Aleksander Znosko-Czarnecki

e-mail: 176339@student.ue.wroc.pl

ORCID: 0009-0008-2459-3951

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Wiedza jako kluczowy element modelu kompetencyjnego przedsiębiorcy z pokolenia milenialsów

DOI: 10.15611/2023.95.4.06
JEL Classification: 1407

© 2023 Aleksander Znosko-Czarnecki
Praca opublikowana na licencji Creative Commons Uznanie autorstwa-Na tych samych warunkach 4.0 Międzynarodowe (CC BY-SA 4.0). Skrócona treść licencji na https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.pl

Cytuj jako: Znosko-Czarnecki, A. (2023). Wiedza jako kluczowy element modelu kompetencyjnego przedsiębiorcy z pokolenia milenialsów. W: E. Sobczak (red.), *Współczesne problemy ekonomii i zarządzania* (s. 81-92). Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu.

Streszczenie: Cel artykuł stanowi identyfikacja pozycji wiedzy w modelu kompetencyjnym przedsiębiorcy z pokolenia Y. W pierwszym punkcie zaprezentowano istotę atrybutu, jakim jest wiedza, oraz umiejscowiono ją w modelu kompetencyjnym, podkreślając jego sens i znaczenie. Kolejnym etapem było scharakteryzowanie pokolenia milenialsów, będącego również podmiotem badań we wskazanym modelu kompetencyjnym, zwracając uwagę na przedsiębiorcze inklinacje, którymi charakteryzuje się to pokolenie. W kluczowym punkcie trzecim zaprezentowano pozycję wiedzy w modelu kompetencyjnym pokolenia Y, który wchodzi w skład rzeczowego zakresu badań. W tekście dokonano przeglądu literatury oraz zastosowano technikę sondażu diagnostycznego z wykorzystaniem ankiety internetowej. W badaniu opisanym w punkcie piątym wzięło udział 26 przedsiębiorców prowadzących organizacje w formie jednoosobowej działalności gospodarczej. Ankietowani to osoby urodzone między 1984 a 1997 rokiem, reprezentujące różne branże. Wnioski z badań zawarto w podsumowaniu, w którym określono pozycję wiedzy w modelu kompetencyjnym przedsiębiorcy z analizowanego pokolenia.

Słowa kluczowe: model kompetencyjny, kompetencje, wiedza, przedsiębiorca, pokolenie Y

1. Wstęp

Wraz z rozwojem cywilizacji i globalnej gospodarki rosło znaczenie wiedzy jako kapitału i narzędzia do efektywnego zarządzania, czego efektem jest ciągły rozwój gospodarczy. U podstaw nowoczesnego świata znajdują się setki firm, które codziennie handlują, rywalizują oraz współpracują ze sobą. Powyższe działania nie byłyby możliwe, gdyby osoby zarządzające przedsiębiorstwami nie posiadały odpowiednich predyspozycji do ich prowadzenia. Oprócz cech charakteru przedsiębiorcy wskazać należy, iż szczególną rolę odgrywa jego wiedza. Zapewnia ona unikalne kompeten-

cje, które realnie przekładają się między innymi na przewagę konkurencyjną przedsiębiorstwa. Odpowiednio wykorzystywana wiedza pozwala zaspokajać wszelkie potrzeby osoby, która nią dysponuje, jak również ma realny wpływ na rozwój społeczno-gospodarczy. Wiedza jest elementem modelu kompetencyjnego, w którym wraz z innymi atrybutami tworzy unikalne dla poszczególnych przedsiębiorców zestawy cech umożliwiających pełnienie przez nich ról w organizacjach oraz przedsiębiorstwach, którymi zarządzają.

Celem niniejszego artykułu jest identyfikacja rzeczywistej pozycji wiedzy w modelu kompetencyjnym przedsiębiorcy z pokolenia Y. Na podstawie przeprowadzonych badań dokonano zestawienia i porównania wiedzy wraz z pozostałymi elementami modelu teoretycznego. Do zrealizowania powyższego celu wykorzystano krytyczną analizę literatury oraz wyniki badań przeprowadzonych z udziałem przedsiębiorców z pokolenia Milenium.

