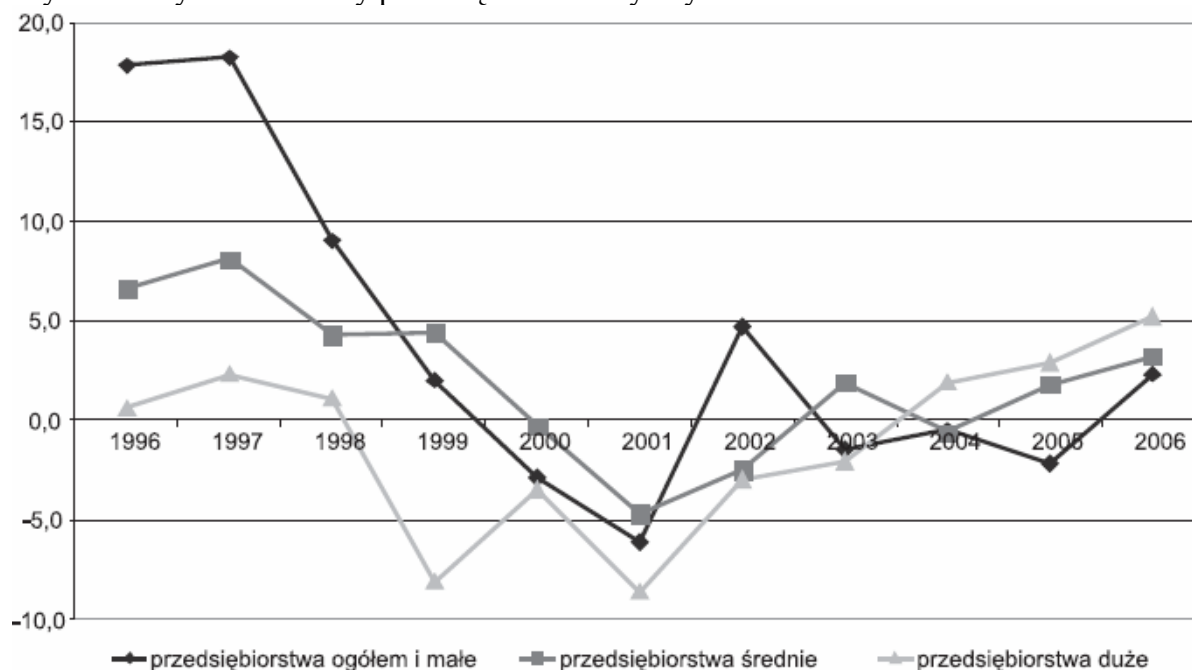


PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ. TAK, ALE NIE DLA WSZYSTKICH

Po przemianach systemowych w Polsce, przedsiębiorstwa wyrastały jak przysłowiowe „grzyby po deszczu”. W myśl głoszonych haseł: „bierzcie sprawy w swoje ręce”. I brali. Jednakże, nie wszystkim udało się przetrwać. Nie wystarczyły dobre chęci. Jakże są tego przyczyny? Co sprawiło, że jednym się udało, a innym nie? Co leży u podstaw sukcesu przedsiębiorstw?

Wykres 1. Dynamika liczby przedsiębiorstw aktywnych w latach 1999–2006



Źródło: *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2006–2007*, A. Żolnierski, P. Zadura-Lichota (red.), Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2008.

Na wykresie 1 przedstawiono zmiany liczby aktywnych przedsiębiorstw. Lata dziewięćdziesiąte to znaczny wzrost liczby tychże firm. Przyrosty te były znaczne, sugerować to może dynamiczny rozwój sektora MSP. Następnie zauważamy, że liczba przedsiębiorstw początkowo rosła coraz wolniej, a wkrótce odnotowano spadek. Dziś liczba przedsiębiorstw z roku na rok wzrasta, jednakże nie są to zbyt duże zmiany (tabela 1).

Część nowopowstałych firm upada. To naturalny proces. Przedsiębiorstwa, tak jak produkty, mają swój cykl życia. Jest to sekwencja etapów, przez które przechodzi większość organizacji w trakcie swego istnienia. Etapy te wykazują określone różnice zarówno pod względem ilościowym, jak też jakościowym. Wyróżnić można podstawowe etapy cyklu życia organizacji: narodziny, młodość, dojrzałość oraz schyłek. Istnieje tylko pytanie: jak długo

* mgr Jolanta Grąbczewska jest doktorantką Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu

będzie trwał każdy z tych etapów? Czy można odsunąć w przyszłość etap schyłku? I jak to zrobić?

