

1.4

Część 1

Zarządzanie w innowacyjnych organizacjach

Jarosław Ropęga*

Mikro i mali seryjni przedsiębiorcy w Polsce: charakterystyka, zachowania i postawy wobec okazji, kierunki dalszych badań

Streszczenie

Seryjni przedsiębiorcy, czyli osoby, które podejmują ponownie działalność gospodarczą, stają się obiektem badań z uwagi na możliwość wykorzystania ich doświadczeń dla polityki wsparcia przedsiębiorczości. Celem badania było poznanie charakterystyki seryjnych mikro i małych przedsiębiorców w Polsce oraz motywów podejmowania przez nich ponownie działalności gospodarczej. Badanie ankietowe objęło 400 mikro i małych przedsiębiorców, którzy po raz kolejny prowadzą działalność gospodarczą (tzn. zlikwidowali działalność i rozpoczęli kolejną). Wyniki badania wykazały pozytywny efekt wpływu doświadczeń przedsiębiorczych na zdolność postrzegania okazji oraz zdecydowaną przewagę motywów pozytywnych (*pull factors*) przy podejmowaniu kolejnych działalności. W rozdziale wskazano również kierunki dalszych badań nad wielokrotną przedsiębiorczością.

Słowa kluczowe: wielokrotni przedsiębiorcy, przedsiębiorczość seryjna, doświadczenie przedsiębiorcze, motywacje przedsiębiorcze

* Uniwersytet Łódzki, ORCID: 0000-0002-2435-4239

Micro and Small Serial Entrepreneurs in Poland: Characteristics, Behavior and Attitudes towards Opportunities, Directions for Further Research

Abstract

Serial entrepreneurs become the object of study because of the opportunity to use their experience to support enterprise policy. The aim of the study was to investigate the characteristics of serial micro and small entrepreneurs in Poland and the motives making business again. The survey was conducted on 400 micro and small entrepreneurs who once again run a business (i.e. liquidated the business and started another). The results of the study showed a positive effect of the impact of entrepreneurial experience on the ability to perceive opportunities and a prevalence of positive motives (pull factors) when starting new activities. The article also indicates the directions for further research on habitual entrepreneurship.

Keywords: habitual entrepreneurship, serial entrepreneurs, entrepreneurial experience, entrepreneurial motivations

Wprowadzenie

Przedsiębiorcy są inicjatorami zmian i wzrostu gospodarki rynkowej, mogą przyspieszyć generowanie, rozpowszechnianie i wdrażanie innowacyjnych pomysłów¹. Rola przedsiębiorcy ma fundamentalne znaczenie dla rozwoju firmy: zdolności przedsiębiorcze i zarządcze – potrzebne do identyfikowania i wykorzystywania możliwości poprzez wdrażanie zasobów do produktywnego wykorzystania – są niezbędne do skutecznego prowadzenia firmy². Jednocześnie rośnie świadomość, że przedsiębiorczość nie ogranicza się do utworzenia nowej firmy jako pojedynczego działania, a także nie jest aktem jednorazowym³. Ważną częścią grupy mikro i małych przedsiębiorstw są przedsiębiorcy wielokrotni⁴, a badania empiryczne potwierdzają, że znaczna część aktywności bizne-

¹ OECD, Organization for Economic Cooperation and Development, *Fostering Entrepreneurship*, Paris 1998.

² E. Penrose, *The Theory of the Growth of the Firm*, Basil Blackwell, Oxford 1959.

³ S.D. Sarasvathy, A.R. Menon, G. Kuechle, *Failing Firms and Successful Entrepreneurs: Serial Entrepreneurship as a Temporal Portfolio*, "Small Business Economics" 2013, vol. 40, no. 2, s. 417–434.

⁴ D. Ucbasaran, G. Alsos, P. Westhead, M. Wright, *Habitual Entrepreneurs*, Edward Elgar, Cheltenham 2008; P. Westhead, D. Ucbasaran, M. Wright, M. Binks, *Policy Toward Novice, Serial and Portfolio Entrepreneurs*, "Environment and Planning C: Government and Policy" 2004, vol. 22, no. 6, s. 779–798.

sowej prowadzona jest przez ten typ przedsiębiorców⁵. W literaturze tematu pojawiają się różne typologie wielokrotnych przedsiębiorców⁶, a najbardziej rozpowszechniony jest podział na przedsiębiorców portfolio (prowadzących kilka działalności równoległe) oraz seryjnych (ponownie zakładających działalność po zakończeniu poprzedniej)⁷. Wielokrotni przedsiębiorcy zyskują również coraz większą uwagę naukowców, a także decydentów, którzy rozszerzają zachęty dla przedsiębiorców, tak aby były skierowane zarówno do doświadczonych, jak i początkujących przedsiębiorców. Wielu autorów, powołując się na argumenty I. MacMillana, skupiło się na badaniu wielokrotnych przedsiębiorców w celu lepszego poznania procesu przedsiębiorczego⁸. Badania licznych autorów w Europie Zachodniej, USA i Australii wniosły wkład w poznanie natury wielokrotnych przedsiębiorców, ich zachowań i postaw wobec okazji rynkowych, różnic pomiędzy typami przedsiębiorców czy też aspektów uczenia się na podstawie wcześniejszych doświadczeń⁹.