2. Istota wiedzy i jej miejsce w modelu kompetencyjnym

Pojęcie wiedzy funkcjonuje w społeczeństwie od dawna. Sam termin „wiedza" występuje w różnych dziedzinach nauki, od medycyny po prawo czy ekonomię. Autorzy każdej z tych nauk dokonują własnej interpretacji pojęcia, jakim jest „wiedza" (Jagielski, 2018). W tym miejscu należy wskazać, iż wiedza jest cechą niewyczerpywalną. Proces jej powstawania jest efektem empirycznych procesów poznawczych, badawczych bądź analitycznych (Znosko-Czarnecki, 2021). Na przestrzeni lat dokonano podziału wiedzy na teoretyczną i praktyczną, jak również wyróżniono wiedzę jawną i ukrytą (cichą). W ujęciu teoretycznym wiedza jest zbiorem teorii, hipotez, opinii bądź przekonań. Odmiana praktyczna jest wszystkim tym, co udało się z powyżej zaprezentowanych teorii osiągnąć w rzeczywistości. Mowa tutaj o realnych efektach i namacalnych dowodach, które można niekiedy dostrzec gołym okiem. W przypadku wiedzy jawnej należy wskazać, iż są to jej wszelkie formy fizyczne w postaci patentów, baz danych, raportów. Składa się ona na ogół ze sformalizowanych słów i liczb skonstruowanych w sposób logiczny i czytelny (Wrycza, 2010). Nieco inaczej wygląda to w przypadku wiedzy ukrytej. Jest ona bowiem wysoce zindywidualizowana, niekiedy trudno ją również sformalizować i w sposób treściwy zakomunikować. Powstaje w wyniku empirycznych doświadczeń poznawczych jednostki i do momentu jej przeanalizowania wraz z późniejszym sformalizowaniem pozostaje często chaotyczna i nieuporządkowana (Mikuła, 2006).

Wskazać należy, iż kompetencje to jedne z podstawowych cech, które odróżniają ludzi od siebie. Zjawisko to występuje w życiu codziennym, jak również w środowisku zawodowym. Warto podkreślić, iż w karierze zawodowej istotne jest posiadanie nie jednej a kilku kompetencji, które w połączeniu ze sobą pozwalają efektywnie wykonywać swoje obowiązki. Zbiory wspomnianych wcześniej kompetencji można uszeregować, tworząc tym samym modele kompetencyjne, które są kluczowe w tworzeniu między innymi procesów rekrutacyjnych czy komórek organizacyjnych.

Istotnym czynnikiem jest właściwa identyfikacja i konstrukcja modelu, gdyż jego zastosowanie w organizacji jest warunkowane przez właściwie dobrany zestaw atrybutów. Im dokładniej skonstruowany jest model, tym lepiej przedsiębiorstwo radzi sobie na rynku, realizując założone cele.

Wiedzę jako zasób intelektualny można też rozpatrywać w ujęciu kompetencyjnym. Mówiąc o kompetencjach, należy podkreślić, iż przenikają one wiele dziedzin nauki, w tym również nauki o zarządzaniu. Każda osoba współtworząca organizację dysponuje pewnym zestawem umiejętności, który pozwala jej pełnić określoną przez strukturę organizacyjną bądź właściciela rolę w przedsiębiorstwie. Należy też wskazać w tym miejscu, iż kompetencje z punktu widzenia organizacji można interpretować na dwa różne sposoby. Pierwszym z nich jest postrzeganie kompetencji jako właściwości danego stanowiska pracy wraz z uprawnieniami czy zakresem obowiązków. W drugim przypadku mowa jest o właściwościach człowieka, czyli sumie jego wiedzy, motywacji, cech charakteru i doświadczenia potrzebnych do pełnienia funkcji w organizacji (Armstrong i Taylor, 2016). Powyższe atrybuty zgodnie z definicją M. Armstronga, dobrze skomponowane, rozwinięte i wykorzystane w przedsiębiorstwie, pozwalają na uzyskanie możliwie najwyższej wydajności. Przekłada się to na wyniki przedsiębiorstwa, które dzięki odpowiednio skonstruowanej strukturze organizacyjnej jest w stanie generować zyski i stale umacniać swoją pozycję na rynku (Słocińska, 2016). Zgodnie z literaturą przedmiotu można wyróżnić różne rodzaje kompetencji. Najczęściej spotykany w zarządzaniu podział to kompetencje miękkie oraz kompetencje twarde (Znosko-Czarnecki, 2021).

Dobrze skomponowane kompetencje w aktualnie panujących warunkach rynkowych to zazwyczaj połowa sukcesu. Najistotniejszym procesem następującym po odpowiedniej hierarchizacji jest plan rozwoju kompetencji, którego istotę podkreśla W. Harasim (2012). Zaznacza on fakt, iż odpowiednie usystematyzowanie kompetencji nie jest w stanie zagwarantować konkurencyjności na rynku. Możliwe jest uzyskanie powyższego efektu przez zindywidualizowane podejście do poszczególnych pracowników. Kluczowym procederem jest dopasowanie odpowiedniej ścieżki rozwoju i szkoleń, która umożliwi zwiększenie efektywności pracownika z punktu widzenia funkcjonowania przedsiębiorstwa.

