

dr Maria Gagacka
Wydział Ekonomiczny
Politechnika Radomska

Kapitał ludzki i społeczny a innowacyjność mikroprzedsiębiorstw

Streszczenie

Innowacyjność stanowi główną siłę rozwoju gospodarczego i społecznego. Zwiększająca się liczba mikroprzedsiębiorstw zmusza do analizy ich potencjału konkurencyjnego, wskazania barier rozwojowych oraz preferowanych form wsparcia. Jednym z głównych źródeł niskiej konkurencyjności i innowacyjności tych podmiotów jest niski poziom kapitału społecznego oraz bariery mentalnościowe, brak nawyków uczenia się i niedocenianie roli inwestycji w kapitał ludzki przez właścicieli mikroprzedsiębiorstw. Popieranie polityki rozwoju innowacyjnego małych firm, które jest jednym ze strategicznych założeń polityki europejskiej, musi uwzględniać kontekst społeczny i kulturowy. W naszych, polskich warunkach najbardziej optymalne są takie formy wsparcia, które łączą pomoc materialną i finansową z koniecznością stałego podnoszenia poziomu umiejętności przez właścicieli i pracowników, wdrażania ich w działalność mikroprzedsiębiorstw i współpracę z otoczeniem.

1. Wstęp

Tempo przemian społecznych i gospodarczych, które dokonują się w Polsce szczególnie po akcesji ze strukturami europejskimi nie tylko uległo znacznemu przyspieszeniu, ale jego dynamika osiągnęła niespotykany w dotychczasowej historii poziom. Pojawiające się nowe wyzwania, rosnąca skala potrzeb i aspiracji wymusza nowe strategie działania zarówno na poziomie makro-, jak i mikrospołecznym. Przedsiębiorczość i innowacyjność stają się podstawowymi wymogami działań, zarówno dla firm, jak i jednostek.

Innowacje nie były przedmiotem dogłębnych studiów w ekonomii, choć ich znaczenie dla rozwoju gospodarczego jest niekwestionowane. Możliwości oddziaływania innowacji na rozwój społeczno-gospodarczy wynikają z następujących przesłanek:

- koncentracji dużych środków finansowych przeznaczonych na rozwój nauki, co pozwala tworzyć nowoczesne, wysoko wydajne wyposażenie techniczne i kadrowe,

- silnego powiązania nauki z produkcją, rynkiem wewnętrznym i światowym, co powoduje, że podejmowanie przedsięwzięcia naukowo-badawcze nakierowane są przede wszystkim na sprostanie potrzebom rynku,
- traktowania innowacji jako procesu, którym należy właściwie zarządzać na każdym poziomie organizacji – przedsiębiorstwa, regionu, państwa, Unii Europejskiej [12].

Zainteresowanie innowacjami zaowocowało zróżnicowaną i bogatą literaturą przedmiotu, w której dominuje wielość ujęć i różnorodność sposobów definiowania tego problemu. Źródłem owej różnorodności jest z jednej strony postrzeganie innowacji bądź jako procesu, z drugiej jako wyniku procesu. Widoczny jest także ścisły związek tego terminu z kategorią twórczości, rozumianą jako generowanie pomysłów, jak też poszukiwanie możliwości ich zastosowania, co w efekcie powoduje brak jednomyślności i wielość ujęć [16].

W definicjach innowacji dominują dwa podejścia: jedno odnoszące się do rozwiązań technologicznych lub technicznych, drugie akcentujące podmiotowość jednostek i grup społecznych wyrażającą się w nowych sposobach ich działania, myślenia, potrzebach i wartościach. Nie zagłębiając się w dokładny przegląd tych poglądów warto przytoczyć najbardziej typowe definicje, które obrazują te dwa odmienne punkty widzenia. W pierwszym ujęciu „innowacje (...) to wyszukiwanie dobrych pomysłów i ich urynkowanie. Istotną rolę w tym zakresie odgrywa intuicja – zasadniczy trzon każdej nowej innowacji” [4]. Dla drugiego właściwe jest takie spojrzenie, w którym pod pojęciem innowacji „rozumimy świadomą, funkcjonalną, pozytywną i postępową zmianę materialnych i niematerialnych elementów (parametrów) jednostki organizacyjnej, tj. każdą zmianę sprzyjającą jej rozwojowi, wzrostowi oraz zwiększeniu efektywności” [11].

Wyzwania innowacyjne zderzają się jednak z powszechnym w naszej kulturze dążeniem do unikania niepewności i ryzyka. Często to, co nowe i nieznanne uznawane jest jako niebezpieczne i zagrażające a nie jako ciekawe i stanowiące wyzwanie. Każde działanie niesie w sobie obydwie te aspekty, może być traktowane jako szansa lub zagrożenie. O tym, który z tych czynników okaże się decydujący dla wyboru strategii działania zdecydują cechy jednostek a także kultura organizacyjna, wsparcie społeczne i sieci wzajemnych powiązań.

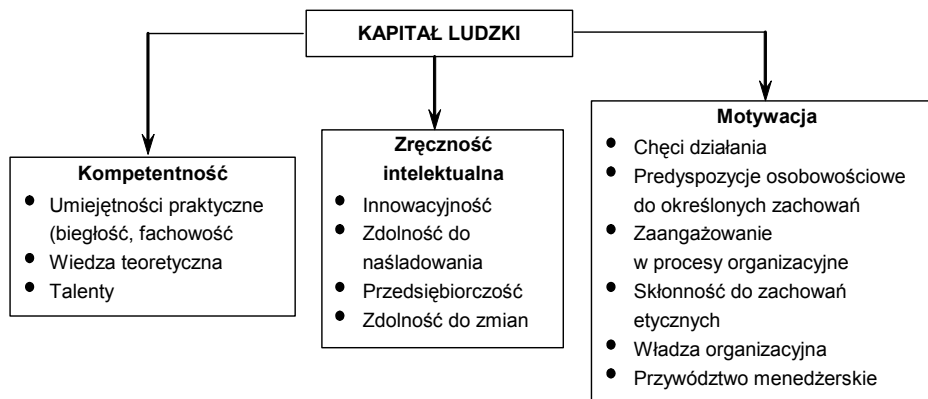
Wśród czynników, które wzmagają te powiązania, a tym samym sprzyjają innowacyjności należy wskazać kapitał społeczny i ludzki.

2. Kapitał ludzki

Termin „kapitał ludzki” używany jest zarówno w odniesieniu do jednostek, jak i zbiorowości. Sama kategoria sformułowana jest w sposób nieprecyzyjny i w analizach ujmowana w sposób opisowo-wyjaśniający. Najczęstsze pojawiające się rozumienia kapitału ludzkiego są następujące:

- zasób zdrowia, energii witalnej i motywacji zawartych w społeczeństwie (populacji),
- zespół cech demograficznych zbiorowości (struktura wieku i stanu zdrowia) i umiejętności (zwykle związanych z wykształceniem i umiejętnościami zawodowymi),
- zasób zdolności i możliwości oraz przedsiębiorczość i biegłość w zawodzie,
- umiejętność współpracy, kreatywność, postawy, zasoby kompetencji oraz wewnętrznej motywacji do pracy [9].