Tabela 1. Podmioty gospodarcze zarejestrowane w rejestrze REGON według stanu na koniec lat 2005–2007 (z pominięciem *Rolnictwa i leśnictwa, Rybołówstwa i rybactwa oraz Administracji publicznej*)

Rok	Ogółem	z tego podmioty o liczbie zatrudnionych			
		0–9	10–49	50–249	pow. 249
Liczba podmiotów według stanu na koniec roku					
2005	3 501 114	3 333 607	138 321	25 017	4 169
2006	3 517 898	3 348 708	139 986	25 057	4 147
2007	3 564 602	3 392 583	142 729	25 110	4 180
Rok poprzedni = 100%					
2005	101,0	100,9	103,2	100,4	96,0
2006	100,5	100,5	101,2	100,2	99,5
2007	101,3	101,3	102,0	100,2	100,8

Źródło: A. Żołnierski, P. Zadura-Lichota (red.), *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2006–2007*, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2008.

Dawniej uważano, że upadłość firmy to jedynie zjawisko negatywne. Dziś opinie różnią się od tamtego podejścia. Twierdzi się, że upadłość przedsiębiorstwa to uwolnienie zasobów, które do tej pory były wykorzystywane nieefektywnie, skoro doprowadziło to do problemów firmy¹. Ponadto z badania wydajności przedsiębiorstw najszybciej rozwijających się w Europie wynika, że w firmach założonych przez osoby ponownie rozpoczynające działalność, odnotowano większe obroty oraz wzrost zatrudnienia, niż w firmach prowadzonych przez przedsiębiorców, którzy nigdy nie ponieśli porażki². Upadłość firmy nie oznacza utraty ducha przedsiębiorczości. Znaczna większość przedsiębiorców, którzy ponieśli porażkę, planuje ponowne założenie firmy³.

1. Pomysłowy Dobromir

Niewątpliwie potrzebny jest impuls do podjęcia działań. Istnieje wiele powodów, dla których ludzie decydują się na rozpoczęcie własnej działalności gospodarczej. Chęć pracy na własny rachunek, korzystania z owoców swojej pracy nie dzieląc się z pracodawcą. Potrzeba sprawdzenia się w roli przedsiębiorcy, odniesienia sukcesu, który stanowiłby o wartości danej osoby jako człowieka. A przede wszystkim, niezależność⁴. Przyczyny są różne, ale żeby rozpocząć działalność potrzebny jest jakiś na nią pomysł. Genialne pomysły zdarzają się rzadko, częściej jest to powielanie pomysłu kogoś innego.

Bywa, że w głowie przedsiębiorcy powstaje idea produktu, który wykreuje dopiero potrzebę. Jeśli twórca takiego produktu dotrze ze swoim produktem do świadomości społeczeństwa ma szansę odnieść rynkowy sukces. Jest to jednak sytuacja rzadko spotykana. Czę-

¹ B. Godziszewski, M. Haffer, M.J. Stankiewicz (red.), *Przedsiębiorstwo na przelomie wieków*, Wydawnictwo UMK, Toruń 2001, s. 133.

² *Setting the Phoenix Free. A Report of Entrepreneurial Restarters (Odrodzić się jak feniks z popiołów. Sprawozdanie na temat przedsiębiorców ponownie rozpoczynających działalność gospodarczą)*, Boston Consulting Group, 2002.

³ E. Stam, V. Schutjens, *Starting a New: Entrepreneurial Intentions and Realizations Subsequent to Business Closure (Zacząć od nowa: plany i wyniki przedsiębiorców po likwidacji firmy)*, Max Planck Institute of Economics, Jena 2006.

⁴ M.E. Gerber, *Mit przedsiębiorczości. Dlaczego większość małych firm upada i jak temu zaradzić?*, MT Biznes, Warszawa 2007.

ściej bywa tak, że ktoś dostrzega pewną niszę na rynku, którą dzięki swoim umiejętnościom czy posiadanym zasobom, jest w stanie zapełnić. „Potrzeba matką wynalazku”, więc jeśli zaobserwujemy niezaspokojoną potrzebę, warto zastanowić się czy czasem to nie jest szansa dla nas⁵. Trzeba wykazać się spostrzegawczością, by dostrzec tę szansę. Czasem jej nie widzimy, a niekiedy zauważamy ją zbyt późno i ktoś nas ubiega.

