwojowych. Wniosek ten można wyciągnąć z odpowiedzi o uczciwości konkurencji, gdzie przy firmach nierozwojowych wielkość ta stanowiła 20,7%, a przy nierozwojowych 11,1% wskazań. Duża dysproporcja wystąpiła również w przypadku oceny relacji jako ostrej konkurencji. Przedsiębiorcy firm rozwojowych w 25% wystawili opinię, że konkurencja jest ostra. W firmach nierozwojowych wielkość ta stanowiła niespełna dwa razy więcej wskazań (41,3%). Niewielka różnica w proporcjach obu omawianych grup przedsiębiorstw występuje w przypadku oceny stosunków z konkurencją, na którą odpowiedź brzmi: „brak chęci do współpracy” lub „współpraca”. Należy zauważyć, że są to dwie przeciwstawne sobie odpowiedzi, gdzie w obu grupach firm odpowiedź negatywna jest znacznie częstsza od pozytywnej. Właściele firm spełniających kryteria rozwoju pięć razy częściej wskazują brak chęci współpracy w porównaniu do chęci współpracy, a przedsiębiorstwa nierozwojowe sześć razy częściej. Różnica między grupą przedsiębiorstw rozwojowych i nierozwojowych w opinii o współpracy firm to zaledwie 1,7%. Brak chęci współpracy między firmami w ocenie obu grup dotyczy 3,8% różnicy w odpowiedzi.

Wykres 83. Rozkład relacji firm tej samej branży w kategorii: rozwojowe i nierozwojowe



Źródło: Własne badania ankietowe.

Analiza wymiaru ekonomicznego i społecznego funkcjonowania małej przedsiębiorczości, z uwzględnieniem czynników pozostających w zależności z poziomem rozwoju przedsiębiorstwa, nasuwa wnioski dotyczące jej dalszego rozwoju. Otrzymane wyniki wskazują, że zatrudnianie pracowników sprzyja pozyskiwaniu przez przedsiębiorstwo wysokiego wskaźnika przedsiębiorczości w przyjętych parametrach, podobnie jak bardziej złożona forma prawna, którą jest spółka handlowa. Pożądana w działalności przedsiębiorstw jest współpraca zarówno z innymi przedsiębiorstwami, instytucjami naukowo – badawczymi, ośrodkami doradczymi jak i członkostwo w organizacjach biznesowych. Dysproporcje wielkości wymienionych czynników w podziale na grupy przedsiębiorstw rozwojowych i nierozwojowych wskazuje, że leży tu ogromny potencjał w kreowaniu możliwości rozwoju firm. Budowanie kapitału społecznego jest niepodważalnym elementem rozwoju potencjału przedsiębiorstwa. Czynnik ekonomiczny związany ze źródłem finansowania nie odgrywa tu tak wielkiej roli jak właśnie współpraca. Ocena relacji firm tej samej branży zwiększa wiedzę na temat ograniczeń w budowaniu klimatu współpracy i sieci zależności. Bez względu na to czy firmy spełniły wybrane czynniki rozwoju, czy też nie, znajdują się w tej grupie, pokutuje wśród przedsiębiorców opinia o braku chęci do współpracy. Właściciele firm rozwojowych, mimo iż mają znacznie silniejszy kapitał społeczny, częściej formalizują swoją współpracę i gorzej oceniają uczciwość konkurencji. Świadczy to o niskim stopniu zaufania do otoczenia.

Budowa potencjału rozwojowego małych i średnich firm nie zależy tylko od samych przedsiębiorców. Kształtowanie kapitału społecznego i przedsiębiorczego klimatu to zmiana mentalności, budowanie nowych wzorców wśród wszystkich uczestników życia społecznego, w tym wszystkich instytucjonalnych aktorów życia gospodarczego.

Przedstawiona powyżej analiza statystyczna pozwoliła na przeprowadzenie dowodu założonych hipotez oraz udzielenie odpowiedzi na postawione pytania badawcze. Podsumowanie pracy w jej wymiarze teoretycznym i empirycznym jest ostatnim etapem całości przedsięwzięcia badawczego.

ZAKOŃCZENIE

Przedmiotem niniejszej rozprawy doktorskiej były małe i średnie firmy rejonu częstochowskiego. Przyjętym celem była realizacja problemu badawczego przez opisanie cech małej przedsiębiorczości i wskazanie zależności między zjawiskami z nią związanymi.

Wykonanie przyjętych założeń wymagało odpowiedzi na pytania badawcze dotyczące: stanu przedsiębiorstw, ich struktury oraz ekonomicznych i społecznych czynników wpływających na ten stan, trudności ograniczających działalność i rozwój oraz przedsiębiorczości firm, w rozumieniu ich potencjału rozwojowego. Drugi nurt pytań dotyczył: aspektów kapitału społecznego w pryzmacie budowanych sieci zależności oraz kapitału społecznego jako czynnika rozwoju firm, klimatu tworzonego wokół małej przedsiębiorczości przez środowiska społeczności lokalnej oraz jej roli w życiu społecznym i gospodarczym, a także oceny kapitału społecznego środowiska lokalnego przez właścicieli przedsiębiorstw o wysokich wskaźnikach rozwoju. Ostatni zakres tematyczny pytań badawczych odnosił się do: czynników wpływających na decyzję o prowadzeniu własnej działalności gospodarczej, profilu psychospołecznego badanych przedsiębiorców i wpływu tych czynników na rozwój firmy, różnic psychospołecznych i demograficznych przedsiębiorców oraz cech psychospołecznych przedsiębiorcy pozostających w zależności z cechami określanymi jako przedsiębiorcze.

W odniesieniu do przyjętych pytań badawczych sformułowano szereg hipotez. Zadając pytanie o czynniki wpływające na rozwój przedsiębiorczości, przyjęto hipotezę, że determinanty wewnętrzne oraz struktury sieciowe w większym stopniu wpływają na rozwój małej przedsiębiorczości niż czynniki otoczenia oraz, że rozwój małej przedsiębiorczości jest w większym stopniu uzależniony od czynników psychospołecznych przedsiębiorców niż od czynników ekonomicznych. Ponadto założono, że właściciele przedsiębiorstw o wyższych wskaźnikach rozwoju wyżej oceniają czynniki kapitału społecznego środowiska lokalnego niż pozostali przedsiębiorcy oraz że firmy rozwijające się, zarządzane są przez przedsiębiorców, którzy charakteryzują się cechami określanymi jako przedsiębiorcze. W odniesieniu do pytania o to, jakie czynniki psychospołeczne przedsiębiorcy mają wpływ na rozwój jego firmy, sformułowano hipotezę, w brzmieniu: „Deklarowana postawa etyczna przedsiębiorcy pozostaje w zależności z poziomem rozwoju przedsiębiorstwa.” Poza powyższymi przyjęto hipotezy, których weryfikacja miała opisowy charakter, wynikający z danych ankietowych lub analizy porównawczej. Przyjęto,

że w firmach o odmiennych poziomach rozwoju, przedsiębiorcy prezentują różne typy psychospołeczne. Testy statystyczne umożliwiły weryfikację zależności poszczególnych czynników ekonomicznych, społecznych i podmiotowych pozostających w zależności z poziomem rozwoju przedsiębiorstw. Przyjęty proces postępowania pozwolił określić rolę MŚP badanego rejonu.

Weryfikując hipotezy badawcze, przy założonym poziomie istotności 0,05, stwierdzono, że dla 95% zbiorowości generalnej:

* determinanty wewnętrzne oraz struktury sieciowe w większym stopniu wpływają na rozwój małej przedsiębiorczości niż czynniki otoczenia. Postawiona hipoteza badawcza: **„Determinanty wewnętrzne oraz struktury sieciowe w większym stopniu wpływają na rozwój małej przedsiębiorczości niż czynniki otoczenia”**, okazała się prawdziwa. W przypadku współpracy z ośrodkami doradczymi oraz instytucjami badawczo-rozwojowymi zauważono umiarkowaną zależność w stosunku do rozwoju MŚP oraz słabą zależność od kooperacji z innymi przedsiębiorstwami i zrzeszaniem się przedsiębiorców;

* wyniki weryfikacji hipotezy: **„Właściciele przedsiębiorstw o wyższych wskaźnikach rozwoju wyżej oceniają czynniki kapitału społecznego środowiska lokalnego niż pozostali przedsiębiorcy”** uznano za wystarczające, by przyjąć ją za prawdziwą. Została ona zweryfikowana jako częściowo zgodna z przyjętym założeniem. Wywnioskowano, że zależność zmiennych: „ocena relacji z otoczeniem” i „struktury sieciowe przedsiębiorstwa”, może być przyczyną uznania kapitału społecznego przedsiębiorstw, wyrażonego wybranymi wskaźnikami, za znaczący dla przedsiębiorstw rozwojowych;

* udowodniono, że hipoteza: **„Rozwój małej przedsiębiorczości jest w większym stopniu uzależniony od czynników psychospołecznych przedsiębiorców niż od czynników ekonomicznych”** jest nieprawdziwa. Dla obu zmiennych: „uwarunkowania ekonomiczne przedsiębiorstwa” i „cechy psychospołeczne i demograficzne przedsiębiorcy” udowodniono, analizując wybrane cechy w jednym i drugim przypadku, że istnieje statystycznie istotna zależność ze zmienną „stan rozwoju przedsiębiorstwa”, dla czterech wskaźników na 17 przeprowadzonych testów. Dotyczyły one zależności między stanem rozwoju przedsiębiorstwa a: płcią, tradycją przedsiębiorczości w rodzinie, stosunkiem do firmy oraz doświadczeniem zawodowym przedsiębiorcy (czynniki psychospołeczne); formą prawną, wielkością firmy mierzoną liczbą zatrudnionych, posiadaniem własnych patentów, opracowanych licencji, know-how oraz tworzeniem budżetu na cele badawczo – rozwojowe (czynniki ekonomiczne). Ponieważ liczba statystycznie istotnych cech była równa, za miarę większego wpływu analizowanych zmiennych na „stan rozwoju

przedsiębiorstwa” przyjęto średnią siłę zależności C-Pearsona dla cech statystycznie istotnych. Przy niewielkiej różnicy w wartościach średniej siły zależności udowodniono, że uwarunkowania ekonomiczne, pozostają w większej zależności z rozwojem firm niż czynniki psychospołeczne właścicieli.

* hipotezę dotyczącą postaw etycznych, która brzmiała: **„Deklarowana postawa etyczna przedsiębiorcy pozostaje w zależności z poziomem rozwoju przedsiębiorstwa”** zweryfikowano negatywnie. Tylko w jednym przypadku na cztery potwierdzono związek z poziomem rozwoju przedsiębiorstwa. Udowodniono istotną statystycznie zależność między możliwością złamania prawa przez przedsiębiorcę, w przypadku małego ryzyka wykrycia, a stanem rozwoju firmy. Siła tego oddziaływania była słaba. Z uwagi na to, że nie była to nawet połowa wyznaczonych wskaźników zmiennej „deklarowana postawa etyczna przedsiębiorcy”, podważono prawdziwość badanej hipotezy;

* potwierdzono prawdziwość hipotezy: **„Firmy rozwijające się zarządzane są przez przedsiębiorców, którzy charakteryzują się cechami określanymi jako przedsiębiorcze”**. W 95% przypadkach zbiorowości generalnej zdiagnozowano istotną statystycznie zależność między poziomem rozwoju firmy, a wybranymi cechami przedsiębiorcy. Określono, jakie cechy psychospołeczne przedsiębiorcy pozostają w zależności z cechami przyjętymi jako przedsiębiorcze. Z sześciu cech, obranych za determinanty przedsiębiorczości właściciela firmy, dla trzech odrzucono hipotezę zerową. Spełnianie warunków przyjętych w danym przypadku za indywidualną przedsiębiorczość pozostawało w istotnej statystycznie zależności z wiekiem, wykształceniem i doświadczeniem przedsiębiorcy;

* hipotezę twierdzącą, że **istnieją różnice między przedsiębiorcami, którzy prowadzą przedsiębiorstwa na odmiennych od siebie poziomach rozwoju**, zweryfikowano pozytywnie. U podstaw tych różnic, które odnoszą się do 95% populacji leżą przede wszystkim płeć i zawodowe doświadczenie. Właścicielami rozwojowych firm byli najczęściej mężczyźni, z doświadczeniem zdobytym w firmie rodzinnej, gdzie otrzymali wzorce samodzielności zawodowej, zaangażowani emocjonalnie w swoją pracę. W odróżnieniu od nich właścicielami firm nie spełniających wyznaczonych cech rozwoju były najczęściej kobiety, z praktyką zawodową zdobytą w prywatnej firmie. Podobnie jak właściciele firm rozwojowych, ale rzadziej, były to osoby, które miały wzorce prowadzenia firmy prywatnej w rodzinie, zaangażowane w działalność przedsiębiorstwa. Podsumowując należy nadmienić, że właściciele firm nie spełniających wybranych warunków rozwoju byli w przeszłości głównie pracownikami firm prywatnych (38,7%). Wśród rozwojowych firm stanowili oni najmniejszą grupę (13,3%). Nasuwa się wniosek, że w firmach prywatnych

skutecznie przyswajana jest rola pracownika najemnego, znacznie bardziej niż w urzędach i firmach państwowych. Wydaje się, że dla rozwoju firmy lepiej rokuje sytuacja, gdy zarządzający właściciel nie ma żadnego doświadczenia zawodowego, niż gdyby zdobywał je pracując w prywatnym przedsiębiorstwie;

* hipoteza, która brzmiała: „**Analiza zależności poszczególnych czynników ekonomicznych, społecznych i podmiotowych identyfikuje determinanty rozwoju przedsiębiorstwa**” była weryfikowana w toku przeprowadzania 36 testów statystycznych sprawdzających zależność wybranych wskaźników ze stanem rozwoju przedsiębiorstwa. Wyłoniono 15 wskaźników z różnych, umownie przyjętych kategorii (zmiennych), nazwanych odpowiednio:

1. determinanty wewnętrzne (ekonomiczne): forma prawna i wielkość przedsiębiorstwa;
2. struktury sieciowe (w tym zależność między silnymi strukturami a poziomem rozwoju firmy): współpraca z ośrodkami doradczymi, współpraca z ośrodkami naukowo-badawczymi, współpraca z innymi firmami usankcjonowana prawnie, zrzeszanie się przedsiębiorców;
3. otoczenie społeczno – gospodarcze: relacje firm, źródła finansowania inwestycji;
4. cechy psychospołeczne i demograficzne właścicieli: płeć, doświadczenie zawodowe, tradycje rodzinne, stosunek do firmy, stosunek do działań nielegalnych oraz spełnianie przedsiębiorczych cech.

