

JULITA E. WASILCZUK

Politechnika Gdańska

PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ JAKO PODSTAWA KREOWANIA I DZIAŁANIA MAŁEJ FIRMY

Wprowadzenie

Od lat osiemdziesiątych w wielu krajach prowadzi się intensywne badania nad zjawiskiem przedsiębiorczości oraz funkcjonowaniem małych firm. W Polsce takie badania są prowadzone od lat dziewięćdziesiątych. Niemniej jednak zarówno w Polsce, jak i innych krajach niezmiennie pojawiają się te same pytania dotyczące sektora MSP oraz przedsiębiorczości, a poszukiwanie na nie odpowiedzi nie przynosi oczekiwanego efektu. Co powoduje, że tak niewiele wiemy na temat tych bardzo istotnych zjawisk dla gospodarki? Główną przyczyną tego stanu rzeczy jest wykorzystywanie różnej metodyki w badaniach nawet na ten sam temat. To z kolei wynika z faktu, że przedsiębiorczość jako obszar badań, który w dużym stopniu odnosi się do MSP, jest w fazie niedojrzałej, co oznacza brak lub niedopracowanie metodyki badawczej, a to wynika głównie ze specyfiki badania przedsiębiorczości, które to zjawisko w swojej naturze ma charakter wielodyscyplinarny. Jego badanie można przeprowadzić nie tylko w oparciu o najbardziej zbliżone dyscypliny, ekonomię i nauki o zarządzaniu, ale także w oparciu o psychologię czy też socjologię. Oznacza to tym samym, konieczność sięgania do narzędzi, które są specyficzne dla tych dyscyplin nauk. Nakładają się na to także inne problemy: brak miar różnych zjawisk związanych przedsiębiorczością i funkcjonowaniem małej firmy (wzrostu, rozwoju, sukcesu itp.), prowadzenie badań na zamówienie, które powoduje, że są one konstruowane pod dyktando zamawiającego (instytucje rządowe, samorządowe itp.).

W opracowaniu rozwinięto opis niektórych problemów, sugerując jednocześnie możliwe rozwiązania. Zarówno opis problemów, jak i ostatecznie wnioski są pierwszą próbą przedstawienia tego zagadnienia w Polsce (w krajach o dłuższej historii badań przedsiębiorczości i MSP pisze się o nich już od dłuższego czasu). Opracowanie powstało w oparciu o literaturę oraz długoletnie doświadczenie badawcze autorki.

1. Kogo, co i jak badamy

Zakreślony we wprowadzeniu problem wynika w dużej mierze z niejednoznaczności definiowania wielu zagadnień związanych z przedsiębiorczością i małymi firmami. Pierwszy termin nie doczekał się jednej, powszechnie akceptowanej definicji. Już wiele lat temu W. Gartner¹ doliczył się około 100 różnych definicji używanych w literaturze². Konsekwencją tego faktu jest prowadzenie badań nad przedsiębiorczością, a co więcej wyciąganie z tych badań wniosków, podczas gdy w wielu wypadkach dotyczy to różnych jej obszarów lub przejawów. Na problem braku jednolitej definicji przedsiębiorczości nakłada się brak jej miar, ale także miar zjawisk z nią powiązanych, jak sukces, wzrost czy też rozwój przedsiębiorstwa³.

Pojawia się jednak pytanie, czy przedsiębiorczość powinna być zdefiniowana i w oparciu o jakie kryteria taka definicja miałaby być skonstruowana. Kryteria takie powinny z jednej strony ujmować wszystkie jej przejawy i aspekty, z drugiej cechować się przejrzystością i prostotą. Prawdopodobnie taka definicja nie powstanie w wyniku konsensusu, a raczej zostanie narzucona. Taką próbą jest budzące niepokój coraz częstsze powoływanie się na badania w ramach projektu Global Entrepreneurship Monitor, które swoim zasięgiem obejmują niemal 60 krajów. Badania ze względu na duży zasięg zaczynają wpływać na wybory metodyczne innych badaczy. W projekcie zaproponowano definicję przedsiębiorcy, która ogranicza się do osoby, która rozpoczęła starania o założenie firmy (preprzedsiębiorca), oraz takiego właściciela firmy, który prowadzi ją nie dłużej niż trzy lata⁴. Przy tak skonstruowanej definicji umyka wiele różnych przejawów przedsiębiorczości biznesowej, przede wszystkim w firmach dojrzałych. Włączenie Polski do projektu GEM spowoduje z pewnością wzrost liczby artykułów na temat przedsiębiorczości u nas w kraju, jednak będą one dotyczyły tylko tej specyficznej grupy przedsiębiorców⁵.