Rys. 1. Struktura kapitału ludzkiego



Źródło: [3]

Najważniejszą cechą kapitału ludzkiego jest jego nierozzerwalny związek z osobą ludzką. Nie jest możliwe oddzielenie człowieka od jego kapitału. Kapitał jest więc czynnikiem, który w wymiarze jednostkowym stanowi źródło przewagi konkurencyjnej. Tomasz Kawka zwraca w związku z tym uwagę na paradoks w nim tkwiący. Kapitał ten będący „mozaiką kwalifikacji, talentu, doświadczenia poświęcenia, daje pełen obraz wartości firmy. Wartości te tkwią w ludziach (pracownikach, kooperantach, konsultantach, klientach itp.) i generalnie nigdy nie będą w dłuższym horyzoncie własnością firmy. (...) To, na czym aktualnie firmy powinny budować swoją przewagę konkurencyjną nie jest ich własnością” [7].

Inną istotną cechą tak rozumianego kapitału jest jego unikalność i wielowymiarowość. J. Strużyna podkreśla fakt, iż wielowymiarowość kapitału ludzkiego ujawnia się na wielu płaszczyznach. Należą do nich: osobniczy kapitał intelektualny, osobniczy kapitał fizyczny i genetyczny (zdrowie, inteligencja, talenty jednostkowe).

Osobniczy kapitał intelektualny to potencjał doświadczenia, edukacji oraz zasobów innego rodzaju. Kapitał ten może – zdaniem autora – płynąć z wartościowania pracy lub kompetencji, może też uzyskać rynkową wycenę w postaci nadwyżki płac, proponowanych danemu pracownikowi przez rynek nad płacami uzyskiwanymi w firmie [13].

Na psychokulturowe aspekty kapitału ludzkiego istotne z punktu widzenia jednostek, jak i zbiorowości, zwraca uwagę A. Giza-Poleszczuk. Jej zdaniem trzy rodzaje zasobów decydują o konkurencyjności jednostki w zbiorowości:

- demograficzne: wiek, faza cyklu życiowego, stan zdrowia,
- kulturowe: wykształcenie, zawód, znajomość języków obcych, ogólna kompetencja kulturowa,
- psychologiczne: odporność na stresy, wiara we własne siły, poczucie własnej wartości [6].

Kapitał ludzki może jednakże, niezależnie od jego struktury, zostać utracony w szybkim czasie na skutek nieudolnego zarządzania zasobami ludzkimi. Zaniedbania w tej dziedzinie rychło skutkują brakiem satysfakcji pracowników, spadkiem motywacji czy też odpływem najbardziej wartościowych kadr. Rozpowszechnianie kapitału ludzkiego w organizacji może się odbywać trzema sposobami:

- jako zasób informacyjny, dzięki któremu ludzie dowiadują się o nowych szansach rynkowych,
- jako aktywne wsparcie, pozwalające jednostkom osiągać cele życiowe,
- jako znaczący kanał transmisji wartości, postaw i umiejętności.

Osiągnięcia jednostki w zakresie kreowania własnego kapitału intelektualnego zależą od stopnia jej dojrzałości – innowacyjnej i ekonomicznej, dzięki którym jednostka dysponuje:

- umiejętnością dostrzegania różnorodnych zjawisk, mogących mieć wpływ na jej sytuację,
- umiejętnością kojarzenia tych zjawisk z poznanymi wzorcami w oparciu o posiadany już zasób wiedzy,
- umiejętnością dostrzegania możliwości i konieczności działania,
- umiejętnością zdobywania dostępu do zasobów i uruchamiania ich [1].

Kapitał ludzki wywiera pozytywny wpływ na rozwój społeczno-gospodarczy. Główne korzyści sprowadzają się do:

- 1) wzrostu innowacyjności i konkurencyjności gospodarek i społeczeństw, ich zdolności do implementacji światowych osiągnięć w dziedzinie nauki, techniki i kultury,
- 2) korzystne oddziaływanie na przemiany instytucjonalne i modernizację struktur społecznych i gospodarczych,

- 3) pobudzanie kształtowania nowoczesnej infrastruktury technicznej, organizacyjnej, informatycznej i socjalnej,
- 4) sprzyjanie rozpowszechnianiu nowoczesnych wzorców konsumpcji, podniesieniu jakości życia, promocji etyki pracy i efektywności [10].

Najistotniejszą z punktu widzenia konkurencyjności cechą kapitału ludzkiego, zarówno w wymiarze jednostkowym, jak i zbiorowym, jest jego zdolność do powiększania poprzez inwestycje w człowieka.

3. Kapitał społeczny

Obok kapitału ludzkiego w analizach konkurencyjności coraz większą rolę zaczyna odgrywać idea kapitału społecznego. Rosnąca rola niematerialnych wartości w zarządzaniu skłania do poszukiwania czynników determinujących rozwój organizacji a niematerialne wartości tkwiące w kapitale społecznym pobudzają rywalizację, przedsiębiorczość a tym samym konkurencyjność jednostek i firm.

Center for Educational Research and Innovation OECD wymienia cztery wymiary kapitału społecznego i wprowadza zasadnicze typy analiz:

- 1) antropologiczne, koncentrujące się na naturalnych i biologicznych podstawach stowarzyszania się ludzi i wynikających z nich modelach porządku społecznego,
- 2) socjologiczne, badające normy społeczne i cechy organizacji społecznej, a w szczególności: normy zaufania, wzajemności i sieci zaangażowania obywatelskiego,
- 3) ekonomiczne, opierające się na założeniu, że osoby dążą do osiągnięcia indywidualnych korzyści nawiązując interakcje z innymi oraz sięgają po kapitał społeczny w celu realizacji różnych grupowych celów,
- 4) polityczne, podejmujące zagadnienia oddziaływania instytucji i norm politycznych i społecznych na zachowania ludzi [14]

Kapitał społeczny definiowany jest jako sieć wzajemnych powiązań, zaufania i aktywności, które stają się fundamentem społeczeństwa obywatelskiego i reguł w nim panujących. M. Bartnicki i W. Dyduch zwracają uwagę, że istnieje kilka wspólnych płaszczyzn dla kapitału ekonomicznego i społecznego. Do najważniejszych można zaliczyć:

- kapitał społeczny jest zasobem, który podobnie jak inne formy kapitału można zainwestować, licząc na określony zwrot w przyszłości,
- kapitał społeczny może być wymieniany na inne formy kapitału, choć charakteryzuje się niższą wymienialnością niż kapitał ekonomiczny,
- kapitał społeczny może stać się substytutem innych zasobów,

- kapitał społeczny musi być stale podtrzymywany i uzupełniany [2].

Wyodrębnienie empirycznych składników kapitału społecznego pozwala na stwierdzenie, że nie jest on zawieszony w próżni organizacyjnej, a właściwe relacje międzyludzkie dostarczają szans na mobilizowanie i pomnażanie zarówno materialnych, jak i niematerialnych zasobów organizacji.

