

2010

Dr Marek Szarucki

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

Motywy podejmowania działalności gospodarczej w Polsce na tle innych krajów

Warszawa, 2 grudnia 2010 r.

Plan prezentacji

- 1. Podstawy teoretyczno-metodologiczne badania motywacji przedsiębiorczych**
- 2. Typologia badanych motywów**
- 3. Struktura motywów tworzenia mikroprzedsiębiorstw w Polsce i w Szwecji**
- 4. Struktura motywów pozytywnych i negatywnych w Polsce i w Szwecji**
- 5. Wnioski dla rozwoju przedsiębiorczości w Polsce**

Podstawy teoretyczno-metodologiczne badania motywacji przedsiębiorczych

Powstawanie przedsiębiorstwa – jedna z najważniejszych decyzji o charakterze przedsiębiorczym

Dlaczego tak wiele osób decyduje się na prowadzenie własnej działalności gospodarczej?

Co jest źródłem motywacji dla przedsiębiorców, decydujących się na ten krok?

Dlaczego badanie motywów tworzenia przedsiębiorstw jest ważne?

Podstawy teoretyczno-metodologiczne badania motywacji przedsiębiorczych

- 1. Badania porównawcze stanowią cenne źródło informacji**
- 2. Problemy związane z badaniem motywacji przedsiębiorczych:**
 - Definityjne;**
 - Doboru metody badawczej;**
 - Porównywalności wyników; Badania porównawcze stanowią cenne źródło informacji**

Podstawy teoretyczno-metodologiczne badania motywacji przedsiębiorczych

Termin „motyw” (od *lac. movere*) stosowany jest jako określenie wszystkich czynników, które wpływają na działanie jednostki

Motywy pozytywne (pull, opportunity motives) – wynikają z chęci zostania przedsiębiorcą

Motywy negatywne (push, necessity motives) – właściciel jest „zmuszony” do założenia firmy

Zdaniem D. Storeya, motywacje negatywne nie sprzyjają rozwojowi firm

Typologia badanych motywów

W literaturze spotkać można różne kategorie motywów

S. Scheinberg i I.C. MacMillan wyróżniają sześć kategorii motywów:

- **Potrzeba uznania** (*need for approval*);
- **Sukces finansowy** (*perceived instrumentality of wealth*);
- **Wspólnotowość** (*communitarianism*),
- **Potrzeba osobistego rozwoju** (*need for personal development*);
- **Potrzeba niezależności** (*need for independence*);
- **Potrzeba ucieczki/uniknięcia** (*need for escape*).

Np. USA i Australia – niezależność; Włochy, Portugalia, Chiny –
wspólnotowość;