* charakterystyka **roli malej przedsiębiorczości rejonu częstochowskiego, jaką odgrywała w swoim najbliższym środowisku społeczno – gospodarczym** wykazała, że sprzyjała ona więziom rodzinnym. Osobami zatrudnianymi w firmach w 1/3 przypadków były osoby spokrewnione. Spośród 89 przebadanych spółek w 63 wspólnicy byli spokrewnieni. Tylko 15% właścicieli było członkami organizacji przedstawicielskich biznesu, co świadczy o tym, że więzi wspólnotowe, rodzinne wśród przedsiębiorców rejonu częstochowskiego są ważniejsze od więzi zrzeszeniowych. Jeszcze mniej firm, ponieważ tylko, co dziesiąta, współpracowało z instytucjami naukowo-badawczymi. Za to, co piąte, spośród zbadanych przedsiębiorstw korzystało z ośrodków doradczych. Prawie 2/3 firm zaspokajało swoje potrzeby dzięki lokalnym dostawcom. Za ważny element roli MŚP uznano uczestnictwo przedsiębiorców w życiu społeczności lokalnej, gdzie 42% badanych przedsiębiorców przyznało się do tego uczestnictwa. W tym przypadku 1/3 z nich zadeklarowała, że brała udział w sponsoringu, także 1/3 brała udział w akcjach charytatywnych. W dalszej kolejności 15% twierdziło, że pomagało przy organizowaniu wydarzeń społeczno-kulturalnych, zaś 17% wspomagało środowisko lokalne zarówno w postaci finansowej, jak i organizacyjnej;

* biorąc pod uwagę deklaracje respondentów, uznano za nieprawdziwą hipotezę, że: **„Kapitał społeczny środowiska lokalnego sprzyja rozwojowi małej przedsiębiorczości”**. Większość respondentów uznała, że stosunek społeczności lokalnej do MŚP był pozytywny, jednak w przypadku urzędów i władz lokalnych postrzegane nastawienie było pozytywne w ocenie nieco ponad 20% respondentów.

Analizując wymiar ekonomiczny funkcjonowania małej przedsiębiorczości, wzięto pod uwagę wskaźniki ekonomiczne (wewnętrzne) firmy w tym również sieci współpracy oraz aspekty otoczenia, które zostały potwierdzone jako czynniki pozostające w zależności ze stanem rozwoju przedsiębiorstwa. Postępowanie to umożliwiło ocenę możliwości rozwoju przedsiębiorstw danego rejonu. Trzy razy więcej firm nie zatrudniających pracowników nie spełniło kryteriów przedsiębiorstwa rozwojowego. Różnica tych proporcji zmienia się w odniesieniu do przedsiębiorstw, które zatrudniały od 10 do 49 pracowników, gdzie 2,5 razy więcej, stanowiły firmy rozwojowe. Wśród jednostek gospodarczych zatrudniających od 50 do 249 pracowników wystąpiło ponad cztery razy więcej podmiotów rozwojowych. W tej grupie, znalazły się głównie firmy zatrudniające od 10 pracowników, zatem to one miały większy potencjał rozwojowy. W oparciu o przyjętą metodologię nie wyznaczono jednoznacznie kierunku zależności rozwoju przedsiębiorstwa z liczbą zatrudnionych, wydaje się jednak, że są to wskaźniki wystarczająco istotne, aby wziąć je pod uwagę w dalszych badaniach nad MŚP rejonu częstochowskiego.

Czynnikami, które potencjalnie mogą sprzyjać rozwojowi sektora MŚP w rejonie częstochowskim okazały się: współpraca z ośrodkami doradczymi oraz instytucjami badawczo-rozwojowymi, skłonność do kooperacji z innymi przedsiębiorstwami, a także zrzeszania się właścicieli firm. Wykazano, że kapitał społeczny jest istotny dla rozwoju podmiotów o niewielkiej skali wytwarzania. Oznacza to, że jest to sfera, którą należy pobudzać przez stosowanie narzędzi wpływu ekonomicznego i społecznego. Budowa silnego kapitału społecznego bliskiego otoczenia organizacji wymaga zmiany postaw i klimatu wokół aktywności gospodarczej.

BIBLIOGRAFIA

1. Adamczyk W., *Przedsiębiorczość: próba systematyki*, „Przegląd Organizacji” 1996, nr 2.
2. Adler P.S., Kwon S., *Social Capital: Prospects for a New Concept*, Academy of Management Review 2002, vol. 27, no. 1.
3. Antoniewicz M., *Narodziny miasta*, [w:] *Częstochowa. Dzieje miasta i klasztoru jasnogórskiego*, Feliks Kiryk [red.], Urząd Miasta Częstochowy, Częstochowa 2002.
4. Antoniewicz M., *Subregion częstochowski w średniowieczu (XIV-XV wiek)*, [w:] *Częstochowa i jej miejsce w kulturze polskiej*, Wyższa Szkoła Pedagogiczna w Częstochowie, Częstochowa 1990.
5. Babbie E., *Badania społeczne w praktyce*, PWN, Warszawa 2004.
6. Baker W. E., *The Network Organization in Theory and Practice*, [in:] *Networks and Organizations*, Nohria N., Eccles B. [ed.], Harvard Business School Press, Cambridge.
7. Bąk M., Grabowski M., Kulawczuk P., Nowicki M., Wargacki M., Wojnicka E., *Małe i średnie przedsiębiorstwa a rozwój regionalny*, PARP, Warszawa 2001.
8. Bedyńska S., Brzezicka A. [red.], *Statystyczny drogowskaz. Praktyczny poradnik analizy danych w naukach społecznych na przykładach z psychologii*, Academica wydawnictwo SWPS, Warszawa 2007.
9. Berger B. [red.], *Kultura przedsiębiorczości*, Oficyna Wydawnicza RÓJ, Warszawa 1994.
10. Białek J., Depta A., *Statystyka dla studentów z programem STAT_STUD 1.0*. Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2009 (w druku).
11. Biederman A., Futymski A., Jarzębska A., Kazior B., Serafin R., Szmigielski P., *Grupy Partnerskie. Od idei do współdziałania. Praktyczny poradnik*, Fundacja Partnerstwo dla Środowiska, Fundacja Fundusz Współpracy Program Agrolinia, Kraków 2004.
12. Blaug M., *Teoria ekonomii. Ujęcie retrospektywne*, PWN, Warszawa 2000.
13. Bławat F., *Przetrwanie i rozwój małych i średnich przedsiębiorstw*, Scientific Publishing Group, Gdynia 2004.
14. Braun J., *Częstochowa. Urbanistyka i architektura*, Arkady, Warszawa 1977.
15. Brockhaus R.H., Horowitz P.S., *The Psychology of Entrepreneur*, [in:] *The Art. and Science of Entrepreneurship*, Sexton D.L., Smilor R.W. [ed.], Ballinger Publishing Company, Cambridge, Massachusetts 1986.
16. Bullen P., Onyx J., *Measuring Social Capital In Five Communities In NSW*, Journal of Applied Behavioral Science 36, 2000.
17. Cassone M., *Entrepreneurship*, An Elgar Reference Collection, England, USA 1990, Introduction.
18. Chabbel R., *Characteristics of Innovation: Policies, Namely for SMEs*, Science, Technology, Industry 1995, vol. 16.
19. Churchill G.A., *Badania marketingowe*, PWN, Warszawa 2002.
20. Crozier M., *Przedsiębiorczość na podsluchu*, PWE, Warszawa 1993.
21. Cunningham J.B., Lischeran J., *Defining Entrepreneurship*, Journal of Small Business Management, January 1991.
22. Cygler J., *Kooperencja przedsiębiorstw. Czynniki sektorowe i korporacyjne*, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie – Oficyna Wydawnicza, Warszawa 2009.
23. Czekał K., Niesporek A., Piekarski M., Zawartka M., *Częstochowa i problemy społeczne jej mieszkańców na przełomie XX i XXI wieku*, PARA, Katowice 2002.

24. *Częstochowa 2010. Strategia rozwoju miasta*, Załącznik do Uchwały Nr 193/XVIII/2003 Rady Miasta Częstochowy z dnia 22 września 2003 roku.
25. *Częstochowa 2014. Wieloletni Plan Inwestycyjny – WPI na lata 2009 – 2014*, Załącznik Nr 1 do Uchwały Nr 378/XXXIII/08 Rady Miasta Częstochowy z dnia 2 października 2008 roku.
26. Czternasty W., *Instrumentarium wsparcia przedsiębiorczości na obszarach wiejskich*, [w:] *Uniwersalia polityki rolnej w gospodarce rynkowej: ujęcie makro- i mikroekonomiczne*, Czyżewski A. [red.], Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Poznań 2007.
27. Czternasty W., *Małe przedsiębiorstwa w Polsce na tle przeobrażeń systemowych (1944 – 1991)*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Poznań 1994.
28. Czternasty W., *Systemowe determinanty rozwoju małych przedsiębiorstw w Polsce w okresie transformacji ustrojowej*, Zeszyty Naukowe nr 30, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Poznań 2003.
29. Czternasty W., *Sfera realna i regulacyjna gospodarki w pobudzaniu małych przedsiębiorstw w Polsce po 1989 roku*, [w:] *Gospodarka wobec wyzwań globalnych. Nowoczesne zarządzanie przedsiębiorstwem*, Stankiewicz J. [red.], Wydawnictwo Uniwersytetu Zielonogórskiego, Zielona Góra 2003.
30. Czternasty W., Jaśkiewicz A., *System promocji wykorzystania unijnych środków finansowych na terenach wiejskich*, [w:] *Absorpcja budżetowych środków finansowych wspierających rozwój obszarów wiejskich*, Wójcik – Augustyniak M. [red.], Wydawnictwo Akademii Podlaskiej, Siedlce 2004.
31. Czternasty W., Kujaczyński T., *Kształtowanie rozwoju przedsiębiorczości w województwie wielkopolskim*, [w:] *Od administrowania do zarządzania w gminie i powiecie*, Kożuch A. [red.], Materiały konferencyjne Białystok – Siedlce, lipiec 2001, Wydawnictwo Akademii Podlaskiej, Siedlce 2001.
32. Czternasty W., Kujaczyński T., *Instrumenty kształtowania rozwoju lokalnego*, [w:] *Wykorzystanie lokalnych i regionalnych czynników w społeczno-gospodarczej aktywizacji obszarów wiejskich*, Wydawnictwo WEiOGŻ AR, Szczecin 2002.
33. Drucker P.F., *Innowacja i przedsiębiorczość. Praktyka i działanie*, PWE, Warszawa 1992.
34. Dobrołowicz W., *Przedsiębiorczość. Problematyka przedsiębiorczości*, [w:] *Encyklopedia biznesu*, Pomykało W. [red.], Tom 1, Fundacja Innowacja, Warszawa 1995.
35. Domański Cz., *Statystyczne testy nieparametryczne*, PWE, Warszawa 1990.
36. Domański R., *Przestrzenna transformacja gospodarki*, PWN, Warszawa 1997.
37. Domański H., *Spółeczeństwo klasy średniej*, Wydawnictwo IFiS, PAN, Warszawa 1994.
38. Domański H., *Na progu konwergencji. Stratyfikacja społeczna w krajach Europy Środkowo – Wschodniej*, Wydawnictwo IFiS, PAN, Warszawa 1996.
39. Dzierżanowski W., Tokaj – Krzewska A. [red.], *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2000-2001*, PARP, Warszawa 2002.
40. *Encyklopedia powszechna*, PWN, Warszawa 1987.
41. Flejterski S., *Istota i mierzenie konkurencyjności międzynarodowe*, „Gospodarka Planowana”, wrzesień 1984.
42. Forin A., Marczyńska S., Szwoch A., *Partner przedsiębiorcy. Ogólnopolski Informator Krajowego Systemu Usług dla Małych i Średnich Przedsiębiorstw*, Marlex Sp. z o.o., PARP, Warszawa 2006.
43. Frykowski M., *Zaufanie społeczne mieszkańców Łodzi*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2005.