Tabela 1. Empirycznie wyodrębnione składniki kapitału społecznego

Wymiar kapitału społecznego	Składnik kapitału społecznego	Cechy składnika
Wymiar wzajemnych stosunków	Pozytywne zachowania w sieci	<ul style="list-style-type: none"> • wzajemność działań • altruizm • pomoc i wsparcie • odwaga, otwartość, asertywność • podejmowanie ryzyka • akceptacja i tolerancja • inicjatywa
Wymiar strukturalny	Sieci	<ul style="list-style-type: none"> • więzi społeczne wewnątrz organizacji • więzi z interesariuszami • więzi organizacji z innymi podmiotami • bazy danych i klientach
Wymiar poznawczy	Normy	<ul style="list-style-type: none"> • świadomość misji i wizji • stopień reprezentacji przez organizację • kultura i tożsamość organizacji • rozwiązywanie konfliktów
Wymiar poznawczy	Wspólnota	<ul style="list-style-type: none"> • środowisko wsparcia i wzmocnienia • pozytywna dynamika grupowa • wspólnota organizacji • stopień reprezentacji przez organizację
Wymiar wzajemnych stosunków	Praca zespołowa	<ul style="list-style-type: none"> • wspólna praca nad projektami i ofertami • burze mózgów • zebrania formalne i nieformalne
Wymiar poznawczy	Proaktywność	<ul style="list-style-type: none"> • zaangażowanie uczestników organizacji • niezależność • inicjatywa • poczucie odpowiedzialności • otwarta komunikacja • współdziałanie
Wymiar wzajemnych stosunków	Zaufanie	<ul style="list-style-type: none"> • budowa zaufania • otwartość • wymiana informacji • podejmowanie działań ryzykownych

Źródło: [5]

Kapitał społeczny jest kategorią wielowymiarową, ma charakter ilościowo-jakościowy, stąd też jego różnorodność i trudność z wyłonieniem poszczególnych typów.

Tabela 2. Typy kapitału społecznego jako zasobu

Kryterium podziału	Typy kapitału społecznego		
Zakres pojęcia	wyłącznie więzi i normy społeczne	więzi, normy społeczne, instytucje i organizacje społeczne	więzi, normy, instytucje społeczne, rozwiązania prawne i ekonomiczne (kraju)
Poziom analizy socjologicznej i/lub ośrodek koncentracji kapitału społecznego	jednostek lub gospodarstw domowych	grup społecznych lub środowisk lokalnych	instytucji krajów
Ekonomiczny rodzaj dobra	dobro prywatne	dobro klubowe	dobro publiczne
Charakter efektów zewnętrznych	przynoszący negatywne efekty zewnętrzne (<i>anti-social, perverse social capital</i>)		przynoszący pozytywne efekty zewnętrzne
Cele dysponenta kapitału społecznego	zorientowany na realizację celów partykularnych (<i>inward looking</i>)		zorientowany na realizację dobra wspólnego (<i>outward looking</i>)
Rodzaj powiązań tworzących kapitał społeczny	oparty na więzi zrzeczeniowej; łączący osoby o różnym statusie społ.-ekonom (<i>bridging</i>)	oparty na głównie więzi naturalnej; łączący osoby o podobnym statusie społ.-ekonom. (<i>bonding</i>)	oparty na pionowych zależnościach władzy i zwierzchności (<i>linking</i>)
Siła, ekskluzywność i częstotliwość kontaktów w istniejących powiązaniach	oparty na słabych powiązaniach i sporadycznych kontaktach (<i>thin social capital</i>)		oparty na silnych powiązaniach i częstych kontaktach (<i>thick social capital</i>)
Promień zaufania między osobami	zróżnicowany – od zaufania ograniczonego do najbliższej rodziny do zaufania generalizowanego		
Stopień formalizacji kapitału społecznego	nieformalny		formalny
Sfera, w której objawia się kapitał społeczny	prywatny/rodzinny		obywatelski/kapitał społeczny w sferze publicznej

Źródło: [15]

Różnorodność i wielość kryteriów zastosowanych przy budowie typologii kapitału społecznego pokazuje, że jest to kategoria trudno poddająca się systematyzacji i nieostra, bowiem rozgraniczenia między poszczególnymi typami mają charakter czysto umowny. Mimo tych słabości metodologicznych warto wykorzystywać ideę kapitału społecznego w analizach ekonomicznych, gdyż pokazuje ona kontekst społeczny i kulturowy rozgrywających się procesów ekonomicznych.

4. Kapitał ludzki i społeczny mikroprzedsiębiorstw w świetle badań

Prezentowane wyniki są rezultatem badań prowadzonych w ramach Programu Inicjatywy Wspólnotowej EQUAL *Przedsiębiorczość w sieci – Internet szansą na wzrost konkurencyjności*, który realizowany jest w obszarze tematycznym F – *Wspieranie zdolności przystosowawczych przedsiębiorstw i pracowników do zmian strukturalnych w gospodarce oraz wykorzystania technologii informatycznych oraz innych nowych technologii*. Celem projektu jest wzrost konkurencyjności mikroprzedsiębiorstw poprzez implementację modelu zastosowania technologii informatycznych do podnoszenia jakości i powszechnej dostępności usług wspomagających. Projekt realizowany w latach 2004-2007.

W ramach obecnie realizowanego Działania 2 zdiagnozowane zostały potrzeby mikroprzedsiębiorstw w zakresie wiedzy niezbędnej do podnoszenia konkurencyjności firmy, określone bariery w zakresie dostępu do wiedzy, opracowane pakiety szkoleniowe, doradztwo biznesowe*, aktualny informator i pasaż handlowy, wytworzony Wortal dla mikroprzedsiębiorstw, który będzie narzędziem upowszechniania i wdrażania najlepszych wzorców opracowanych w ramach projektu.

Do zasadniczej części badań zostały zaangażowane 202 przedsiębiorstwa biorące udział w programie z czterech województw: mazowieckiego, podkarpackiego, podlaskiego, kujawsko-pomorskiego z zachowaniem reprezentacji przeprowadzonych badań. Grupa ta została poddana badaniom diagnozującym potrzeby i bariery a późniejszym okresie będzie także przedmiotem procedur ewaluacyjnych całego programu.

Przedmiotem badania były mikroprzedsiębiorstwa (do 9 zatrudnionych) reprezentujące 5 branż: poligraficzną, obuwniczą, odzieżową, fotograficzną i drzewną oraz – jako grupa kontrolna – przedsiębiorstwa z pozostałych branż. Udział wzięły firmy reprezentujące wszystkie prezentowane branże (27 firm branży drzewnej – 13,4%, 25 poligraficznej – 11,9%, 23 odzieżowej – 11,4%, 21 obuwniczej – 10,4%, 20 fotograficznej – 9,9% i 87 (43,1%) firm, jako grupa kontrolna spoza wymienionych branż).