Być może jedynym wyjściem byłoby precyzyjne zdefiniowanie różnych przejawów przedsiębiorczości. W tabeli 1 przedstawiono propozycję przejawów przedsiębiorczości w oparciu o różne kryteria. Lista ta nie jest zapewne zamknięta i może być przedmiotem dalszej dyskusji, jednak już na tym jej etapie widać dużą różnorodność przejawów przedsiębiorczości, z której wielu projektujących badania nie zdaje sobie sprawy.

¹ W. Gartner, *Is There an Elephant in Entrepreneurship? Blind Assumptions in Theory Development*, „Entrepreneurship Theory and Practice” 2001, Summer, Vol. 25, Iss. 4, s. 27–40.

² Więcej na temat definiowania przedsiębiorczości w: C. Bruyat, P. Julien, *Defining the field of research in entrepreneurship*, „Journal of Business Venturing” 2000, Vol. 26, s. 165–180; J.E. Wasilczuk, *Investigate or not – problems with the entrepreneurship research methodology*, w: *What do we know (and would like to know) about entrepreneurship in Poland*, red. J.E. Wasilczuk, Gdańsk University of Technology, Gdańsk 2009, s. 8–17.

³ Na ten temat więcej w: J.E. Wasilczuk, *Wzrost małych i średnich przedsiębiorstw – aspekty teoretyczne i badania empiryczne*, Gdańsk University of Technology, Gdańsk 2005, s. 112–115.

⁴ Zob. np. N. Bosma, J. Levie, *Global Entrepreneurship Monitor 2009, Executive Report*, <http://www.gemconsortium.org/> (8.09.2011).

⁵ Polska brała już raz udział w badaniach GEM w 2004 r., a kolejnego raportu należy się spodziewać w 2012 r.



Tabela 1

Przejawy przedsiębiorczości

Kryteria	Przejaw przedsiębiorczości
Ze względu na związek z biznesem	Przedsiębiorczość gospodarcza Przedsiębiorczość intelektualna Przedsiębiorczość społeczna
Ze względu na sposób organizacji	Samozatrudnienie Przedsiębiorczość na pół etatu Franchising/sieci Multiprzedsiębiorczość Przedsiębiorczość rodzinna
Ze względu na własność kapitału	Przedsiębiorczość „tradycyjna” Intraprzedsiębiorczość/ przedsiębiorczość korporacyjna
Ze względu na efekt	Przedsiębiorczość produktywna Przedsiębiorczość nieproduktywna Przedsiębiorczość destruktywna
Ze względu na fazę funkcjonowania firmy	Preprzesiębiorczość Przedsiębiorczość młoda Przedsiębiorczość menedżerska

Źródło: opracowanie własne.

Dla wielu osób prowadzących badania nad przedsiębiorczością dobrym rozwiązaniem wydaje się skorzystanie z tej grupy definicji, która określa przedsiębiorczość jako gromadzenie i organizowanie ograniczonych zasobów, czyli prowadzenie firmy. Warto więc odnieść się do relacji pomiędzy przedsiębiorczością a małym (czy też mikro) przedsiębiorstwem. Zakładając, że przedsiębiorca gromadzi i organizuje ograniczone zasoby, można stwierdzić, że każdy właściciel mikro, a nawet małego przedsiębiorstwa jest przedsiębiorcą (jest to uproszczenie, ale przez badaczy często popełniane). Skoro więc nie ma definicji przedsiębiorcy, to może sięgnąć do definicji mikro i małej firmy. Bez zająknięcia przywoływane są graniczne wielkości w postaci zatrudnienia, obrotów, sumy bilansowej oraz kryterium niezależności. Jeżeli jednak sięgamy do bazy danych (założmy, że jest to REGON), by dokonać losowania próby badawczej, jaką mamy pewność, że wylosowane firmy należą rzeczywiście do tej kategorii? Jedynym miernikiem, jaki przy losowaniu jest brany pod uwagę, to liczba zatrudnionych. Tymczasem znane są przypadki firm zatrudniających 9 osób, a prowadzących działalność na skalę międzynarodową, co generuje wynik ekonomiczny daleko przekraczający wielkość graniczną dla przedsiębiorstw mikro. Ponadto na specyfikę działalności mikro i małego przedsiębiorstwa wpływają nie tylko wielkości graniczne przywołane w ustawie o działalności gospodarczej, ale także szereg cech jakościowych,