44. Gardawski J., *Powracająca klasa. Sektor prywatny w III Rzeczypospolitej*, Wydawnictwo IFiS PAN, Warszawa 2001.
45. Gnyawali D.R., Fogel D.S., *Environments for Entrepreneurship Development: Key Dimensions and Research Implications*, Entrepreneurship: Theory & Practice 1994, Summer.
46. Griffin R.W., *Podstawy zarządzania organizacjami*, PWN, Warszawa 1998.
47. Grudzewski W.M., Hejduk I.K., *Małe i średnie przedsiębiorstwa w gospodarce rynkowej w Polsce*, Wyższa Szkoła Handlu i Przedsiębiorczości, Warszawa 1998.
48. Gruszczyński L.A., *Kwestionariusze w socjologii*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 1999.
49. Gruszecki T., *Małe przedsiębiorstwa - osobna kategoria przedsiębiorstwa?*, [w:] Lewandowski J. [red.], *Małe i średnie przedsiębiorstwa w procesie transformacji polskiej gospodarki*, Materiały konferencyjne, Politechnika Łódzka, Łódź 1996.
50. Grootaert Ch., *Social Capital: The Missing Link?*, *The World Bank Social Development Family Environmentally and Socially Sustainable Development Network*, Social Capital Initiative, Working Paper No. 3, April 1998.
51. Grzywacz J., Okońska A., *Venture capital a potrzeby kapitałowe małych i średnich przedsiębiorstw*, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2005.
52. Górczyński M., Pander W., Koć P., *Tworzenie związków kooperacyjnych między MŚP oraz MŚP i instytucjami otoczenia biznesu*, PARP, Warszawa 2006.
53. Haber L.H., *Działania przedsiębiorcze w biznesie*, [w:] *Przedsiębiorczość i rynek*, Haber L.H. [red.], Wydawnictwo Profesjonalnej Szkoły Biznesu, Kraków 1996.
54. Habuda L., *Przedsiębiorczość, przedsiębiorca, przedsiębiorcze zarządzanie*, [w:] *Zarządzanie przedsiębiorstwem: problemy wybrane*, Habuda L. [red.], 2002.
55. Hebert R.F., Link A.N., *The Entrepreneur. Mainstream Views and Radical Critiques. Praeger Special Studies*, Preorder Scientific, New York 1982.
56. Hisrich R.D., *Entrepreneurship and Inrapreneurship: Methods for Creating New Companies That Hale an Impact on the Economic Renaissance o fan Area*, [in:] *Entrepreneurship, Inrapreneurship, and Venture Capital*, Hisrich R.D. [ed.], Lexington Books, 1986.
57. Jezierski M., *Rozwój społeczny Częstochowy w 30-leciu PRL*, [w:] *Ziemia Częstochowska*, Stańczyk M. [red.], Towarzystwo Popierania Kultury regionalnej w Częstochowie, Częstochowa 1976.
58. Jog V., Suszyński C., *Zarządzanie finansami przedsiębiorstwa*, CIM, Warszawa 1995.
59. Kalina-Prasznic U. [red.], *Leksykon polityki gospodarczej*, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2005.
60. Karnat – Jasicka B., *Kapitał społeczny w regionie a rozwój gospodarki opartej na wiedzy*, [w:] *Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości. Determinanty i narzędzia zdobywania przewagi konkurencyjnej*, Adamkiewicz – Drwiło H.G. [red.], PWN, Warszawa 2007.
61. *Kierunki działań Rządu RP wobec MŚP*, Urząd Komitetu Integracji Europejskiej (17.01.2010). www.ukie.gov.pl
62. Kiryk F., Rajman J., *Częstochowa w latach 1660-1793* [w:] *Częstochowa. Dzieje miasta i klasztoru jasnogórskiego*, Kiryk F. [red.], Urząd Miasta Częstochowy, Częstochowa 2002.

63. Kirzner I.M., *Uncertainty, Discovery, and Human Action: A Study of the Entrepreneurial Profile in the Mission System*, [in:] *Method, Process and Austrian Economics: Essays in Honor of Ludwig von Mises*, Kirzner I.M. [ed.], Lexington, Mass, D.C. Heath, [in:] *Entrepreneurship*, Casson M. [ed.], An Elgar Reference Collection, England, USA, 1990.
64. Krajewski K. *Determinanty rozwoju MŚP*, Referat na konferencję: *Małe i średnie przedsiębiorstwa na tle przeobrażeń systemowych w polskiej gospodarce*, Warszawa 25 maj 1999, www.medianet.pl/~multikra/ips2.htm
65. Krajewski J., *Innowacyjność małych firm*, [w:] *Małe i średnie przedsiębiorstwa w procesie transformacji polskiej gospodarki*, Lewandowski J. [red.], Politechnika Łódzka, Wydział Organizacji i Zarządzania, materiały konferencyjne, Łódź 1996.
66. Krakowski S., *Stara Częstochowa. Studia nad genezą, ustrojem i strukturą ludnościową i gospodarczą Częstochowy (1220 – 1655)*. Wydawnictwo Księgarni katolickiej, Częstochowa 1948.
67. Kraśnicka T., *Koncepcja rozwoju przedsiębiorczości ekonomicznej i pozaekonomicznej*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Katowice 2002.
68. Krawczyk M. Mikołajczyk B., *Aniołowie biznesu w sektorze MŚP*, Difin, Czerwiec 2007.
69. Kołodziej S., *Psychologiczne uwarunkowania przedsiębiorczości*, Organizacja i Zarządzanie, Zeszyt 22, Wydawnictwo Politechniki Śląskiej, Katowice 2004.
70. Kortan J., *Wzrost i rozwój przedsiębiorstwa*, [w:] *Wektory Gospodarki*, nr 11, 1987.
71. Kośmicki E., *Koncepcja kapitału społecznego a społeczny wymiar trwałego i zrównoważonego rozwoju* [w:] *Kapitał społeczny we wspólnotach*, Januszek H. [red.], Zeszyty Naukowe 58, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Poznań 2005.
72. Kot S.M., Jakubowski J., Sokołowski A. *Statystyka. Podręcznik dla studiów ekonomicznych*, Difin, Warszawa 2007.
73. Kozielecki J., *Psychologiczna teoria decyzji*, PWN, Warszawa 1977.
74. Koźmiński A.K., Piotrowski W. [red.], *Zarządzanie teoria i praktyka*, PWN, Warszawa 1995.
75. Krakowski S., *Stara Częstochowa. Studia nad genezą, ustrojem i strukturą ludnościową i gospodarczą Częstochowy (1220 – 1655)*, Wydawnictwo Księgarni Katolickiej, Częstochowa 1948.
76. Kubik M., Maciejewski W., Morawski L., *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2000-2001*, PARP, Warszawa 2002.
77. Kuratko D.F., Hodgetts R.M., *Entrepreneurship. A Contemporary Approach*, The Dryden Press 1989.
78. Kukowska K., *Uwarunkowania społeczno-ekonomiczne przedsiębiorczości w społeczności lokalnej*, [w:] *Społeczno - ekonomiczne determinanty funkcjonowania rynku*, Byłok F. [red.], Wydawnictwo Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa 2005.
79. Kukowska K., Pytel M., *Concepts of Enterprise*, [in:] *Interdisciplinary Approach to Sustainable Development*, Lescroart R., Pachura P. and Nitkiewicz T. [ed.], ISI Pierrard HEC du Luxemburg, Virton 2007.
80. Kwiatkowski S., *Rola innowacji w rozwoju polskiej przedsiębiorczości*, [w:] *Innowacja – edukacja – rozwój regionalny*, Kukliński A., Pawłowska K. [red.], Nowy Sącz 1998.
81. Labersheck J., *Początki Częstochowy na tle stosunków osadniczych*, [w:] *Częstochowa. Dzieje miasta i klasztoru jasnogórskiego*, Kiryk F. [red.], Urząd Miasta Częstochowy, Częstochowa 2002.

82. Lavoie D., *Odkrywanie i postrzeganie szansy gospodarczej: kultura a kirznerowski model przedsiębiorczości*, [w:] *Kultura przedsiębiorczości*, Berger B. [red.], Oficyna Wydawnicza RÓJ, Warszawa 1994.
83. Leana C.R., Van Buren H.J., *Organizational Social Capital and Employment Practices*, *Academy of Management Review* 1999, vol. 24, no. 3.
84. Lücke W., *Investitionslexikon*, Verlag Fahlen, München 1991.
85. Łapiński J., *Inwestycje i środki trwałe*, [w:], *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2007-2008*, Żołnierski A. [red.], PARP, Wydawnictwo Naukowe Instytutu Technologii Eksploatacji – PIB, Radom 2009.
86. Macieja J., *Przedsiębiorczość w systemie ekonomicznym*, *Studia Ekonomiczne Instytutu Nauk Ekonomicznych PAN*, Warszawa 1990, nr 24.
87. Marchesnay M., *Zarządzanie strategiczne. Geneza i rozwój*, Poltekst, Warszawa 1994.
88. Meredith G.G., Nelson R.E., Neck P.A., *The practice of entrepreneurship*, International Latour Office, Geneva 1982.
89. Marcinkowski A., *Drobni przedsiębiorcy i horyzonty kultury organizacyjnej*, [w:] *Kapitalizm po polsku. Przedsiębiorca, organizacja, kultura*, Marcinkowski A. [red.], Kraków 1996.
90. McGowan P., *Innowacja i przedsiębiorczość wewnętrzna*, [w:] *Praktyka kierowania*, Stewart D.M. [red.], PWE, Warszawa 1997.
91. Mikołajczyk Z. [red.], *Jak zarządzać przedsiębiorstwem w gospodarce rynkowej*, PWN, Warszawa 1993.
92. Mizgalski J., *Życie społeczne Żydów w Częstochowie w II Rzeczypospolitej*, [w:] *Życie codzienne w Częstochowie w XIX i XX wieku*, Szwed R., Palus W. [red.], Wyższa Szkoła Pedagogiczna, Częstochowa 1999.
93. Milian L., *Przedsiębiorczość i przedsiębiorstwo turystyczne*, Wydawnictwo Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa 2000.
94. „Najpierw myśl na małą skalę”, Program „Small Business Act” dla Europy, KOM (Komisja Spraw Europejskich) 2008, 394 wersja ostateczna, Monitor Europejski.
95. Nowakowski, M.K., *Wprowadzenie do zarządzania międzynarodowego*, Difin, Warszawa 1999.
96. Olechnicki K., Załęcki P., *Słownik socjologiczny*, Graffiti BC, Toruń 2002.
97. Ochojski A., *Kultura przedsiębiorczości jako czynnik rozwoju lokalnego*, [w:] *Przedsiębiorczość. Samorządność. Rozwój lokalny*, Barczyk Z., Biniecki J., Ochojski A., Szczupak B., Akademia Ekonomiczna, Katowice 2001.
98. Orłowska J., *Handel zagraniczny przedsiębiorstw MŚP w latach 2007-2008*, [w:] *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2007-2008*, Żołnierski A. [red.], PARP, Wydawnictwo Naukowe Instytutu Technologii Eksploatacji – PIB, Radom 2009.
99. Pawłowski Z., *Statystyka matematyczna*, PWN, Warszawa 1976.
100. Peters T.J., Waterman R.H. Jr, *In Search of Excellence*, Harper Collins, New York 1982.
101. Pierścionek Z., *Strategie konkurencji i rozwoju przedsiębiorstwa*, PWN, Warszawa-Poznań 2002.
102. Pieter J., *Ogólna metodologia pracy naukowej*, PAN, Wrocław, Warszawa, Kraków, 1967.
103. Pietras M. [red.], *Wprowadzenie do psychologii ekonomicznej*, Uniwersytet Śląski, Katowice 1994.
104. *Private Equity – teoretyczne podstawy*, *Private Equity Consulting* 2004, [http://www.private-equity.pl/pe_podstawy_teoretyczne%20\(pec\).pdf](http://www.private-equity.pl/pe_podstawy_teoretyczne%20(pec).pdf) (05.01.2010).