Zadaniem projektu jest wspomaganie firm w podnoszeniu ich potencjału konkurencyjnego poprzez innowacyjne oddziaływanie na zasoby ludzkie oraz podnoszenie kwalifikacji i kompetencji pracowników i właścicieli. Dlatego kluczowym zagadnieniem było określenie stopnia ich ważności w analizowanym kontekście szkoleniowym. Obszary te

* Ta część projektu realizowana jest przez Politechnikę Radomską – Wydział Ekonomiczny i Wydział Materiałoznawstwa i Technologii Obuwia, będącą jednym z partnerów biorących udział w projekcie. Autorka tego opracowania pełni w projekcie rolę koordynatora branżowego i autora badań potrzeb i barier rozwojowych mikroprzedsiębiorstw.

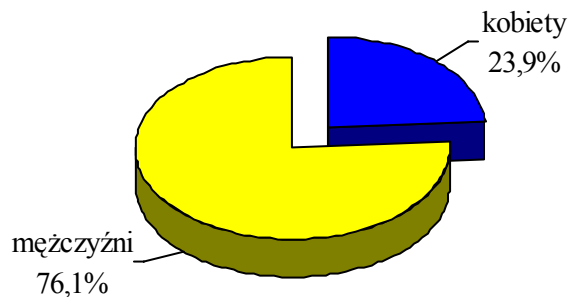
ujawnić miały nie tylko ogólne uwarunkowania funkcjonowania firm, ale i specyfikę potrzeb branżowych.

Struktura właścicielska w badanych firmach jest prosta, z reguły jednoosobowa. W branży poligraficznej dwie firmy mają dwóch właścicieli. Identyczna sytuacja występuje w branży obuwniczej, zaś w branży fotograficznej wystąpiły dwie firmy posiadające więcej niż jednego właściciela (jedna z dwoma i jedna z trzema właścicielami).

Analiza społecznego i profesjonalnego wizerunku właścicieli badanych firm została przeprowadzona w oparciu o cztery podstawowe kryteria: płeć, wiek, wykształcenie i doświadczenie zawodowe.

Zdecydowanie wśród właścicieli dominują mężczyźni, którzy stanowią ponad $\frac{3}{4}$ badanej populacji, jednakże prawie 25% udział kobiet w tej grupie pokazuje, iż przedsiębiorczość wśród kobiet – pomimo uwarunkowań kulturowych – rozwija się dynamicznie.

Rys. 1. Struktura właścicieli badanych firm według płci



Źródło: badania własne

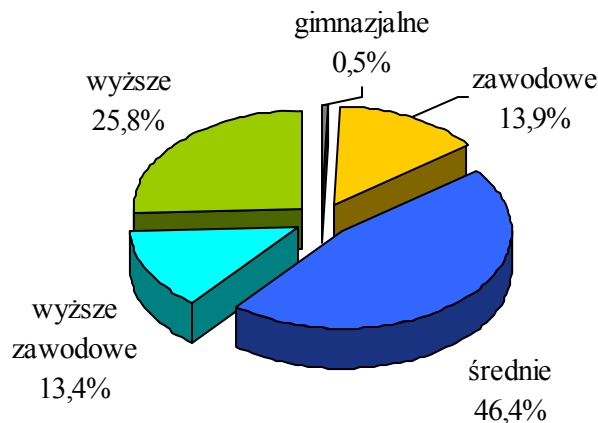
Jednakże dokładna analiza branżowa pokazuje znaczne zróżnicowanie według kryterium płci. Największy udział kobiet – właścicieli można zaobserwować w branży fotograficznej (47,6%), odzieżowej (39,1%) i obuwniczej (30,%). Tylko w branży drzewnej udział kobiet jest niższy niż w grupie kontrolnej (11,1% wobec 15,1%). Dane te wyraźnie wskazują, iż rysuje się pozytywna tendencja wzrostu aktywności i przewyższania dyskryminowanej pozycji kobiet nie tylko na rynku pracy, ale także w sferze aspiracji do własności środków produkcji.

Analiza badanej grupy pod względem wieku pokazuje istniejącą w całym kraju tendencję do dominacji osób pomiędzy 25 a 49 rokiem życia. Właściciele w tym przedziale wiekowym stanowią 74,8% ogółu właścicieli. Drugą kategorią wiekową wśród właścicieli są osoby powyżej 50 roku życia. Należy jednak podkreślić, iż zaobserwować można także wzrost przedsiębiorczości wśród najmłodszych – pomiędzy 16 a 24 rokiem życia. Występują

oni w branży drzewnej i poligraficznej, choć ich udział jest o połowę niższy w grupie kontrolnej. Ta ostatnia tendencja powinna być traktowana ostrożnie, ponieważ w branży drzewnej, poligraficznej i obuwniczej występują ankiety, gdzie ta cecha właścicieli firm nie została uzupełniona, co ma znaczący wpływ na istotność tej tezy.

Największe zróżnicowanie badanej grupy właścicieli występuje jednakże przy kryterium wykształcenia. W badanej grupie dominują osoby z wykształceniem średnim – 43,7%, wyższym – 36,9%, w tym magisterskim – 24,3% i zawodowym – 12,6%. Co piętnasty właściciel ma wykształcenie zawodowe, a tylko jeden współwłaściciel w branży fotograficznej, liczący powyżej 50 lat (firma ma dwóch właścicieli, działa od 1927 roku) ma wykształcenie gimnazjalne. Trzeba przy tym zaznaczyć, że w 9 ankietach nie udzielono odpowiedzi na to pytanie.

Rys. 2. Struktura właścicieli badanych firm według wykształcenia.



Źródło: badania własne

Ta ogólna charakterystyka nie oddaje w pełni specyfiki branżowej. Najwyższym poziomem wykształcenia charakteryzują się właściciele w branży obuwniczej (57,1%) i poligraficznej (44%), a najniższym w branży drzewnej (14,8%) i odzieżowej (17,4%) w osób z wykształceniem wyższym. Największy udział właścicieli z wykształceniem zawodowym zanotowano w branży drzewnej (11,1%) i obuwniczej (9,5%). Jednakże, co wyraźnie należy podkreślić, badane przez nas branże charakteryzowały się mniejszym udziałem osób z wykształceniem zawodowym (a więc relatywnie niskim) niż grupa kontrolna. Wyższym poziomem wykształcenia, niż ta grupa, legitymują się właściciele z branży poligraficznej i obuwniczej. Generalnie należy stwierdzić, iż średni poziom wykształcenia w branżach jest wyższy niż przeciętny w grupie kontrolnej.

Doświadczenie zawodowe badani właściciele zdobywali głównie we własnej branży. Dotyczy to wszystkich badanych bez względu na branżę, jednakże, co należy podkreślić, w prawie wszystkich wyodrębnionych przez nas działach gospodarki jest ono wyższe niż w grupie kontrolnej. Przeciętny staż właściciela w branży był zróżnicowany. Największe doświadczenie zawodowe miał właściciel z branży poligraficznej 52 lata, w pozostałych branżach wartość maksymalna wynosiła od 30 do 35 lat.