Celem rozdziału jest charakterystyka wielokrotnych przedsiębiorców oraz identyfikacja motywów zakładania kolejnej działalności gospodarczej przez będących częścią tej grupy przedsiębiorców seryjnych, z perspektywy polskich mikro i małych przedsiębiorstw, oraz wskazanie kierunków dalszych badań nad tym zjawiskiem.

W Polsce zarówno skala, jak i charakterystyka wielokrotnych przedsiębiorców są trudne do uchwycenia w badaniach empirycznych, brak jest oficjalnych statystyk i baz danych wyodrębniających tę grupę przedsiębiorców. W badaniu skupiono się na seryjnych przedsiębiorcach. Decyzja o wyodrębnieniu tej grupy z całej populacji wielokrotnych przedsiębiorców była podyktowana istotnymi różnicami w zakresie motywów, zachowań i postaw przedsiębiorców seryjnych a przedsiębiorców portfolio. W rezultacie identyfikacji tych różnic, na podstawie analizy literatury tematu, podjęto decyzję o pozostawieniu badań nad przedsiębiorcami portfolio w Polsce do oddzielnego projektu badawczego.

⁵ P. Westhead, M. Wright, *Novice, Portfolio, and Serial Founders: Are They Different?*, "Journal of Business Venturing" 1998, vol. 13, no. 3, s. 173–204; J. Wiklund, D. Shepherd, *Portfolio Entrepreneurship, Habitual and Novice Founders, New Entry and Mode of Organizing*, "Entrepreneurship Theory and Practice" 2008, vol. 32, no. 4, s. 701–725; M. Pasanen, *Multiple Entrepreneurship among Successful SMEs in Peripheral Locations*, "Journal of Small Business and Enterprise Development" 2003, vol. 10, no. 4, s. 418–425; D. Ucbasaran, P. Westhead, M. Wright, *Habitual Entrepreneurs*, Edward Elgar, Aldershot 2006.

⁶ J. Ropega, *Wielokrotni przedsiębiorcy – definicja, skala i znaczenie dla rozwoju przedsiębiorczości*, „Przedsiębiorczość i Zarządzanie” 2017, t. 18, nr 12(1), s. 23–35.

⁷ Por. M. Pasanen, *op.cit.*; D. Ucbasaran, P. Westhead, M. Wright, *op.cit.*

⁸ I. MacMillan, *To Really Learn about Entrepreneurship, let's Study Habitual Entrepreneurs*, "Journal of Business Venturing" 1986, vol. 1, no. 3, s. 241–243.

⁹ P. Westhead, M. Wright, *The Habitual Entrepreneur*, Routledge 2016; M. Taylor, *The Small Firm as a Temporary Coalition*, "Entrepreneurship and Regional Development" 1999, vol. 11, s. 1–19; S.R. Gordon, P. Davidsson, P.R. Steffens, *Novice vs Habitual Entrepreneurship: Differences in Motivations, Actions and Expectations*, "AGSE International Entrepreneurship Research Exchange", University of Adelaide, Adelaide, 4–6.02.2009.

Podjęto próbę odpowiedzi na pytanie, co motywuje przedsiębiorców do ponownego podjęcia działalności gospodarczej, jakie jest ich podejście do poszukiwania okazji rynkowych. Zbadano również powody likwidacji pierwszej działalności gospodarczej.

Podstawy teoretyczne

Znaczna część literatury poświęconej przedsiębiorczości traktuje o analizie uwarunkowań i procesów wejścia, wyjścia oraz przetrwania nowych firm na rynku. Jednak przetrwanie firm może się różnić od przetrwania w przedsiębiorczości, a sukcesy i porażki firm niekoniecznie wpływają na przyszłe wyniki ich właścicieli¹⁰.

Wyjście z działalności gospodarczej jest nierozzerwalną częścią procesu przedsiębiorczego¹¹ i może być spowodowane różnymi przyczynami, takimi jak:

- dobrowolna likwidacja w celu podjęcia lepszego przedsięwzięcia lub zatrudnienia,
- likwidacja z przyczyn osobistych,
- sprzedaż firmy z zyskiem w celu zwrotu zainwestowanych zasobów,
- sprzedaż lub likwidacja spółki w celu uniknięcia strat,
- upadłość¹².

Wyjście z biznesu występuje więc w różnych formach. Chociaż często wiąże się z zamknięciem działalności gospodarczej i bankrutem lub niewypłacalnością firmy, to może dotyczyć również udanej sprzedaży firmy albo może być wynikiem znalezienia alternatywnych możliwości zatrudnienia. Istnieje powszechna zgoda, że wcześniejsze niepowodzenie nie ogranicza dalszej działalności przedsiębiorczej¹³.

Seryjni przedsiębiorcy dość powszechnie występują w gospodarkach różnych krajów¹⁴, np. badanie europejskich przedsiębiorców szacuje, że ok. 30% przedsiębiorców ma wcześniejsze doświadczenie w zakresie przedsiębiorczości¹⁵. Jeden strumień badań nad seryjnymi przedsiębiorcami koncentruje się na różnicach między różnymi typami przedsiębiorców, a ich wyniki sugerują, że debiutujący i seryjni przedsiębiorcy są

¹⁰ S.D. Sarasvathy, A.R. Menon, G. Kuechle, *op.cit.*

¹¹ D.R. De Tienne, *Entrepreneurial Exit as a Critical Component of the Entrepreneurial Process: Theoretical Development*, "Journal of Business Venturing" 2010, vol. 25, s. 203–215.