105. Pilch T., *Zasady badań pedagogicznych*, Wydawnictwo Akademickie „Żak”, Warszawa 1998.
106. Pogonowska B., *Kapitał społeczny – próba rekonstrukcji kategorii pojęciowej*, [w:] *Kapitał społeczny – aspekty teoretyczne i praktyczne*, Januszek H. [red.], Zeszyty Naukowe 42, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Poznań 2004.
107. Porter M., *Location, competition, and economic development: Local clusters in a global economy*, Economic Development Quarterly, Thousand Oaks, February 2000.
108. Powiat Częstochowski: *Plan Rozwoju Lokalnego na lata 2004-2013*, <http://czestochowa.powiat.pl/index.php?modules=zasoby&action=strony&id=60>
109. Putnam R., *Demokracja w działaniu. Tradycje obywatelskie we współczesnych Włoszech*, Instytut wydawniczy „Znak”, Kraków 1995.
110. Raport z badania: *Wskaźniki innowacyjności przedsiębiorstw w Polsce*, przeprowadzonego przez Ipsos-Demoskop w 2001 roku na zlecenie PARP, Warszawa 2001, <http://www.parp.gov.pl/innowacje.php>
111. *Rocznik statystyczny województw 2008*, GUS, Warszawa 2009.
112. Rybińska A., Tokaj – Krzewska A. [red.], *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2001-2002*, PARP, Warszawa 2003.
113. Salles A., *Zarządzanie w regionie, Polska – Europa – Świat*, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2005.
114. Schumpeter J.A., *Teoria rozwoju gospodarczego*, PWN, Warszawa 1960.
115. Skawińska E., *Konkurencyjność przedsiębiorstw- nowe podejście*, PWN, Warszawa – Poznań 2002.
116. Skowroński S., *Innowacja czyli szansa dla każdej firmy*, Centrum Kierowania Liderów, Skierniewice 1995.
117. Sławecki B., *Kapitał społeczny organizacji a koszty transakcyjne*, [w:] *Kapitał społeczny we wspólnotach*, Januszek H. [red.], Zeszyty Naukowe 58, Akademia Ekonomiczna, Poznań 2005.
118. Słodowa – Hełpa M., *Regionalne i lokalne strategie rozwoju*, Materiały dla doktorantów, www.ue.poznan.pl/pag/i/12010.php , 05.09.2009.
119. *Słownik współczesnego języka polskiego*, tom 1 a – ówdzie, Przegląd Leader's Digest, Warszawa 1998.
120. *SME Cluster and Network Development in Developing Countries: The experience of UNIDO*, Private Sector Development Branch, Working Paper no 2. 1999.
121. *Statut powiatu częstochowskiego*, Rozdział 1, § 1.
122. Steczkowski J., Zeliaś A., *Metody statystyczne w badaniach zjawisk jakościowych*, AE, Kraków 1997.
123. *Strategia Rozwoju Powiatu Częstochowskiego na lata 2007-2015*, opracowanie: Sobel H., Świtycz T., Krasoń M., Ociepa M. - Uchwała Nr XII/96/2007 Rady Powiatu w Częstochowie z dn. 29.11.2007.
124. Sobalski F., *Powiat częstochowski do roku 1918. Z badań nad problematyką społeczno-gospodarczą*, [w:] *Ziemia częstochowska. Tom XXVII. Szkice i materiały dotyczące ziem powiatu częstochowskiego*, Antoniewicz M. [red.], Wyższa Szkoła Pedagogiczna w Częstochowie, Częstochowa 2000.
125. Sobczyk M., *Statystyka*, wydanie IV, PWN, Warszawa 2005.
126. Sołoma L., *Metody i techniki badań socjologicznych. Wybrane zagadnienia*, Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości, Olsztyn 1999.
127. Stankiewicz M. J., *Konkurencyjność przedsiębiorstwa. Budowanie konkurencyjności przedsiębiorstwa w warunkach globalizacji*, Wydawnictwo „Dom Organizatora”, Toruń 2002.

128. Stawasz E., *Innowacje a mała firma*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 1999.
129. Sztucki T., *Marketing przedsiębiorcy i menedżera*, Placet, Warszawa, 1996.
130. Sztumska B., *Etyka działalności gospodarczej w warunkach gospodarki rynkowej*, [w:] *Społeczno – ekonomiczne determinanty funkcjonowania rynku*, Byłok F. [red.], WWzPCz, Częstochowa 2005.
131. Szymański W., *Teoria przedsiębiorcy i przedsiębiorczości*, [w:] *Przedsiębiorstwo, rynek, konkurencja*, Szymański W. [red.], Szkoła Główna Handlowa, Warszawa 1996.
132. Targalski J. [red.], *Podstawy przedsiębiorczości*, Akademia Ekonomiczna, Kraków 1995.
133. Tarnawa A., *Makroekonomiczna sytuacja Polski w 2008 roku*, [w:] *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2007-2008*, Żołnierski A. [red.], PARP, Wydawnictwo Naukowe Instytutu Technologii Eksploatacji – PIB, Radom 2009.
134. Theiss M., *Operacjonalizacja kapitału społecznego w badaniach empirycznych*, [w:] *Kapitał społeczny – aspekty teoretyczne i praktyczne*, Januszek H. [red.], Zeszyty Naukowe 42, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Poznań 2004.
135. Towarnicka H., *Strategie i taktyki inwestycyjne polskich przedsiębiorstw w warunkach zmian systemowych*, Akademia Ekonomiczna, Wrocław 1991.
136. Tyszka T., *Psychologia zachowań ekonomicznych*, PWN, Warszawa 1997.
137. Tyszka M., Maćko A., Wesołowska E., *Kim są przedsiębiorcy?*, Rynek Pracy nr 9-10 (129-130) 2002.
138. Tsai W., Ghoshal S., *Social Capital and Value Creation: The Role of Intrafirm Networks*, *Academy of Management Journal* 1998, vol.41, no. 4.
139. Ujda-Dyńka B., *Przedsiębiorca i przedsiębiorczość w teorii ekonomii*, [w:] *Uwarunkowania przedsiębiorczości*, Jaremczuk K. [red.], Tarnobrzeg 2004.
140. Utterback J.M., *Innovation and Corporate Strategy*, *International Journal of Technology Management* 1986, vol. 1-2.
141. Wanielista K., Miłkowska I., *Słownik menedżera*, Wydawnictwo naukowo techniczne FRAKTAL, Wrocław 1998.
142. Wasilewski J., *Formowanie się nowej elity. Jak wiele nomenklatury zostało?*, [w:] *Ludzie i instytucje. Stawanie się ładu społecznego*, Sułek A., Styk J. [red.], Pamięci IX ogólnopolskiego zjazdu socjologicznego, Wydawnictwo UMCS, Lublin 1995.
143. Weber M., *Etyka protestancka a duch kapitalizmu*, Wydawnictwo Test, Lublin MCMXCIV.
144. Wesołowski W., *Procesy klasotwórcze w teoretycznej perspektywie*, [w:] Sułek A., Styk J. [red.], *Ludzie i instytucje. Stawanie się ładu społecznego*, Pamiętnik IX ogólnopolskiego zjazdu socjologicznego, Wydawnictwo UMCS, Lublin 1995.
145. Wiatrak A.P., *Polityka wspierania małych i średnich przedsiębiorstw w Unii Europejskiej i w Polsce*, [w:] *Uwarunkowania przedsiębiorczości*, Jaremczuk K. [red.], Tarnobrzeg 2004.
146. Winter I., *Towards a theorized understanding of family life and social capital*, Australian Institute of Family Studies, Working Paper No. 21, April 2000.
147. Wyżnikiewicz B., *Konkurencyjność MŚP*, [w:] *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2007-2008*, Żołnierski A. [red.], PARP, Wydawnictwo Naukowe Instytutu Technologii Eksploatacji – PIB, Radom 2009.

148. Wojciechowski L., *Fundacja klasztoru jasnogórskiego* [w:] *Częstochowa. Dzieje miasta i klasztoru jasnogórskiego*, Kiryk F. [red.], Urząd Miasta Częstochowy, Częstochowa 2002.
149. Woodward R. [red.], *Sieci innowacji w polskiej gospodarce – stan obecny i perspektywy rozwoju*, Raport CASE nr 60, CASE, Warszawa 2005.
150. Wójcik P., *Jak wspierać lokalną przedsiębiorczość*, Gazeta prawna nr 82 (1447) 27 kwietnia 2005.
151. *Zbiornicze zestawienie dostępnych instrumentów wsparcia (wg stanu na dzień 1 lipca 2009r.)*, Ministerstwo Gospodarki, Departament Rozwoju Gospodarki, Warszawa, lipiec 2009.
152. Złotkowski D., *Gospodarka miast powiatu częstochowskiego w okresie Księstwa Warszawskiego* [w:] *Ziemia częstochowska. Tom XXVII. Szkice i materiały dotyczące ziem powiatu częstochowskiego*, Antoniewicz M. [red.], Wyższa Szkoła Pedagogiczna w Częstochowie, Częstochowa 2000.
153. Związek J., *Przeszłość kościoła katolickiego na ziemiach powiatu częstochowskiego*, [w:] *Ziemia częstochowska. Tom XXVII. Szkice i materiały dotyczące ziem powiatu częstochowskiego*, Antoniewicz M. [red.], Wyższa Szkoła Pedagogiczna w Częstochowie, Częstochowa 2000.
154. Żołnierski A., *Znaczenie sektora MŚP w Polsce*, [w:] *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2007-2008*, Żołnierski A. [red.], PARP, Wydawnictwo Naukowe Instytutu Technologii Eksploatacji – PIB, Radom 2009.
155. Żołnierski A., *Innowacyjność polskich mikroprzedsiębiorstw*, PARP 2005.
156. Żołnierski A., Zadura-Lichota P. [red.], *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2006–2007*, PARP, Warszawa 2008.

Dz. U. Nr 34, poz. 311 Rozporządzenie Rady ministrów z 13-go lipca 2000 r. w sprawie wprowadzenia Nomenklatury Jednostek Terytorialnych do Celów Statystycznych (NTS) (Dz. U. Nr 58, poz. 685).

Dz. U. 1999, Nr 101, Rozdział 1 Przepisy ogólne, art. 2.1.

Dz. U. 1999, Nr 101, Rozdział 6 Mali i średni przedsiębiorcy, art. 54-55.

Dz. U. Nr 96 poz. 603. Ustawa z dnia 24 lipca 1998 r. o wprowadzeniu zasadniczego trójstopniowego podziału terytorialnego państwa.

Dz. U. z 1998 r. nr 96, poz. 603

§ 6.1. Dz. U. 1998 nr 157 poz. 1031, Rozporządzenie Rady Ministrów z dn. 15.12.1998 r. w sprawie szczegółowych zasad prowadzenia, stosowania i udostępniania krajowego rejestru urzędowego podziału terytorialnego kraju oraz związanych z tym obowiązków organów administracji rządowej i jednostek samorządu terytorialnego, Rozdział 2, Szczegółowe zasady prowadzenia rejestru terytorialnego.