2. Czas

Widzimy więc jak istotna jest szybka reakcja na to co dzieje się w otoczeniu. Zwłaszcza w dzisiejszych czasach, gdy potrzeby konsumentów ewoluują w takim tempie. Szansę mają tylko ci, którzy są w stanie przystosować się w jak najkrótszym czasie. I nie chodzi tu wyłącznie o potrzeby klientów. Także inne czynniki z otoczenia firmy i ich zmiany, to przyczyny, dla których przedsiębiorca, musi stale śledzić swoją sytuację, by móc szybko zareagować⁶. Zareagować, by przetrwać. Wiąże się z tym również pojęcie elastyczności. Możliwe jest bowiem, że zauważymy niepokojące sygnały w porę, ale sztywna struktura nie pozwoli na szybkie przemiany.

Będąc przy temacie czasu, nie sposób nie wspomnieć o tym jak decydujący o losach firmy jest pierwszy rok działalności. To krytyczny okres dla jej losów. Jak widzimy w tabeli 2, spośród nowopowstałych przedsiębiorstw, w ciągu roku upada ok. 35-40% z nich.

Tabela 2. Współczynniki przeżycia przedsiębiorstw utworzonych w latach 2001–2006

Rok utworzenia	Liczba przedsiębiorstw zarejestrowanych	Współczynnik przeżycia pierwszego roku (w %)	Współczynnik przeżycia do roku 2007 (w %)
2001	209 384	64,5	–
2002	176 492	61,5	24,6
2003	176 867	64,4	34,6
2004	155 853	61,6	42,1
2005	211 142	67,6	51,9
2006	241 352	66,5	66,5

Źródło: A. Żołnierski, P. Zadura-Lichota (red.), *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2006–2007*, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2008.

GUS badał cechy charakteryzujące przedsiębiorstwa, które utrzymały się na rynku. W badaniu wzięto pod uwagę cechy związane z przedsiębiorstwem, takie jak: forma prawna, branża, fakt czy zatrudnia pracowników, a także cechy związane z właścicielem: jego płeć, wiek, wykształcenie i dotychczasowe doświadczenia zawodowe. Pod uwagę wzięto także działania podejmowane przez przedsiębiorstwo w ciągu pierwszego roku działalności, a więc to na jakim rynku działa, czy eksportuje, czy inwestuje itd.

Spośród firm założonych w 2001 roku, przez 5 lat przeżyło jedynie 28,1%. Biorąc pod uwagę formę prawną przedsiębiorstwa to w dłuższym okresie większe szanse przeżycia miały przedsiębiorstwa zarejestrowane jako osoby prawne. Z reguły są to firmy większe i silniejsze już na starcie. Ich współczynnik przeżywalności przewyższał kilka punktów procentowych analogiczny współczynnik dla osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą. Wśród firm powstałych jako osoby prawne niepowodzenie spotkało 20% firm, a dla osób fizycznych – 34,3%.

⁵ W. Popławski, S. Sojak (red.), *Założyć małą firmę i nie zbankrutować*, Wydawnictwo UMK, Toruń 1995, s. 220.

⁶ M.J. Stankiewicz, *Konkurencyjność przedsiębiorstwa. Budowanie konkurencyjności przedsiębiorstwa w warunkach globalizacji*, Dom Organizatora, Toruń 2002, s. 185.

Także w zdecydowanie lepszej sytuacji są przedsiębiorstwa, które od początku zatrudniają pracowników. Dla nich też współczynnik przeżywalności jest o kilka punktów procentowych wyższy niż dla firm, gdzie pracuje jedynie właściciel.

Tak więc firmy, które już na początku swej działalności są większe, silniejsze, zatrudniają pracowników i posiadają kapitał początkowy, mają zdecydowanie większe szanse na sukces niż firmy mniejsze.⁷

Sektor działalności ma istotne znaczenie na powodzenie. Z firm działających w sekcji związanej z turystyką, założonych w 2002 roku, jedynie 16,7% przeżyło do roku 2007, podczas gdy średnio dla firm wszystkich branż współczynnik ten wynosił 24,6%. Analogicznie spośród firm handlowych przeżyło jedynie 22,4%.