¹² J. Ropęga, *Ścieżki niepowodzeń gospodarczych. Redukcja zagrożenia niepowodzeniem jako element strategii małej firmy*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2013.

¹³ K. Nielsen, S.D. Sarasvathy, *A Market for Lemons in Serial Entrepreneurship? Exploring Type I and Type II Errors in the Restart Decision*, "Academy of Management Discoveries" 2016, vol. 2, no. 3, s. 247–271; E. Stam, D. Audretsch, J. Meijaard, *Renasant Entrepreneurship*, "Journal of Evolutionary Economics" 2008, vol. 18, no. 3–4, s. 493–507.

¹⁴ I. MacMillan, *op.cit.*; P. Westhead, M. Wright, *Novice...*, *op.cit.*

¹⁵ A. Hytinen, P. Ilmakunnas, *What Distinguishes a Serial Entrepreneur?*, "Industrial and Corporate Change" 2007, vol. 16, no. 5, s. 793–821.

podobni w wielu aspektach, ale różnią się pod względem doświadczenia, wieku i motywów przedsiębiorczości.

Decyzja o założeniu firmy, zdaniem J. Plehn-Dujowich¹⁶, składa się z dwóch poziomów: racjonalnego i motywacyjnego. Racjonalny poziom koncentruje się na obiektywnych powodach podjęcia działania, w tym warunkach otoczenia, które wzmacniają lub osłabiają niektóre zachowania. Poziom motywacyjny odnosi się do subiektywnych powodów, które odzwierciedlają oczekiwania osoby podejmującej decyzję. W grupie osób rozpoczynających działalność gospodarczą znajdują się osoby niejako „popychane” do przedsiębiorczości w związku z niezadowoleniem z obecnej sytuacji oraz osoby „wciągane” w przedsiębiorczość, ponieważ widzą wartościową okazję, którą chcą wykorzystać. Podział ten w literaturze określany jest jako czynniki szansy (*opportunity*) lub konieczności (*necessity*)¹⁷ lub inaczej motywacje pozytywne (*pull factors*) i negatywne (*push factors*)¹⁸. Z dotychczasowych badań przeprowadzonych w ramach projektu GEM wynika, że w krajach o wyższym poziomie rozwoju gospodarczego liczba przedsiębiorstw zakładanych z konieczności spada, większego znaczenia natomiast nabiera motywacja związana z wykorzystaniem szansy rynkowej. W ciągu ostatnich lat w Polsce odnotowano spadek udziału czynników negatywnych¹⁹. M. Koczerga w swoich badaniach dostrzegł pojawienie się chęci stworzenia własnego przedsięwzięcia wśród osób zatrudnionych w efekcie działania dwóch czynników – braku satysfakcji z wykonywanej pracy oraz zidentyfikowania w otoczeniu okazji do wykorzystania²⁰. Zdaniem badacza nie jest to przedsiębiorczość *stricte* wymuszona, raczej wywołana doświadczeniem zawodowym i dostrzeżeniem sposobności w otoczeniu.

Wielokrotni przedsiębiorcy, którzy potrafią wyciągać wnioski ze swoich doświadczeń, mogą dzięki temu wzbogacić swoje umiejętności przedsiębiorcze. Badania F. Lafontaine i K. Shaw²¹ przeprowadzone na firmach z Teksasu wykazały, że seryjni przedsiębiorcy, którzy wykorzystują swoje wcześniejsze doświadczenie, osiągają większy sukces niż początkujący przedsiębiorcy. Podobnie badania duńskich przedsiębiorstw wykazały, że seryjni przedsiębiorcy odnotowują wyższą sprzedaż niż początkujący przedsiębiorcy

¹⁶ J. Plehn-Dujowich, *A Theory of Serial Entrepreneurship*, „Small Business Economics” 2010, vol. 35, no. 4, s. 377–398.

¹⁷ I. Verheul, A.R. Thurik, J. Hessels, P.W. van der Zwan, *Factors Influencing the Entrepreneurial Engagement of Opportunity and Necessity Entrepreneurs* (Research Reports H201011), EIM, Zoetermeer 2010.

¹⁸ D.J. Storey, *Understanding the Small Business Sector*, Routledge, London, New York 1994.

¹⁹ Raport z badania Global Entrepreneurship Monitor Polska 2019, PARP, Katowice 2019.

²⁰ M. Koczerga, *Motywacja przedsiębiorcza a identyfikacja okazji*, „Problemy Zarządzania” 2014, t. 12, nr 3(47), s. 88–108.

²¹ F. Lafontaine, K. Shaw, *Serial Entrepreneurship: Learning by Doing?*, „Journal of Labor Economics” 2016, vol. 34, no. 2, s. 214–254.

oraz ich przedsięwzięcia charakteryzują się wyższą wydajnością²². Z drugiej strony, wcześniejsze doświadczenia przedsiębiorcze, które są związane zarówno z wartościami pozytywnymi (szybsze osiąganie progów rozwojowych), jak i negatywnymi (zbyttna pewność siebie i zaślepienie) mogą przynieść również odwrotny skutek²³. Na przykład badania S. Gottschalk, F.J. Greene i B. Müller²⁴ wśród niemieckich przedsiębiorstw nie wykazały wpływu wiedzy i doświadczenia z poprzedniej działalności do tworzenia lepiej prosperujących i bardziej odpornych na niepowodzenie przedsięwzięć.

