

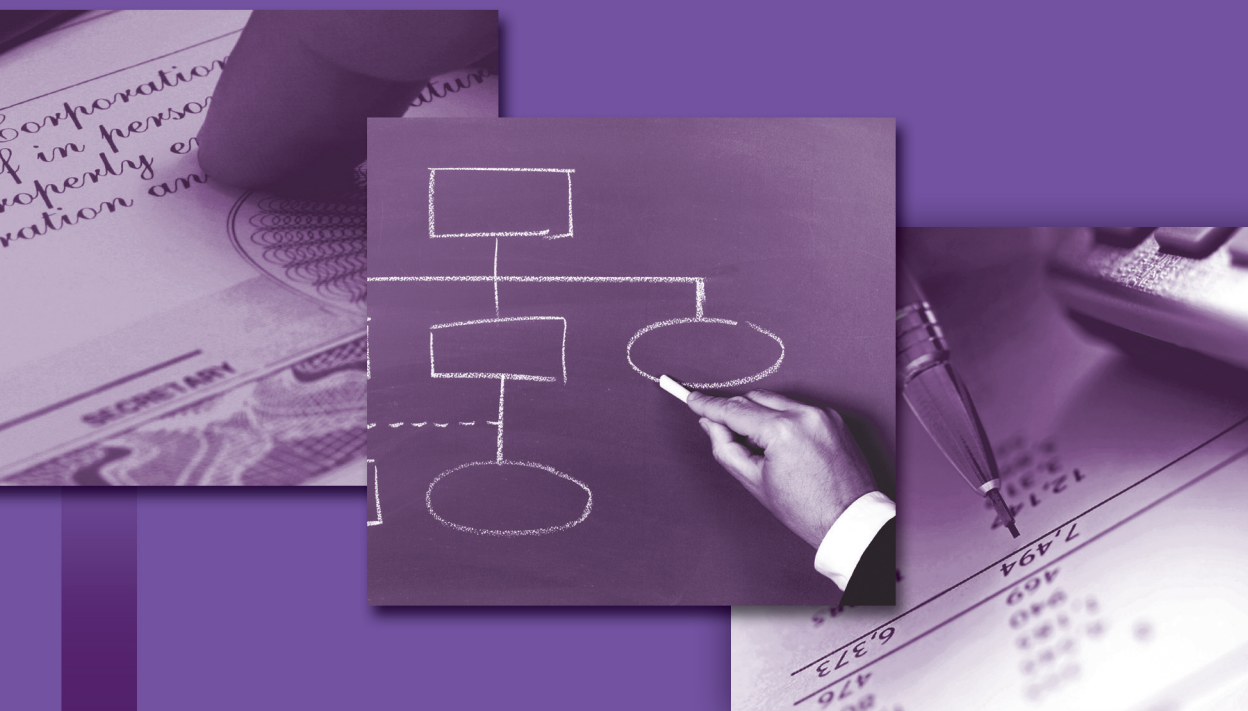
Teresa Piecuch



Przedsiębiorczość

Podstawy teoretyczne

Wydanie drugie





Przedsiębiorczość

Podstawy teoretyczne

Teresa Piecuch



Przedsiębiorczość

Podstawy teoretyczne

Wydanie drugie



Wydawnictwo C.H. Beck

Warszawa 2013

Wydawca: Dorota Ostrowska-Furmanek

Redaktor merytoryczny: Barbara Wardein

Projekt okładki i stron tytułowych: Grażyna Faltyn

Ilustracja na okładce: ©iStockPhoto.com/sodafish/Tom Nulens

©iStockPhoto.com/RBFried

©iStockPhoto.com/damircudic

Seria: Zarządzanie

Podseria: Przedsiębiorczość

Recenzja wyd. 1.: prof. dr hab. Leon Jakubów

Recenzja wyd. 2.: prof. dr hab. inż. Leszek Woźniak



© Wydawnictwo C.H. Beck 2013

Wydawnictwo C.H. Beck Sp. z o.o.