Zgodnie z powyższymi rozważaniami należy wskazać, iż kompetencje dzięki odpowiedniemu procesowi analitycznemu, który zgodny jest z odpowiednim stanowiskiem w organizacji, formowane są w tzw. modele kompetencyjne. Definicja modelu kompetencji jest następująca: „Model kompetencyjny zwany inaczej strukturą kompetencyjną to zbiór kompetencji jedno- lub wielopoziomowych oraz ich wyznaczników behawioralnych" (Whiddet i Hollyforde, 2003). Należy podkreślić, iż powyższe sformułowanie oznacza, iż jest to narzędzie służące do opisu i określenia pożądanych umiejętności, wiedzy i zachowań, które są istotne do efektywnego wykonywania określonych zadań czy funkcji w organizacji. Warto wskazać, że przedsiębiorcy mogą implementować zróżnicowane warianty modeli kompetencyjnych

w trakcie opracowywania procesów służących do rozwoju organizacji. Są to na przykład: rekrutacja i selekcja kandydatów, rozwój pracowników i planowanie ich sukcesji, ocena pracowników bądź tworzenie kultury organizacyjnej. Jest to również narzędzie wspierające proces formułowania struktury organizacyjnej. Przygotowanie i opracowanie struktury jest procesem długim i absorbującym. Wymaga on dogłębnej analizy struktury organizacyjnej, jak również określenia grup docelowych, które będą kształtowane na podstawie opracowanego modelu. Jest to proces kluczowy z punktu widzenia kształtowania nowego działu w firmie lub zmian w strukturze organizacyjnej. Na podstawie powyższej definicji należy wskazać model kompetencyjny autorstwa W. Załogi, który na podstawie przeprowadzonych badań ulokował wiedzę na najwyższym szczeblu modelu kompetencyjnego. Oprócz aktualnie funkcjonującego modelu powstał również model oczekiwany, w którym nadano wiedzy jeszcze większy priorytet niż dotychczas. Pozwala to stwierdzić, iż wiedza jest jedną z najważniejszych kompetencji (Załoga, 2013).

3. Pokolenie Milenium i jego przedsiębiorcze skłonności

Formułując model kompetencyjny, należy wskazać społeczność, do której jest skierowany. Pokolenie Milenium jest obecnie wiodące na rynku pracy, również wielu milenialsów funkcjonuje samodzielnie w sektorze MŚP, prowadząc własne przedsiębiorstwa. Milenialsi to ludzie urodzeni pomiędzy 1984 a 1995 rokiem. Dodatkowo wyróżnia się również grupę premilenialsów i postmilenialsów. Traktują oni jako priorytet założenie rodziny i stabilizację wraz ze zdrowym życiem (Maciołek, 2019). Cenią sobie *work-life-balance*, zachowując tym samym równowagę między karierą a życiem poza pracą. Istotny jest fakt zafascynowania pokolenia Y nowoczesnymi technologiami i rozwojem w zakresie sztucznej inteligencji. Proces wychowawczy milenialsów znacząco różnił się od tego, który spotkał przedstawicieli pokolenia *baby boomers* (osoby urodzone pomiędzy 1946 a 1964 rokiem). Zmiana realiów wraz z częściowo odbudowaną gospodarką sprawiły, iż priorytetem przestała być walka o przetrwanie a oryginalne i zindywidualizowane przejście przez życie, w sposób możliwie najwygodniejszy dla przedstawiciela pokolenia Y. Reprezentanci Milenium zostali więc wprowadzeni w życie w zupełnie innym duchu mentalnym, jak również gospodarczym, czego skutkiem było zwiększenie różnorodności społecznych. Dzięki zwiększonej liczbie możliwości wchodzące w dorosłe życie pokolenie Milenium mogło pozwolić sobie na wyrażenie siebie w bardziej niekonwencjonalny sposób. Odbywało się to przez formy świadczenia pracy, tj. nowe zawody bądź własne działalności oferujące inne, niż ogólnodostępne, usługi lub produkty. Połączenie możliwości i poczucia oryginalności ma zatem istotny wpływ na kariery zawodowe pokolenia Y. Wskazać należy, iż oprócz powyższych cech należy wyróżnić otwartość i poszukiwanie wiedzy na własną rękę, np. w Internecie czy na szkoleniach dostępnych na wolnym rynku. Obserwując pokolenie milenialsów, zauważyć można, iż nie

wyznają oni zasady autorytetu w tak silnym stopniu jak poprzednie pokolenie. Częstym zjawiskiem spotykanym pośród reprezentantów Milenium jest obieranie odmiennej ścieżki zawodowej niż rodzice, efektem czego jest zakładanie własnych działalności gospodarczych funkcjonujących w nowoczesnym środowisku, które wciąż ewoluuje. Otwarcie własnej działalności gospodarczej jest dla przedstawicieli pokolenia Y możliwością wyrażenia siebie, jak również potrzebą pracy samodzielnej, bez przełożonego. Dodatkowym motywatorem jest możliwość regulowania czasu pracy czy zwiększona możliwość osiągnięcia *work-life-balance*. Oferowane przez milenialsów produkty są często wysoko spersonalizowane, a także powstają w trosce o środowisko, gdyż pokolenie to jest świadome konsekwencji, jakie niesie ze sobą destrukcyjna działalność przemysłu. Powyższe zachowania wynikają z wysokiego poziomu świadomości, za którego rozwinięcie odpowiada przyswajana przez nich, pochodząca z różnych źródeł, wiedza. Mówiąc o polskich milenialsach, wyróżnić warto podział na dwie wyraźnie dostrzegalne grupy wiekowe. Jedną stanowią reprezentanci pokolenia Y urodzeni między 1980 a 1989 rokiem, drugą – osoby urodzone między 1990 a 2000 rokiem. Elementem spajającym obie te grupy jest wysoki poziom digitalizacji i cyfrowości przedsiębiorstw prowadzonych przez pokolenie Y, jak również życie w chmurze. Reprezentanci Milenium dzięki obecności w Internecie są w stanie skutecznie komunikować się między sobą, jak również tworzyć niepowtarzalne marki osobiste, które przekładają się na tworzone przez nich przedsiębiorstwa.