Tabela 3. Współczynnik przeżycia pierwszego roku dla przedsiębiorstw utworzonych w latach 2001–2006 według rodzaju działalności

	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Przemysł	65,4	66,2	70,5	68,9	72,3	64,0
Budownictwo	61,9	58,5	67,2	58,7	64,4	65,1
Handel	64,4	62,2	62,1	58,8	67,5	68,8
Transport	74,6	66,2	67,4	65,3	66,8	69,3
Hotele i restauracje	57,2	57,0	60,1	54,3	61,7	66,1
Obsługa nieruchomości i firm	63,0	59,0	65,5	65,9	65,3	69,3
Średnio:	64,5	61,5	64,4	61,6	67,6	66,5

Źródło: A. Żołnierski, P. Zadura-Lichota (red.), *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2006–2007*, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2008.

W tabeli 3 przedstawiono odsetek firm, które przetrwały na rynku przez pierwszy rok. Zauważamy, że w 2001 roku z przedsiębiorstw należących do kategorii „hotele i restauracje” już w pierwszym roku działalności upada 42,8% z nich. W 2006 roku upadło 38,9% nowopowstałych firm, ale nadal jest to jeden ze słabszych wyników.

Czas jest więc wrogiem czy sprzymierzeńcem przedsiębiorcy? Widzimy, że potrzebne są szybkie decyzje, reakcje. Presja uciekającego czasu jest dla wielu z przedsiębiorców zbyt deprymująca, jest czynnikiem stresu, z którym nie potrafią sobie poradzić. Z drugiej strony czas, w rozumieniu doświadczenia, okresu przez jaki funkcjonuje przedsiębiorca wydaje się być czynnikiem sukcesu. To atut wyróżniający, świadczący o przewadze konkurencyjnej. Nikt nie jest w stanie nadrobić tej przewagi jaką jest czas obecności na rynku⁸.

3. Jedna z dwóch pewnych rzeczy na tym świecie

Barierą dla przedsiębiorców są wysokie koszty i podatki. Zwłaszcza małe firmy odczuwają z tego tytułu trudności. Około 80% właścicieli małych i średnich przedsiębiorstw jako najważniejszą barierę rozwoju wymienia zbyt wysokie pozapłacowe koszty pracy. Koszt pracy dla pracodawcy to obecnie 170% wynagrodzenia netto pracownika. Wysokie pozapłacowe koszty pracy wpływają na zmniejszenie konkurencyjności małych i średnich przedsiębiorstw, a także na ograniczenie ich chęci zwiększania zatrudnienia. Kto założył działalność gospodarczą szybko przekonał się, że koszty tzw. składek pochłaniają znaczną część środ-

⁷ A. Żołnierski, P. Zadura-Lichota (red.), *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2006–2007*, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2008, s. 25.

⁸ W. Popławski, S. Sojak (red.), op. cit., s. 225.

ków, a może to zaważyć na losach firmy, zwłaszcza na początku, kiedy jeszcze nie odnotowuje znacznych przychodów.

Ponad 70% MSP narzeka na brak przejrzystości i jednoznaczności podatków pośrednich (VAT i akcyza) oraz podatków od działalności gospodarczej (CIT, PIT od działalności gospodarczej). Właściciele małych i średnich przedsiębiorstw uważają, że zwiększa to ryzyko działalności gospodarczej i generuje koszty, które w sposób nieuzasadniony obciążają ich działalność. Zmniejsza to tym samym ich konkurencyjność. Prawie 60% przedsiębiorców, zapytanych o najbardziej uciążliwe dla nich przepisy prawa, wskazuje przede wszystkim na ustawę o VAT oraz ustawę o PIT i CIT.

Prawie 70% przedsiębiorców twierdzi, że barierą jest wysokość stawki podatku dochodowego. W Polsce obowiązuje 19% stawka podatku od działalności gospodarczej, podczas gdy na Cyprze obowiązuje stawka 10%, na Łotwie, Litwie i w Bułgarii 15%, na Węgrzech 16%, w Irlandii od niektórych rodzajów działalności 12,5%, a w Estonii o ile zysk nie jest wypłacany udziałowcom i akcjonariuszom nie podlega opodatkowaniu wcale⁹.