ul. Bonifraterska 17, 00-203 Warszawa, tel. 22 33 77 600

Skład i łamanie: GRAFOS

Druk i oprawa: Totem, Inowrocław

ISBN 978-83-255-5291-6



ISBN e-book 978-83-255-5292-3

Spis treści

Wprowadzenie	9
Rozdział 1. Przedsiębiorczość w teoriach ekonomii i zarządzania	15
1.1. Geneza przedsiębiorczości	15
1.2. Wybrane teorie przedsiębiorczości	18
1.2.1. Przedsiębiorczość w ujęciu R. Cantillona	18
1.2.2. Przedsiębiorczość w ekonomii klasycznej	19
1.2.3. Przedsiębiorczość w ujęciu J.B. Saya	20
1.2.4. Przedsiębiorczość w teorii T. Veblena	21
1.2.5. Przedsiębiorczość w teorii J. Schumpetera	23
1.2.6. Przedsiębiorczość w teorii I. Kirznera	28
1.2.7. Przedsiębiorczość w teorii F. Knighta	29
1.2.8. Przedsiębiorczość w teorii P.F. Druckera	32
1.3. Ewolucja teorii przedsiębiorczości	33
Zagadnienia do dyskusji	37
Literatura zalecana	37
Rozdział 2. Przedsiębiorczość i jej rodzaje	38
2.1. Analiza pojęcia „przedsiębiorczość”	38
2.1.1. Przedsiębiorczość jako postawa	40
2.1.2. Przedsiębiorczość jako zachowanie	42
2.1.3. Przedsiębiorczość jako proces	43
2.2. Rodzaje, typy i modele przedsiębiorczości	46
2.3. Nowe aspekty przedsiębiorczości	49
2.3.1. Przedsiębiorczość wewnętrzna	49
2.3.2. Przedsiębiorczość intelektualna	52
2.4. Znaczenie przedsiębiorczości we współczesnych procesach gospodarowania	55
Zagadnienia do dyskusji	57
Literatura zalecana	58

Rozdział 3. Charakterystyka przedsiębiorcy	59
3.1. Pojęcie przedsiębiorcy	59
3.2. Cechy człowieka przedsiębiorczego	61
3.3. Czy przedsiębiorczości można się nauczyć?	65
3.4. Motywy działalności przedsiębiorczej	67
3.5. Rodzaje przedsiębiorców	73
3.5.1. Przedsiębiorca kupiec	73
3.5.2. Przedsiębiorca kapitalista	73
3.5.3. Przedsiębiorca menedżer	75
3.5.4. Przedsiębiorca lider	77
3.6. Typy przedsiębiorców w małych firmach	78
Zagadnienia do dyskusji	80
Literatura zalecana	81
Rozdział 4. Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości	82
4.1. Problematyka uwarunkowań przedsiębiorczości w literaturze przedmiotu	82
4.2. Uwarunkowania wewnętrzne przedsiębiorczości	85
4.2.1. Przedsiębiorczość wyrazem podmiotowości człowieka w procesie celowego działania	88
4.2.2. Przedsiębiorca jako podmiot gospodarowania	89
4.2.3. Przedsiębiorca jako podmiot wolny, twórczy i aktywny	90
4.3. Uwarunkowania zewnętrzne przedsiębiorczości	93
4.3.1. Podstawowe założenia rynkowego modelu gospodarowania jako warunek konieczny rozwoju przedsiębiorczości	95
4.3.2. Uwarunkowania otoczenia bliższego	103
4.3.3. Uwarunkowania otoczenia dalszego	106
4.3.4. Społeczno-kulturowe uwarunkowania przedsiębiorczości	109
Zagadnienia do dyskusji	112
Literatura zalecana	112
Rozdział 5. Małe i średnie przedsiębiorstwa efektem zachowań przedsiębiorczych	113
5.1. Specyfika sektora małych i średnich przedsiębiorstw	113
5.2. Zagrożenia uniemożliwiające rozwój sektora MSP w Polsce	116
5.3. Tradycyjne źródła finansowania MSP	119
5.4. Niekonwencjonalne formy finansowania MSP	122
5.4.1. Leasing	122
5.4.2. Faktoring	125
5.4.3. Franchising	130
5.4.4. <i>Venture capital</i>	132
5.5. Polityka państwa wobec MSP	137
5.6. Działalność Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości w zakresie wspierania przedsiębiorczości	139

