



Optymistyczne, choć przepełnione ostrożnością postrzeganie przyszłości polskiego biznesu

Polscy przedsiębiorcy z dużym optymizmem myślą o przyszłości firmy. Uważają, że sukces ich firmy wymaga śmiałości działań, innowacji i wyprzedzania konkurencji, choć sami preferują niewielkie, ostrożne ruchy strategiczne, minimalizując ryzyko podejmowanych decyzji. Przedsiębiorcy nie obawiają się też konkurencji, uważają ją za ważną siłę motywującą, choć z drugiej strony są świadomi potencjalnego zagrożenia nieuczciwych działań.

Między wrześniem a październikiem 2013 roku Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości przeprowadziła, w ramach projektu Panel Polskich Przedsiębiorstw, wywiady z grupą ponad 600 właścicieli firm i osób zarządzających firmami działającymi w Polsce. Koncepcję badania przygotował prof. Krzysztof Oblój, który jest wybitnym specjalistą z zakresu zarządzania strategicznego i międzynarodowego, oraz społecznym doradcą Prezydenta RP.

Menedżerom polskich przedsiębiorstw zadano serię pytań dotyczących sytuacji ich firmy na rynku oraz postrzegania przez nich otoczenia biznesowego. Na te pytania odpowiadali używając skali od 1 = „zdecydowanie się nie zgadzam z tym stwierdzeniem” do 4 = „zdecydowanie się zgadzam z tym stwierdzeniem”, z ocenami 2 i 3 jako wartościami pośrednimi.

Z otrzymanych odpowiedzi widzimy, że:

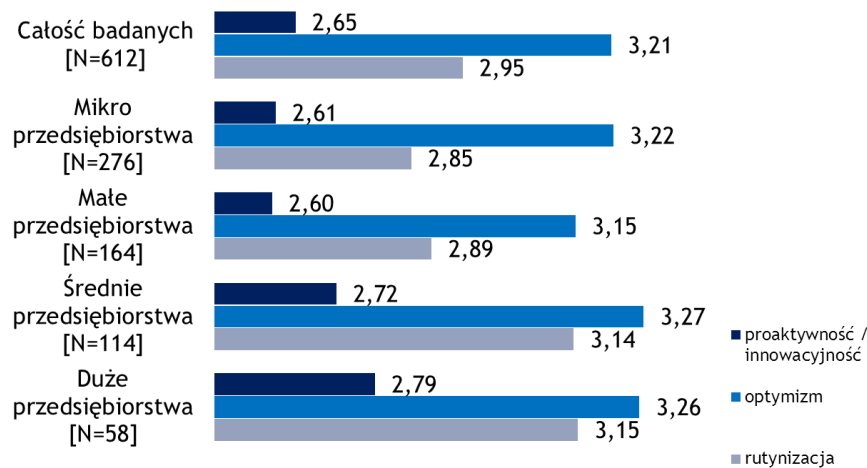
- 81% przedsiębiorców myśli bardzo optymistycznie o przyszłości swoich firm.
- Przedsiębiorcy nie boją się konkurencji. 85% z nich uważa konkurencję za ważną siłę motywującą,
- Przedsiębiorcy są podzieleni w kwestii poczucia, że konkurencja działa uczciwie. 21% firm zgadza się z opinią, że konkurenci działają nieuczciwie ograniczając ich możliwości rozwoju.
- 89% przedsiębiorców uważa, że sukces wymaga śmiałych i zdecydowanych ruchów strategicznych,
- Jednak 60% preferuje wprowadzanie drobnych zmian, na niewielką skalę.
- 92% firm ostrożnie szuka dróg doskonalenia i usprawniania firmy.
- 71% przedsiębiorców ma poczucie, że, aby radzić sobie z niepewnością, potrafią działać szybko i zdecydowanie.

Z powyższych odpowiedzi stworzono 3 ważne, a jednocześnie proste w interpretacji, wskaźniki:

- proaktywności – opisujący skłonność do innowacji, eksperymentów w działaniu czy skłonność do wyprzedzania konkurentów, bycia pierwszym w branży;
- optymizmu – wskazujący na pozytywne myślenie o przyszłości firmy, uczenie się na sukcesach, korzystanie z szans, pozytywny stosunek do konkurencji;

- rutynizacji – mówiący o ilości procedur, sile formalizacji i standaryzacji firmy.

Okazuje się, że te 3 „wymiary” postrzegania świata w znaczący sposób decydują o kierunku wielu decyzji podejmowanych przez menedżerów, jak również o sposobach postrzegania otoczenia biznesowego ich firmy.



Skale na powyższym wykresie odzwierciedlają średnie wartości odpowiedzi na zadawane pytania (przy użyciu skali czteropunktowej, od 1 = „zdecydowanie się nie zgadzam” do 4 = „zdecydowanie się zgadzam”), dla wszystkich badanych oraz w podziale na różne wielkości firm.

Na podstawie otrzymanych wyników możemy powiedzieć, że duże firmy są bardziej proaktywne i optymistycznie spoglądają w przyszłość od małych i mikro, ale też są znacznie bardziej od nich obudowane procedurami. Z drugiej strony firmy mikro i małe są stosunkowo optymistyczne, ale za to mało proaktywne i innowacyjne.

