

**WSZYSTKO,
CO TRZEBA WIEDZIEĆ!**

- co to jest przedsiębiorczość?
- czym jest przedsiębiorcze myślenie i uczenie się?
- jaka jest przyszłość przedsiębiorczości?

**WYDAWNICTWO
UNIwersYTETU
ŁÓDZKIEGO**

Paul Westhead i Mike Wright

PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ

Tłumaczenie Agnieszka Kurczewska



ORIGINAL ENGLISH
LANGUAGE EDITION BY
OXFORD
UNIVERSITY PRESS

**> KRÓTKIE
WPROWADZENIE**

PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ

> KRÓTKIE
WPROWADZENIE



WYDAWNICTWO
UNIWERSYTETU
ŁÓDZKIEGO

Paul Westhead i Mike Wright

PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ

Tłumaczenie Agnieszka Kurczewska



ORIGINAL ENGLISH
LANGUAGE EDITION BY
OXFORD
UNIVERSITY PRESS

> KRÓTKIE
WPROWADZENIE

Łódź 2024

Tytuł oryginału: *Entrepreneurship*

Rada Naukowa serii *Krótkie Wprowadzenie*

*Jerzy Gajdka, Ewa Gajewska, Krystyna Kujawińska Courtney
Aneta Pawłowska, Piotr Stalmaszczyk*

Redaktorzy inicjujący serii *Krótkie Wprowadzenie*

Urszula Dzieciatkowska, Agnieszka Kałowska, Monika Borowczyk

Tłumaczenie

Agnieszka Kurczewska

Redaktor Wydawnictwa UŁ

Katarzyna Gorzkowska

Skład i łamanie

Agent PR

Korekta techniczna

Wojciech Grzegorzczak

Projekt okładki

Monika Rawska

Entrepreneurship: A Very Short Introduction was originally published in English in 2013. This translation is published by arrangement with Oxford University Press. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego is responsible for this translation from the original work and Oxford University Press shall have no liability for any errors omissions or inaccuracies or ambiguities in such translation or for any losses caused by reliance thereon

© Paul Westhead and Mike Wright, 2013

The moral rights of the authors have been asserted

© Copyright for this edition by Uniwersytet Łódzki, Łódź 2024

© Copyright for Polish translation by Agnieszka Kurczewska, Łódź 2024

<https://doi.org/10.18778/8331-518-8>

Publikacja sfinansowana ze środków Wydawnictwa Uniwersytetu Łódzkiego

Wydane przez Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego

Wydanie I. W.11311.24.0.M

Ark. wyd. 7,5; ark. druk. 11,0

ISBN Oxford University Press 978-0-19-967054-3

ISBN 978-83-8331-518-8

e-ISBN 978-83-8331-519-5

Dla Benjamina, Julienu i Stephanie

Spis treści

Przedsiębiorczość jako odpowiedź na wyzwania współczesnego świata. Wstęp do wydania polskiego (Agnieszka Kurczewska)	9
Podziękowania	13
Spis ilustracji	15
Spis tabel	17
1. Znaczenie przedsiębiorczości	19
2. Odkrywanie a tworzenie sposobności przedsiębiorczych	41
3. Wykorzystywanie sposobności przedsiębiorczych	59
4. Konteksty przedsiębiorczości	75
5. Przedsiębiorcze myślenie i uczenie się	99
6. Formy przedsiębiorczości	119
7. Przyszłość przedsiębiorczości	149
Bibliografia	161

Przedsiębiorczość jako odpowiedź na wyzwania współczesnego świata

Wstęp do wydania polskiego

Autorzy rozpoczynają książkę od stwierdzenia, że żyjemy w złotym wieku przedsiębiorczości. Paul Westhead i Mike Wright napisali ją w 2013 roku. Czy mimo upływu 11 lat zdanie to straciło na aktualności? Wręcz przeciwnie. Ostatnia dekada to prawdziwa eksplozja przedsiębiorczości, z naciskiem na start-upy i zaawansowaną technologię, a także edukację. Przedsiębiorczość jest przedmiotem programów rządowych i pozarządowych, elementem programów nauczania nie tylko na uczelniach, lecz także w szkołach, jest uznawana za jedną z czołowych kompetencji niezależnie od obranej kariery zawodowej. Przedsiębiorczość stała się tematem bardzo medialnym i popularnym. Właściwie możemy mówić o masowej kulturze przedsiębiorczej. Co zmieniło się na przestrzeni lat od wydania książki? Obecnie coraz większym wyzwaniem jest odnalezienie się w nadchodzącym nowym paradygmacie przedsiębiorczości zrównoważonej, gdzie ochrona środowiska, klimatu oraz równowaga społeczna stają się równie (jeśli nie bardziej) istotne niż aspekt ekonomiczny działalności. Potencjał do skalowania działalności, efektywność ekonomiczna i ekspansja na kolejne rynki przestają być jedynymi miernikami sukcesu, chociaż zmiana ta postępuje bardzo powoli. W praktyce oznacza to konieczność rewizji modeli biznesowych i sposobów prowadzenia firm, co stanowi trudne zadanie. Brakuje zarówno ugruntowanej wiedzy wspierającej nowy sposób zarządzania działalnością