Typologia badanych motywów

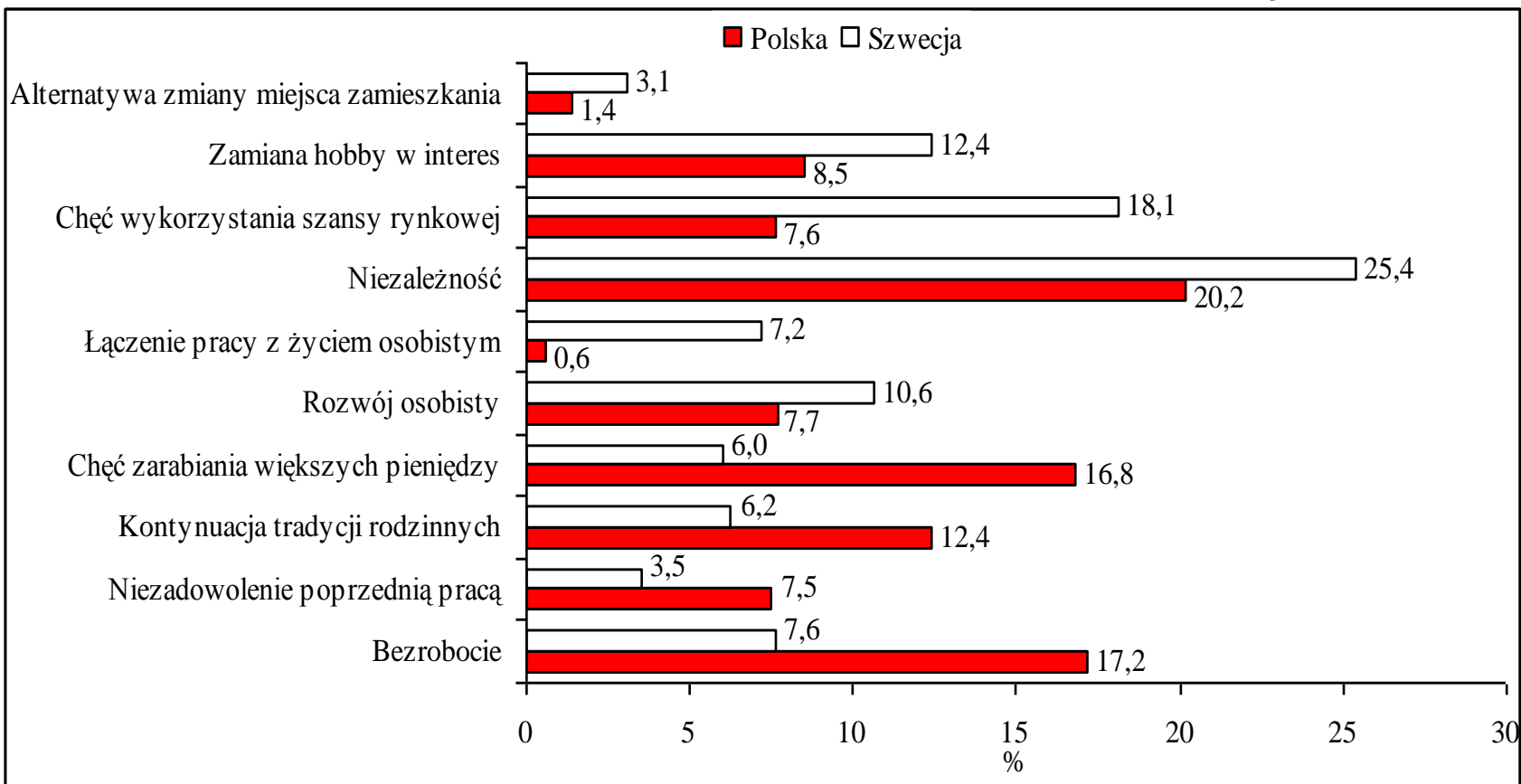
| Pozytywne | Negatywne |
|-------------------------------------|---|
| Potrzeba niezależności | Bezrobocie lub obawa przed utratą pracy |
| Potrzeba rozwoju osobistego | Niezadowolenie z poprzedniej pracy |
| Kontynuacja tradycji rodzinnej | Alternatywa zmiany miejsca zamieszkania |
| Chęć wykorzystania szansy rynkowej | |
| Łączenie pracy z życiem osobistym | |
| Zamiana hobby w interes | |
| Chęć zarabiania większych pieniędzy | |

Kwestionariusz pocztowy w Szwecji (N= 1041)

Wywiady telefoniczne w Polsce (CEM Instytut Badania Rynku i Opinii Publicznej w Krakowie) (N=1066)

