

Julita Wasilczuk

Motywacje założycielskie właścicieli mikro i małych przedsiębiorstw a rozwój firm

Ekonomiczne Problemy Usług nr 34, 460-467

2009

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

JULITA WASILCZUK

Politechnika Gdańska

MOTYWACJE ZAŁOŻYCIELSKIE WŁAŚCICIELI MIKRO I MAŁYCH PRZEDSIĘBIORSTW A ROZWÓJ FIRM

Motywacje założycielskie przedsiębiorców

Zagadnienia związane z motywacjami i motywowaniem w literaturze polskiej, zazwyczaj są poruszane w aspekcie zarządzania zasobami ludzkimi. Stosunkowo mało miejsca poświęca się motywacjom samego właściciela firmy, zarówno tym na etapie tworzenia firmy, jak i jej dalszego funkcjonowania. W Europie prowadzi się od wielu lat szereg badań, których celem jest określenie, dlaczego niektóre jednostki decydują się na rozpoczęcie działalności przedsiębiorczej, ze szczególnym uwzględnieniem motywacji. Te ostatnie bada się także w firmach już funkcjonujących¹. Badanie motywacji nie jest jednak proste, są one bowiem wypadkową wielu czynników, między innymi: cech osobowości, wyznawanych wartości, potrzeb, intencji, a nierzadko i emocji, jakimi właściciel się kieruje², ale także warunków społeczno-politycznych, czy też szans rynkowych³. Poszukując źródeł motywacji, badacze posiłkują się teoriami dotyczącymi potrzeb, zarówno teorią Masłowa⁴ jak i Murray'a⁵. Analizuje się także cechy osobowe (wskazując je jako motywy podejmowania działań), a zwłaszcza: chęć podejmowania ryzyka, czy też wewnętrzne umiejscowienie kontroli (*internal locus of control*)⁶, mające niewątpliwie duży wpływ na rozpoczęcie własnej działalności gospodarczej.

¹ Patrz np.: D. Naffziger, J. Hornsby, D. Kuratko, *A Proposed Research Model of Entrepreneurial Motivation*, „Entrepreneurship Theory and Practice” 1994, spring, s. 29–42; F. Delmar, J. Wiklund, *The Effect of Small Business Managers' Growth Motivation on Firm Growth: A Longitudinal Study*, „Entrepreneurship Theory and Practice” 2008, May, s. 437–457.

² P. Davidsson, *Determinants of entrepreneurial intentions*, [w:] „Materiały konferencji RENT IX, Piacenza”, 1998; J. Wasilczuk, *Charakterystyka motywacji właściciela małej i średniej firmy*, „Gospodarka w Praktyce i Teorii” 2000, nr 2(7), s. 69–103.

³ S. Shane, E. Locke, Collins C. *Entrepreneurial motivation*, „Human Resource Management Review” 2003, 13, s. 257–279.

⁴ J. Reykowski, *Problemy osobowości i motywacji w psychologii amerykańskiej*, PWN, Warszawa 1994.

⁵ J. Murray, *Motywacja i uczucie*, PWN, Warszawa 1968.

⁶ S. Shane, E. Locke, C. Collins, *op.cit.*; G. Regal, D. Borgia, J. Schoenfeld, *The motivation to become an entrepreneur*, „International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research” 2005, Vol 11, (1), s. 42–57.



W literaturze dotyczącej przedsiębiorczości pojawia się wiele motywacji będących przedmiotem badań. Najczęściej jednak badane są następujące motywy działań: potrzeba osiągnięć, dążenie do niezależności, spełnienie marzeń, konieczność zapewnienia sobie bytu, dążenie do poprawy sytuacji materialnej, dziedziczenie. Liczba motywów występujących w badaniach przedsiębiorców jest jednak dużo większa, co prowadzi do utrudnień w porównywaniu wyników badań. Dlatego też, badając motywacje, jakimi kierują się jednostki, dzieli się je w oparciu o analizę ich charakteru, a ten z kolei określa się w oparciu o dopowiedź na pytanie: czy przedsiębiorca zakładał firmę, bo chciał zostać przedsiębiorcą, czy też musiał nim zostać. Pierwsza grupa motywów jest określana jako motywy pozytywne (ang.: *positive* lub *pull factors*), na przykład: potrzeba osiągnięć. Druga, to negatywne, takie jak: zaspokojenie potrzeby bezpieczeństwa, czy też podstawowych potrzeb fizjologicznych (ang.: *negative* lub *push factors*)⁷. Używane są także określenia: motywy probiznesowe i obronne⁸, lub też motywy wynikające z dostrzeżenia możliwości lub z konieczności (ang.: *opportunity i necessity*)⁹.