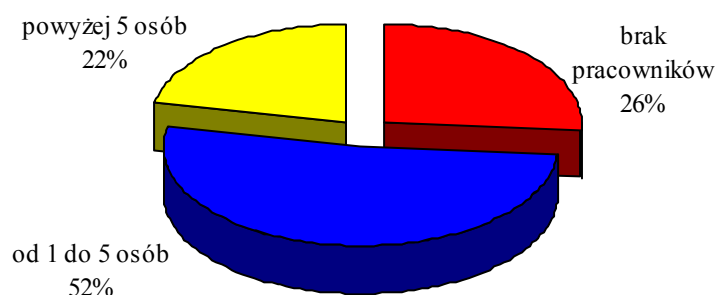
Tabela 3. Doświadczenie zawodowe w branży właścicieli badanych firm

Branża	Ilość	Udział %	Przeciętny staż w branży (lata)
drzewna	26	96,3%	12,5
poligraficzna	21	87,5%	17,5
odzieżowa	19	82,6%	14,5
obuwnicza	17	81,0%	19,0
fotograficzna	15	75,0%	16,5
inna	67	77,0%	12,0
ogółem	165	81,7%	

Źródło: badania własne

Obraz pozycji firmy odzwierciedla liczba zatrudnionych w niej osób. Zgodnie z przyjętą w ustawie z dnia 19 listopada 1999 r. Prawo działalności gospodarczej definicją* mikroprzedsiębiorstwo to jednostka gospodarcza zatrudniająca do 10 osób.

Rys. 3. Struktura badanych firm według zatrudnienia



Źródło: badania własne

Badane przez nas firmy zatrudniają głównie od 1 do 5 osób (52%). Nieco ponad 20% zatrudnia powyżej 5 osób a ponad ¼ to firmy, w których pracują tylko właściciele nie zatrudniając pracowników. Najwyższe zatrudnienie odnotowaliśmy w branży obuwniczej i

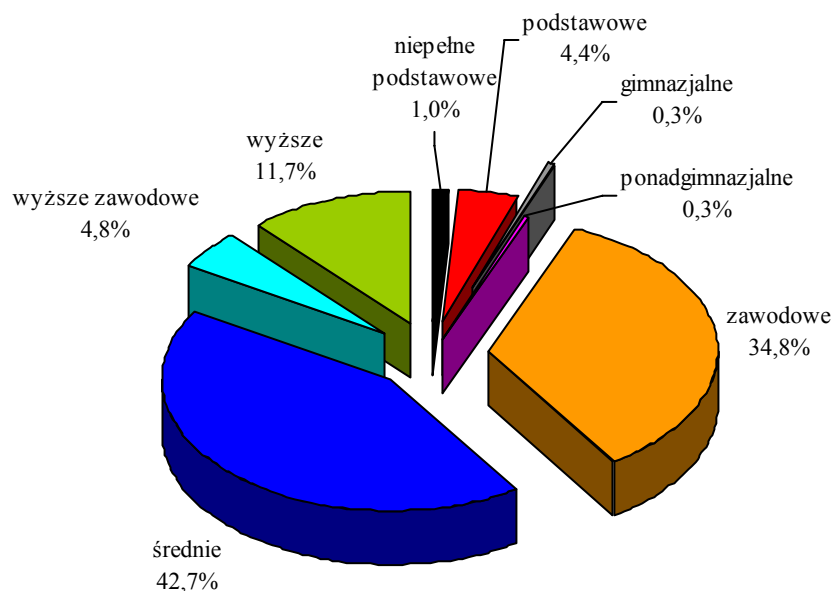
* Tekst ujednolicony po zmianie z 14 listopada 2003 r. Dz. U. Nr 217 z 18 grudnia 2003 r., poz. 2125.

odzieżowej. Z kolei największy udział firm, w których pracują jedynie właściciele zauważalne jest w branży drzewnej (37%), poligraficznej (33,3%) a także w grupie kontrolnej (29,9%).

Poddaliśmy analizie strukturę zatrudnionych według dwóch kryteriów: płci oraz wykształcenia. Wśród zatrudnionych dominują mężczyźni (59,6%) ogółu pracowników. Struktura branżowa jest jednak odmienna. Kobiety zdecydowanie dominują wśród zatrudnionych w branży odzieżowej, podobnie, jak mężczyźni w drzewnej. Zatrudnienie w tych przypadkach jest całkowicie zgodne z tradycyjnym charakterem tych branż. W innych wyodrębnionych działach struktura zatrudnionych ukazuje niewielką przewagę mężczyzn. Przewaga ta jest zawsze mniejsza niż w grupie kontrolnej.

Struktura wykształcenia zatrudnionych pracowników jest bardziej zróżnicowana i generalnie mniej korzystna niż właścicieli. Najwięcej zatrudnionych legitymuje się wykształceniem średnim (42,7%) i zawodowym (34,8%). Pracownicy z wyższym wykształceniem stanowią nieco ponad 16% ogółu zatrudnionych, z czego 4,8% ma wykształcenie wyższe zawodowe, a 11,7% wyższe magisterskie. Ponad 6% zatrudnionych charakteryzuje bardzo niski poziom wykształcenia.

Rys. 4. Struktura wykształcenia zatrudnionych pracowników



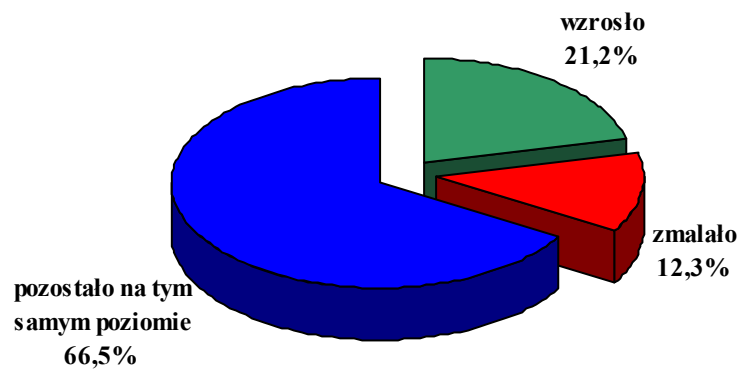
Źródło: badania własne

Najwyższym poziomem wykształcenia legitymują się pracownicy zatrudnieni w grupie kontrolnej, a spośród wyodrębnionych przez nas branż – poligraficznej, fotograficznej

i obuwniczej. Z drugiej jednak strony w branży obuwniczej można odnotować największy odsetek osób z wykształceniem podstawowym i niepełnym podstawowym.

Ważnym wyznacznikiem kondycji ekonomicznej badanych firm jest stabilność zatrudnienia. Pytanie w ankiecie dotyczyło zatrudnienia w 2004 roku, dlatego też poniższe dane procentowe nie uwzględniają firm powstałych przed 2005 rokiem.