Negatywne doświadczenia, takie jak porażka, mogą mieć znaczący wpływ na potencjał przedsiębiorczości. Ponieważ takie niepowodzenie może również wpływać na postawy przedsiębiorcy, tak więc będzie on się starał uniknąć go za wszelką cenę w przyszłości. Jest to zagrożenie dla procesu przedsiębiorczości z wielu powodów. Jednym z ekstremalnych przykładów może być całkowite porzucenie przedsiębiorczości²⁵. Innym przykładem jest to, że chorobliwa chęć uniknięcia porażki może działać jako jej katalizator. Osoby, które mogą wyciągnąć wnioski z niepowodzenia, częściej stają się seryjnymi przedsiębiorcami. Z drugiej strony należy pamiętać, że nie wszyscy seryjni przedsiębiorcy popełniają błędy. Są też tacy, którzy opuszczają swoje poprzednie firmy, ponieważ widzą, że obecna sytuacja jest dobra na sprzedaż firmy lub po prostu chcą ponownie doświadczyć emocji związanych z początkową fazą uruchamiania przedsięwzięcia.

Zgromadzone doświadczenie przedsiębiorcze może ułatwić rozpoznanie nowych możliwości i zintensyfikować ich wykorzystanie ze względu na rozwinięte umiejętności zarządzania, wiedzę i sieci kontaktów²⁶, dzięki którym ułatwiony jest dostęp do potrzebnych informacji oraz zasobów²⁷.

²² K. Shaw, A. Sørensen, *The Productivity Advantage of Serial Entrepreneurs*, "ILR Review" 2019, vol. 72, no. 5, s. 1225–1261.

²³ D. Ucbasaran, P. Westhead, M. Wright, *op.cit.*

²⁴ S. Gottschalk, F.J. Greene, B. Müller, *The Impact of Habitual Entrepreneurial Experience on New Firm Closure Outcomes*, "Small Business Economics" 2017, vol. 48, s. 303–321.

²⁵ H.T. Tran, E. Carbonara, E. Santarelli, *Determinants of Novice, Portfolio and Serial Entrepreneurship: An Occupational Choice Approach*, GLO Discussion Paper, no. 74, Global Labor Organization (GLO), Maasricht 2017.

²⁶ P. Westhead, D. Ucbasaran, M. Wright., M. Binks, *Policy Toward Novice, Serial and Portfolio Entrepreneurs*, "Environment and Planning C: Government and Policy" 2004, vol. 22, no. 6.

²⁷ J. Starr, W. Bygrave, *The Assets and Liabilities of Prior Start-Up Experience: An Exploratory Study of Multiple Venture Entrepreneurs*, w: *Frontiers of Entrepreneurship Research*, N.C. Churchill, W.D. Bygrave, J.G. Covin, D.L. Sexton, D.P. Slevin, K.H. Vesper, W.E. Wetzel Jr. (eds.), Babson College, Wellesley, MA 1991, s. 213–227.

Metodyka badań

Badania ankietowe przeprowadzono w październiku i listopadzie 2019 r. techniką CATI wśród właścicieli/współwłaścicieli mikro i małych przedsiębiorstw funkcjonujących w Polsce. W przeprowadzonym postępowaniu badawczym założono pozyskanie próby reprezentatywnej, aby była możliwość uogólniania uzyskanych wyników na całą populację generalną, z której została pobrana.

Przy założeniach, że błąd szacunku wynosi 5%, poziom istotności 0,005, a liczebność populacji to 4 268 606²⁸, tzn. podmiotów gospodarczych spełniających warunek przynależności do grupy krajowych mikro i małych podmiotów (o zatrudnieniu do 49 osób), należących do różnych dziedzin gospodarczych, minimalna liczebność próby wynosi 385.

W badaniu zastosowano dobór losowy warstwowy, przy czym warstwy zostały wyróżnione ze względu na dwa kryteria: wielkość przedsiębiorstwa (liczba zatrudnionych pracowników w podziale na przedsiębiorstwa mikro zatrudniające 0–9 osób i małe zatrudniające 10–49 osób) oraz województwo, w którym mieści się siedziba przedsiębiorstwa. Rozkład próby został opracowany na podstawie danych zawartych na stronach internetowych Głównego Urzędu Statystycznego (aktualnych na 31.12.2018) dotyczących proporcjonalnego rozkładu liczebności mikro i małych przedsiębiorstw na terenie poszczególnych województw z uwzględnieniem wielkości zatrudnienia. Operatem losowania była baza Rejestru Gospodarki Narodowej REGON uznawana za kompletny operat losowania przedsiębiorstw funkcjonujących w Polsce. Liczebność próby została ustalona na 400 przedsiębiorstw i została ona proporcjonalnie podzielona na poszczególne warstwy. Ze względu na duże dysproporcje w liczbie mikro i małych przedsiębiorstw w Polsce założono nadreprezentację małych przedsiębiorstw (tabela 1.4.1) – w przeciwnym wypadku analizy według wielkości przedsiębiorstwa nie byłyby przy założonej wielkości próby możliwe.