Motywacje założycielskie, a funkcjonowanie firmy

Kolejnym etapem badań motywacji przedsiębiorców jest określenie ich wpływu na późniejsze funkcjonowanie firmy. Ich rola w podejmowaniu decyzji, dotyczących celów i strategii firmy, została udokumentowana¹⁰. Badanie pojedynczych motywów i ich związków z późniejszym funkcjonowaniem firmy nie jest takie proste. Stąd też najczęściej zależności te sprowadza się do poziomu zagregowanego: motywów pozytywnych i negatywnych. Pozwala to także na porównywanie wyników badań prowadzonych przez różne zespoły badawcze. Okazuje się, że charakter motywów jakimi kierował się przedsiębiorca zakładając firmę, ma duży wpływ na późniejsze efekty uzyskiwane w firmie. I tak motywacje pozytywne, wynikające z potrzeby zostania przedsiębiorcą, do których należą: chęć podniesienia stopy życiowej, wypełnienie zauważonej luki na rynku, niezależność, potrzeba osiągnięć, chęć przewodzenia, wiara w możliwość kontroli otoczenia, chęć podejmowania ryzyka, czy też poczucie misji społecznej¹¹, mają bardziej stymulujący charakter niż mo-

⁷ D. Storey, *Understanding the Small Business Sector*, Routledge, London 1994.

⁸ P. Kozarzewski, *Psychospołeczny portret mikroprzedsiębiorców*, [w:] *Mikroprzedsiębiorstwa sytuacja ekonomiczna, finansowanie, właściciele*, E. Balcerowicz (red.), CASE, Warszawa 2002, s. 89–134.

⁹ K. Baławski, M. Kocerga, P. Zbierowski, *Studium przedsiębiorczości w Polsce w roku 2004, Raport GEM Polska*, Fundacja Edukacyjna Bachalski, Poznań 2005.

¹⁰ P. O'Farrell, D. Hitchens, *Alternative theories of small firm growth: a critical review*, „Environment and Planning” 1988, nr 20, s. 1365–1383; P. Davidsson, *Entrepreneurship – and after? A study of growth willingness in small firms*, „Journal of Business Venturing” 1989, nr 4, s. 211–226; H. Snuij, P. Zwart, *Studying the growth of small firms: a framework*, [w:] *Materiały konferencji ICSB*, s. 26–28, July, Strasbourg 1990.

¹¹ B. Ducheneaut, M. Orhan, *Women Entrepreneurs in France: Motivations for Creating a Business*, [w:] *Materiały konferencji RENT XII*, Lyon, November 1998; J. Wasilczuk: *Uwarunkowania prowadzenia firm przez kobiety: elementy teorii i praktyki*, [w:] *Uwarunkowania rynkowe rozwoju mikro i małych przedsiębiorstw*, A. Bielawska (red.), Wydaw. Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2005, s. 291–299.



tywacje negatywne. W przypadku tych drugich, właściciel jest „zmuszony” do założenia firmy przez: niezadowolenie z dotychczasowej pracy, trudności ze znalezieniem odpowiedniej pracy, bezrobocie, konieczność utrzymania rodziny¹². Do tej grupy zaliczane jest także kontynuowanie tradycji rodzinnych, które w wielu przypadkach jest wynikiem nacisków ze strony starszego pokolenia, które firmę założyło, na potencjalnych spadkobierców¹³. Przypisanie poszczególnych motywów do grupy pozytywnych lub negatywnych może być dyskusyjne, a przesunięcie konkretnego motywu pomiędzy grupami będzie prowadziło do zupełnie innych wyników.