gospodarczą, jak i wzorców do naśladowania. Mamy również do czynienia ze zdecydowanie innymi niż poprzednie pokoleniami wchodzącymi na rynek pracy. Generalizując, pokolenia takie jak pokolenie Z (osoby urodzone po 1997 roku) nie oczekuje, że w wyniku prowadzenia działalności wzbogaci się ponad miarę. Patrzy raczej na przedsiębiorczość przez pryzmat realizacji swoich zainteresowań, autonomii i elastyczności w pracy oraz możliwości tworzenia czegoś od podstaw. Oczywiście takie podejście częściej spotykane jest w krajach rozwiniętych. W krajach słabiej rozwijających się przedsiębiorczość wciąż pełni rolę sposobu na utrzymanie siebie i rodziny, wynika z konieczności. Jeszcze innym wątkiem, który nie mógł zaistnieć w momencie pisania książki, ale mocno wpływa na współczesną rzeczywistość gospodarczą, jest przedsiębiorczość rozwijająca się w ramach platform internetowych oraz ta związana z ekonomią współdzielenia.

Z uznaniem trzeba jednak odnotować, że zamieszczone w ostatnim rozdziale prognozy kierunków rozwoju przedsiębiorczości w obszarze prowadzonych badań sprawdziły się. Ostatnie lata zaowocowały wieloma nowymi publikacjami na temat zdrowia (w tym przede wszystkim zdrowia psychicznego oraz dobrostanu) i kosztów indywidualnych przedsiębiorcy. Rozwinęła się wiedza na temat przedsiębiorczości społecznej, roli przedsiębiorczości w walce z ubóstwem czy w czasach polikryzysu. Zasygnalizowana w książce problematyka ciemnej strony procesów przedsiębiorczych stała się jedną z silniej rozwijanych. Umocnił się krytyczny nurt w literaturze. Choć przedsiębiorczość wciąż uznawana jest za bardzo pozytywne zjawisko, źródło innowacji i postępu, a wręcz remedium na kryzysy o charakterze ekonomicznym czy społecznym, to coraz częściej nakłada się jej ograniczenia, tak by bezrefleksyjną gloryfikację zrodzoną w latach 80. XX wieku zastąpić rzetelnym i obiektywnym jej obrazem. Co ciekawe, autorzy książki, choć dużo miejsca poświęcają roli kontekstu w przedsiębiorczości, nie przedstawiają historycznego rysu jej rozwoju i nie wiążą jej z polityką neoliberalną. A szkoda, bo dla jej pełnego zrozumienia warto rozpatrywać ją również w aspekcie realizowanej na przestrzeni lat polityki poszczególnych krajów.

Współcześnie oczekuje się, by przedsiębiorczość dostarczyła rozwiązań najbardziej palących problemów świata, którymi są ruchy migracyjne, postępujący kryzys środowiskowy, brak bezpieczeństwa energetycznego, rosnące nierówności społeczne i ekonomiczne. Wymaga to dyskusji o przedsiębiorczości, jej mądrej popularyzacji, ale także wzmóżonej pracy badaczy, których zadaniem jest zaproponowanie teorii, rozwiązań i narzędzi wspierających przejście od przedsiębiorczości nastawionej na nieograniczony wzrost i wykorzystanie zasobów do przedsiębiorczości zrównoważonej, etycznej i odpowiedzialnie sięgającej po zasoby. To duże wyzwanie. Przyzwyczajeni jesteśmy, że rozwój firmy determinują jej zasięg i tempo wzrostu, a nie ograniczenia. Najbliższe lata zapowiadają się intensywnie dla badaczy przedsiębiorczości.