4. Wiedza jako najistotniejszy atrybut w modelu kompetencyjnym przedsiębiorcy z pokolenia Milenium

Zgodnie z modelem kompetencyjnym, prezentowanym przez W. Załogę (2013), wiedza jest najwyżej ocenianym atrybutem, jakim powinien legitymować się przedsiębiorca. Wskazać należy, iż wiedza jako atrybut osiąga najwyższy poziom istotności w modelu obecnym oraz oczekiwanym. Zasadny jest fakt, iż jest to atrybut cenniejszy niż umiejętności bądź predyspozycje. Istotny podział do nauk o zarządzaniu wprowadza S. Kwiatkowski (2000), który wyszczególnia podział na przedsiębiorców intelektualnych i przedsiębiorczość intelektualną. Przedsiębiorca intelektualny jest definiowany jako osoba nieustająco doskonaląca swój potencjał, czego efektem jest przenoszenie pozyskiwanej wiedzy na organizację, zaś przedsiębiorczość intelektualna rozumiana jest jako tworzenie materialnego bogactwa z niematerialnej wiedzy. Powyższe założenia mają istotne przełożenie na proces prowadzenia przedsiębiorstwa oraz na sposób funkcjonowania organizacji na rynku. Posiadanie kapitału intelektualnego w obszarach nauk o zarządzaniu ma istotny wpływ na przedsiębiorstwo, gdyż osoba znajdująca się u steru organizacji jest w stanie skutecznie zorganizować pracę bądź stworzyć efektywny proces rekrutacji. Procesy te są jedynie wyszczegól-

nionymi elementami, z którymi na co dzień mierzą się przedsiębiorcy. Warto podkreślić, iż oprócz procesów wiedza umożliwia dopasowanie odpowiedniego dla organizacji podejścia, jakim jest podejście procesowe, funkcjonalne czy projektowe. Należy wskazać, iż sumaryczny efekt powyższych działań zależny jest od posiadanych zasobów intelektualnych, które warunkują przewagę konkurencyjną przedsiębiorstwa na rynku.

Wraz z rozwojem gospodarki i innowacyjności przedsiębiorstw wzrasta poziom wiedzy potrzebnej do funkcjonowania w zmieniającym się otoczeniu. Istotny jest fakt, iż oprócz zmian gospodarczych zmienia się pokolenie, które wspomnianą zmianą będzie zarządzać. Warto nadmienić, że oprócz posiadania wiedzy fundamentalnej, takiej jak podstawy zarządzania bądź ekonomii, należy mieć szeroką wiedzę specjalistyczną, niekiedy w kilku obszarach, by efektywnie prowadzić przedsiębiorstwo lub zarządzać w przypadku korporacji. Zróżnicowane środowisko i zmiany w dotychczasowych modelach zarządzania, spowodowane globalnymi wydarzeniami, sprawiły, iż zasobny kapitał intelektualny jest niezbędny w procesie adaptacji do dynamicznie kształtującej się sytuacji makroekonomicznej. Stawia to przed pokoleniem Y duże wyzwanie i wymaga intensywnego procesu kształcenia, który możliwy jest do zrealizowania przy wykorzystaniu takich źródeł, jak: kursy, szkolenia bądź webinaria. Są to formy alternatywne dla tradycyjnej akademickiej formy zdobywania wiedzy.