Motywacje mają niewątpliwie bardzo duże znaczenie w procesie podejmowania decyzji przedsiębiorczych (zarówno w momencie rozpoczynania działalności, jak i już w trakcie prowadzenia firmy) jednak nie jest to jedyna grupa czynników na ten proces oddziałujących. Zarówno decyzje o rozpoczęciu działalności gospodarczej, obierane cele i strategie, jak i ostateczny ich efekt są pochodną szeregu czynników, do których należą między innymi: uwarunkowania związane z otoczeniem i ich postrzeganie przez przedsiębiorcę; zasoby kapitałowe, jakimi firma dysponuje; kapitał intelektualny firmy¹⁴. Należy także podkreślić zależność zwrotną pomiędzy wynikami podejmowanych decyzji (rozwój firmy, określony poziom zysków itp.), a motywacjami. Te ostatnie są modyfikowane właśnie na skutek uzyskiwanych efektów. Z nielicznych badań wynika na przykład, że u właścicieli małych firm potrzeba osiągnięć właściciela jest funkcją osiągniętych sukcesów. Związek motywacji przedsiębiorcy z funkcjonowaniem firmy jest tym większy, im mniejsza jest firma¹⁵.

Motywacje pomorskich przedsiębiorców

Próba badawcza

W latach 2006 i 2008 przeprowadzono dwie edycje badań w ramach projektu Pomorskie Obserwatorium Gospodarcze (POG). Ich celem była diagnoza kondycji sektora MSP w regionie oraz jego dynamika. Pierwsze badanie objęło 2132 podmioty, należące do sektora MSP, z wyłączeniem firm mikro, w drugim badaniu wywiadu udzieliły 772 firmy z bazy firm przebadanych w roku 2006¹⁶. W roku 2008 przebadano dodatkowo 250 firm mikro, działających w trzech wybranych powiatach o najwyższej stopie bezrobocia.

¹² W. Boeker, *Strategic Change: the effects of founding and history*, „Academy of Management Journal” 1989, nr 32, s. 489–515; A. Cooper, J. Gimeno-Gascon, *Entrepreneurs, processes of founding, and new firm performance*, [w:] *State of the Art. Of Entrepreneurship Research*, D. Sexton, J. Kasada (red.), PWS-Kent Publishing Co, Boston 1992.

¹³ S. Birley, *Attitudes of Owner-Managers' Children Towards Family and Business Issues*, „Entrepreneurship Theory and Practice” 2002, Spring, s. 5–19.

¹⁴ Więcej na ten temat w: J. Wasilczuk *Wzrost małych i średnich przedsiębiorstw, aspekty teoretyczne i badania empiryczne*, Wydawnictwo PG, Gdańsk 2005.

¹⁵ *Ibidem*.

¹⁶ Pozostałe 74% przebadanych w 2006 r. firm odmówiło udziału tłumacząc to brakiem czasu, lub też nie została odnaleziona.

Pytanie o motywacje zadawano tylko tym przedsiębiorcom, którzy swoją działalność prowadzili i prowadzą w formie własności jednoosobowej, w przypadku współwłasności, wskazanie wspólnych motywów utrudniłoby ich analizę. Stąd też przedstawione poniżej wyniki analiz dotyczą mniejszej niż przebadana próby: 139 małych firm przebadanych zarówno w 2006, jak i 2008 roku oraz 205 firm mikro przebadanych w 2008 roku.

Krótką charakterystyka przebadanych firm

Przeciętna wielkość zatrudnienia w analizowanej grupie firm **małych** wynosiła 21 osób, w przypadku firm **mikro**: 1,7. 33% spośród opisywanych mikro przedsiębiorstw zatrudniało tylko 1 pracownika, podczas gdy 31% nie zatrudniało w ogóle nikogo. Wśród przebadanych właścicieli **małych** firm znalazło się 27% kobiet oraz 69% mężczyzn (ankieterzy nie zaznaczyli płci 4% właścicieli). Ta proporcja jest zgodna z rozkładem płci przedsiębiorców w Polsce, chociaż wyższa niż w krajach UE¹⁷. W przypadku firm **mikro**, udział kobiet był wyższy i wyniósł 40%. Przebadane firmy w obu próbach należały głównie do firm starych: 71% firm mikro oraz 74% firm małych funkcjonowało 10 lat i więcej.