Dz.U. Unii Europejskiej L 124 z 20.05.2003.

www.access2finance.eu/pl/Poland/what_is_available.htm

www.fundusze-strukturalne.gov.pl/phare/

www.fundusze-strukturalne.gov.pl

www.ngo.gostyn.pl/word/StrategiaRozwojuSpoleczenstwaObywatelskiego.doc

www.czystochowa.pl

www.czystochowa.powiat.pl

www.czystochowa.pl/poradnik-dla-przedsiębiorcy-i-inwestora/informator-dla-przedsiębiorcy-i-inwestora/

www.parp.gov.pl/innowacje.php

www.ukie.gov.pl

SPIS TABEL

Tabela 1. Pojęcie przedsiębiorczości w ujęciu wybranych autorów	19
Tabela 2. Teoretyczny model oddziaływania właściwości małej przedsiębiorczości na gospodarkę narodową.....	57
Tabela 3. Wybrane do analiz badawczych determinanty małej przedsiębiorczości	119
Tabela 4 Zmienne i ich wskaźniki określone dla hipotezy: „Determinanty wewnętrzne oraz struktury sieciowe w większym stopniu wpływają na rozwój małej przedsiębiorczości niż czynniki otoczenia.”	120
Tabela 5. Zmienne i ich wskaźniki określone dla hipotezy: „Właściciele przedsiębiorstw o wyższych wskaźnikach rozwoju wyżej oceniają czynniki kapitału społecznego środowiska lokalnego niż pozostali przedsiębiorcy.”	121
Tabela 6. Zmienne i ich wskaźniki określone dla hipotezy: „Rozwój małej przedsiębiorczości jest w większym stopniu uzależniony od czynników psychospołecznych przedsiębiorców niż od czynników ekonomicznych.”	122
Tabela 7. Zmienne i ich wskaźniki określone dla hipotezy: „Deklarowana postawa etyczna przedsiębiorcy pozostaje w zależności z poziomem rozwoju przedsiębiorstwa.”	122
Tabela 8. Zmienne i ich wskaźniki określone dla hipotezy: „Firmy rozwijające się zarządzane są przez przedsiębiorców, którzy charakteryzują się cechami określanymi jako przedsiębiorcze.”	123
Tabela 9. Struktura ankiety	125
Tabela 10. Gminy powiatu częstochowskiego.....	142
Tabela 11. Powierzchnia i ludność rejonu częstochowskiego w 2007 r.	148
Tabela 12. Pracujący rejonu częstochowskiego w 2007 r.....	149
Tabela 13. Bezrobotni rejonu częstochowskiego w 2007 r.....	149
Tabela 14. Podmioty gospodarki narodowej zarejestrowane w rejestrze REGON na 10 tys. ludności w 2007 r.....	150
Tabela 15. Nakłady inwestycyjne w przedsiębiorstwach rejonu częstochowskiego wg lokalizacji inwestycji (ceny bieżące) w 2007 r.	150
Tabela 16. Wartość brutto środków trwałych w przedsiębiorstwach (bieżące ceny ewidencyjne) w 2007 r.	150
Tabela 17. Podmioty gospodarki narodowej sektora prywatnego Częstochowy i powiatu częstochowskiego w latach 1998-2007	151

Tabela 18. Najczęściej deklarowane bariery napotkane podczas zakładania	179
Tabela 19. Najczęściej deklarowane bariery napotkane podczas prowadzenia	180
Tabela 20. Najpoważniejsze deklarowane bariery utrudniające rozwój działalności gospodarczej (ankieta pyt. 50)	181
Tabela 21. Stopień pokrewieństwa wspólników (ankieta pyt. 3).....	183
Tabela 22. Przedsiębiorstwa rozwojowe – analizowane częstości dla poszczególnych pytań w kategoriach kwalifikowanych.....	217
Tabela 23. Wyznaczone wskaźniki dla zmiennej: „wewnętrzne determinanty przedsiębiorstwa” z wprowadzoną zmianą	219
Tabela 24. Średni czas prowadzenia przedsiębiorstw rozwojowych oraz średni czas prowadzenia przedsiębiorstwach nierozwojowych.....	220
Tabela 25. Zależność między wielkością przedsiębiorstwa a stanem rozwoju przedsiębiorstwa.....	220
Tabela 26. Zależności między liczbą wspólników a stanem rozwoju przedsiębiorstwa	221
Tabela 27. Zależności między typem działalności a stanem rozwoju przedsiębiorstwa	221
Tabela 28. Zależności między formą prawną a poziomem rozwoju przedsiębiorstwa.....	222
Tabela 29. Zależność między poziomem technologii maszyn i urządzeń a stanem rozwoju przedsiębiorstwa.....	223
Tabela 30. Zależność między korzystaniem z odpłatnych (zewnętrznych) patentów i licencji a stanem rozwoju przedsiębiorstwa.....	223
Tabela 31. Zależność między własnymi, stworzonymi w firmie patentami, licencjami, know-how a stanem rozwoju przedsiębiorstwa	224
Tabela 32. Zależność między tworzeniem budżetu na cele badawczo - rozwojowe a stanem rozwoju przedsiębiorstwa.....	225
Tabela 33. Średni wiek przedsiębiorcy w przedsiębiorstwach rozwojowych oraz w przedsiębiorstwach nierozwojowych	225
Tabela 34. Zależności między płcią przedsiębiorcy a poziomem rozwoju przedsiębiorstwa	226
Tabela 35. Zależności między wykształceniem przedsiębiorcy a poziomem rozwoju przedsiębiorstwa.....	227
Tabela 36. Zależności między współpracą z instytucjami badawczo-rozwojowymi a poziomem rozwoju przedsiębiorstwa	228
Tabela 37. Zależności między współpracą przedsiębiorstwa z ośrodkami doradczymi a poziomem jego rozwoju	228

Tabela 38. Zależności między kooperacją formalną z innymi przedsiębiorstwami a poziomem rozwoju firmy	229
Tabela 39. Zależności między kooperacją nieformalną z innymi przedsiębiorstwami a stanem rozwoju firmy.....	230
Tabela 40. Zależności między zrzeszaniem się przedsiębiorcy a stanem rozwoju przedsiębiorstwa.....	230
Tabela 41. Zależności między miejscem prowadzenia działalności przedsiębiorstwa a stanem rozwoju przedsiębiorstwa.....	231
Tabela 42. Zależności między źródłem finansowania inwestycji a stanem rozwoju przedsiębiorstwa.....	232
Tabela 43. Zależności między wiedzą na temat konkurencji a poziomem rozwoju przedsiębiorstwa.....	232
Tabela 44. Zależności między relacjami przedsiębiorcy z konkurencją a poziomem rozwoju przedsiębiorstwa.....	233
Tabela 45. Zależności między oceną warunków prowadzenia przedsiębiorstwa związana z jego otoczeniem a poziomem rozwoju firmy	234
Tabela 46. Zależności między zaspokojeniem potrzeb i oczekiwań przez lokalnych dostawców a stanem rozwoju przedsiębiorstwa.....	234
Tabela 47. Podsumowanie testów niezależności oraz dla dwóch średnich, zmiennych: „wewnętrzne determinanty działalności” i „stan rozwoju przedsiębiorstwa”.....	235
Tabela 48. Podsumowanie testów niezależności zmiennych: „struktury sieciowe przedsiębiorstwa” i „stan rozwoju przedsiębiorstwa”.....	236
Tabela 49. Podsumowanie testów niezależności zmiennych: „otoczenie społeczno – gospodarcze” i „stan rozwoju przedsiębiorstwa”.....	236
Tabela 50. Przedsiębiorstwa posiadające silne struktury sieciowe. Analizowane częstości dla poszczególnych pytań w kategoriach kwalifikowanych	240
Tabela 51. Zależności między strukturą sieciową a stanem rozwoju przedsiębiorstwa	240
Tabela 52. Relacje z otoczeniem. Analizowane częstości dla poszczególnych pytań w kategoriach kwalifikowanych.....	241
Tabela 53. Zależności między oceną relacji z otoczeniem a stanem rozwoju przedsiębiorstwa.....	242
Tabela 54. Zależności między oceną relacji z otoczeniem a poziomem struktur sieciowych.....	243
Tabela 55. Podsumowanie testów niezależności zmiennych: „struktury sieciowe przedsiębiorstwa”, „ocena relacji z otoczeniem” i „stan rozwoju przedsiębiorstwa”.....	244

Tabela 56. Wyznaczone wskaźniki dla zmiennej: „uwarunkowania ekonomiczne przedsiębiorstwa” z wprowadzoną zmianą	245
Tabela 57. Zależności między tradycją prowadzenia działalności gospodarczej w bliższej lub dalszej rodzinie właściciela a potencjałem rozwojowym przedsiębiorstwa	246
Tabela 58. Zależności między doświadczeniem zawodowym właściciela a potencjałem rozwojowym przedsiębiorstwa.....	246
Tabela 59. Zależności między stosunkiem przedsiębiorcy do podejmowania ryzyka a potencjałem rozwojowym przedsiębiorstwa	247
Tabela 60. Zależności między umiejscowieniem kontroli a poziomem rozwoju przedsiębiorstwa.....	248
Tabela 61. Zależności między postrzeganiem siebie jako osoby przedsiębiorczej przez właściciela a poziomem rozwoju przedsiębiorstwa.....	248
Tabela 62. Zależności między stosunkiem do firmy przejawionym w emocjonalnym zaangażowaniu przedsiębiorcy a spełnianiem przez przedsiębiorstwo cech rozwojowych ..	249
Tabela 63. Podsumowanie testów niezależności zmiennych: „cechy psychospołeczne i demograficzne przedsiębiorcy” oraz „stan rozwoju przedsiębiorstwa”.....	250
Tabela 64. Podsumowanie testów niezależności zmiennej „uwarunkowania ekonomiczne przedsiębiorstwa” i „stan rozwoju przedsiębiorstwa”.....	252
Tabela 65. Zależności między stosunkiem do własnych zachowań nieetycznych właściciela a spełnianiem przez przedsiębiorstwo cech rozwojowych.....	258
Tabela 66. Zależności między stosunkiem do działań nielegalnych a poziomem rozwoju przedsiębiorstwa.....	258
Tabela 67. Zależności między łamaniem prawa w historii przedsiębiorstwa a poziomem rozwoju przedsiębiorstwa.....	259
Tabela 68. Zależności między stosunkiem przedsiębiorcy do zachowań nieetycznych innych przedsiębiorców a poziomem rozwoju przedsiębiorstwa.....	260
Tabela 69. Podsumowanie testów niezależności zmiennych: „deklarowana postawa etyczna przedsiębiorcy” i „poziom rozwoju przedsiębiorstwa”	260
Tabela 70. Przedsiębiorcy o cechach uznanych za przedsiębiorcze. Analizowane częstości dla poszczególnych pytań w kategoriach kwalifikowanych	262
Tabela 71. Zależności między przedsiębiorczym właścicielem a poziomem rozwoju przedsiębiorstwa.....	263
Tabela 72. Średni wiek przedsiębiorczego oraz nieprzedsiębiorczego właściciela firmy	264
Tabela 73. Zależności między płcią przedsiębiorcy a jego przedsiębiorczymi cechami	264

Tabela 74. Zależności między wykształceniem przedsiębiorcy a jego przedsiębiorczymi cechami.....	265
Tabela 75. Zależności między doświadczeniem zawodowym a przedsiębiorczymi cechami właściciela.....	266
Tabela 76. Zależności między tradycją prowadzenia działalności gospodarczej w rodzinie a przedsiębiorczymi cechami właściciela	266
Tabela 77. Zależności między poziomem akceptacji własnych nieetycznych zachowań przez przedsiębiorcę a jego przedsiębiorczymi cechami	267
Tabela 78. Podsumowanie testów statystycznych dla zmiennych: „cechy społeczne i demograficzne przedsiębiorcy” oraz „przedsiębiorcze cechy właściciela”	268

SPIS WYKRESÓW

Wykres 1. Dynamika wzrostu PKB w Polsce w latach 1991–2007 (w %)	48
Wykres 2. Inflacja w Polsce w latach 1991–2007 (w %)	50
Wykres 3. Stopa bezrobocia w Polsce w latach 1990–2007 (w %)	52
Wykres 4. Liczba przedsiębiorstw zarejestrowanych w REGON według klas wielkości w latach 2003–2007 (w jednostkach naturalnych)	55
Wykres 5. Struktura sektora MŚP w 2007 roku dla rejonu częstochowskiego i Polski	152
Wykres 6. Liczba przedsiębiorstw według zatrudnienia (ankieta pyt. 7)	165
Wykres 7. Czas działalności przedsiębiorstw rejonu częstochowskiego (ankieta pyt. 1)	165
Wykres 8. Forma prawna podmiotów gospodarczych (ankieta pyt. 5)	166
Wykres 9.: Działalność branżowa przedsiębiorstw (ankieta pyt.6)	166
Wykres 10. Miejsce działalności gospodarczej (ankieta pyt.4)	167
Wykres 11. Zasięg geograficzny prowadzonej działalności (ankieta pyt. 10)	168
Wykres 12. Źródło kapitału założycielskiego przedsiębiorstw (ankieta pyt. 11)	168
Wykres 13. Kondycja przedsiębiorstw w ocenie właścicieli (ankieta pyt. 13)	169
Wykres 14. Zyski przedsiębiorstw z ostatnich trzech miesięcy działalności (ankieta pyt. 12)	169
Wykres 15. Poziom technologii maszyn i urządzeń przedsiębiorstw (nowoczesność) (ankieta pyt. 15)	170
Wykres 16. Zasoby technologii informacyjno-telekomunikacyjnej firm (ankieta pyt. 17)	170
Wykres 17. Wykorzystanie zasobów i usług internetowych w swojej działalności (ankieta pyt. 18.1)	171
Wykres 18. Korzystanie z zakupionych patentów i licencji (ankieta pyt. 19)	172
Wykres 19. Posiadanie własnych patentów i licencji (ankieta pyt. 20)	172
Wykres 20. Przeznaczanie zysku na cele badawczo-rozwojowe (ankieta pyt. 21)	172
Wykres 21. Źródła finansowania inwestycji podmiotów gospodarczych (ankieta pyt. 25)	174
Wykres 22. Przedmiot inwestycji przedsiębiorstw (ankieta pyt. 26)	175
Wykres 23. Plany inwestycyjne przedsiębiorstw na najbliższe 3 lata (ankieta pyt. 23)	175
Wykres 24. Działania podejmowane w celu poprawy kondycji przedsiębiorstw (ankieta pyt. 14)	176
Wykres 25. Przyczyny planowania zatrudnienia nowych pracowników (ankieta pyt. 9.1)	177
Wykres 26. Przyczyny nie zatrudniania nowych pracowników (ankieta pyt. 9.2.)	177