5.7. Instytucjonalne i organizacyjne wsparcie sektora MSP	142
5.7.1. Parki technologiczne	142
5.7.2. Inkubatory przedsiębiorczości	143
5.7.3. Klastry	145
5.8. Znaczenie małych i średnich przedsiębiorstw w gospodarce	148
Zagadnienia do dyskusji	150
Literatura zalecana	150
Rozdział 6. Przedsiębiorczość rodzinna	152
6.1. Istota firmy rodzinnej	152
6.2. Rodzaje przedsiębiorstw rodzinnych	156
6.3. Problemy z dziedziczeniem firm rodzinnych	159
6.4. Przenikanie się wartości rodzinnych i ekonomicznych w firmie rodzinnej	167
6.5. Stosunek do kredytów bankowych i podejmowania ryzyka w firmie rodzinnej	169
6.6. Wizerunek i marka firmy rodzinnej	171
6.7. Kultura organizacyjna, tradycje i system wartości firmy rodzinnej	173
6.8. Atuty przedsiębiorstw rodzinnych	175
6.9. Bariery funkcjonowania firm rodzinnych	177
6.10. Znaczenie przedsiębiorstw rodzinnych w gospodarce oraz w lokalnych społecznościach	180
Zagadnienia do dyskusji	183
Literatura zalecana	183
Rozdział 7. Przedsiębiorczość kobiet	184
7.1. Sytuacja kobiet na rynku pracy i w pracy zawodowej	184
7.2. Motywy kobiecej przedsiębiorczości	190
7.3. Atuty kobiet prowadzących działalność gospodarczą	193
7.4. Bariery i słabości kobiet prowadzących działalność gospodarczą	195
7.5. Przedsiębiorczość „kobieca” a przedsiębiorczość „męska”	198
Zagadnienia do dyskusji	201
Literatura zalecana	201
Rozdział 8. Przedsiębiorczość akademicka	202
8.1. Geneza i istota przedsiębiorczości akademickiej	202
8.2. Firmy <i>spin-off</i> i <i>spin-out</i> jako forma realizacji przedsiębiorczości akademickiej w praktyce	206
8.3. Bariery rozwoju przedsiębiorczości akademickiej	209
8.4. Przedsiębiorczość akademicka jako sposób promowania przedsiębiorczych zachowań wśród ludzi młodych	213
8.4.1. Sytuacja ludzi młodych na rynku pracy	214
8.4.2. Motywy podejmowania działalności gospodarczej przez ludzi młodych	217

8.4.3. Bariery przedsiębiorczości ludzi młodych	218
8.4.4. Promowanie wśród ludzi młodych kariery przedsiębiorcy	222
Zagadnienia do dyskusji	225
Literatura zalecana	226
Rozdział 9. Przedsiębiorczość społeczna	227
9.1. Ekonomia społeczna jako mechanizm pobudzania przedsiębiorczości społecznej	227
9.2. Charakterystyka przedsiębiorstwa społecznego	232
9.3. Geneza i istota przedsiębiorczości społecznej	235
9.4. Charakterystyka przedsiębiorcy społecznego	239
9.5. Spółdzielnia socjalna jako podmiot przedsiębiorczości społecznej przeciwdziałający wykluczeniu społecznemu	243
Zagadnienia do dyskusji	247
Literatura zalecana	247
Bibliografia	249
Słowniczek	259
Glossary	265
Indeks rzeczowy	271