Motywacje założycielskie w badanych firmach

Badanie motywacji może opierać się tylko na subiektywnych odczuciach właściciela, ale jest to problem wszystkich przeprowadzanych badań na ten temat. Ponieważ założono, że właścicielowi trudno będzie zdecydować się, który motyw był najważniejszy, stąd też zezwolono na wybór trzech motywów spośród podanego zestawu, który w sumie obejmował ich pięć, z dodatkową możliwością wskazania własnych. Zawarte w kwestionariuszu motywów to: realizacja marzeń, poprawa sytuacji finansowej, brak innej pracy, potrzeba autonomii i samorealizacji, dziedziczenie oraz inne.

Respondenci firm mikro wskazali średnio 1,3 motywów, z firm małych 1,2. Motywem pierwszoplanowym w obu próbach była chęć poprawy sytuacji finansowej, kolejność pozostałych motywów była podobna w obu próbach, z wyjątkiem motywu bezrobocia, który wśród mikro-przedsiębiorców pojawił się na 4 miejscu, podczas gdy u przedsiębiorców małych na 5 (tab. 1).

Przebadane motywów można podzielić na grupę pozytywnych, wynikających z chęci rozpoczęcia działalności gospodarczej oraz negatywnych, wynikających z konieczności. Z całą pewnością realizacja marzeń oraz poszukiwanie autonomii należą do pierwszej grupy. Zaliczono do niej także chęć poprawy sytuacji finansowej – nie oznacza ona bowiem konieczności założenia firmy, a jedynie poszukiwanie lepszej alternatywy. Druga grupa motywów – negatywne – to niewątpliwie brak innej pracy, ale także dziedziczenie. Ten ostatni motyw powinien być zaliczany do grupy motywów negatywnych, ponieważ w większości przypadków przyszli właściciele od najmłodszych lat są chowani w poczuciu

¹⁷ G. Gawrycka, J. Wasilczuk, P. Zwiech, *Szklany sufit, ruchome schody. Kobieta na rynku pracy*, CeDe-Wu, 2007; J. Wasilczuk, K. Zięba, *Female entrepreneurship in transitional economies: the case of Poland*, „Journal of Small Business and Entrepreneurship” 2008, Vol. 21, 2, s. 153–169.



konieczności przejścia firmy. Należy wobec tego założyć, że przejście firmy jest aktem przygotowywanym od dłuższego czasu i następuje w dużym stopniu pod wpływem presji rodziny¹⁸. W grupie motywów innych pojawiały się także motywy negatywne, np.: konieczność utrzymania rodziny, przekształcenie własnościowe, przymus życiowy – z tego też powodu zaliczono je do motywów negatywnych.

Tabela 1

Motywacje przebadanych właścicieli (%)

Motyw	Firmy mikro	Firmy małe
Realizacja marzeń	33	34
Chęć poprawy sytuacji finansowej	43	49
Brak innej pracy	16	7
Autonomia i samorealizacja	20	20
Dziedziczenie	8	10
Inne	6	4

Uwaga: motywy nie sumują się do 100%, ponieważ przedsiębiorcy mogli dokonać więcej niż jedno wskazanie.

Źródło: opracowanie własne.

W przeprowadzanych co roku międzynarodowych badaniach Global Entrepreneurship Monitor, poza głównym nurtem zainteresowań, jakim jest poziom przedsiębiorczości w badanych krajach, określa się także poziom motywów negatywnych, jakimi kierują się przedsiębiorcy w poszczególnych krajach¹⁹. W oparciu o metodykę GEM, zrealizowano w 2004 roku badania w Polsce, określając stosunek motywów pozytywnych do negatywnych, który wyniósł 1,43 i został określony jako najgorszy wśród grupy wszystkich 34 przebadanych państw (w Polsce przebadano 2001 osób w wieku 18–64 lat). Przeprowadzone w regionie pomorskim badania wskazały na dużo lepszy wynik: dla mikro przedsiębiorstw wskaźnik ten wyniósł 3,2, dla firm małych 4,8. Ponieważ dowiedziono, iż motywy pozytywne w większym stopniu przyczyniają się do powodzenia firmy, wyniki badań POG kreślą bardzo optymistyczną przyszłość dla sektora mikro i małych przedsiębiorstw w tym regionie.