o których pisała T. Łuczka⁶, a które to cechy są często pomijane w prowadzonych badaniach nad sektorem MSP. Czy wobec tego w każdym przypadku właściciel mikro czy też małej firmy jest przedsiębiorcą? Trudno powiedzieć, bo nawet zakładając poprawność doboru mikro lub małej firmy, i tak nie mamy jednolitej definicji samego przedsiębiorcy, o czym napisano wcześniej. Jeżeli jednak chcielibyśmy wprowadzić jakieś wyróżniki przedsiębiorczości, należałoby wylosowaną próbę mikro i małych przedsiębiorstw poddać dodatkowym badaniom w celu wyłonienia „rzeczywistych” przedsiębiorców. Brak pewności co do wylosowania do badań odpowiednich firm dotyczy także tych badań, które koncentrują się na sektorze MSP, bez specjalnego nacisku na przedsiębiorczość. Trafność doboru próby nie bez kozery jest tak szeroko omówiona, ponieważ w dalszej części artykułu wątek ten pojawi się w momencie rozważań nad zasadnością stosowania metod statystycznych przy opracowywaniu danych zebranych w badaniach.

W rzeczywistości każdemu z nas pozostaje udzielenie sobie odpowiedzi na pytanie, czy popełniany jest błąd, gdy badania w małej firmie utożsamiamy z badaniami przedsiębiorczości i na odwrót, samodzielnie, przy projektowaniu badań. Pewną wskazówką może być sugestia Shane’a i Venkataramana, którzy tak definiują przedsiębiorczość jako obszar badawczy zajmujący się⁷:

- źródłami możliwości,
- procesem odkrywania, ewaluacji i wykorzystania możliwości,
- zbiorem osób, które odkrywają, ewaluują i wykorzystują te możliwości.

Tak zdefiniowany obszar badawczy przedsiębiorczości pozwala na dużą elastyczność w doborze podmiotów gospodarczych i nie tylko gospodarczych do badań. Jednocześnie wymusza stosowanie metod często z pogranicza innych nauk, np. psychologii, socjologii czy antropologii. Schemat potencjalnych obszarów badawczych procesu przedsiębiorczego oraz badane czynniki wskazują nawet na przewagę pozaekonomicznych uwarunkowań, szczególnie w początkowych fazach funkcjonowania przedsiębiorstwa (rys. 1).