Wyniki badań

W porównaniu ze strukturą wszystkich przedsiębiorstw mikro i małych wśród seryjnych przedsiębiorstw występuje wyższy odsetek firm małych. Częściowo może to być spowodowane wyższym udziałem firm produkcyjnych (z wyższym przeciętnym zatrudnieniem niż w pozostałych sektorach) wśród seryjnych przedsiębiorców.

²⁸ Według stanu na koniec 2018 r., Bank Danych Lokalnych – www.stat.gov.pl

Prawie 80% badanych przedsiębiorstw działało na rynku ponad 5 lat. Fazę stabilizacji zadeklarowało 53,3% respondentów, w fazie schyłkowej znajdowało się 27% przedsiębiorstw, a w fazie dynamicznego wzrostu 19,3%. W większości więc były to firmy o ustalonej pozycji na rynku.

Tabela 1.4.1.

Struktura populacji i próby przedsiębiorstw według wielkości zatrudnienia

Wyszczególnienie	Liczba przedsiębiorstw		Odsetek przedsiębiorstw	
	Polska (2018)	Próba (2019)	Polska (2018)	Próba (2019)
Mikro (do 9 zatrudnionych)	4 128 611	269	96,7	67,3
Małe (10–49 zatrudnionych)	139 995	131	3,3	32,7
Ogółem	4 268 606	400	100,0	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie Banku Danych Lokalnych, www.stat.gov.pl

Tabela 1.4.2.

Charakterystyka badanych przedsiębiorstw

Wyszczególnienie		Liczba przedsiębiorstw	Odsetek przedsiębiorstw
Dominujący sektor działania	Produkcja	112	28
	Handel	132	33
	Usługi	156	39
Płeć głównej osoby zarządzającej	Kobieta	126	31,5
	Mężczyzna	274	68,5
Zasięg działania	Lokalny (obszar powiatu)	45	11,3
	Regionalny (obszar województwa)	153	38,3
	Krajowy	159	39,8
	Międzynarodowy	43	10,8

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

Analiza struktury branżowej pokazuje, że seryjni przedsiębiorcy działają głównie w usługach i handlu. W porównaniu z dostępnymi danymi dla ogółu przedsiębiorstw w Polsce²⁹ mniej jest przedsiębiorców seryjnych działających w usługach, natomiast większy udział wykazują w działalności produkcyjnej. Możliwymi przyczynami większego angażowania się w działalność produkcyjną mogą być dostrzeżone okazje rynkowe połączone ze zdobytą wiedzą i doświadczeniem. Działalność produkcyjna wymaga

²⁹ Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce, PARP, Warszawa 2019.

posiadania większych zasobów, kapitał zgromadzony w poprzednich biznesach może więc ułatwić pozyskanie odpowiednich środków do produkcji. Seryjni przedsiębiorcy działają głównie na rynku krajowym i regionalnym, rzadziej ograniczają się tylko do rynku lokalnego. W badaniu odnotowano dużo wyższy udział mikroprzedsiębiorców seryjnych działających na rynkach międzynarodowych (11,2%) w stosunku do danych odnoszących się do ogółu mikroprzedsiębiorstw⁵⁰ (niecałe 4%). Może tu być widoczny pozytywny wpływ wcześniejszego doświadczenia na zdolność do identyfikacji i wykorzystania okazji rynkowych, a także wykorzystania logiki efektuacji. Wcześniejsze doświadczenie w prowadzeniu działalności gospodarczej może się przyczynić do rozwoju sieci współpracy i gromadzenia większej ilości informacji, wiedzy i kontaktów, umiejętności z zakresu produkcji, marketingu i dystrybucji, co może zwiększać dostrzeganie lub kreowanie okazji związanych z wejściem na rynki międzynarodowe.

Tabela 1.4.3.

Motywy podjęcia działalności gospodarczej

Wyszczególnienie	Pierwsza działalność (w %)	Druga działalność (w %)	Trzecia działalność i kolejne (w %)
Perspektywa wysokich zarobków	33,6	30,6	44,7
Rozwinięcie idei, pomysłu i przekształcenie go w produkt	2,7	16,1	10,5
Wykorzystanie okazji rynkowej	6,1	41,5	39,5
Zamiana pasji/hobby w biznes	2,0	0,7	-
Kontynuacja tradycji rodzinnej	0,7	0,4	-
Potrzeba rozwoju osobistego, sprawdzenia się w biznesie	5,2	2,1	2,6
Potrzeba niezależności i kontroli nad własnym życiem	14,4	2,8	2,6
Możliwość elastycznego łączenia czasu poświęconego pracy i życiu osobistemu	3,1	0,3	-
Możliwość stworzenia biznesu i sprzedania go z zyskiem	-	0,2	-
Niezadowolenie z poprzedniej pracy zawodowej	17,0	-	-
Bezrobocie lub obawa przed utratą pracy	12,4	1,3	-
Alternatywa dla migracji zarobkowej	2,6	3,4	-
Zmiana sytuacji życiowej, np. rozwód	0,4	0,7	-

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

⁵⁰ *Ibidem.*

Wśród przyczyn likwidacji pierwszej działalności porażka biznesowa (niepowodzenie) występuje w 43,7% przypadków. W tej kategorii bankructwo lub likwidację z powodu ponoszenia straty podało jedynie 8,2% respondentów, 35,5% przedsiębiorców zlikwidowało działalność z powodu nieosiągania zadowalających wyników. Aż 43,8% likwidacji spowodowane było pojawieniem się lepszej okazji do prowadzenia biznesu, a 12,5% przedsiębiorców wykorzystało okazję do sprzedaży firmy lub udziałów. Ponad połowa seryjnych przedsiębiorców prowadziła zatem działalność na zadowalającym ich poziomie.