Rys. 5. *Stabilność zatrudnienia*



Źródło: badania własne

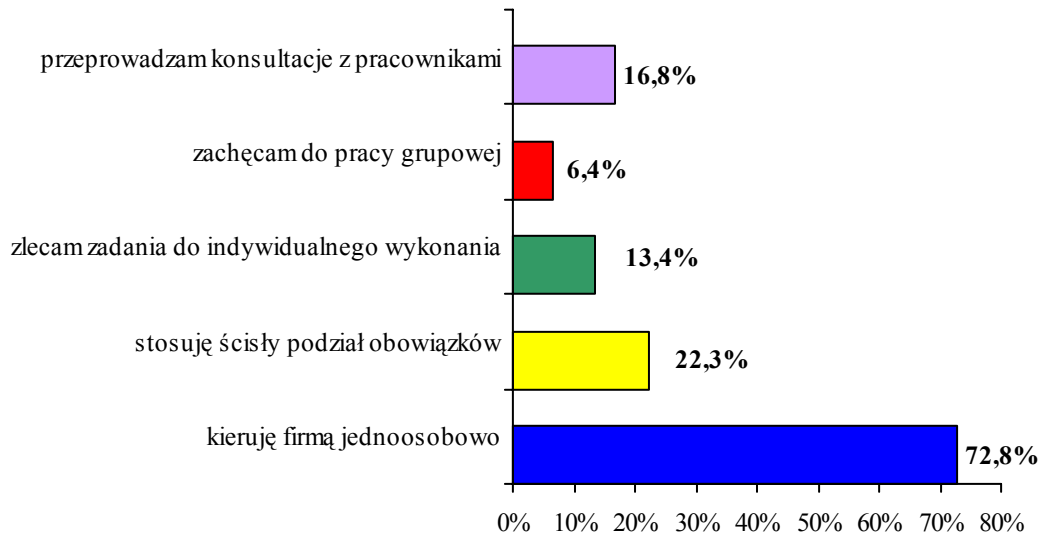
Badania pokazują wyraźnie, że zdecydowana większość firm posiada dość stabilne zatrudnienie (66,5%). Wskaźnik wzrostu zatrudnienia (21,2%) jest w badanej populacji prawie dwukrotnie wyższy niż wskaźnik spadku zatrudnienia (12,3%). Jednak nie wszystkie branże mogą wykazać się taką pozytywną tendencją. Najstabilniejsza sytuacja – w omawianym aspekcie – widoczna jest w branży fotograficznej, poligraficznej i drzewnej. Z kolei największy spadek zaznaczył się w branży obuwniczej i odzieżowej.

Nowoczesność i potencjał innowacyjny badanych firm można także zdiagnozować analizując styl i metody zarządzania, które pokazują udział pracowników w tym procesie. Dominuje zarządzanie dyrektywne i preferowany jest styl autokratyczny. 72,8% właścicieli przyznało się, że kieruje firmą jednoosobowo, 22,3% stosuje ścisły podział obowiązków a 12,4% zleca zadania do indywidualnego wykonania. Tylko 16,8% ankietowanych właścicieli modyfikowało swoje decyzje poprzedzając je konsultacjami z pracownikami, zaś 6,4% zachęcało do pracy grupowej dając tym samym wyraz demokratycznemu stylowi zarządzania.

Najwyższy poziom zcentralizowania form zarządzania można zaobserwować z branży drzewnej oraz odzieżowej i obuwniczej. W branżach tych wskaźniki dyrektywności są wyższe lub zdecydowanie wyższe (branża drzewna) niż w grupie kontrolnej – wielobranżowej.

Z kolei branżę fotograficzną i poligraficzną nie tylko cechuje zwiększenie skłonności do konsultacyjnego stylu kierowania, lecz także dzielenie władczych uprawnień poprzez promowanie pracy grupowej. Najbardziej pod tym względem zdecentralizowana branża fotograficzna stosuje także (jako jedyna) inne metody kierowania, takie jak kierownictwo dwuosobowe (razem ze współnikiem).

Rys. 6. Metody zarządzania stosowane w badanych firmach



Źródło: badania własne

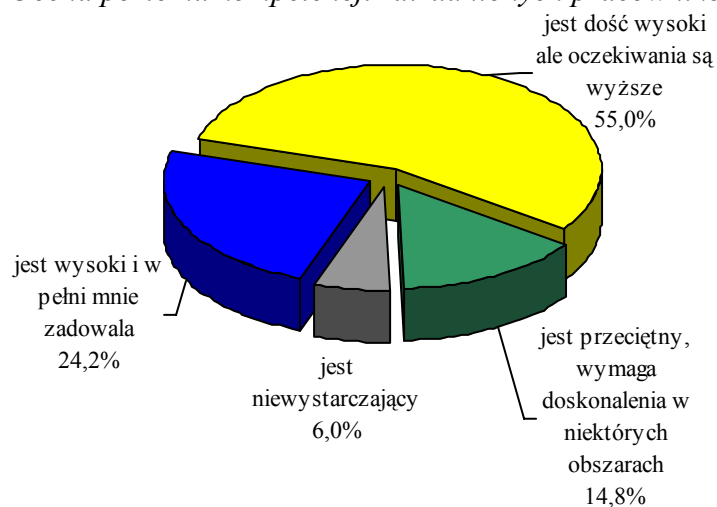
W teorii zarządzania jedną z najważniejszych funkcji polityki kadrowej jest promowanie rozwoju pracowników wyrażające się w takich instrumentach, jak ocena pracownika oraz szkolenia. Chcąc ocenić strategie rozwojowe badanych firm zadaliśmy im pytanie dotyczące stopnia zadowolenia właścicieli z jakości zasobów ludzkich i preferowanych form rozwoju.

Pierwszym problemem poddanym analizie w tym obszarze była ocena poziomu kompetencji pracowników zatrudnionych w firmie. Wyniki pokazują, że badani właściciele są raczej zadowoleni z poziomu własnych kadr. Prawie jedna czwarta badanych firm określiła poziom kompetencji swoich pracowników jako wysoki i w pełni zadowalający. 14,8% badanych stwierdziła, że jest przeciętny i wymaga doskonalenia. Pozytywnym trendem rysującym się w badaniach jest świadomość konieczności podnoszenia kwalifikacji, bowiem 55% badanych przedsiębiorców stwierdziło, że chociaż poziom kompetencji pracowników jest dość wysoki, to jednak wymaga podnoszenia, bowiem oczekiwania w tym zakresie są wyższe (rys. 7).

Najwyższy wskaźnik zadowolenia z poziomu własnych kadr zaobserwować można w branży drzewnej (47,1%). W branży odzieżowej, obuwniczej i fotograficznej około 1/3

właścicieli jest w pełni usatysfakcjonowanych z poziomu własnych kadr. Najmniejszy odsetek w pełni zadowolonych (18,8%) można zaobserwować w branży poligraficznej.