Pełne wyniki badania zaprezentowano 6 XII, w sesji panelowej pn. „Mapy poznawcze i strategie polskich firm”, na konferencji badawczej PARP organizowanej pod hasłem „ILOŚĆ vs JAKOŚĆ, czyli kto tworzy nowoczesną gospodarkę„. Z zaproszonymi ekspertami* rozmawialiśmy również o tym, jakie, z ich perspektywy i doświadczenia, wyniki są najważniejsze oraz dlaczego? Jak również, które z otrzymanych wyników są dla nich zaskoczeniem?

Więcej informacji o projekcie Panel Polskich przedsiębiorstw na stronie: www.parp.gov.pl/panel

Kontakt w sprawie dalszych informacji:

Biuro prasowe PARP:

Miłosz Marczuk

Rzecznik prasowy PARP

media@parp.gov.pl

Tel. 22 432 82 34

Kom. 696 488 150

*W dyskusji wzięli udział:

1. **Profesor Krzysztof Obłój** - Znany specjalista z zakresu zarządzania strategicznego i międzynarodowego, społecznym doradcą Prezydenta RP. Wykłada regularnie na Wydziale Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego i Akademii L. Koźmińskiego, a okresowo jako visiting profesor w renomowanych szkołach biznesu na świecie, m.in.

University of Illinois, ESCP-EAP, Henley Business School, Bled School of Management, Sun Yat-sen University. Jego książki są publikowane w USA i Europie (m. in. *Managing Across Cultures*, London 1996; *Strategy in Transition*, Oxford 2005, *Contemporary Corporate Strategy: Global Perspective*, London 2007), a artykuły naukowe m.in. w *Entrepreneurship: Theory and Practice*, *Journal of Organizational Change Management*, *International Human Resource Management*. Trzy książki wydane w Polsce: *Strategia sukcesu firmy* (2005), *Strategia organizacji* (2007), oraz *Pasja i dyscyplina strategii* (2010), stały się bestsellerami na polskim rynku. Profesor Krzysztof Obłój jest doradcą polskich i międzynarodowych firm w obszarze strategii, struktur i kultury organizacyjnej, oraz członkiem rad nadzorczych m.in. Prochem S.A., Impel SA, Alior Bank SA.

2. **Jacek Santorski** - Psycholog społeczny i biznesu, terapeuta, wykładowca. Przedsiębiorca, współwłaściciel VALUES - Grupy Firm Doradczych i dyrektor programowy studium Akademia Psychologii Przywództwa Szkoły Biznesu Politechniki Warszawskiej i Values. Od stycznia 2012 członek Rady Gospodarczej przy Premierze RP. Obecnie zajmuje się konsultingiem biznesowym. W latach 2002-2004 członek rady nadzorczej Eurobanku i osobisty doradca Mariusza Łukasiewicza. W październiku 2012 uznany za profesora Honoris Causa Politechniki Warszawskiej. Członek Rady Naukowej Ośrodka Badań nad Przedsiębiorczością działającego przy Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości.
3. **Zbigniew Kwapisz** - Przedsiębiorca z ponad 25 letnim stażem w branży budowlanej. Obecnie dyrektor filii PSB S.A. w Warszawie. Zakładał i rozwijał wiele firm handlowych. Między innymi współtworzył grupę PSB S.A. Dzięki swojemu wieloletniemu doświadczeniu w dynamicznie zmieniającej się branży jest nieocenionym źródłem wiedzy i inspiracji dla wielu przedsiębiorców i sprzedawców.
4. **Jacek Padee** - Przedsiębiorca, współwłaściciel i członek zarządu Topsil sp. z o. o. sp. K. Rodzinnego przedsiębiorstwa średniej wielkości działającego na wielu rynkach zagranicznych. Odpowiedzialny za sprzedaż i marketing, a także realizację projektów z programów unijnych. Absolwent Uniwersytetu Warszawskiego – kierunku socjologia oraz programu EMBA prowadzonego przez Wydział Zarządzania UW i College of Business University of Illinois at Urbana-Champaign. W latach 2003-2010 członek Służby Zagranicznej RP. Pełnił funkcję m.in. zastępcy Ambasadora RP w Hawanie, gdzie odpowiadał za sprawy polityczne i ekonomiczne. W latach 2003-2006 wicekonsul w Konsulacie Generalnym RP w Kurytybie (Brazylia). Autor publikacji naukowych z dziedziny ruchów społecznych, teorii rozwoju społeczno-ekonomicznego oraz wiedzy o Ameryce Łacińskiej. Współpracownik Centrum Studiów Latinoamerykańskich Uniwersytetu Warszawskiego.
5. **Elżbieta Pełka** - Fellow of Royal Society of Arts, Prezes Polish National Sales Awards, założyciel i Prezes Agencji marketingu zintegrowanego Elżbieta Pełka Creative Services. Przedsiębiorca, ekspert w procesach zarządzania marką 360 stopni. Posiada ponad dwudziestoletnie doświadczenie w szeroko rozumianej komunikacji zdobywane w Polsce i za granicą. Założyciel i prezes Agencji marketingu zintegrowanego Elżbieta Pełka Creative Services (PEŁKA 360), założyciel i prezes Polish National Sales Awards (PNSA). W ramach realizowanych przez siebie przedsięwzięć działa na rzecz promocji standardów i etyki w sprzedaży, jak również na rzecz rozwoju przedsiębiorczości. Jest aktywnym uczestnikiem kilku organizacji prowadzących działalność o charakterze prospołecznym. Członek The Chartered Institute of Marketing.