Wyniki badania wyraźnie pokazują znaczne różnice w motywach podjęcia działalności po raz pierwszy i kolejny przez seryjnych przedsiębiorców. Motywacja negatywna występuje w marginalnym stopniu w przypadku kolejnej działalności (5,4% w drugiej oraz brak w trzeciej i kolejnej działalności) w porównaniu z podejmowaniem działalności po raz pierwszy (32,4%). Z kolei w przypadku motywacji pozytywnej perspektywa wysokich zarobków występuje równie często w pierwszej i kolejnych działalnościach (odpowiednio 33,6%, 30,6% oraz 44,7%). Potrzeba niezależności i kontroli nad własnym życiem występuje w 14,4% odpowiedzi w pierwszej działalności, w kolejnych działalnościach odsetek odpowiedzi wyniósł 2,8% i 2,6%, co jest naturalną konsekwencją zaspokojenia tej potrzeby poprzez możliwość prowadzenia biznesu. Badanie potwierdziło poglądy prezentowane przez innych badaczy o gromadzeniu umiejętności i doświadczenia, które pozwala seryjnym przedsiębiorcom postrzegać i przetwarzać zmiany w swoim otoczeniu oraz odkrywać dodatkowe możliwości biznesowe. Wykorzystanie okazji rynkowej było motywem w 41,5% przypadków w drugiej i 39,5% przypadków w trzeciej i kolejnej działalności. Podejmując działalność po raz pierwszy, przedsiębiorcy kierowali się okazją rynkową jedynie w 6,1% przypadków. Jak widać, zdolność rozpoznania i wykorzystania okazji rynkowej zdecydowanie uzależniona była wśród badanych przedsiębiorców od doświadczenia nabytego w trakcie prowadzenia działalności. Również rozwinięcie idei lub pomysłu w produkt częściej skłaniało do podjęcia powtórnie działalności niż w przypadku pierwszego biznesu.

Podsumowanie

Badanie wykazało różnice w motywach podejmowania działalności po raz pierwszy i kolejny. Podczas gdy w pierwszej działalności, oprócz perspektywy wysokich zarobków, dominowały motywacje z konieczności, to w drugiej i kolejnych działalnościach na pierwszy plan wysuwały się dostrzeżone okazje biznesowe. Może potwierdzać to teorię uczenia się poprzez doświadczenie. Zjawisko ponownego rozpoczęcia działalności jest bezpośrednio związane z wielokrotnymi przedsiębiorcami. Brak pogłębionej dyskusji w tym zakresie ogranicza możliwość realnego wnioskowania na temat jego form,

przyczyn, przebiegu oraz następstw. Jednym z ograniczeń jest niebranie pod uwagę procesu przedsiębiorczego i roli, jaką w tym procesie odgrywają okazje, tj. ich identyfikacja ze strony samych przedsiębiorców. Uzyskane wyniki badań potwierdziły zarówno związek pomiędzy likwidacją wcześniejszej działalności gospodarczej a zidentyfikowanymi lepszymi okazjami, jak i samym wykorzystaniem tych okazji przez przedsiębiorców. W rezultacie dyskusja o procesach kreatywnej destrukcji wg J. Schumpetera oraz o związku przedsiębiorcy z procesem rozwoju gospodarczego jest obecnie silnie związana ze zjawiskiem dostosowania strategii przedsiębiorców z sektora MSP do zmian, które zostały wskazane jako niezbędne do zastosowania w zmieniających się modelach biznesowych³¹. Jednocześnie warto zwrócić uwagę, że część tych zmian została zainicjowana w wyniku doświadczeń ogólnoswiatowego kryzysu gospodarczego z 2007 r.³². Obecnie należy się spodziewać coraz większej aktywności ze strony przedsiębiorców w łączeniu okazji na nowe przedsięwzięcia gospodarcze z likwidacją dotychczasowej działalności gospodarczej i w jej miejsce zakładania kolejnej. Szczególnie może się to zdarzać w sektorach, które w większym stopniu pozwolą wykorzystać wprowadzanie innowacji opartych m.in. na zjawisku cyfryzacji, z drugiej zaś strony pozwolą w wyniku alokowania zasobów stworzyć podstawę do ich wykorzystania w różnorodnych możliwych do zrealizowania celach³³.

Kierując się przekonaniem, że powtórni przedsiębiorcy osiągają lepsze wyniki dzięki efektom uczenia się na bazie poprzednich doświadczeń przedsiębiorczych, wiele krajów europejskich, również Polska, wprowadziło nowe programy promujące ponowne rozpoczęcie działalności przez przedsiębiorców, którzy odnieśli porażkę biznesową w przeszłości i którzy w przeciwnym razie nie mogliby spróbować ponownie z powodu tak zwanego „piętna porażki”³⁴.