Wykres 27. Osoba zakładająca przedsiębiorstwo (ankieta pyt. 2).....	183
Wykres 28. Zatrudnieni według stopnia pokrewieństwa i znajomości z przedsiębiorcą (ankieta pyt. 8).....	184
Wykres 29. Współpraca przedsiębiorstw w oparciu o umowę prawną (ankieta pyt. 31)	185
Wykres 30. Nieformalna współpraca między przedsiębiorstwami (ankieta pyt. 32).....	186
Wykres 31. Członkowie organizacji przedstawicielskich biznesu (ankieta pyt. 28.1)	186
Wykres 32. Współpraca z instytucjami naukowo – badawczymi (ankieta pyt. 29).....	186
Wykres 33. Współpraca przedsiębiorstw z instytucjami wspierającymi przedsiębiorczość (ankieta pyt. 27).....	187
Wykres 34. Formy współpracy przedsiębiorstw z innymi organizacjami (ankieta pyt. 33)..	188
Wykres 35. Stosunek przedsiębiorców do współpracy firm (ankieta pyt. 34).....	189
Wykres 36. Trudności współpracy między przedsiębiorstwami (ankieta pyt. 35)	190
Wykres 37. Relacje firm z konkurencją w opinii przedsiębiorców(ankieta pyt. 36)	190
Wykres 38. Zaspokojenie potrzeb przedsiębiorców przez dostawców lokalnych (ankieta pyt. 39).....	191
Wykres 39. Źródła informacji przedsiębiorstw na temat rynku (ankieta pyt. 38)	192
Wykres 40. Stosunek społeczności lokalnej do małej przedsiębiorczości w opinii przedsiębiorców (ankieta pyt. 40)	193
Wykres 41. Stosunek urzędów lokalnych do małej przedsiębiorczości w opinii przedsiębiorców (ankieta pyt. 40)	194
Wykres 42. Stosunek władz lokalnych do małej przedsiębiorczości w opinii przedsiębiorców (ankieta pyt. 40).....	194
Wykres 43. Ocena działań władz lokalnych na rzecz wspierania małej przedsiębiorczości (ankieta pyt. 41).....	195
Wykres 44. Działania wspierające małą przedsiębiorczość oczekiwane przez przedsiębiorców wobec władz lokalnych (ankieta pyt. 42).....	196
Wykres 45. Czynniki wpływające na przedsiębiorczość w rejonie częstochowskim (ankieta pyt. 51).....	197
Wykres 46. Ocena warunków prowadzenia działalności w rejonie częstochowskim (ankieta pyt. 49).....	198
Wykres 47. Ocena przedsiębiorczości mieszkańców rejonu częstochowskiego (ankieta pyt. 52).....	199
Wykres 48. Uczestnictwo przedsiębiorców w życiu społeczności lokalnej (ankieta pyt. 43.1).....	199

Wykres 49. Struktura wieku właścicieli badanych przedsiębiorstw rejonu częstochowskiego według płci (ankieta – metryczka)	200
Wykres 50. Wykształcenie właścicieli badanych przedsiębiorstw rejonu częstochowskiego (ankieta - metryczka).....	201
Wykres 51. Miejsce pracy przedsiębiorcy przed założeniem firmy (ankieta pyt. 53).....	202
Wykres 52. Liczba miejsc pracy przedsiębiorców przed założeniem własnej firmy (ankieta pyt. 54).....	202
Wykres 53. Miejsce pracy poza własnym przedsiębiorstwem (ankieta pyt. 55.1)	203
Wykres 54. Wewnętrzne czynniki wpływające na decyzję podjęcia działalności gospodarczej (ankieta pyt. 56).....	203
Wykres 55. Zewnętrzne czynniki wpływające na decyzję podjęcia działalności gospodarczej (ankieta pyt. 44).....	204
Wykres 56. Rodzinne tradycje prowadzenia własnego przedsiębiorstwa(ankieta pyt. 45) ...	204
Wykres 57. Przedsiębiorcza aktywność wśród przyjaciół i bliskich znajomych przedsiębiorców (ankieta pyt. 46)	205
Wykres 58. Cele prowadzenia przedsiębiorstwa (ankieta pyt. 57)	206
Wykres 59. Stosunek do prowadzonego przedsiębiorstwa (ankieta pyt. 68).....	207
Wykres 60. Uwarunkowania sukcesu rynkowego w opinii przedsiębiorców (ankieta pyt. 61).....	207
Wykres 61. Najważniejsze cele życiowe i dążenia przedsiębiorców (ankieta pyt. 58)	208
Wykres 62. Stosunek do podejmowania ryzyka w działaniach rynkowych (ankieta pyt. 59).....	209
Wykres 63. Wybór cech, które powinny charakteryzować przedsiębiorcę wg badanych właścicieli (ankieta pyt. 66)	209
Wykres 64. Ocena własnej przedsiębiorczości właścicieli firm (ankieta pyt. 67).....	210
Wykres 65. Źródło życiowych osiągnięć w opinii przedsiębiorców (ankieta pyt. 60)	211
Wykres 66. Zachowania na granicy prawa (ankieta pyt. 62)	212
Wykres 67. Dopuszczanie złamania prawa, w sytuacji małego prawdopodobieństwa wykrycia (ankieta pyt. 63).....	213
Wykres 68. Działania nielegalne w historii przedsiębiorstwa (ankieta pyt. 64).....	213
Wykres 69. Stosunek przedsiębiorców do nieetycznych działań rynkowych innych (ankieta pyt. 65).....	214
Wykres 70. Rozkład kobiet i mężczyzn przedsiębiorców w kategoriach: przedsiębiorstwa rozwojowe i nierozwojowe	254

Wykres 71. Doświadczenie zawodowe w kategoriach: przedsiębiorstwa rozwojowe i nierozwojowe	255
Wykres 72. Tradycje przedsiębiorczości w rodzinie w kategoriach: przedsiębiorstwa rozwojowe i nierozwojowe	256
Wykres 73. Stosunek do przedsiębiorstwa w kategoriach: przedsiębiorstwa rozwojowe i nierozwojowe	256
Wykres 74: Rozkład wielkości przedsiębiorstw w kategorii: rozwojowe i nierozwojowe....	270
Wykres 75. Rozkład przedsiębiorstw według formy prawnej w kategorii: firmy rozwojowe i nierozwojowe	270
Wykres 76. Rozkład przedsiębiorstw według posiadania własnych patentów, opracowanych licencji, know-how w kategorii: rozwojowe i nierozwojowe	271
Wykres 77. Rozkład przedsiębiorstw według tworzenia budżetu na cele badawczo - rozwojowe w kategorii: firmy rozwojowe i nierozwojowe	271
Wykres 78. Rozkład kooperacji formalnej firm z innymi przedsiębiorstwami w kategorii: rozwojowe i nierozwojowe	272
Wykres 79. Rozkład współpracy przedsiębiorstw z instytucjami naukowo-badawczymi w kategorii: rozwojowe i nierozwojowe	273
Wykres 80: Rozkład współpracy przedsiębiorstw z ośrodkami doradczymi w kategorii: rozwojowe i nierozwojowe	273
Wykres 81. Rozkład zrzeszania się przedsiębiorców w kategorii przedsiębiorstw rozwojowych i nierozwojowych	274
Wykres 82. Rozkład źródeł finansowania inwestycji przedsiębiorstw w kategorii: rozwojowe i nierozwojowe	274
Wykres 83. Rozkład relacji firm tej samej branży w kategorii: rozwojowe i nierozwojowe	275

SPIS RYSUNKÓW

Rysunek 1. Makroekonomiczne uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości	47
Rysunek 2. Instrumenty oddziaływania samorządów terytorialnych na rozwój przedsiębiorczości	70
Rysunek 3. Rejon częstochowski: podział na gminy	141
Rysunek 4. Podregion częstochowski	143
Rysunek 5. Województwo śląskie z podziałem na podregiony statystyczne.....	144
Rysunek 6. Położenie rejonu częstochowskiego w kontekście przepływów potencjałów rozwojowych wschód – zachód i północ – południe.....	145
Rysunek 7. Powiat częstochowski i miasto Częstochowa: sieć dróg krajowych, wojewódzkich i powiatowych	146
Rysunek 8. Powiązania komunikacyjne rejonu częstochowskiego z najbliższymi ważnymi ośrodkami	147

ZAŁĄCZNIK

Małe i średnie przedsiębiorstwa prywatne regionu częstochowskiego

Szanowna Pani, Szanowny Panie!

Zwracam się z uprzejmą prośbą o wzięcie udziału w badaniu i wypełnienie ankiety. Badanie dotyczy zagadnień szeroko rozumianej przedsiębiorczości. Respondentami są właściciele małych i średnich firm prywatnych (samozatrudnieni oraz zatrudniający poniżej 250 pracowników) z siedzibą w Częstochowie lub powiecie częstochowskim.

Zapewniam, że Pana(i) odpowiedzi są objęte tajemnicą i będą wykorzystywane jedynie w postaci zbiorczych zestawień. Wybrane odpowiedzi proszę zakreślić krzyżykiem.

*Dziękuję za rzetelne wypełnienie ankiety
Katarzyna Kukowska*

CZĘŚĆ I Przedsiębiorstwo –informacje podstawowe

1. Rok rozpoczęcia działalności przedsiębiorstwa:

2. Przez kogo zostało założone przedsiębiorstwo?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> przez Pana/Panią samego (sama) | <input type="checkbox"/> przez innego członka rodziny |
| <input type="checkbox"/> przez Pana/Pani ojca lub matkę | <input type="checkbox"/> przez osobę trzecią |

3. Liczba wspólników:.....

- | | | |
|--|--|---|
| <input type="checkbox"/> wspólnicy to najbliższa rodzina | <input type="checkbox"/> wspólnicy są spokrewnieni | <input type="checkbox"/> wspólnicy nie są spokrewnieni |
|--|--|---|

4. Miejsce prowadzenia działalności:

- | | |
|---------------------------------|-------------------------------|
| <input type="checkbox"/> miasto | <input type="checkbox"/> wieś |
|---------------------------------|-------------------------------|

5. Forma prawna firmy:

- | | | |
|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> osoba fizyczna prowadząca własną działalność gospodarczą | <input type="checkbox"/> spółka z o.o. | <input type="checkbox"/> spółka akcyjna |
| <input type="checkbox"/> spółka cywilna | <input type="checkbox"/> spółka jawna | <input type="checkbox"/> inne, jakie? |
| | <input type="checkbox"/> spółka komandytowa | |

6. W jakiej branży działa firma?

- | | | |
|---|---|--|
| <input type="checkbox"/> przemysł | <input type="checkbox"/> handel | <input type="checkbox"/> firma wielobranżowa |
| <input type="checkbox"/> budownictwo | <input type="checkbox"/> usługi | <input type="checkbox"/> inna |
| <input type="checkbox"/> obsługa nieruchomości i firm | <input type="checkbox"/> hotele i restauracje | działalność..... |

7. Przedsiębiorstwo:

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> nie zatrudnia pracowników
(proszę przejść do pytania 9) | <input type="checkbox"/> zatrudnia pracowników tylko sezonowo |
| <input type="checkbox"/> zatrudnia 1-9 pracowników | <input type="checkbox"/> zatrudnia pracowników nielegalnie (ilu?.....) |
| <input type="checkbox"/> zatrudnia 10-49 pracowników | <input type="checkbox"/> „zatrudnia” osoby fizyczne prowadzące własną działalność gospodarczą (ile?.....) |
| <input type="checkbox"/> zatrudnia 50-249 pracowników | |

8. Osoby zatrudnione w firmie to:

- | | | |
|---|---|--|
| <input type="checkbox"/> najbliższa rodzina | <input type="checkbox"/> osoby wcześniej nieznane, ale polecane przez kogoś | <input type="checkbox"/> bezrobotni z Urzędu Pracy |
| <input type="checkbox"/> krewni | <input type="checkbox"/> osoby obce | <input type="checkbox"/> trudno powiedzieć |
| <input type="checkbox"/> znajomi | | |

9. Czy planuje Pan(i) zatrudnienie pracownika(ów)?

- | | | |
|------------------------------|------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> tak | <input type="checkbox"/> nie | <input type="checkbox"/> trudno powiedzieć |
|------------------------------|------------------------------|--|

9.1. **Jeżeli tak, to dlaczego?**

- brak wystarczającej liczby pracowników do wykonywania zadań bieżących
- aktualnie zatrudnieni pracownicy nie są kompetentni
- szeroko rozumiana rozbudowa firmy
- zmiany w organizacji zarządzania firmą
- inne.....