4. Zapał

Choćbyśmy mieli najlepszy pomysł, idealnie „wstrzelili się” w czas i miejsce, to bez pewnych umiejętności czy też specyficznych cech osobowości, nie odniesiemy sukcesu. Przedsiębiorca musi wykazać się wiedzą fachową oraz tą z zakresu zarządzania. Jeśli zatrudnia pracowników konieczne jest posiadanie zdolności przywódczych. Musi umiejętnie dobrać podwładnych, zarazić ich swoją wizją i umiejętnie zmotywować do działania. Powinien patrzeć perspektywicznie i tak łączyć posiadane zasoby, by wciąż doskonalić system, którym zarządza. Każda przypadkowo napotkana osoba, zapytana o cechy jakimi powinien się charakteryzować przedsiębiorca, sygnalizuje jak z rękawa, że powinien być pewny siebie, twórczy, elastyczny, kreatywny, zdyscyplinowany, zorganizowany itp. I mają rację.

Skoro więc wszyscy wiemy jakimi cechami trzeba się wykazać i jak postępować, dlaczego tak wielu się nie udaje? Może nie wystarcza zapał w dążeniu do celu, w próbach zmian swojego nastawienia. Nie wszystkiego można się nauczyć. Studiując losy najbogatszych ludzi świata, regularnie pojawiają się określenia typu pasja, zapał. Ich sukces jest wynikiem upartego dążenia do wyznaczonego celu. Nie zrażały ich niepowodzenia, często zaczęli kilkakrotnie od zera, by wreszcie postawić na swoim i odnieść spektakularny sukces, stać się dla wielu wzorem do naśladowania¹⁰.

5. Przedsiębiorca z Wenus czy z Marsa?

Czy sukces firmy może zależeć od innych cech, na przykład od płci? Badania wykazały, że w roku 2006 kobiety założyły 39,4% wszystkich firm, o 3,8 punktu procentowego mniej niż w roku poprzednim. Wskaźnik ten jest jednym z najwyższych w Europie. Polki są bardzo przedsiębiorcze. Wskaźnik od lat utrzymuje się na dość wysokim poziomie około 40%. Zauważono, że więcej kobiet decyduje się na założenie firmy, gdy sytuacja na rynku pracy jest trudniejsza, mianowicie gdy rośnie stopa bezrobocia. W okresie, gdy nie mogą znaleźć zatrudnienia, częściej same zapewniają sobie miejsce pracy otwierając własną firmę. Lecz tu pojawia się kontrowersyjna obserwacja. Statystycznie rzecz biorąc, firma założona przez mężczyznę miała większe szanse przetrwania niż firma, której właścicielem była kobieta. Różnica jednak nie była duża. Dla firm prowadzonych przez mężczyznę współczynnik

⁹ M. Starczewska-Krzysztożek, *Bariery rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce*, „INFOS Zagadnienia społeczno-gospodarcze” 2008, nr 4(28), s. 2.

¹⁰ C.A. Poissant, Ch. Godefroy, *Miliarderzy. Kariery najbogatszych ludzi świata*, Medium, Warszawa 1993.

przeżycia kolejnego roku jest zwykle o 2-4 punkty procentowe wyższy niż dla firm kierowanych przez kobiety¹¹.

6. Młodzi górą?

W roku 2005 najczęściej firmy tworzyły osoby do 29 roku życia. W roku 2006 struktura wiekowa osób zakładających nowe firmy zmieniła się. Udział przedsiębiorstw utworzonych przez osoby z tej grupy wiekowej spadł aż o 5 punktów procentowych. Odnotowano za to wzrost z 29% do 33,7% osób z następnej grupy wiekowej (30-39 lat) i to z tej grupy najliczniej wywodzili się nowi przedsiębiorcy. Osoby starsze, z przedziałów wiekowych: 40-44, 45-49 i 50-59, tworzyły po 9-11% firm.