Przeanalizowano także relację motywacji pozytywnych do negatywnych w grupach firm prowadzonych przez właścicieli różnej płci, jednak wnioskowanie na temat charakteru motywów kobiet i mężczyzn nie może być jednoznaczne. Obliczony współczynnik relacji motywów pozytywnych do negatywnych wskazał wyższą wartość dla mężczyzn (różnica 0,5) wśród właścicieli firm małych, natomiast wśród firm mikro dla kobiet (różnica 1).

¹⁸ Takie samo podejście zastosowano przy badaniu motywacji przedsiębiorców w firmach zatrudniających do 5 osób, patrz także: P. Kozarzewski, *op.cit.*

¹⁹ K. Baclawski, M. Koczerga, P. Zbierowski, *op.cit.*



Jednak w obu przypadkach współczynnik ten nie różnił się znacznie, można więc założyć zbliżony charakter motywów obu płci. Jest to wynik odbiegający od doniesień na temat badań nad tym zagadnieniem przeprowadzanych w innych krajach²⁰.

Motywacje założycielskie, a wzrost zatrudnienia w badanych firmach

W związku z licznymi doniesieniami literaturowymi na temat zależności pomiędzy motywacjami założycielskimi, a efektami funkcjonowania firmy, przeanalizowano zrealizowany wzrost zatrudnienia wśród małych firm przebadanych w ramach POG I i POG II. 31% przedsiębiorców odnotowało wzrost zatrudnienia, 58% spadek, pozostali utrzymali zatrudnienie na tym samym poziomie, lub też nie udzielili odpowiedzi na to pytanie. Proste wyliczenia, analizujące zmiany absolutne w zatrudnieniu, mogą jednak prowadzić do mylnych wniosków; czym innym jest bowiem zmiana zatrudnienia o 10 osób – w przypadku większych firm (zatrudniających np. 25 osób), czym innym w przypadku firmy mniejszej (zatrudniającej np. 10 osób). W związku z powyższym, podzielono firmy według względnych zmian zatrudnienia na pięć grup, wydzielając firmy, w których wzrost wyniósł 50% i więcej (duży wzrost) oraz te, w których spadek wyniósł 50% i więcej (duży spadek). Następnie przeanalizowano udział firm o określonych powyżej zmianach w zatrudnieniu wśród właścicieli kierujących się motywami pozytywnymi oraz negatywnymi (tab. 2).

Tabela 2

Zmiany w zatrudnieniu w zależności od charakteru motywów założycielskich (%)

	Duży wzrost	Wzrost	Bez zmian	Spadek	Duży spadek	Brak danych na temat wzrostu
Pozytywne	8,4	24,5	9,1	46,9	9,8	1,4
Negatywne	0,0	17,2	10,3	51,7	13,8	6,9

Źródło: opracowanie własne.

Analiza zależności wskazuje na związek pomiędzy charakterem motywów, a uzyskanym wynikiem w postaci wzrostu lub spadku zatrudnienia. Nie jest on jednak tak wyraźny, jak należałoby się spodziewać w oparciu o prowadzone w innych krajach badania.

Dyskusja

Motywacje są istotnym elementem wpływającym na działania przedsiębiorcze jednostki, zarówno na etapie podejmowania decyzji o rozpoczęciu działalności, jak i etapie określania późniejszych celów i ich realizacji. Opisane powyżej badania prowadzić mogą

²⁰ B. Ducheneaut, M. Orhan, *op. cit.*; K. Baclawski, M. Koczerga, P. Zbierowski, *op. cit.*



do dwóch rodzajów wniosków: dotyczących charakteru i istoty motywacji założycielskich przebadanych właścicieli oraz metodyki przeprowadzonych badań.