Rys. 7. Ocena poziomu kompetencji zatrudnionych pracowników



Źródło: badania własne

Subiektywizm stopnia oceny kwalifikacji pracowników jest szczególnie widoczny, jeśli uwzględni się procedury ewaluacji pracy stosowane w badanych firmach. Tylko co drugi właściciel przeprowadza ocenę pracowników, pozostali tego nie stosują. Ocena ta najczęściej przeprowadzana jest w formie bieżącej kontroli jakości i wydajności wykonywanej pracy. Wyrazem pozytywnej oceny są premie – tę formę oceny badani właściciele wymieniali najczęściej.

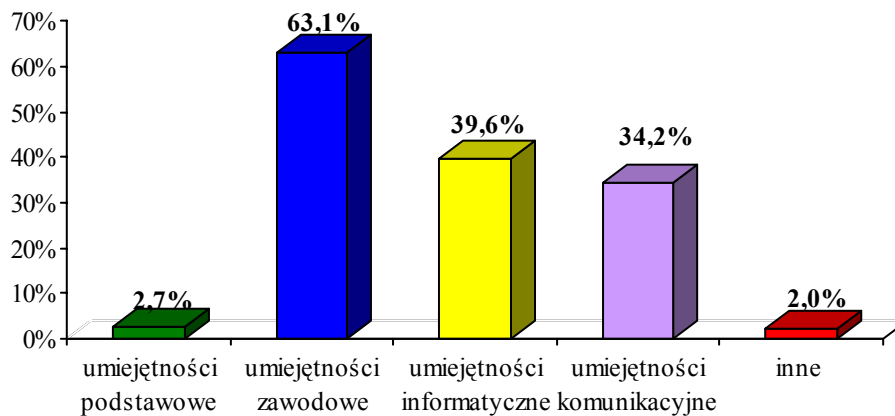
Najrzadziej stosowane procedury oceny pracowników występują w branży drzewnej. W pozostałych branżach sytuacja jest podobna – stosuje te procedury, blisko co druga firma. Wśród motywów nie prowadzenia takiej polityki kadrowej najczęściej wymieniano: brak takiej potrzeby, brak czasu, brak pracowników, brak odpowiednich narzędzi, zbyt mała wielkość firmy, niechęć do robienia przykrości pracownikom.

Logiczną konsekwencją oceny poziomu kwalifikacji pracowników jako czynnika konkurencyjności było wskazanie obszarów rozwoju personelu, które w najbliższym czasie podniosłyby pozycję konkurencyjną formy.

Wśród obszarów rozwoju kwalifikacji pracowniczych na pierwszym miejscu uplasowały się umiejętności zawodowe (63,1%), następnie informatyczne (39,6%) oraz komunikacyjne (34,2%). Mały odsetek firm wskazał na zapotrzebowanie w zakresie umiejętności podstawowych (2,7%) (rys. 8).

Tylko w branży drzewnej odnotowano deficyt umiejętności podstawowych, jednakże na dość wysokim poziomie (23,5%). Wynik ten nie jest zaskoczeniem, jeśli porówna się go z danymi dotyczącymi wykształcenia zatrudnionych w niej pracowników. Najczęściej wskazywano jednakże na potrzebę podniesienia poziomu umiejętności zawodowych.

Rys. 8. Obszary podnoszenia kwalifikacji zatrudnionych pracowników



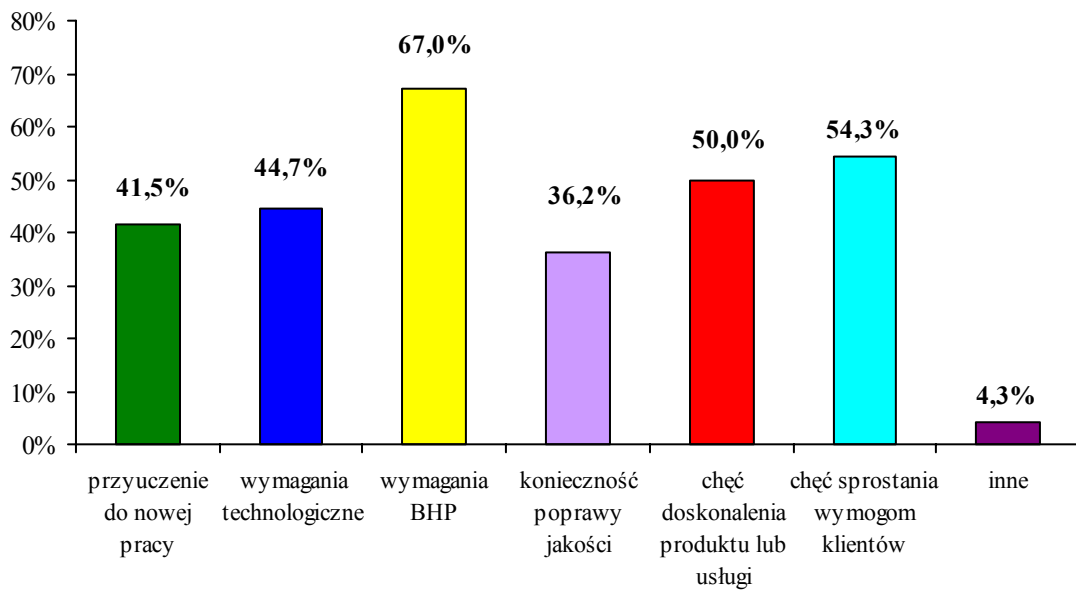
Źródło: badania własne

Ocena potrzeb w zakresie rozwoju poziomu zasobów ludzkich jest w teorii zarządzania podstawą polityki szkoleniowej firm. W praktyce nie zawsze przedkłada się ona na konkretne działania. W badanych przez nas firmach tylko co druga organizuje szkolenia dla własnych pracowników. Zróznicowanie branżowe jest tutaj niewielkie. Najmniejszy udział firm prowadzących szkolenia można odnotować w branży odzieżowej (39,1%).

Wśród form szkoleń organizowanych przez mikroprzedsiębiorstw dla pracowników dominują szkolenia na stanowisku pracy (55,3%) oraz szkolenia w miejscu pracy (51,1%). Nieco więcej niż czwarta firm (26,6%) stwarza swoim pracownikom możliwości podnoszenia kwalifikacji poprzez udział w szkoleniach zewnętrznych. Badani przedsiębiorcy nie wskazali żadnych innych form szkoleń, co wyraźnie wskazuje na brak takich zwyczajów i nawyków.

Ponieważ tylko połowa firm stosuje aktywną politykę rozwoju zasobów pracy, tym ważniejsze wydawały się jej motywy. Zaprezentowane na rys. 9 wyniki dotyczą wyłącznie firm organizujących szkolenia nie napawają optymizmem. Najczęstsze motywy organizacji szkoleń są bowiem w znacznym stopniu wymuszone bądź przez przepisy prawa, bądź wymagania technologiczne.

Rys. 9. Motywy organizowania szkoleń



Źródło: badania własne

Działalność gospodarcza wymaga budowania zróżnicowanej sieci powiązań kooperacyjnych, które pomagają rozwijać potencjał przedsiębiorstw i ich innowacyjność. W badaniach zwróciliśmy się więc do przedsiębiorców o ocenę współpracy z różnymi podmiotami działającymi na rynku, mającymi wpływ na funkcjonowanie ich mikroprzedsiębiorstw.