Wyniki te warto interpretować wraz z informacjami dotyczącymi aktywności zawodowej ludności Polski. W latach 2004-2005 najwyższą stopę bezrobocia odnotowano właśnie wśród osób najmłodszych. W 2004 roku stopa bezrobocia wśród osób w wieku 20-24 lat wynosiła aż 41,5%, a w roku następnym nieznacznie spadła, do poziomu 38,5%, ale i tak pozostawała wyjątkowo wysoka. Brak miejsc pracy dla tej grupy osób w połączeniu z ich stosunkowo wysokim poziomem wykształcenia spowodowały, że osoby najmłodsze były zmuszone do podjęcia ryzyka rozpoczęcia własnej działalności gospodarczej. W innym wypadku „wypadłyby” z rynku pracy. W roku 2006 sytuacja na rynku pracy uległa polepszeniu. Stopa bezrobocia wśród osób najmłodszych spadła do 27,9%. Wciąż była najwyższa wśród wszystkich innych grup wiekowych, jednak utrzymywała tendencję spadkową. Coraz więcej młodych ludzi zamiast zakładać własną firmę mogło znaleźć zatrudnienie w firmach już istniejących. Istotnym czynnikiem wpływającym na poziom bezrobocia wśród młodzieży była możliwość zatrudniania za granicą. Założenie firmy stawało się jedną z wielu możliwości, a nie wymuszoną koniecznością¹².

Wyniki badań potwierdzają, że brak doświadczenia osób młodych znacznie zmniejsza ich szanse na sukces rynkowy. Wśród firm założonych w roku 2005, współczynnik przeżycia pierwszego roku był najniższy właśnie w tej grupie przedsiębiorców.

Istnieją różne opinie na to jak wiek wpływa na zdolność prowadzenia własnej działalności gospodarczej. Młodzi posiadają cechy, które u osób starszych nie występują już w takim stopniu. Przede wszystkim tempo działania, podejmowania decyzji, reakcji na zmieniające się bodźce czy też uczenia się. Wiadomym jest, że osoby młodsze łatwiej przyswajają wiedzę. To daje im przewagę. Są bardziej elastyczne i kreatywne. Jest wiele cech, które powinny stanowić o ich sukcesie w biznesie. Jest jednak coś czego młodzi nie posiadają, a mianowicie doświadczenie. To przeważa o ich być albo nie być w gronie przedsiębiorców. Przyczyn niepowodzeń można by również szukać w skłonności do ryzyka. Jak mówią badania osoby starsze wykazują większą awersję do ryzyka niż osoby młode. Skłonność do podejmowania ryzykownych przedsięwzięć młodych może prowadzić do tego, że kończą się one niepowodzeniem.

7. Nauką i pracą ...

Biorąc pod uwagę wykształcenie przedsiębiorców, najwięcej firm zostało utworzonych przez osoby z wykształceniem średnim (40,5%), a następnie z wyższym i pomaturalnym (35,4%). Najmniej przedsiębiorców legitymowało się wykształceniem podstawowym (poniżej 5%). Do roku 2005 nie zaobserwowano zależności między wykształceniem właściciela a wskaźnikiem przetrwania pierwszego roku przez przedsiębiorstwo. Wśród firm założonych

¹¹ A. Żołnierski, P. Zadura-Lichota (red.), op. cit., s. 27.

¹² Ibidem, s. 28.

w roku 2005 taka zależność jest już widoczna. Najmniejszy współczynnik przeżycia miały firmy, których właściciel zakończył edukację na szkole podstawowej (66,3%), najwyższy zaś odnotowały firmy osób z wykształceniem wyższym i pomaturalnym (78,3%)¹³. Wyniki te powinny napawać studentów optymizmem i nadzieją, że wysiłek związany ze zdobywaniem wykształcenia zostaje nagradzany wynikami w przyszłości.

8. Typ osobowości

Rozpoczęcie i prowadzenie własnej działalności gospodarczej wymaga odpowiednich cech charakteru. Na podstawie teorii Enneagram'u powstało 9 typów osobowości¹⁴:

a) *Polepszacz*

To idealista. Postrzega prowadzenie działalności jako sposób na ulepszenia świata. Identyfikuje się z tzw. działaniem w słusznej sprawie. Osoby takie odnajdują się w branżach, w których cenione jest etyczne działanie. Są to z reguły perfekcyjniści, którzy wykazują tendencję do krytykowania swoich pracowników i klientów za działania niezgodne z jego poglądami.

b) *Doradca*

To osoby skoncentrowane na kliencie, zawsze gotowe by mu doradzić i wspomóc. Najczęściej sprawdzają się w sektorze usług, gdzie koncentracja na konsumencie ma istotne znaczenie. Należy uważać jednak, by potrzeby klientów nie przysłoniły głównego powodu działalności, a mianowicie chęci osiągnięcia zysku.