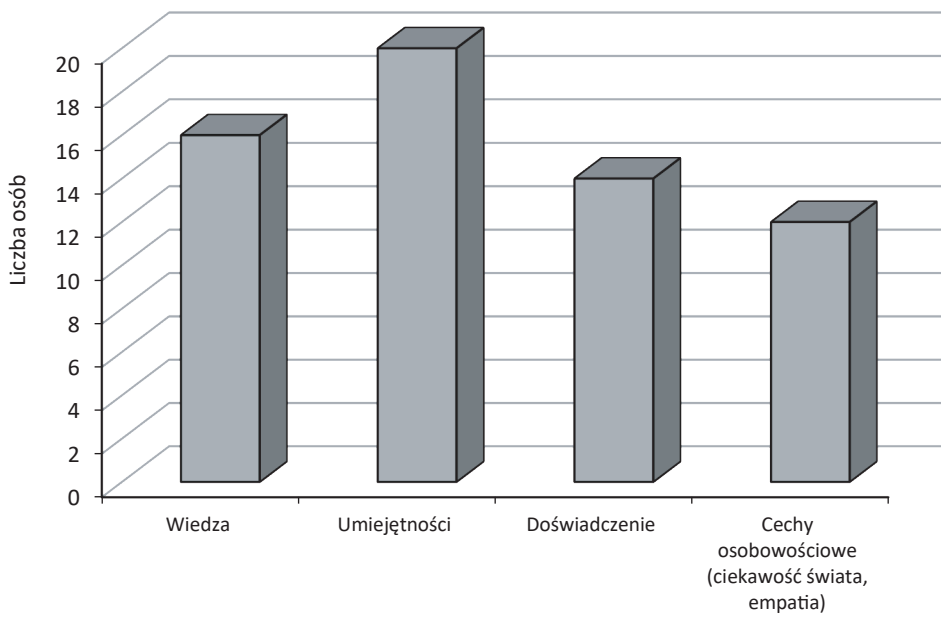
5. Metodyka badań

Wiedza ujęta w modelu kompetencyjnym, jako istotny atrybut przedsiębiorcy z pokolenia Milenium, została zdiagnozowana empirycznie. W tym celu przeprowadzono badania, których przedmiotem była weryfikacja założeń modelu kompetencyjnego, a w szczególności wiedzy jako najistotniejszego atrybutu. Podmiotem badań byli przedsiębiorcy z pokolenia Y, którzy urodzili się pomiędzy 1984 a 1997 rokiem. Proces badawczy przeprowadzony został w celu udzielenia odpowiedzi na powstałe pytanie badawcze: Jaka jest rzeczywista pozycja wiedzy w modelu kompetencyjnym przedsiębiorcy z pokolenia Y? Badanie zostało przeprowadzone przy wykorzystaniu dwóch metod badawczych – przeglądu literatury przedmiotu oraz sondażu diagnostycznego przy wykorzystaniu techniki badań ankietowych i kwestionariusza online. W celu zrealizowania sondażu wykorzystano kwestionariusz ankiety składający się z 4 pytań merytorycznych i tzw. metryczki charakteryzującej respondentów. Badanie przeprowadzono pomiędzy 16 a 29 kwietnia 2021 roku, a odpowiedzi udzieliło 26 przedsiębiorców urodzonych w latach 1984-1997. Wskazać należy, iż oprócz konkretnego przedziału wiekowego wyznacznikiem był fakt prowadzenia przez osoby badane działalności gospodarczej. Warto zaznaczyć, że respondenci prowadzą działalność gospodarczą w formie jednoosobowej działalności gospodarczej. Z uwagi na ograniczenia spowodowane pandemią Covid-19 badanie ankietowe zostało przeprowadzone w trybie online.

6. Wyniki badań empirycznych

Aby zrealizować cel zaprezentowany w niniejszym artykule, przeprowadzono badanie przy użyciu narzędzia, jakim jest ankieta internetowa. Odpowiedzi udzieliło 26 przedsiębiorców prowadzących działalność jednoosobową w Polsce, zaś dominująca grupa badanych prowadziła działalność na terenie województwa dolnośląskiego. Respondenci reprezentowali następujące branże: budowlaną, opiekę senioralną, hotelarską, edukacyjną, rachunkowo-finansową, fryzjerską, fizjoterapii i rehabilitacji, IT, logistykę, branżę kreatywną, gastronomiczną, deweloperską, motoryzacyjną, GSM, branżę związaną z kulturą. Grupę docelową stanowiły osoby prowadzące własną działalność gospodarczą oraz pasujące do wskazanej grupy wiekowej, tj. urodzone pomiędzy 1984 a 1997. Respondentom zadano cztery pytania, które miały formę jednokrotnego oraz wielokrotnego wyboru.

Pierwsze pytanie z kwestionariusza skierowanego do ankietowanych dawało możliwość zaznaczenia więcej niż jednej odpowiedzi oraz było pytaniem zamkniętym. Warto podkreślić, iż miało ono na celu identyfikację najbardziej potrzebnego atrybutu w procesie prowadzenia własnej działalności gospodarczej. Wyniki przedstawiono na rysunku 1.