Prezentowane wyniki badań pozwalają nie tylko opisać motywę, cechy i postawy przedsiębiorców seryjnych, ale także powiązać je z aktualną sytuacją tej grupy przedsiębiorców w zakresie działań podejmowanych w otoczeniu samych przedsiębiorców. Wyniki badań przedstawionych w tym rozdziale będą możliwe do powiązania

³¹ Por. R. Krupski, *Ewolucja rozumienia strategii organizacji*, w: *Ludzie – Jakość – Organizacja*, J. Prońko (red.), „Miscellanea Oeconomicae. Uniwersytet Humanistyczno-Przyrodniczy Jana Kochanowskiego w Kielcach” 2009, t. 13, nr 2, s. 93–102.

³² J. Ropega, *Ścieżki...*, *op.cit.*

³³ R. Lisowska, J. Ropega, *Współczesna przedsiębiorczość a rozwój małych i średnich firm*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2016.

³⁴ Komisja Europejska (KE) 25 czerwca 2008 r. opublikowała komunikat *Think Small First. A Small Business Act for Europe 3*, który ma kluczowe znaczenie dla działań podejmowanych w ramach Polityki Nowej Szansy. Określił on dziesięć głównych zasad, którymi należy się kierować, tworząc politykę Unii Europejskiej i państw członkowskich w odniesieniu do MSP, w tym zasada nr 2 – odnosi się wprost do Polityki Nowej Szansy: „Zagwarantowanie, by uczciwi przedsiębiorcy, których przedsiębiorstwo zostało postawione w stan upadłości, dostali szybko drugą szansę”.

z aktualnymi i przyszłymi programami wsparcia dla przedsiębiorców. W szczególności dotyczyć to może programów związanych z realizacją PNS (Polityki Nowej Szansy), obecnie koordynowanej i monitorowanej przez Ministerstwo Rozwoju (dawniej Ministerstwo Przedsiębiorczości i Technologii). Pomimo że okres realizacji PNS kończy się w roku 2020, to wytyczne Komisji Europejskiej w zakresie realizacji rozwoju gospodarczego Unii Europejskiej wymagać będą utrzymania także takich i podobnych form wsparcia dla przedsiębiorców w przyszłości.

W związku z tym powinno się w dalszych badaniach uchwycić, w jaki sposób przedsiębiorcy uczą się przez doświadczenie, wyodrębnić czynniki sprzyjające pozytywnym efektom doświadczeń przedsiębiorczych, rozszerzyć badania z uwzględnieniem wyników osiągniętych przez przedsiębiorców seryjnych, procesu rozwoju przedsięwzięć przez nich podejmowanych, metod identyfikacji okazji.

Przeprowadzone badania mają pewne ograniczenia. Nie objęły swoim zasięgiem całej próby przedsiębiorców wielokrotnych, a jedynie skoncentrowane zostały na przedsiębiorcach seryjnych. Ten obszar badań jest w Polsce bardzo nowy i nie jest możliwe wzięcie pod uwagę wszystkich składowych procesu przedsiębiorczego oraz wyodrębnienie spośród nich tych, które determinują zachowania i postawy przedsiębiorców seryjnych inaczej niż pozostałej grupy przedsiębiorców. Autor przygotowuje bardziej złożone kryteria zróżnicowania motywów, cech, zachowań i postaw przedsiębiorców wielokrotnych (w tym przedsiębiorców seryjnych), jednak ich empiryczna weryfikacja wymaga dużo bardziej złożonych badań opartych zarówno na badaniach ilościowych, jak i jakościowych oraz znacznego zwiększenia objętości i złożoności wykorzystania samych narzędzi badawczych. Zdaniem autora przedstawione wyniki badań stanowią niezbędny etap dla naukowego opisu tego zjawiska oraz dyskusji o możliwości zastosowania wyników naukowych prowadzonych prac badawczych dla rozwoju polityki wsparcia dla mikro i małych przedsiębiorców. Taka wartość aplikacyjna mogłaby mieć zastosowanie w polskich przedsiębiorstwach, a jej założenia można zastosować przy tworzeniu rozwiązań dedykowanych dla przedsiębiorców prowadzących działalność także w innych krajach, w szczególności na terenie Unii Europejskiej.

Bibliografia

- De Tienne D.R., *Entrepreneurial Exit as a Critical Component of the Entrepreneurial Process: Theoretical Development*, "Journal of Business Venturing" 2010, vol. 25, s. 203–215.
- Gordon S.R., Davidsson P., Steffens P.R., *Novice vs Habitual Entrepreneurship: Differences in Motivations, Actions and Expectations*, "AGSE International Entrepreneurship Research Exchange", University of Adelaide, Adelaide, 4–6.02.2009.