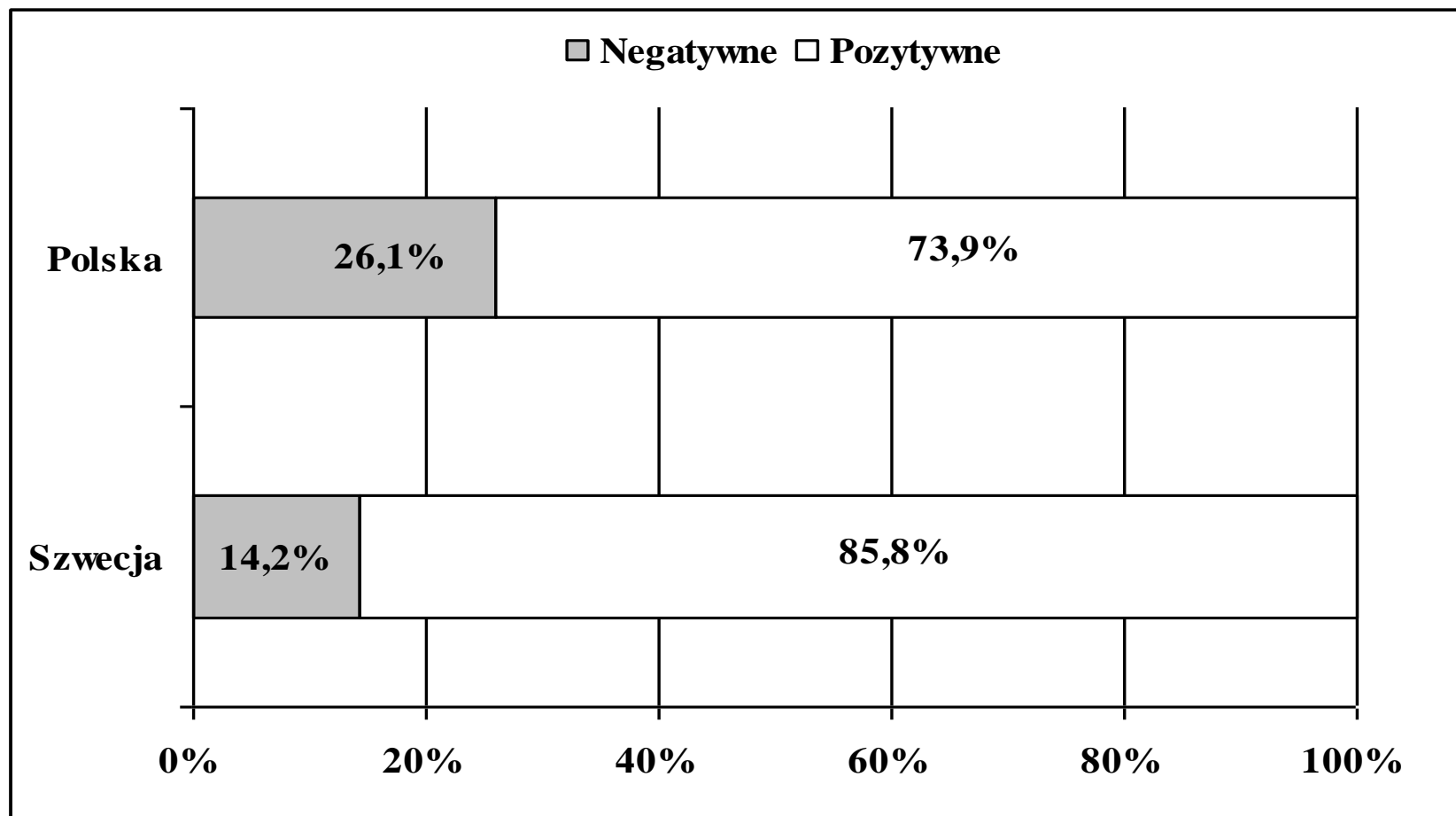
Badania sfinansowane przez *Swedish Research Council*

Struktura motywów tworzenia mikroprzedsiębiorstw



Źródło: badania własne

Struktura motywów pozytywnych i negatywnych



Źródło: badania własne

Wnioski dla rozwoju przedsiębiorczości w Polsce

Dominuje zadowolenie z prowadzenia działalności gospodarczej zarówno wśród tych pod wpływem motywów negatywnych jak i pozytywnych

Należy wspierać przedsiębiorczość Polaków niezależnie od rodzaju motywów (pozytywne czy negatywne)

Dobłą strategią rządu jest zachęcanie i stymulowanie obywateli do zakładania własnych firm w czasie recesji gospodarczej i bezrobocia

Przykładowe narzędzia wspierania:

Programy szkoleniowe i edukacyjne, szkolenia dla przedsiębiorców, kampanie informacyjne, likwidacja barier w otoczeniu prawnym, liberalizacja systemu podatkowego – upraszczanie i ułatwianie prowadzenia działalności gospodarczej