Charakter i istota motywacji założycielskich właścicieli przebadanych firm

Przede wszystkim należy podkreślić niezgodność uzyskanych wyników z wynikami badań opisywanymi w literaturze przedmiotu. Co prawda, rozkład motywów nie odbiegał zasadniczo od spodziewanego, jednak już rozkład ich charakteru (pozytywne v. negatywne) różnił się zasadniczo. Pomorscy mikro i mali przedsiębiorcy w większym stopniu kierowali się motywami pozytywnymi, niż przywoływani w literaturze przedsiębiorcy MSP w innych krajach, czy nawet w Polsce (patrz badania GEM). Rozbieżność pojawiła się także w przypadku rozkładu motywów według płci: kobiety wcale nie kierowały się częściej, jak chce tego literatura tematu, motywami negatywnymi. Okazało się ponadto, że w przypadku firm mikro, stosunek motywów pozytywnych do negatywnych był u kobiet przedsiębiorców wyższy niż u mężczyzn. Przeczy to dotychczasowemu pojmowaniu przedsiębiorczości kobiecej jako defensywnej, wynikającej z konieczności. Nie zaobserwowano także wyraźnego powiązania pomiędzy motywami pozytywnymi, a wzrostem zatrudnienia w badanych firmach, a tego właśnie należało się spodziewać po analizie literatury.

Wniosek, jaki w związku z tym można by wyciągnąć jest następujący: przedsiębiorcy w regionie pomorskim zakładali swoje firmy głównie z pobudek probiznesowych, a jeżeli nawet pojawiały się motywy negatywne, to ich wpływ nie ograniczył potencjału rozwojowego firmy (badanego wzrostem zatrudnienia).

Pojawia się jednak pytanie, dlaczego wyniki opisanych badań tak istotnie odbiegają od powszechnej wiedzy czerpanej z literatury (szczególnie w zakresie przedsiębiorczości kobiecej oraz rozwoju firm). Chciałoby się wierzyć w wyższość przedsiębiorców pomorskich, należy jednak skłonić się (przynajmniej częściowo) ku innemu wytłumaczeniu. Prowadzone badania nad przedsiębiorczością, a w tym przypadku motywacjami przedsiębiorców opierają się na różnej metodyce badawczej, z wykorzystaniem odmiennych prób badawczych, a przede wszystkim są przeprowadzane w różnych krajach. Stąd też wykorzystywanie ich jako platformy porównawczej może prowadzić do mylnych wniosków.

Metodyka badania motywacji

Poszukując metody badania zależności pomiędzy motywacjami a rozwojem firmy, należałoby się zastanowić nad dwoma zagadnieniami. **Po pierwsze:** większą przejrzystość uzyskanoby zezwalając tylko na wskazanie jednego motywu. Pojawia się jednak obawa, czy właściciele byliby skłonni udzielać tylko jednej odpowiedzi i do jakiego stopnia byłaby ona zgodna ze stanem rzeczywistym. Problem ten wynika z niedoskonałej metodyki badania motywacji, jaką jest zadawanie pytania na temat własnych motywacji bezpośrednio przedsiębiorcy. **Po drugie:** w przypadku firm starych, należy raczej analizować motywy stymulujące obecne działania. Istnieje duże prawdopodobieństwo, iż charakter motywów



jakimi się kierowali przedsiębiorcy, rozpoczynając działalność gospodarczą już się zatarł w ich pamięci.

Ponieważ projekt Pomorskie Obserwatorium Gospodarcze jest kontynuowany, w kolejnej jego edycji można zmodyfikować postawione uprzednio pytanie kładąc nacisk na motywy, dla których właściciel obecnie prowadzi firmę. Taka modyfikacja przyczyni się do lepszego określenia zależności pomiędzy charakterem badanych motywów, a uzyskiwanymi efektami działań przedsiębiorczych. Ponadto, tak postawione pytanie pomoże także określić zmiany w motywach, jakie nastąpiły w okresie pomiędzy założeniem firmy, a momentem przeprowadzanych badań.

MOTIVATION FOR CREATING A BUSINESS OF THE OWNERS OF MICRO AND SMALL FIRMS, AND THE GROWTH OF THE FIRM

Summary

Motivation of individuals to create the business is the consequence of many different factors, that is why it is difficult to investigate it. On the other hand influence of motivation on future activities of owners can not be overestimated. Motives to start the business were classified as positive and negative ones. The former have greater positive impact on firm's growth. On the basis of the research carried out among micro and macro firms from Gdańsk region, the motivations to start the businesses were investigated, and their influence on the growth of the firms was analyzed. However conclusions from the research differ from conclusions found in entrepreneurship literature.