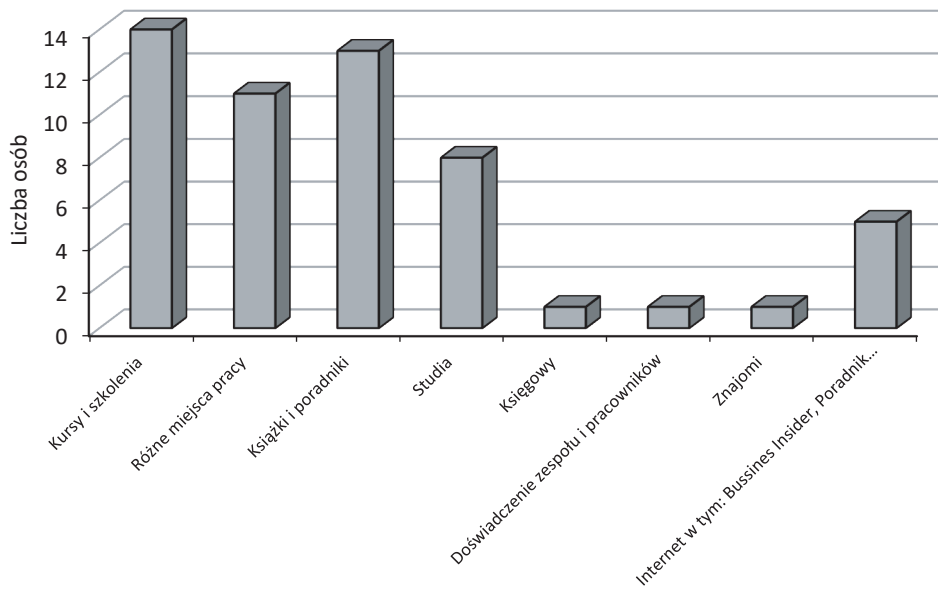


Rysunek 1. Najistotniejsze atrybuty z punktu widzenia prowadzenia działalności gospodarczej

Źródło: (Znosko-Czarnecki, 2021, s. 68).

Z rysunku 1 wynika, iż 76,9% badanych przedsiębiorców z pokolenia Y wskazało umiejętności jako najistotniejsze, zaś wiedza znalazła się na drugim miejscu, gdyż wybrało ją 61,5% respondentów. Doświadczenie wybrało 53,8% badanych, zaś cechy osobowościowe 46,2% ankietowanych.

Kolejne pytanie zadane respondentom miało charakter zamknięty oraz możliwość udzielenia autorskiej odpowiedzi. Warto podkreślić, iż było pytaniem wielokrotnego wyboru i miało na celu identyfikację form pozyskiwania wiedzy, które przedsiębiorcy z pokolenia Y wykorzystują w rozwoju prowadzonych przez siebie przedsiębiorstw. Wyniki badań zaprezentowano na rysunku 2.



Rysunek 2. Sposoby pozyskiwania wiedzy dotyczącej prowadzenia działalności gospodarczej

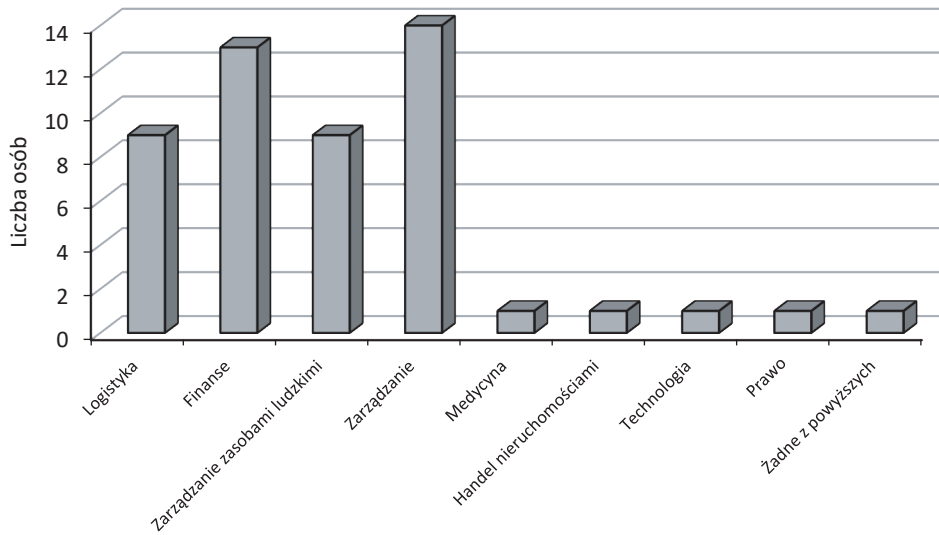
Źródło: (Znosko-Czarnecki, 2021, s. 68).

Rysunek 2 uwidacznia, iż 53,8% respondentów najczęściej korzysta z kursów i szkoleń, zaś 50% ankietowanych zaznaczyło książki i poradniki jako źródła pozyskania wiedzy o prowadzeniu przedsiębiorstwa. Istotny jest fakt, iż studia wskazało 30,8% ankietowanych.

Trzecie pytanie, na które respondenci udzielili odpowiedzi, miało charakter zamknięty, a badani mogli zaznaczyć więcej niż jedną odpowiedź, w tym mogli też wpisać swoją autorską. Celem niniejszego pytania była identyfikacja obszarów, które ankietowani wskazali jako najważniejsze z punktu widzenia prowadzenia działalności gospodarczej. Wyniki zaprezentowano na rysunku 3.