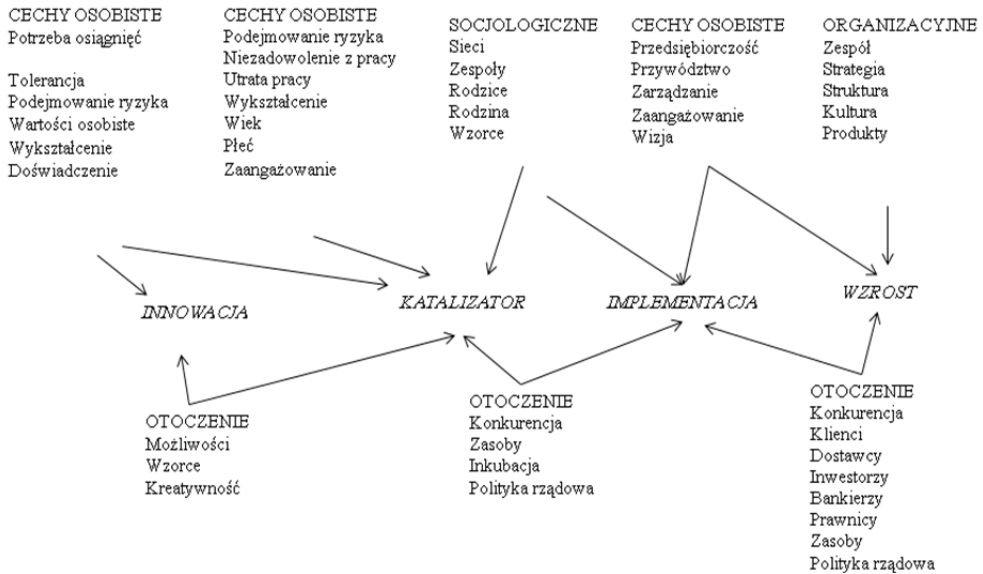
Na przestrzeni ostatnich kilkudziesięciu lat można zaobserwować zmieniające się akcenty badawcze dotyczące przedsiębiorczości⁸. Najstarszym obszarem zainteresowania były funkcje, jakie przedsiębiorca pełni w gospodarce. Celem tych badań było określenie ekonomicznej roli przedsiębiorcy, stąd też najczęściej stosowanym podejściem były badania ilościowe, charakterystyczne dla ekonomii. Głównym odbiorcą tych badań były władze i decydenci. Wraz z transformacją gospodarczą w Polsce ten nurt badań przedsiębiorczości stał się wszechobecny w naszej literaturze przedmiotu – każdy doktorat, artykuł czy praca magisterska zaczynały się od przytaczania wartości liczbowych generowanych przez sektor MSP (udział w PKB, zatrudnieniu itp.).

⁶ T. Łuczka, *Kapitał obcy w małym i średnim przedsiębiorstwie. Wybrane aspekty mikro i makroekonomiczne*, Polskie Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 2001, s. 15–20.

⁷ S. Shane, S. Venkataraman, *The promise of entrepreneurship as a field of research*. „Academy of Management Review” 2000, Jan, Vol. 25, Iss. 1, s. 217–226.

⁸ W. Bygrave, *The entrepreneurship paradigm (I) revisited*, w: *Handbook of Qualitative Research Methods in Entrepreneurship*, red. H. Neergaard, J. Ulhoi, Edward Elgar Publishing, 2007, s. 17–48.





Rysunek 1. Model procesu przedsiębiorczego i potencjalne czynniki nań wpływające

Źródło: W. Bygrave, *op.cit.*

Z czasem akcent badawczy na świecie przemienił się w kierunku odpowiedzi na pytanie, kto zostaje przedsiębiorcą i dlaczego. Intensywne poszukiwania odpowiedzi na pytanie, czy przedsiębiorcą się rodzimy, czy też stajemy, trwają od początku lat 50. Ekonomia została wyparta przez psychologię, socjologię oraz antropologię. Podstawowa hipoteza zakładała, że *przedsiębiorca* różni się od *nie przedsiębiorcy* i te dwie grupy były głównie badane przy wykorzystaniu metod zarówno ilościowych, jak i jakościowych. Weryfikacją tej hipotezy byli zainteresowani sami przedsiębiorcy, także na etapie przedzałożycielskim, a przede wszystkim trenerzy i osoby kształtujące system edukacyjny. Wyniki badań dopiero na początku lat 70 przedostały się do systemów edukacji wyższej. Wcześniej ten obszar był pomijany jako nieistotny, co więcej – przynoszący dyshonor szacownym uczelniom⁹.

Ostatni zaobserwowany trend w badaniach to przeniesienie akcentu z osoby na proces. Nieważne, kto i z jakim skutkiem, ale jak przejawia swoją przedsiębiorczość. Podstawową hipotezą badawczą jest stwierdzenie, że przedsiębiorcy różnią się między sobą. Nastąpił powrót do nauk ekonomicznych, z akcentem na zarządzanie oraz teorie organizacji. Celem badań jest określenie procesów zachodzących przy organizowaniu nowych przedsięwzięć czy też firm. Wymusiło to wyparcie pozytywizmu przez konstruktywizm. Tendencja do przenoszenia akcentów z osoby i funkcji na proces jest w tej chwili podkreślana przez

⁹ *Ibidem*, s. 17–18.



wielu badaczy¹⁰. Konsekwencją tego jest odchodzenie od metod statycznych¹¹ na rzecz dynamicznych, a co za tym idzie także nacisk na metody jakościowe w badaniach¹². Badane są odczucia i stosunek przedsiębiorcy (właściciela małej firmy) do konkretnych zjawisk, zachowań, co pozwala lepiej te zachowania zrozumieć.