9.2. **Jeżeli nie, to dlaczego?**

- firmy nie stać na utrzymanie większej liczby pracowników
- aktualna liczba zatrudnionych jest optymalna
- firma utrzymuje i tak zbyt dużą liczbę pracowników
- inne.....

10. Jaki jest zasięg geograficzny prowadzonej działalności?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Lokalny | <input type="checkbox"/> ogólnopolski |
| <input type="checkbox"/> regionalny | <input type="checkbox"/> międzynarodowy |
| <input type="checkbox"/> międzyregionalny | <input type="checkbox"/> trudno powiedzieć |

CZĘŚĆ II Rozwój i innowacyjność przedsiębiorstwa

11. Jakie jest źródło kapitału założycielskiego firmy?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> własne oszczędności | <input type="checkbox"/> pożyczka parabankowa |
| <input type="checkbox"/> pożyczki od rodziny i znajomych | <input type="checkbox"/> zagraniczne dotacje, granty, środki pomocowe |
| <input type="checkbox"/> pożyczka/kredyt bankowy | <input type="checkbox"/> inne..... |

12. Czy przedsiębiorstwo osiąga aktualnie zyski (w ciągu ostatnich 3 miesięcy) ?

- | | | |
|------------------------------|---|---|
| <input type="checkbox"/> tak | <input type="checkbox"/> nie, osiąga straty | <input type="checkbox"/> nie, pokrywa tylko koszty działalności |
|------------------------------|---|---|

13. Jak ocenia Pan(i) kondycję finansową swojej firmy

ulega poprawie utrzymuje się pogarsza się

14. Jakie działania podejmuje firma w celu poprawy swojej pozycji na rynku? *Proszę zaznaczyć 3 najważniejsze.*

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> udoskonalanie swoich produktów i usług oraz poprawa ich jakości | <input type="checkbox"/> nowa strategia marketingowa |
| <input type="checkbox"/> modernizacja maszyn i urządzeń oraz wdrażanie nowych technologii | <input type="checkbox"/> zmiany struktury organizacyjnej |
| <input type="checkbox"/> obniżka kosztów działalności | <input type="checkbox"/> zmiana asortymentu produkcji/usług |
| <input type="checkbox"/> zwolnienia pracowników | <input type="checkbox"/> zlecenie prac podwykonawcom |
| <input type="checkbox"/> permanentne doskonalenie pracowników poprzez szkolenia | <input type="checkbox"/> intensyfikacja działań innowacyjnych |
| | <input type="checkbox"/> współpraca w zakresie prac badawczo – rozwojowych |
| | <input type="checkbox"/> pozyskanie inwestora |
| | <input type="checkbox"/> inne..... |
| | <input type="checkbox"/> nie podejmuje żadnych działań |

15. Jak ocenia Pan(i) poziom technologii (stopień nowoczesności) wykorzystywanych w przedsiębiorstwie maszyn i urządzeń (w skali branży)?

- Wysoki średni niski trudno powiedzieć

16. Czy firma posiada komputery?

- tak (Proszę podać ich liczbę)
- nie (Proszę przejść do pytania 19)

17. Jakie zasoby technologii informacyjno-telekomunikacyjnej posiada firma?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> firmowa wewnętrzna sieć komputerowa | <input type="checkbox"/> konta poczty elektronicznej zarejestrowane pod własną domeną |
| <input type="checkbox"/> firmowa wewnętrzna sieć komputerowa bezprzewodowa | <input type="checkbox"/> sieć wewnętrzna (intranet) |
| <input type="checkbox"/> serwer | <input type="checkbox"/> firmowa zewnętrzna sieć (extranet) |

18. Czy firma wykorzystuje zasoby i usługi internetowe w swojej działalności?

- Tak Nie

18.1. **Jeżeli tak, to w jakim zakresie?**

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> informacje na temat branży/
monitorowanie rynku na jakim
działa | <input type="checkbox"/> szkolenia i edukacja |
| <input type="checkbox"/> bankowość elektroniczna | <input type="checkbox"/> własna strona internetowa |
| <input type="checkbox"/> ściąganie/odsyłanie formularzy | <input type="checkbox"/> poczta elektroniczna |
| <input type="checkbox"/> zakup produktów/usług | <input type="checkbox"/> reklama firmy |

19. Czy firma korzysta z zakupionych patentów czy licencji?

- Tak nie

20. Czy firma posiada własne patenty, opracowane licencje, know-how?

- Tak nie

21. Czy firma przeznaczą część zysku na cele badawczo – rozwojowe?

- Tak nie

22. Czy w ciągu 3 ostatnich lat działalności były prowadzone inwestycje?

- Tak nie

23. Jakie są plany inwestycyjne firmy na najbliższe 3 lata?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> zwiększenie nakładów na inwestycje | <input type="checkbox"/> nie planowane są |
| <input type="checkbox"/> utrzymanie nakładów inwestycyjnych na tym samym poziomie | <input type="checkbox"/> nakłady inwestycyjne |
| <input type="checkbox"/> zmniejszenie nakładów na inwestycje | <input type="checkbox"/> trudno powiedzieć |

24. Czy firma ma rozpoczęte inwestycje?

- Tak nie (Proszę przejść do pytania 27)

25. Z jakich środków finansowane są inwestycje firmy?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> wypracowany zysk firmy | <input type="checkbox"/> pożyczka/kredyt bankowy |
| <input type="checkbox"/> fundusze unijne | <input type="checkbox"/> pożyczka parabankowa |
| <input type="checkbox"/> własne oszczędności | <input type="checkbox"/> granty, środki pomocowe |
| <input type="checkbox"/> pożyczki od rodziny i znajomych | <input type="checkbox"/> inne |

26. Nakłady inwestycyjne firmy są ponoszone na:

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> budynki i budowle | <input type="checkbox"/> środki transportu |
| <input type="checkbox"/> maszyny, urządzenia techniczne i narzędzia | <input type="checkbox"/> szkolenie pracowników |
| <input type="checkbox"/> unowocześnianie i wprowadzanie nowych wyrobów | <input type="checkbox"/> zmniejszenie szkodliwości dla środowiska |
| | <input type="checkbox"/> inne..... |

27. W Polsce działa wiele rządowych jak i pozarządowych instytucji wspierających szeroko pojętą przedsiębiorczość. Czy zna Pan(i) takie organizacje?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> tak, współpracuję z taką organizacją | <input type="checkbox"/> tak, współpracowałem(am) z taką organizacją w przeszłości |
| <input type="checkbox"/> tak, planuję współpracę z taką organizacją | <input type="checkbox"/> nie |
| <input type="checkbox"/> tak, ale nie planuję współpracy | <input type="checkbox"/> trudno powiedzieć |

28. Czy jest Pan(i) członkiem organizacji przedstawicielskiej biznesu?

- | | |
|------------------------------|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Tak | <input type="checkbox"/> nie |
|------------------------------|------------------------------|

28.1. **Jeśli tak, to jakiej?**

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Izba Rzemieślnicza | <input type="checkbox"/> związek/stowarzyszenie/klub pracodawców |
| <input type="checkbox"/> Business Center Club | <input type="checkbox"/> organizacja przedsiębiorców lokalnych |
| <input type="checkbox"/> Izba Przemysłowo – Handlowa | <input type="checkbox"/> inne..... |

29. Czy firma współpracuje z instytucjami naukowo-badawczymi?

- | | | |
|--|--|---|
| <input type="checkbox"/> szkołą wyższą | <input type="checkbox"/> instytutem/zakładem PAN | <input type="checkbox"/> inne..... |
| <input type="checkbox"/> działem B+R innego przedsiębiorstwa | <input type="checkbox"/> resortowym instytutem/ośrodkiem naukowo-badawczym | <input checked="" type="checkbox"/> nie współpracuje |

30. Czy firma współpracuje z ośrodkami doradczymi?

- | | |
|------------------------------|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> tak | <input type="checkbox"/> nie |
|------------------------------|------------------------------|

31. Czy firma współpracuje z innymi przedsiębiorstwami w oparciu o umowę prawną? (np.: w ramach współpracy produkcyjnej, podwykonawstwa, dostawy itp.)

- | | |
|------------------------------|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> tak | <input type="checkbox"/> nie |
|------------------------------|------------------------------|

32. Czy firma współpracuje nieformalnie, w oparciu o zaufanie z innymi przedsiębiorstwami?

- | | |
|------------------------------|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> tak | <input type="checkbox"/> nie |
|------------------------------|------------------------------|

33. Z jakiej formy współpracy z innymi przedsiębiorstwami/podmiotami, **nie** będącymi bezpośrednimi dostawcami lub odbiorcami, korzysta firma?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> prace badawczo – rozwojowe | <input type="checkbox"/> doradztwo / konsultacje / opiniowanie rozwiązań |
| <input type="checkbox"/> zaopatrzenie, sprzedaż, marketing | <input type="checkbox"/> wymiana fachowców |
| <input type="checkbox"/> wspólne szkolenia i kształcenie | <input type="checkbox"/> eksport |
| <input type="checkbox"/> produkcja, kooperacja, podwykonawstwo | <input type="checkbox"/> import |
| <input type="checkbox"/> obsługa prawna i księgową | <input type="checkbox"/> firma z nikim nie współpracuje |

CZEŚĆ III Klimat współpracy

34. Czy współpracę z innymi przedsiębiorstwami/podmiotami uznaje Pan(i) za istotny czynnik rozwoju firmy?

- tak nie trudno powiedzieć

35. Jakie dostrzega Pan(i) trudności we współpracy z innymi firmami? *Proszę zaznaczyć 3 najważniejsze.*

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> brak odpowiednich partnerów | <input type="checkbox"/> brak miejsc i okazji do nawiązania współpracy |
| <input type="checkbox"/> wzajemna nieufność między przedsiębiorcami | <input type="checkbox"/> wysokie koszty współpracy |
| <input type="checkbox"/> brak potrzeby współpracy | <input type="checkbox"/> ryzyko utraty autonomii firmy |
| <input type="checkbox"/> brak tradycji współpracy | <input type="checkbox"/> inne..... |
| <input type="checkbox"/> brak tradycji samoorganizacji środowiska biznesu | |

36. Jak ocenia Pan(i) relacje pomiędzy firmami (działającymi w regionie) z tej samej branży?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> ostra konkurencja | <input type="checkbox"/> współpraca |
| <input type="checkbox"/> uczciwa konkurencja | <input type="checkbox"/> brak chęci do współpracy |
| <input type="checkbox"/> współpraca w przypadku zbieżności celów | <input type="checkbox"/> |

37. Jak ocenia Pan(i) swoją znajomość innych przedsiębiorstw z tej samej branży (ich produkcję, konkurencyjność wyrobów, stopień rozwoju, kwalifikacje kadry)?

- bardzo dobrze dobrze dostatecznie słabo nie znam wcale

38. Z jakich źródeł czerpie Pan(i) informacje o rynku na którym działa Pana(i) firma? *Proszę zaznaczyć 3 główne źródła.*

- | | | |
|--|--|---|
| <input type="checkbox"/> firmy doradcze | <input type="checkbox"/> konferencje | <input type="checkbox"/> Internet |
| <input type="checkbox"/> własne badania | <input type="checkbox"/> spotkania nieformalne | <input type="checkbox"/> reklama i targi |
| <input type="checkbox"/> prasa branżowa, specjalistyczna | <input type="checkbox"/> spotkania branżowe | <input type="checkbox"/> opinia klientów |
| <input type="checkbox"/> tygodniki/miesięczniki ogólnotematyczne | <input type="checkbox"/> media / prasa codzienna | <input type="checkbox"/> obserwacja konkurencji |
| | <input type="checkbox"/> własne doświadczenia | |

39. Czy lokalni dostawcy zaspokajają Pana(i) potrzeby i oczekiwania?

- tak nie

47. Co przysporzyło Panu(i) najwięcej **trudności podczas zakładania** firmy? *Proszę zaznaczyć 3 największe trudności.*

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> brak kapitału początkowego | <input type="checkbox"/> nadmiar spraw organizacyjnych |
| <input type="checkbox"/> brak odpowiedniego lokalu | <input type="checkbox"/> trudności z zakupem towarów |
| <input type="checkbox"/> problemy z rejestracją firmy | <input type="checkbox"/> brak surowców |
| <input type="checkbox"/> brak jasnych reguł rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw | <input type="checkbox"/> trudności z zakupem wyposażenia |
| <input type="checkbox"/> niejasne przepisy prawne | <input type="checkbox"/> problemy z organizacją sprzedaży |
| <input type="checkbox"/> trudności ze znalezieniem odpowiednich pracowników | <input type="checkbox"/> inne..... |
| | <input type="checkbox"/> nie było żadnych kłopotów |