c) *Gwiazda*

To osoba o charyzmatycznej osobowości, potrafiąca skupić wokół siebie pracowników i klientów. Są one fundamentem pod budowę wizerunku swojego i marki swojej firmy. Osoby te wykazują jednak skłonność do popadania w pracoholizm.

d) *Artysta*

To osoby bardzo kreatywne. Znajdują się w branżach, gdzie ceniona jest innowacyjność. Negatywną cechą takiej osoby może być zbyt duża wrażliwość, chociażby na krytykę.

e) *Wizjoner*

Firmy tworzone przez wizjonerów nastawione są na to co będzie działo się na rynku w przyszłości. To osoby śledzące wszelkie nowości, potrafiące wykorzystać je w budowie przewagi nad konkurencją. Należy jednak uważać, by nie koncentrować się za bardzo na marzeniu, które okaże się nierealne do zrealizowania.

f) *Analitik*

Przedsiębiorca o tym typie osobowości potrafi w sposób systematyczny rozwiązywać problemy. Z łatwością odnajdzie się w dziedzinach typowo technicznych, informatycznych. Zdąrza się jednak bardzo często, że są to osoby zamknięte w sobie, nie potrafiące pracować w zespole.

g) *Kula ognia*

Tzw. kule ognia to osoby pełne energii, werwy, optymizmu. Potrafią zarazić swoim podejściem wszystkich dookoła. Pracownicy podzielają ich pasję do działania, a klienci mają pewność, że ich zamówienia zostaną zrealizowane w rzetelny, pełen zaangażowania sposób.

¹³ Ibidem, s. 28.

¹⁴ <http://sbinformation.about.com/cs/development/a/personality.htm>

Firma założona i prowadzona przez osobę o tej osobowości jest pełna życia, energii i optymizmu. Ich działalność pozytywnie nastraja innych. Muszą jednak kierować się pewnym stopniem umiarkowania, by zachować równowagę między optymizmem a realnym planowaniem przyszłości firmy.

h) Bohater

Osoby takie mają szansę na stworzenie wielkich korporacji. Posiadają niesamowite zdolności do prowadzenia działalności. Jednak są to osoby bardzo apodyktyczne i czasem powinny spuścić z tonu, by osiągnąć zmierzone wyniki.

i) Uzdrowiciel

Przedsiębiorca-uzdrowiciel posiada wewnętrzną równowagę. Jego wewnętrzny spokój pozwala przetrwać zawirowania dotyczące firmy. Jego cechy osobowości wpływają na harmonię w organizacji. Nie mogą jednak być to działania skupione jedynie na chęci stworzenia zdrowych stosunków w organizacji, potrzebne jest trzeźwe spojrzenie na rzeczywistość i jej negatywne aspekty.

Mając świadomość, jaki typ osobowości reprezentujemy jesteśmy w stanie wyłuszczyć cechy sprzyjające prowadzeniu działalności. Mamy możliwość doboru pracowników, którzy będą uzupełniać nasze cechy lub przejawiać te, których my wcale nie posiadamy.

9. Lepszy start

Czy zastanawiamy się ile przedsiębiorstw tworzonych jest przez ludzi, którzy wychowali się w dostatku? Nie, bo to jest oczywiste. Osoby posiadające już jakiś kapitał zawsze mają lepszy start. Ale czy ten kapitał, który posiadają to tylko ich zasługa? Warunki, w jakich człowiek dorasta i żyje, jego środowisko często wytycza kierunek w jakim pójdzie¹⁵. Trudno porwać się z inicjatywą stworzenia przedsiębiorstwa, jeśli funkcjonuje się w społeczności pozbawionej wszelkich perspektyw, nierzadko ogarniętej marazmem. Brak środków finansowych powoduje, że dzieci się nie kształcą, nie mają wykształcenia, więc nie mogą znaleźć pracy, tym bardziej nie założą własnej działalności. Gdy nic nie robią to nie mają środków i koło się zamyka. Czy można znaleźć przykłady przedsiębiorczości w środowiskach, w których panuje przekonanie, że każde przedsięwzięcie spełnie na niczym. Na pewno tak, ale są to przypadki odosobnione. Jak istotne jest to, gdzie się wychowamy i jakie wartości zostaną nam wpojone przez rodziców? Czy też to, kim są nasi rówieśnicy, czy to tzw. dzieci z dobrych domów czy nieletni przestępcy, którzy już wiedzą jak łatwo zdobyć to czego chcą kosztem innych? Człowiek przechodzi proces socjalizacji, a mianowicie przekazywane są mu pewne normy, wartości, nawyki, przekonania czy umiejętności, które ukształtują jego osobowość. Pierwsza i mająca największe znaczenie socjalizacja dokonuje się w rodzinie. Kolejne mają miejsce wśród rówieśników, w szkole. Przekazywane wartości są bardzo często zależne od grupy społecznej, z której wywodzą się rodzice¹⁶. Trudno o przedsiębiorczość ludzi ze środowisk patologicznych, którzy wykazują niechęć do wszelkiej aktywności. Cierpią na tym kolejne pokolenia, które żyjąc w takim otoczeniu nie mają pozytywnych wzorców wartych naśladowania i nie przejawiają chęci zmiany swojego położenia. Rodzimy się już z pewnym