Na marginesie należy zaznaczyć, że jedynie pierwszy obszar zainteresowań, dotyczący roli przedsiębiorczości w gospodarce, jest w pełni spenetrowany. Może więc musimy poczekać następne kilkadziesiąt lat, by uzyskać odpowiedzi w kolejnych dwóch obszarach. Te trzy opisane obszary zainteresowań zostały przedstawione w tabeli 2.

2. Jakość badań nad przedsiębiorczością i MSP

Brak jednoznaczności, prowadzenie badań w sposób chaotyczny, bez odpowiednich ram teoretycznych to częste błędny podkreślone przez samych prowadzących badania. Stąd też i jakość samych badań jest oceniana jako niska¹³. Ponadto daje się zauważyć w tych ocenach zjawisko określane jako *physic envy*, które oznacza zazdrość, z jaką przedstawiciele nauk społecznych podchodzą do braku możliwości przeprowadzania eksperymentów lub wykorzystywania zbioru znanych modeli i twierdzeń¹⁴.

Powoduje to odwoływanie się do wyrafinowanych metod statystycznych, nawet gdy ich stosowanie nie ma dużego sensu, np. w kontekście niemożności zapewnienia wysokiej jakości doboru próby badawczej (o czym była mowa). Nawet jeśli założymy, że dobór próby jest adekwatny do zjawiska, które chcemy przebadać, to i tak pojawiają się dalsze nieścisłości na etapie zbierania danych, które są potem przedmiotem analizy statystycznej. Większość badań prowadzonych w Polsce wśród przedsiębiorców i właścicieli małych firm jest oparta na wywiadzie przy wykorzystaniu kwestionariusza. Jedynie taka metoda pozwala na zakodowanie odpowiedzi i zastosowanie metod statystycznych. Zazwyczaj, dążąc do możliwości standaryzacji, prezentuje się respondentom kafeterię ułożoną przez badającego, co jest obciążone subiektywnymi odczuciami badacza, a nie badanego przedsiębiorcy. Tymczasem to badany przedsiębiorca w swoich decyzjach kieruje się subiektywnymi sędami i ich uwarunkowania należałoby dokładnie przeanalizować, co w przypadku zaprezentowania gotowej kafeterii ogranicza taką możliwość. Jaką więc mają jakość badania, w których badany przedsiębiorca mógł wskazać pięć czynników istotnych z punktu widzenia badacza, podczas gdy w rzeczywistości takich czynników jest dużo więcej?

¹⁰ R. Blackburn, A. Kovalainen, *Researching small firms and entrepreneurship: Past, present, and future*. „International Journal of Management Reviews” 2009, Vol. 11, Iss. 2, s. 127–148.

¹¹ Tak na marginesie, żadne obliczenia statystyczne nie pozwoliły przewidzieć żadnego z ostatnich kryzysów gospodarczych.

¹² D. Silverman, *Interpretacja danych jakościowych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007, s. 54 i n.

¹³ R. Blackburn, A. Kovalainen, *op.cit.*, s. 127–148.

¹⁴ W. Bygrave, *op.cit.*, s. 17–48.