48. Jakie **bariery** napotyka Pan(i) **podczas prowadzenia bieżącej działalności**? *Proszę zaznaczyć 3 główne bariery.*

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> nadmiar spraw administracyjnych | <input type="checkbox"/> trudności z zakupem wyposażenia |
| <input type="checkbox"/> wysokie podatki | <input type="checkbox"/> brak surowców |
| <input type="checkbox"/> koszty zatrudnienia/składki ZUS | <input type="checkbox"/> prawo podatkowe |
| <input type="checkbox"/> duża konkurencja | <input type="checkbox"/> rachunkowość/księgowość |
| <input type="checkbox"/> mała płynność finansowa | <input type="checkbox"/> prawo pracy |
| <input type="checkbox"/> niejasne przepisy prawne | <input type="checkbox"/> biurokracja |
| <input type="checkbox"/> brak reguł rozwoju MŚP | <input type="checkbox"/> brak dostatecznej wiedzy branżowej |
| <input type="checkbox"/> brak kapitału na inwestycje | <input type="checkbox"/> ograniczona dyspozycyjność |
| <input type="checkbox"/> problemy ze sprzedażą | <input type="checkbox"/> korupcja, zorganizowane grupy przestępcze |
| <input type="checkbox"/> trudności ze znalezieniem odpowiednich pracowników | <input type="checkbox"/> inne..... |
| <input type="checkbox"/> organizacja pracy pracowników | <input type="checkbox"/> nie ma żadnych barier |
| <input type="checkbox"/> położenie geograficzne | |

49. Czy warunki do prowadzenia działalności gospodarczej są w rejonie częstochowskim:

- | | | |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> lepsze niż gdzie indziej | <input type="checkbox"/> ani lepsze ani gorsze niż gdzie indziej | <input type="checkbox"/> tak samo złe |
| <input type="checkbox"/> tak samo dobre | <input type="checkbox"/> gorsze niż gdzie indziej | <input type="checkbox"/> nie mam zdania |

50. Jakie wg Pana(i) są najpoważniejsze **bariery utrudniające rozwój firmy** w rejonie częstochowskim? *Proszę zaznaczyć 3 główne bariery.*

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> nadmiar spraw administracyjnych | <input type="checkbox"/> niejasne przepisy prawne |
| <input type="checkbox"/> wysokie podatki | <input type="checkbox"/> wysokie stopy procentowe |
| <input type="checkbox"/> duża konkurencja | <input type="checkbox"/> nieskuteczna polityka wspierania przedsiębiorczości |
| <input type="checkbox"/> mała płynność finansowa | <input type="checkbox"/> wzrost kosztów produkcji |
| <input type="checkbox"/> brak kapitału na inwestycje | <input type="checkbox"/> brak ochrony przed konkurencją z zagranicy |
| <input type="checkbox"/> problemy ze sprzedażą | <input type="checkbox"/> trudność w uzyskaniu certyfikatów i norm jakości oraz bezpieczeństwa produktów |
| <input type="checkbox"/> trudności ze znalezieniem odpowiednich pracowników | <input type="checkbox"/> słaba znajomość zagranicznych rynków zbytu |
| <input type="checkbox"/> brak środków finansowych na modernizację przedsiębiorstwa | <input type="checkbox"/> inne..... |
| <input type="checkbox"/> wysokie i rosnące koszty pracy | |

51. Co głównie wpływa na warunki prowadzenia działalności gospodarczej w rejonie częstochowskim? *Proszę zaznaczyć 3 główne czynniki wpływu.*

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> położenie geograficzne, komunikacyjne | <input type="checkbox"/> tradycje społeczności lokalnej |
| <input type="checkbox"/> infrastruktura | <input type="checkbox"/> aktywność mieszkańców |
| <input type="checkbox"/> sprawność urzędów | <input type="checkbox"/> szkoły i wykształcenie mieszkańców |
| <input type="checkbox"/> urzędy skarbowe i inne urzędy kontroli | <input type="checkbox"/> inne..... |
| <input type="checkbox"/> instytucje wspierania biznesu | <input type="checkbox"/> nie mam zdania |

52. Czy uważa Pan(i) mieszkańców rejonu częstochowskiego za:

- | | | |
|--|---|---|
| <input type="checkbox"/> bardziej przedsiębiorczych od mieszkańców innych regionów | <input type="checkbox"/> mniej przedsiębiorczych od mieszkańców innych regionów | <input type="checkbox"/> nie mam zdania |
| <input type="checkbox"/> tak samo aktywnych jak mieszkańcy innych regionów | <input type="checkbox"/> tak samo pasywnych jak mieszkańcy innych regionów | |

CZĘŚĆ V Przedsiębiorca – właściciel

53. Jakie było miejsce Pana(i) pracy przed założeniem własnej firmy?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> założyłem(am) firmę jeszcze w trakcie nauki | <input type="checkbox"/> gospodarstwo rolne |
| <input type="checkbox"/> założyłem(am) firmę bezpośrednio po zakończeniu nauki | <input type="checkbox"/> inne przedsiębiorstwo prywatne |
| <input type="checkbox"/> przedsiębiorstwo rodzinne | <input type="checkbox"/> urząd |
| | <input type="checkbox"/> przedsiębiorstwo państwowe |

54. W ilu firmach pracował(a) Pan(i) przed założeniem własnego przedsiębiorstwa?
.....

55. Czy przedsiębiorstwo jest Pana(i) jedynym miejscem pracy?

- tak nie

55.1. **Jeżeli nie, to jest Pan(i):**

- | | | |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> właścicielem(ką) innej firmy | <input type="checkbox"/> współwłaścicielem innej firmy | <input type="checkbox"/> pracownikiem innej firmy |
|---|--|---|

56. Jakie czynniki wewnętrzne (subiektywne) wpłynęły na Pana(i) decyzję o założeniu własnej firmy? *Proszę zaznaczyć 3 najważniejsze.*

- | | | |
|--|--|---|
| <input type="checkbox"/> wiara w siebie | <input type="checkbox"/> wiedza | <input type="checkbox"/> potrzeba kierowania innymi |
| <input type="checkbox"/> otwartość na ryzyko | <input type="checkbox"/> potrzeba godziwych zarobków | <input type="checkbox"/> inne..... |
| <input type="checkbox"/> chęć pracy na własny rachunek | <input type="checkbox"/> potrzeba działania | |
| <input type="checkbox"/> zdobycie pozycji przedsiębiorcy | <input type="checkbox"/> wrodzona zaradność | |
| | <input type="checkbox"/> doświadczenie | |

57. Jaki jest główny cel prowadzenia przez Pana(i) własnej firmy ? *Proszę zaznaczyć 3 najważniejsze cele.*

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ciągły rozwój firmy | <input type="checkbox"/> utrzymanie tradycji rodzinnych |
| <input type="checkbox"/> zapewnienie stabilizacji | <input type="checkbox"/> zapewnienie sobie i rodzinie wysokiego standardu życia |
| <input type="checkbox"/> znalezienie inwestora | <input type="checkbox"/> zapewnienie dzieciom przyszłości |
| <input type="checkbox"/> wypracowanie wysokiego zysku | <input type="checkbox"/> inne..... |

58. Ludzie mają w życiu różne cele i dążenia. Które z poniższych celów są dla Pana(i) najważniejsze? *Proszę zaznać maksymalnie 3 odpowiedzi.*

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> bycie użytecznym dla innych | <input type="checkbox"/> zdobycie władzy politycznej |
| <input type="checkbox"/> bogate życie towarzyskie, rozrywki | <input type="checkbox"/> niezależność zawodowa |
| <input type="checkbox"/> miłość, przyjaźń | <input type="checkbox"/> spokojne życie bez kłopotów, konfliktów |
| <input type="checkbox"/> udane życie seksualne | <input type="checkbox"/> rozwój intelektualny |
| <input type="checkbox"/> udane życie rodzinne | <input type="checkbox"/> rozwój duchowy |
| <input type="checkbox"/> sukces w dziedzinie nauki/sztuki | <input type="checkbox"/> podróże po całym świecie |
| <input type="checkbox"/> sukces na rynku | <input type="checkbox"/> inne..... |
| <input type="checkbox"/> zdobycie majątku | |

59. Jaki jest Pana(i) stosunek do podejmowania ryzyka w działaniach rynkowych?

- lubię wyzwania i potrafię podejmować duże ryzyko
- akceptuję ryzyko, ale w umiarkowanym stopniu
- staram się unikać ryzyka

60. Od kogo (czego) według Pana(i) zależy osiągnięcie wyznaczonego sobie celu?

- przede wszystkim ode mnie, mojego zaangażowania
- niezależnie od moich celów i pragnień, działa wpływający na mnie system
- jest najczęściej dziełem sprzyjających okoliczności
- często mam wrażenie, że mam niewielki wpływ na osiągnięcie stawianego przed sobą celu
-

61. Które z poniższych propozycji uważa Pan(i) za najważniejsze by osiągnąć sukces na rynku? *Proszę zaznaczyć maksymalnie 3 odpowiedzi.*

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> wysokie kwalifikacje zawodowe | <input type="checkbox"/> szczęście, przypadek |
| <input type="checkbox"/> solidna rzetelna praca | <input type="checkbox"/> cwaniactwo, przebiegłość |
| <input type="checkbox"/> inicjatywa i przedsiębiorczość | <input type="checkbox"/> poleganie tylko na sobie |
| <input type="checkbox"/> wybór właściwej branży | <input type="checkbox"/> konsekwencja w dążeniu do celu |
| <input type="checkbox"/> znajomości, protekcja | <input type="checkbox"/> wiara, że się odniesie sukces |
| <input type="checkbox"/> zamożność rodziców | <input type="checkbox"/> inne..... |

62. Czy dopuszcza Pan(i) możliwość zachowania się na granicy prawa w działalności gospodarczej?

- | | | |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> tak, chcę osiągnąć sukces na rynku | <input type="checkbox"/> tak, jeśli to miało by uratować firmę przed stratami/upadkiem | <input type="checkbox"/> nie |
| | | <input type="checkbox"/> trudno powiedzieć |

63. Czy dopuszcza Pan(i) możliwość złamania prawa w działalności gospodarczej wiedząc, że wykrycie takiego działania jest mało prawdopodobne?

- | | | |
|------------------------------|------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> tak | <input type="checkbox"/> nie | <input type="checkbox"/> trudno powiedzieć |
|------------------------------|------------------------------|--|

64. Czy zdarzały się w historii przedsiębiorstwa działania nielegalne?

- | | |
|------------------------------|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> tak | <input type="checkbox"/> nie |
|------------------------------|------------------------------|

65. Jaki jest Pani(a) stosunek do nieetycznych działań rynkowych innych przedsiębiorców?

- są dopuszczalne, cel uświęca środki
- są dopuszczalne, jeśli nie krzywdzą bezpośrednio innych ludzi
- wszystko mi jedno pod warunkiem, że w żaden sposób mnie nie dotyczą
- należy je zwalczać

□ trudno powiedzieć

66. Które z wymienionych poniżej cech powinny wg Pana(i) charakteryzować przedsiębiorcę?
Proszę zaznaczyć 3 cechy, które uważa Pan(i) za najbardziej istotne.

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> komunikatywność | <input type="checkbox"/> cierpliwość |
| <input type="checkbox"/> uczciwość | <input type="checkbox"/> wizjonerstwo, charyzma |
| <input type="checkbox"/> samodyscyplina | <input type="checkbox"/> wysokie kwalifikacje |
| <input type="checkbox"/> ambicja | <input type="checkbox"/> umiejętność kierowania ludźmi |
| <input type="checkbox"/> ryzykanctwo | <input type="checkbox"/> chęć pomocy innym |
| <input type="checkbox"/> bezwzględność | <input type="checkbox"/> inne..... |

67. Uważa się Pan(i) za osobę przedsiębiorczą?

- tak nie trudno powiedzieć

68. Jaki jest Pana(i) stosunek do prowadzonego przedsiębiorstwa?

- jestem zaangażowana(y) w działalność firmy/czuję się z nią związana(y)
 jest dla mnie przede wszystkim środkiem utrzymania
 zakończył(a) bym działalność gdybym miał(a) inne możliwości utrzymania
 trudno powiedzieć

Metryczka:

Wiek:

Wykształcenie:

Płeć:

- | | | |
|------------------------------------|--|--|
| <input type="checkbox"/> kobieta | <input type="checkbox"/> podstawowe | <input type="checkbox"/> wyższe ekonomiczno-
menedżerskie |
| <input type="checkbox"/> mężczyzna | <input type="checkbox"/> zawodowe | <input type="checkbox"/> wyższe techniczne |
| | <input type="checkbox"/> średnie techniczne | <input type="checkbox"/> wyższe pozostałe |
| | <input type="checkbox"/> średnie
ogólnokształcące | <input type="checkbox"/> podyplomowe
specjalistyczne |