¹⁵ R. Karaszewski, *Przywództwo w środowisku globalnego biznesu*, Dom Organizatora, Toruń 2008, s. 114.

¹⁶ Z. Dacko-Pikiewicz, *Wpływ statusu społecznego rodziców na dokonywane przez młodzież wybory edukacyjne*, [w:] K. Wódz, J. Wódz (red.), *Funkcje komunikacji społecznej*, Wyższa Szkoła Biznesu, Dąbrowa Górnicza 2003, s. 141.

kapitałem w postaci tego gdzie i kto nas wychowa. Czynniki środowiskowe ma ogromne znaczenie, ale zdaje się on być czynnikiem losowym¹⁷.

Nasuwa się jedynie krótkie podsumowanie, że potrzebna jest kombinacja różnych cech i czynników, które mogą przesądzić o sukcesie w roli przedsiębiorcy. Część z nich zależy od nas samych, a część to tylko kwestia przypadku, szczęśliwego zbiegu okoliczności.

Literatura:

1. Dacko-Pikiewicz Z., *Wpływ statusu społecznego rodziców na dokonywane przez młodzież wybory edukacyjne*, [w:] K. Wódz, J. Wódz (red.), *Funkcje komunikacji społecznej*, Wyższa Szkoła Biznesu, Dąbrowa Górnicza 2003.
2. Gerber M.E., *Mit przedsiębiorczości. Dlaczego większość małych firm upada i jak temu zaradzić?*, MT Biznes, Warszawa 2007.
3. Godziszewski B., Haffer M., Stankiewicz M.J. (red.), *Przedsiębiorstwo na przełomie wieków*, Wydawnictwo UMK, Toruń 2001.
4. Karaszewski R., *Przywództwo w środowisku globalnego biznesu*, Dom Organizatora, Toruń 2008.
5. Poissant C.A., Godefroy Ch., *Miliarderzy. Kariery najbogatszych ludzi świata*, Medium, Warszawa 1993.
6. Popławski W., Sojak S. (red.), *Założyć małą firmę i nie zbankrutować*, Wydawnictwo UMK, Toruń 1995.
7. *Setting the Phoenix Free. A Report of Entrepreneurial Restarters (Odrodzić się jak feniks z popiołów. Sprawozdanie na temat przedsiębiorców ponownie rozpoczynających działalność gospodarczą)*, Boston Consulting Group, 2002.
8. Stam E., Schutjens V., *Starting a New: Entrepreneurial Intentions and Realizations Subsequent to Business Closure (Zacząć od nowa: plany i wyniki przedsiębiorców po likwidacji firmy)*, Max Planck Institute of Economics, Jena 2006.
9. Stankiewicz M.J., *Konkurencyjność przedsiębiorstwa. Budowanie konkurencyjności przedsiębiorstwa w warunkach globalizacji*, Dom Organizatora, Toruń 2002.
10. Starczewska-Krzysztozek M., *Bariery rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce*, „INFOS Zagadnienia społeczno-gospodarcze” 2008, nr 4(28).
11. Żołąński A., Zadura-Lichota P. (red.), *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2006–2007*, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2008.

Źródła internetowe:

<http://sbinformation.about.com/cs/development/a/personality.htm>

¹⁷ R. Karaszewski, op. cit., s. 171.