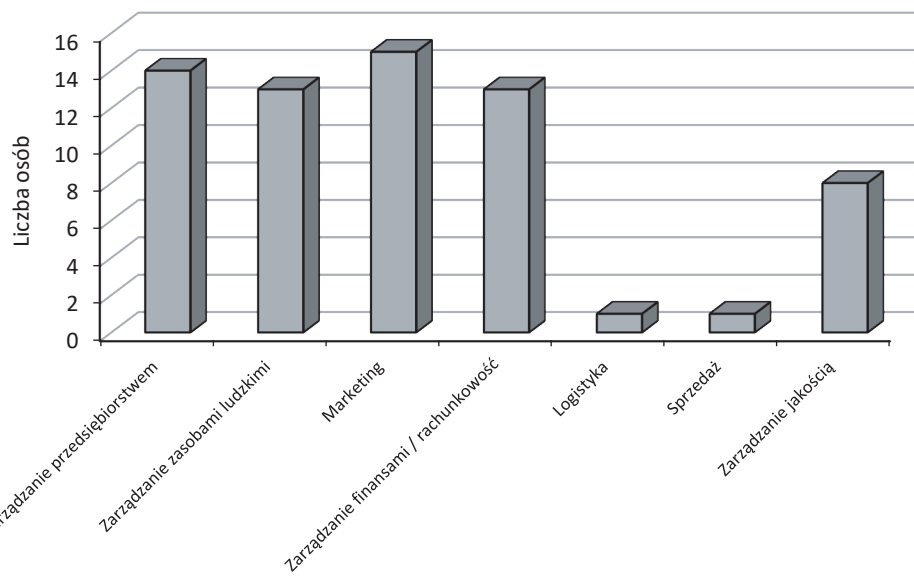
Na podstawie danych z rysunku 3 można stwierdzić, iż głównym obszarem, z którego badani przedsiębiorcy mają wiedzę, jest zarządzanie wskazane przez 53,8%

ankietowanych. Drugim najczęściej wskazywanym obszarem są finanse wybrane przez 50% respondentów, zaś 9,34% badanych wskazało na zarządzanie zasobami ludzkimi i logistykę.



Rysunek 3. Obszary posiadanej wiedzy

Źródło: (Znosko-Czarnecki, 2021, s. 69).



Rysunek 4. Obszary zarządzania wykorzystywane w prowadzeniu przedsiębiorstwa

Źródło: (Znosko-Czarnecki, 2021, s. 70).

Ostatnie pytanie zadane respondentom miało charakter zamknięty oraz było pytaniem wielokrotnego wyboru. Dotyczyło ono obszarów zarządzania wykorzystywanych w prowadzonym przedsiębiorstwie. Wyniki badań dotyczące obszarów zarządzania przedstawiono na rysunku 4.

W przypadku obszarów zarządzania, wykorzystywanych przez milenialsów, wyniki są zróżnicowane. Najczęściej wskazywanymi obszarami są marketing (57,7% badanych), zarządzanie zasobami ludzkimi (50% głosów), zarządzanie finansami (50% badanych) oraz zarządzanie przedsiębiorstwem wskazane przez 53,8% ankietowanych.

7. Podsumowanie

Na podstawie przedstawionych wyników badań można stwierdzić, iż wiedza jest drugą kluczową kompetencją, którą powinien posiadać przedsiębiorca z pokolenia Milenium. Wskazuje na to 61,5% respondentów, którzy za najbardziej kluczowe uznali umiejętności (76,9% ankietowanych). Z perspektywy zarządzania istotne jest posiadanie wiedzy wraz z umiejętnościami, które na skutek efektu synergii umożliwią efektywne zarządzanie przedsiębiorstwem. Wskazać należy, iż pokolenie Milenium częściej wybiera alternatywną ścieżkę zdobywania wiedzy, o czym świadczy 53% badanych opowiadających się za szkoleniami oraz kursami. Milenialsi chętniej sięgają po kursy i szkolenia tudzież inne dostępne źródła pozwalające zdobyć wiedzę z danego obszaru, gdyż są one bardziej praktyczne z punktu widzenia branży. Warto podkreślić, iż bezpośredni wpływ na to zjawisko ma fakt, iż pandemia Covid-19 zmusiła wielu przedsiębiorców do dywersyfikacji swoich profili działalności gospodarczej. Wskazać należy, iż zarządzanie jest obszerną dyscypliną skupiającą wiele specjalności, takich jak marketing czy zarządzanie zasobami ludzkimi. Można więc stwierdzić, iż milenialsi posiadają wiedzę w obszarze zarządzania, nabytą przez książki czy szkolenia bądź, co istotne, bazują na własnym doświadczeniu i wnioskach wyciągniętych z popełnionych błędów. Równie istotnym czynnikiem mającym wpływ na powyższe zachowania jest fakt, iż dla pokolenia Y dostępność wiedzy jest szersza niż dla pokolenia X. Spojrzenie z perspektywy zarządzania organizacją pozwala stwierdzić, iż ankietowani największe zasoby wiedzy posiadają z zakresu zarządzania (53,8% badanych). Obawy budzi zaś niski wskaźnik posiadanej przez ankietowanych wiedzy z zakresu sprzedaży (3,8% badanych), gdyż jest to jeden z kluczowych obszarów w organizacji, ponieważ odpowiada on za byt przedsiębiorstwa na rynku. Podkreślić należy fakt posiadanej wiedzy z marketingu (57,7% badanych). Uzyskany wynik pozwala stwierdzić, iż badani reprezentanci pokolenia Y są świadomi zmieniających się trendów i potrafią przełożyć je na funkcjonowanie prowadzonych przez nich przedsiębiorstw. Wraz ze zmieniającymi się trendami ewoluować będzie wiedza. Kluczowym wyzwaniem stanie się jej przyswojenie i przełożenie w możliwie najefektywniejszy dla organizacji sposób w celu osiągnięcia założonych przez przedsiębiorców celów.