Tabela 2

Główne obszary badawcze przedsiębiorczości i stosowane podejścia

Zagadnienie	Co?	Kto/dlaczego?	Jak?
Podejście	Funkcje	Osoba	Proces
Perspektywa czasowa	Ostatnie 200 lat	Od początku lat 50	Od początku lat 90
Pole naukowe	Ekonomia	Psychologia Socjologia Psychologia poznawcza Antropologia	Zarządzanie Teorie organizacji
Cele badań	Rola przedsiębiorcy	Charakterystyka osobista Indywidualne i potencjalne cechy przedsiębiorcy	Proces tworzenia: nowych przedsięwzięć, nowych firm
Dominujący paradygmat	Pozytywizm	Pozytywizm Socjologia poznawcza	Konstruktywizm
Metody	Ilościowe	Ilościowe Jakościowe	Jakościowe
Podstawowa hipoteza	Przedsiębiorca odgrywa/nie odgrywa ważną rolę w gospodarce	Przedsiębiorca różni się od nie przedsiębiorcy	Przedsiębiorcy są różni
Kto jest zainteresowany	Władze Podejmujący decyzje ekonomiczne	Przedsiębiorcy Potencjalni przedsiębiorcy System edukacyjny Trenerzy	Biznes Przedsiębiorcy Potencjalni przedsiębiorcy Nauczyciele i trenerzy Instytucje wspierające

Źródło: W. Bygrave, *op.cit.*, s. 17–48.

Dodatkowym czynnikiem wpływającym na jakość prowadzonych badań, a wielokrotnie podkreślanym przez autorkę, jest dążenie za wszelką cenę do zaprojektowania badań oryginalnych. Z jednej strony pomaga to oczywiście w rozwijaniu obszaru badawczego, z drugiej jednak uniemożliwia rozwinięcie teorii i opracowanie modeli, które tłumaczą zjawiska związane z przedsiębiorczością. Jeżeli zbierzemy badania prowadzone np. na temat wzrostu przedsiębiorstwa, nie możemy porównywać ich wyników, każde bowiem było prowadzone w oparciu o inny kwestionariusz. I nawet jeżeli pytania były zbliżone, to drobne zmiany w użytych słowach lub rozbudowanie kafeterii mogą zakłócić możliwość porównywania odpowiedzi. Dążenie do oryginalności nie jest jednak bezpodstawne, nierzadko arkusze oceny artykułów zgłaszanych do czasopism o zasięgu międzynarodowym zawierają pytanie o oryginalność podejścia badawczego. Czy jednak może ona być postrzegana jako wyznacznik „dobrych” badań? Jak później badacz ma sobie poradzić z sytuacją, gdy na 131 artykułów o przedsiębiorczości opublikowanych w latach



1987–1988 i 1998–1999 trzeba aż 120 komórek w macyzy klasyfikującej tematykę szczegółową tych doniesień¹⁵?

Bardzo dużym obciążeniem badań nad przedsiębiorczością i małymi firmami, także w Polsce, jest częste pomijanie subiektywnych aspektów związanych z funkcjonowaniem podmiotów najmniejszych. Nawet jeżeli założymy, że są one skazane na obiektywny świat zewnętrzny, to i tak sposób, w jaki ten świat postrzegają, jest już indywidualną sprawą każdego z nich. Indywidualizm celów, wartości reprezentowane przez poszczególnych przedsiębiorców oraz ich podejście do otaczających zjawisk są niemal zupełnie ignorowane w badaniach. Zakładamy „naukowo”, że wszystko się rozwija (więc dlaczego przedsiębiorstwo czy przedsiębiorca nie mieliby się także rozwijać), bezkrytycznie akceptujemy wyższość nauki nad zdrowym rozsądkiem, próbujemy wszystko zmatematyzować (co prowadzi do nieuzasadnionego redukcjonizmu), postępujemy zgodnie z deterministycznym pojęciem przyczynowości, uporządkowania, a chaos nas przeraża (podczas gdy przedsiębiorca podejmuje często decyzje impulsywnie, nie kierując się przesłankami racjonalnymi)¹⁶.

3. Jak badać przedsiębiorczość i małe przedsiębiorstwa – zamiast wniosków

Przedstawione rozważania mogą prowadzić do wniosku, iż badanie przedsiębiorczości nie ma większego sensu. Z jednej strony konstruktywizm, który preferuje metody jakościowe, z drugiej strony postulat o konieczności budowania teorii i modeli wydają się być wykluczające. Poniżej kilka sugestii, które mogą być pomocne w rozwiązaniu tego dualizmu:

1. Projektowanie badań należy rozpocząć od dogłębnych studiów literatury, sięgając nie tylko do polskich autorów (których dokonań tutaj się nie umniejsza), ale także do autorów zajmujących się problematyką badania MSP i przedsiębiorczości od wielu lat.
2. Po zdefiniowaniu podstawowych pojęć należy wybrać odpowiednią metodę badawczą. Wybierając ją, należy się kierować przede wszystkim możliwością objaśnienia badanego zjawiska (kwestia dostępności zasobów do przeprowadzenia badań jest też istotna), ale także uwzględnić kontekst z tym zjawiskiem związany.
3. Badania MSP i przedsiębiorczości w Polsce są najczęściej prowadzone metodą wywiadu opartego na kwestionariuszu zawierającym pytania zamknięte. Warto przed jego skonstruowaniem przeprowadzić kilka wywiadów nieustrukturyzowanych w celu zebrania wiedzy na temat konstrukcji pytań. Można też w tym celu przeprowadzić badanie eksperckie, co także pozwoli zebrać potrzebne informacje oraz sformułować hipotezy wstępne do prowadzonych badań.

¹⁵ M. Mone, W. McKinley, *The uniqueness value and its consequences for organization studies*, „Journal of Management Inquiry” 1993, Vol. 2 (3), s. 284–296.

¹⁶ W. Bygrave, *op.cit.*, s. 17–48.



4. Po przeprowadzeniu wywiadów kwestionariuszowych i przeanalizowaniu danych (tutaj można się pokusić o metody statystyczne, chociaż ich przydatność, jak dowodzone powyżej, może być zakwestionowana) warto powrócić do kilku przypadków, zgłębiając je i poszukując wyjaśnienia, dlaczego właśnie takie odpowiedzi w ankiecie były udzielane. Metoda analizy przypadków (*case study*) jest metodą powszechnie akceptowaną przy prowadzeniu badań dotyczących zarządzania.
5. Niektóre z mankamentów prowadzonych badań (np. problem z definiowaniem zjawisk i mierzeniem zjawisk) można ominąć, prowadząc badania dynamiczne (*longitudinal study*) zwane czasami podłużnymi, gdzie niezależnie od stosowanej miary będzie można dokonywać analizy zmian danego zjawiska i czynników wpływających na nie. Badania takie są niezwykle rzadko prowadzone, ponieważ ostateczny ich wynik można uzyskać dopiero po kilku cyklach obserwacji.
6. Na koniec uwaga ogólna, nawet jeżeli w badaniach będą stosowane metody ilościowe (np. wywiad w oparciu o ustrukturyzowany kwestionariusz), należy zadbać o włączenie metod ilościowych. One bowiem przybliżają światu zewnętrznemu (badaczowi) świat wewnętrzny (przedsiębiorcę i przedsiębiorstwo) i pomagają zrozumieć kontekst zachodzących procesów. Nawet jeżeli nie dają możliwości zastosowania metod statystycznych, to mogą czasem wzbogacić znacząco prowadzone badania.

Na zakończenie cytaty pochodzący z artykułu prof. Dominiaka, będący refleksją po wystąpieniu na Wydziale Zarządzania i Ekonomii Politechniki Gdańskiej wybitnego ekonomisty i noblisty Oliviera Williamsona: „Nauki społeczne są znacznie bardziej skomplikowane niż nauki ścisłe. A to prawda, bo zmiennych (i to szybko zmieniających się) jest tu mnóstwo. Znacznie więcej niż można uwzględnić w matematycznych formułach. Z jednej strony jest to ułomność tych nauk, z drugiej przez to są one tak fascynujące i stawiają przed nami tyle wyzwań”¹⁷.

Obyśmy byli w stanie im sprostać, wyzbywając się jednocześnie poczucia niższości w stosunku do innych nauk.

ENTREPRENEURSHIP AS A BASIS FOR RISING A SMALL BUSINESS

Summary

The main problem with researching SMEs and entrepreneurship is that we still lack the unequivocal definition of most phenomenon connected with those two. Because of changes in the main area of interest, from person and objects to processes, there is also a need to change the approaches to investigate both SMEs and entrepreneurship. Author gives some tips for designing such researches, especially to use more qualitative methods.

Translated by Julita E. Wasileczuk

¹⁷ P. Dominiak, *Refleksje po wykładzie Oliviera Williamsona*, „Pismo PG”, listopad 2011, s. 29–30.