Co dodałabym do treści książki? Zabrakło mi szerszego ujęcia przedsiębiorczości przedstawiającego ją w kategoriach uczenia się (*entrepreneurial learning*). Uczenie się stanowi kluczowy element przedsiębiorczości oraz jest procesem powodującym zmiany w ludzkim zachowaniu i sposobie postrzegania rzeczywistości. Zgodnie z tą koncepcją zakłada się, że w ramach procesu przedsiębiorczego osoby uczą się, jak działać i myśleć w sposób przedsiębiorczy. Proces ten może odbywać się na poziomie indywidualnym lub zbiorowym i jest w dużej mierze wynikiem konsekwentnego zdobywania doświadczeń. Sposób myślenia i działania przedsiębiorców jest rezultatem procesu uczenia się, który wynika przede wszystkim z kumulacji doświadczeń, interakcji z otoczeniem oraz szeroko rozumianego kontekstu działania. Uwzględnienie przedsiębiorczego uczenia się daje nam szansę na pełniejsze zrozumienie tego, w jaki sposób jednostki przekształcają pomysły w przedsięwzięcia biznesowe. Pewne elementy tej problematyki odnaleźć można w rozdziale piątym książki, autorzy poświęcili jednak więcej uwagi przedsiębiorczemu poznaniu i doświadczeniu oraz opisowi cech sprawiających, że dana osoba staje się przedsiębiorcą.

Dla mnie jako tłumaczki sporym wyzwaniem okazały się przytoczone przykłady przedsiębiorców. Dotyczą one przede

wszystkim rzeczywistości gospodarczej Wielkiej Brytanii i USA, a z powodu upływu czasu niektóre z nich do pewnego stopnia się zdezaktualizowały. Sam pomysł uatrakcyjnienia treści publikacji przykładami jest bardzo dobry, jednak niektóre z opisów mogłyby zostać pogłębione, by łatwiej wiązać je z przytaczanymi teoriami czy podejściami. Mam też nadzieję, że polski czytelnik szybko skojarzy przykłady krajowych firm oraz przedsiębiorców, które mogłyby być ilustracją poruszanych wątków.

Dla kogo przeznaczona jest niniejsza książka? Odpowiedź na to pytanie nie jest oczywista. Formuła serii Krótkie Wprowadzenie zakłada popularyzację wiedzy oraz przystępny i atrakcyjny jej przekaz. Nie jest to jednak ani podręcznik dla aspirujących przedsiębiorców, ani książka będąca systematycznym przeglądem dorobku literatury w zakresie przedsiębiorczości, po którą sięgną badacze w tym obszarze. To przede wszystkim publikacja rozszerzająca rozumienie przedsiębiorczości, przedstawiająca jej różnorodność, bogactwo form i wieloaspektowość, ale też znaczenie gospodarcze i społeczne. Odkrywa przed czytelnikiem, że przedsiębiorczość to nie tylko zakładanie firm, lecz także towarzyszą jej dużo głębsze procesy poznawcze, w których naczelną rolę pełnią sposobności przedsiębiorcze, które przedsiębiorca musi zidentyfikować, ocenić ich wartość i dopiero wdrożyć w życie. Tym samym książka uczy nas patrzeć nie tylko na rezultaty działalności gospodarczej, ale odsłania to, co dzieje się dużo wcześniej. Przeprowadza nas przez intrygujący proces rozpoczynający się w głowie przedsiębiorcy od pomysłu, który powstaje w wyniku społecznych interakcji ze sposobnością przedsiębiorczą, której z kolei wdrożenie w życie powoduje powstanie czegoś, czego wcześniej nie było. Uczy nas też, że przedsiębiorczość może trwać dłużej, po założeniu firmy, choć niekoniecznie będzie prowadzić do wysokiego wzrostu. Autorzy przekazują również inną ważną lekcję – konieczność ciągłej weryfikacji wiedzy z przedsiębiorczości i dążenia do budowania zrównoważonej kultury przedsiębiorczości.

Agnieszka Kurczewska

Podziękowania

Podziękowania dla Stephanie Wright, anonimowych recenzentów i redaktorów za komentarze do wcześniejszej wersji tekstu.