- Gottschalk S., Greene F.J., Müller B., *The Impact of Habitual Entrepreneurial Experience on New Firm Closure Outcomes*, "Small Business Economics" 2017, vol. 48, s. 303–321.
- Hyytinen A., Ilmakunnas P., *What Distinguishes a Serial Entrepreneur?*, "Industrial and Corporate Change" 2007, vol. 16, no. 5, s. 793–821.
- Koczerga M., *Motywacja przedsiębiorcza a identyfikacja okazji*, „Problemy Zarządzania” 2014, t. 12, nr 3(47), s. 88–108.
- Krupski R., *Ewolucja rozumienia strategii organizacji*, w: *Ludzie – Jakość – Organizacja*, J. Prońko (red.), „Miscellanea Oeconomicae, Uniwersytet Humanistyczno-Przyrodniczy Jana Kochanowskiego w Kielcach” 2009, t. 13, nr 2, s. 93–102.
- Lafontaine F., Shaw K., *Serial Entrepreneurship: Learning by Doing?*, "Journal of Labor Economics" 2016, vol. 34, no. 2, s. 214–254.
- Lisowska R., Ropęga J., *Współczesna przedsiębiorczość a rozwój małych i średnich firm*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2016.
- MacMillan I., *To Really Learn about Entrepreneurship, let's Study Habitual Entrepreneurs*, "Journal of Business Venturing" 1986, vol. 1, no. 3, s. 241–243.
- Nielsen K., Sarasvathy S.D., *A Market for Lemons in Serial Entrepreneurship? Exploring Type I and Type II Errors in the Restart Decision*, "Academy of Management Discoveries" 2016, vol. 2, no. 3, s. 247–271.
- OECD, Organization for Economic Cooperation and Development, *Fostering Entrepreneurship*, Paris 1998.
- Pasanen M., *Multiple Entrepreneurship among Successful SMEs in Peripheral Locations*, "Journal of Small Business and Enterprise Development" 2003, vol. 10, no. 4, s. 418–425.
- Penrose E., *The Theory of the Growth of the Firm*, Basil Blackwell, Oxford 1959.
- Plehn-Dujowich J., *A Theory of Serial Entrepreneurship*, "Small Business Economics" 2010, vol. 35, no. 4, s. 377–398.
- Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce*, PARP, Warszawa 2019.
- Raport z badania Global Entrepreneurship Monitor Polska 2019*, PARP, Katowice 2019.
- Ropęga J., *Ścieżki niepowodzeń gospodarczych. Redukcja zagrożenia niepowodzeniem jako element strategii małej firmy*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2013.
- Ropęga J., *Wielokrotni przedsiębiorcy – definicja, skala i znaczenie dla rozwoju przedsiębiorczości*, „Przedsiębiorczość i Zarządzanie” 2017, t. 18, nr 12(1), s. 23–35.
- Sarasvathy S.D., Menon A.R., Kuechle G., *Failing Firms and Successful Entrepreneurs: Serial Entrepreneurship as a Temporal Portfolio*, "Small Business Economics" 2013, vol. 40, no. 2, s. 417–434.
- Shaw K., Sørensen A., *The Productivity Advantage of Serial Entrepreneurs*, "ILR Review" 2019, vol. 72, no. 5, s. 1225–1261.
- Stam E., Audretsch D., Meijaard J., *Renascent Entrepreneurship*, "Journal of Evolutionary Economics" 2008, vol. 18, no. 3–4, s. 493–507.
- Starr J., Bygrave W., *The Assets and Liabilities of Prior Start-Up Experience: An Exploratory Study of Multiple Venture Entrepreneurs*, w: *Frontiers of Entrepreneurship Research*, N.C. Churchill, W.D. Bygrave, J.G. Covin, D.L. Sexton, D.P. Slevin, K.H. Vesper, W.E. Wetzel Jr. (red.), Babson College, Wellesley, MA, 1991, s. 213–227.
- Storey D.J., *Understanding the Small Business Sector*, Routledge, London, New York 1994.
- Taylor M., *The Small Firm as a Temporary Coalition*, "Entrepreneurship and Regional Development" 1999, vol. 11, s. 1–19.

- Tran H.T., Carbonara E., Santarelli E., *Determinants of Novice, Portfolio and Serial Entrepreneurship: An Occupational Choice Approach*, GLO Discussion Paper, no. 74, Global Labor Organization (GLO), Maastricht 2017.
- Ucbasaran D., Alsos G., Westhead P., Wright M., *Habitual Entrepreneurs*, Edward Elgar, Cheltenham 2008.
- Ucbasaran D., Westhead P., Wright M., *Habitual Entrepreneurs*, Edward Elgar, Aldershot 2006.
- Verheul I., Thurik A.R., Hessels J., van der Zwan P.W., *Factors Influencing the Entrepreneurial Engagement of Opportunity and Necessity Entrepreneurs* (Research ReportsH201011), EIM, Zoetermeer 2010.
- Westhead P., Ucbasaran D., Wright M., Binks M., *Policy Toward Novice, Serial and Portfolio Entrepreneurs*, "Environment and Planning C: Government and Policy" 2004, vol. 22, no. 6.
- Westhead P., Wright M., *Novice, Portfolio, and Serial Founders: Are They Different?*, "Journal of Business Venturing" 1998, vol. 13, no. 3, s. 173–204.
- Westhead P., Wright M., *The Habitual Entrepreneur*, Routledge 2016.
- Westhead P., Ucbasaran D., Wright M., Binks M., *Policy Toward Novice, Serial and Portfolio Entrepreneurs*, "Environment and Planning C: Government and Policy" 2004, vol. 22, no. 6, s. 779–798.
- Wiklund J., Shepherd D., *Portfolio Entrepreneurship, Habitual and Novice Founders, New Entry and Mode of Organizing*, "Entrepreneurship Theory and Practice" 2008, vol. 32, no. 4, s. 701–725.