Najlepiej, zdaniem badanych przedsiębiorców układa się współpraca z klientami. Jako dobrą ocenia ją 91,9% wszystkich badanych firm, pozostałe 8,4% określa ją jako wystarczającą. Na drugim miejscu uplasowała się współpraca z innymi firmami z branży, chociaż większość badanych określa ją bardziej jako wystarczającą (48,5%) niż dobrą (31,7%), to jednak brak współpracy występuje w znacznie mniejszym stopniu.

Pozytywnie układa się także współpraca z innymi firmami działającymi na rynku. Zależności kooperacyjne deklaruje trzy na cztery działające firmy. Wśród innych podmiotów badani przedsiębiorcy wskazują także na samorząd lokalny, Urzędy Pracy, instytucje wspierające rozwój przedsiębiorczości oraz doradztwo fachowe.

Na szczególną uwagę zasługuje prawie całkowity brak współpracy z urzędami administracji centralnej, instytutami naukowymi, wyższymi uczelniami w regionie oraz samorządem gospodarczym. Można wnioskować, iż brak takich powiązań kooperacyjnych ogranicza implementację nowoczesnych rozwiązań w mikroprzedsiębiorstwach.

Oczywiście sieć zależności kooperacyjnych, mówiąc językiem Putmana – kapitał społeczny – firm branżowych jest bardzo zróżnicowany. Najniższy poziom kooperacji z firmami działającymi na rynku można zaobserwować z branży odzieżowej. Nieco wyższy, choć niezadowolający jest w także w branży drzewnej, fotograficznej i poligraficznej. Najbardziej rozwinięta forma kooperacji z tymi podmiotami, charakteryzująca się także wysoką oceną jakości tych kontaktów, występuje w branży obuwniczej.

5. Zakończenie

Zgromadzony materiał empiryczny, chociaż nie oparty na próbie reprezentatywnej, pokazuje warunki, w których funkcjonują mikroprzedsiębiorstwa. Jest więc cennym źródłem dla ekonomistów i praktyków.

Analizując poziom kapitału społecznego należy zwrócić uwagę na następujące kwestie:

- badane firmy nie mają nawyków szkoleniowych. Połowa z nich w ogóle nie prowadzi szkoleń a te, które prowadzą podejmują je głównie pod presją konieczności wynikających z prawa bądź presji otoczenia. Żadna z nich nie ma doświadczeń w szkoleniu nowoczesnymi metodami, np. E-learningiem,
- barierą dla działalności szkoleniowej może być także niski i zróżnicowany poziom wykształcenia pracowników i właścicieli badanych firm,
- badane firmy mają różny dostęp do komputera i nowoczesnych technologii informatycznych, nie posiadają swoich stron internetowych, wskazują na brak orientacji w serwisach internetowych a także brak wykwalifikowanych pracowników.
- oczekiwania badanych właścicieli wobec pracowników nie są spójne. Z jednej strony wskazują, że głównym obszarem podnoszenia kwalifikacji, które mogłyby wpłynąć na szybką poprawę pozycji rynkowej firmy są umiejętności zawodowe, dalej informatyczne a na trzecim miejscu komunikacyjne, z drugiej strony, w ocenie poziomu kompetencji własnych pracowników dominuje przekonanie, że w zasadniczych obszarach funkcjonowania firmy są one wystarczające,
- badane firmy wśród preferencji inwestycyjnych najniżej plasują wydatki na rozwój zasobów ludzkich. Deklarowane zaangażowanie i preferencje dotyczące treści i form szkoleń nie mają pokrycia w rzeczywistych działaniach,
- barierą rozwoju mikroprzedsiębiorstw jest niski poziom kapitału społecznego, co utrudnia implementację innowacyjnych metod działania,

- udzielanie mikroprzedsiębiorstwom wsparcia powinno uwzględniać bariery mentalnościowe i społeczne,
- należy preferować takie programy i formy oddziaływania na te podmioty, w których wszelka, zarówno materialna, jak i finansowa pomoc, będzie obligatoryjnie związana z koniecznością uczenia się i implementacji nowych rozwiązań we własnej działalności gospodarczej.

Bibliografia

- [1] Bal-Woźniak T., *Kreowanie kapitału intelektualnego*, [w:] M. G. Woźnik (red.), *Nierówności społeczne a wzrost gospodarczy*, Uniwersytet Rzeszowski, Rzeszów 2003.
- [2] Bartnicki M., Dyduch W., *W poszukiwaniu wyceny kapitału społecznego*, Organizacja i Kierowanie 2003 nr 1.
- [3] Bartnicki M., Strużyna J., *Przedsiębiorczość i kapitał intelektualny*, Wyd. A. E., Katowice 2001.
- [4] Castenow D., *Nowy marketing w praktyce*. PWE, Warszawa 1996.
- [5] Dyduch W., *Składniki i wymiary kapitału społecznego organizacji*, Organizacja i Kierowanie 2004 nr 1
- [6] Giza-Poleszczuk A., Marody M., A. Rychard, *Strategie i system. Polacy w obliczu zmiany społecznej*, PAN, Warszawa 2000.
- [7] Kawka T., *Kapitał ludzki a przedsiębiorczość – aspekty teoretyczne*, [w:] M. Juchnowicz (red.), *Kapitał ludzki a kształtowanie przedsiębiorczości*, Poltext, Warszawa 2004.
- [8] Kotler Ph., *Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola*. Gebethner i S-ka, Warszawa 1994.
- [9] Majowska M., *Problemy badania wpływu kapitału ludzkiego na zachowania przedsiębiorcze*, [w:] Juchnowicz M. (red.), *Kapitał ludzki a kształtowanie przedsiębiorczości*, Poltext, Warszawa 2004.
- [10] Makowski K., *Kapitał ludzki w dynamice*, [w:] A. Pocztowski (red.), *Kapitał intelektualny. Dylematy i wyzwania*, Wyd. WSB, Nowy Sącz 2001.
- [11] McGowan P., *Innowacja i przedsiębiorczość wewnętrzna*, [w:] D.M. Stewart., *Praktyka kierowania*. PWE, Warszawa 1994.
- [12] Pomykański A., *Zarządzanie innowacjami*, PWN, Warszawa 2001.
- [13] Strużyna J., *Obrazy kapitału całkowitego firmy*, Organizacja i Kierowanie, 2002 nr 1
- [14] *The Well-being of Nations. The Role of Human and Social Capital*, Center for Educational Research and Innovation OECD, 2001.
- [15] Theiss M., *Typy kapitału społecznego w polityce społecznej*, Biuletyn Informacyjny: Wiadomości Społeczne, Polskie Towarzystwo Polityki Społecznej nr 1, Warszawa 2006.
- [16] Webber R.A., *Zasady zarządzania organizacjami*. PWE, Warszawa 1996.