Paul Westhead, Mike Wright

Spis ilustracji

1. Problematyka badań nad przedsiębiorczością	28
2. Cena akcji Renovo	60
3. Model wejścia-procesu-wyjścia przedsiębiorczości strategicznej	66
M.A. Hitt, R.D. Ireland, D.G., Sirmon, C.A. Trahms (2011). Strategic Entrepreneurship: Creating Value for Individuals, Organization, and Society. <i>Academy of Management Perspectives</i> , 25 (2): 57–75.	
4. Zarządzanie zasobami w firmie	67
5. Ogólne wskaźniki przedsiębiorczości w poszczególnych krajach w 2011 roku	83
D. Kelley, S. Singer, M. Herrington (2012). <i>2011 Global Report</i> . London: Global Entrepreneurship Research Association (GERA)	
6. Konceptualizacja firm rodzinnych	125

Spis tabel

1. Podsumowanie podejść do charakterystyki przedsiębiorcy 26
Na podstawie: J.B. Cunningham, J. Lischeron (1991). Defining Entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, 29 (1): 45–61.
2. Przedsiębiorcze firmy: pozytywny wpływ ekonomiczny i pozaekonomiczny oraz bariery przedsiębiorczości 30
3. Narzędzia wsparcia rządowego dla tworzenia i rozwoju nowych firm 36
Na podstawie: D.J. Storey (1994). *Understanding the Small Business Sector*. London: Thomson Learning.
4. Odkrywanie a tworzenie sposobności przedsiębiorczych 47
© 2007. Strategic Management Society. John Wiley & Sons Ltd.
5. Przyczynowe i efektuacyjne ujęcie źródeł sposobności przedsiębiorczych 52
Na podstawie: S. Read, S. Sarasvathy, N. Dew, R. Wiltbank, A. Ohlsson (2011). *Effectual Entrepreneurship*. Abingdon, New York: Routledge.
6. Powiązania między etapami efektuacji a brikolazem 57
7. Elementy biznesplanu 72
8. Wizje jednostki „rodzącej się” i „stającej się” przedsiębiorcą 76
Na podstawie: A. Gibb, J. Ritchie (1982). Understanding the Process of Starting Small Businesses. *European Small Business Journal*, 1 (1): 26–45.
9. Czynniki rozwoju przedsiębiorczych pomysłów i ambicji na różnych etapach życia 79
Na podstawie: A. Gibb (1987). Enterprise Culture – ID Meaning and Implications for Education and Training. *Journal of European Industrial Training*, 11 (2): 2–38.

10. Regionalne różnice we wskaźnikach tworzenia nowych firm w siedmiu krajach Wspólnoty Europejskiej	82
Na podstawie: P. Reynolds, D.J. Storey, P. Westhead (1994). Cross-National Comparisons of the Variation in New Firm Formation Rates. <i>Regional Studies</i> , 28 (4): 443–456.	
11. Profile rzemieślników i przedsiębiorców wykorzystujących sposobności według Normana Smitha	84
12. Kategorie przedsiębiorczości wielokrotnej	86
13. Główne przeszkody zgłaszane w pracy przez kobiety	90
Na podstawie: D. Kariv (2013). <i>Female Entrepreneurship and the New Venture Creation: An International Perspective</i> . London: Routledge.	
14. Perspektywy mikro i makro oraz przedsiębiorczość kobiet	94
Na podstawie: D. Kariv (2013). <i>Female Entrepreneurship and the New Venture Creation: An International Perspective</i> . London: Routledge.	
15. Cechy osobowości będące przedmiotem badań przedsiębiorczości	101
16. Heurystyki i błędy poznawcze w przedsiębiorczości	108
17. Zalety i wady firm rodzinnych	120
18. Bariery w planowaniu sukcesji w firmach rodzinnych	123
Na podstawie: M. Kets de Vries (1993). The Dynamics of Family Controlled Firms: The Good and the Bad News. <i>Organizational Dynamics</i> , 21 (3): 59–71.	
19. Terminologia dotycząca przedsiębiorczości korporacyjnej	127
Na podstawie: P. Sharma, J.J. Chrisman (1999). Toward a Reconciliation of the Definitional Issues in the Field of Corporate Entrepreneurship. <i>Entrepreneurship Theory and Practice</i> , 23 (3): 11–27.	
20. Cechy przedsiębiorczości korporacyjnej	129
Na podstawie: J. Covin, M. Miles (1999). Corporate Entrepreneurship and the Pursuit of Competitive Advantage. <i>Entrepreneurship Theory and Practice</i> , 23 (3): 47–63.	
21. Typologia wykupów menedżerskich	132
22. Rodzaje akademickich firm typu spin-off	138