Istotne jest, aby przedsiębiorcy, którzy prowadzą działalność gospodarczą, mieli świadomość konieczności posiadania systemu zarządzania wiedzą. Należy w tym miejscu wskazać stworzenie strategii zarządzania wiedzą, która oprócz spójności z celami organizacji będzie służyła uporządkowaniu posiadanych zasobów oraz pozwoli uniknąć chaosu informacyjnego, który jest jednym z ryzyk występujących w procesie rozwijania się organizacji. Oprócz strategii istotne jest wykorzystanie technologii wspierającej wykorzystanie wiedzy oraz jej odpowiednią archiwizację i strukturyzację. Przykładem jest implementacja chmury danych, serwerów lub intranetu, które to znacząco ułatwiają aktualizację posiadanych zasobów oraz mierzenie i monitorowanie przepływu danych. Należy zaznaczyć, iż posiadanie systemu zarządzania wiedzą ułatwia szybszą adaptacje nowych pracowników oraz przyspiesza pracę poszczególnych departamentów i komórek organizacyjnych. Ważne jest, aby przedsiębiorca implementujący system zarządzania wiedzą uwzględnił konieczność jego zabezpieczenia. Odpowiednio skonstruowany system zarządzania wiedzą ma również wpływ na kulturę organizacyjną, gdyż przedsiębiorstwo uczące się i na bieżąco wykorzystujące posiadane zasoby w postaci wiedzy ma szansę konkurować o miano lidera w branży.

Literatura

Armstrong, M. i Taylor, S. (2016). *Zarządzanie zasobami ludzkimi*. Wolters Kluwer.

Harasim, W. (2012). *Zarządzanie kapitałem intelektualnym w organizacji inteligentnej.* Wyższa Szkoła Promocji.

Jagielski, M. (2018). Rola i znaczenie zarządzania wiedzą dla przedsiębiorstw z sektora MŚP. *Acta Universitatis Nicolai Copernici*. *Zarządzanie*, *45*(2), 99-111.

Kwiatkowski, S. (2000). *Przedsiębiorczość intelektualna.* Wydawnictwo PWN.

Maciołek, D. (2019). *Niepokorne pokolenie Milenium*. Difin.

Mikuła, B. (2006). *Organizacje oparte na wiedzy*. Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie.

Słocińska, A. (2016). Dzielenie się wiedzą jako istotna kompetencja pracowników. *Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach*, (258), 86-96.

Whiddet, S. i Hollyforde, S. (2003). *Modele kompetencyjne w zarządzaniu zasobami ludzkimi*. Oficyna Ekonomiczna.

Wrycza, S. (2010). *Informatyka ekonomiczna. Podręcznik akademicki*. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.

Załoga, W. (2013). Model kompetencji menedżera w nowoczesnej organizacji. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Przyrodniczo-Humanistycznego w Siedlcach*, *24*(97), 454-461.

Znosko-Czarnecki, A. (2021). *Model kompetencyjny przedsiębiorcy z pokolenia milenialsów*. (Niepublikowana praca licencjacka). Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu.

Knowledge as a Key Element of the Competency Model of the Millennial Generation Entrepreneur

Abstract: The article aims to identify the position of knowledge in the competence model of the Generation Y entrepreneur. It should be noted that the first part of the paper presents the essence of the attribute that is knowledge and places it in the competence model, thus emphasizing its meaning and importance. The next step was to place the Millennial generation, which is also the subject of the study, in the competence model indicated above, thus emphasizing the entrepreneurial inclinations that characterize the Millennial generation. The third point of this thesis is crucial, as it is here that the position of knowledge in the competence model of Generation Y is presented. It should be emphasized that the competency model mentioned above is part of the factual scope of the study. The fourth point presents the characteristics of the research methods, which were used to identify the knowledge position in the competence model. It is worth mentioning that a literature review and a diagnostic survey technique using an online survey tool were used to achieve the aim of the article. It is important to note that 26 entrepreneurs born between 1984 and 1997 and representing various industries participated in the study presented in the fifth section. The study was concluded with a summary, which clearly defines the position of knowledge in the competence model of the Millennial generation entrepreneur.

Keywords: competence model, competence, knowledge, entrepreneur, Generation Y