Wprowadzenie

Przedsiębiorczość to specyficzna filozofia, sposób działania ludzi, funkcjonowania przedsiębiorstw. To ogromna siła sprawcza, czynnik rozwoju pojedynczych osób, poszczególnych przedsiębiorstw, regionów, jak i całych gospodarek. **To jeden z najistotniejszych atrybutów rynkowego modelu gospodarowania we współczesnym świecie.**

W Polsce przedsiębiorczość ujawniła się wraz z tworzeniem się zrębów gospodarki rynkowej, kiedy to przestały obowiązywać zasady państwa opiekuńczego. Wówczas takie cechy, jak kreatywność, obrotowość, pomysłowość (a zatem przedsiębiorczość) zaczęły zyskiwać na wartości. Stały się bardzo pożądanymi nie tylko w świecie biznesu, ale we wszystkich dziedzinach życia i działalności człowieka.

Znaczenie procesu przedsiębiorczości szczególnie wżywieniu gospodarczym jest niezaprzeczalne. Rozwój przedsiębiorczości rozumianej jako zachęcanie do przejawiania inicjatywy oraz stwarzanie warunków do podejmowania i prowadzenia działalności gospodarczej przez różne podmioty (w tym także kobiety, osoby młode) przyczyniają się do podniesienia poziomu rozwoju gospodarczego, szczególnie w regionach słabiej rozwiniętych. To także skuteczny sposób rozwiązywania różnorodnych, zwykle bardzo złożonych problemów społecznych (w przypadku przedsiębiorczości społecznej). Przedsiębiorcy, działając najczęściej w niszach rynkowych, uczestnicząc w zmianie struktury przemysłowej gospodarki, inicjując powstawanie i rozwój nowych dziedzin produkcji, usług, przyczyniają się w istotny sposób do przezwyciężania kryzysów gospodarczych, pozwalają uzyskać zadowalające efekty rozwoju gospodarczego. **Stąd konieczność popierania bardzo różnorodnych inicjatyw przedsiębiorczych, zwłaszcza w regionach słabiej rozwiniętych, o wysokim poziomie bezrobocia i wielu problemach społecznych.**

Współcześnie przedsiębiorczość powinna zatem stać się trwałym składnikiem bazy ekonomicznej każdej gospodarki. **W turbulentnych warunkach otoczenia zewnętrznego wszyscy powinni być zorientowani na przedsiębiorczość.** Postawy takie cechuje *myślenie perspektywiczne i postrzeganie zachodzących zmian na rynku nie jako zagrożenia, lecz okazji do zrealizowania nowych pomysłów i stwarzania nowych wartości* [Strużycki, red., 2004, s. 108]. W przypadku przedsiębiorstw (mikro, małych, średnich i dużych) sprzyja to osiągnięciu sukcesu, umożliwia bycie krok przed konkurencją, a tym samym przyczynia

się do osiągnięcia i utrzymania odpowiedniej pozycji konkurencyjnej w danym sektorze rynku. W przypadku natomiast podmiotów ekonomii społecznej to szansa na przeciwdziałanie negatywnym zjawiskom społecznym, na pomoc osobom wykluczonym społecznie lub zagrożonym tym zjawiskiem, które z różnych przyczyn nie są w stanie same się odnaleźć na konkurencyjnym, bardzo wymagającym rynku.

Przedmiotem publikacji jest proces przedsiębiorczości oraz osoba przedsiębiorcy. Omówione w niej różnorodne współczesne rodzaje przedsiębiorczości (np. przedsiębiorczość rodzinna, kobieca, ludzi młodych, społeczna) są dowodem na jej fenomen, na znaczenie tego procesu w różnych obszarach życia i aktywności człowieka. Zagadnienia te niewątpliwie zasługują na poświęcenie im uwagi w przygotowanej przedmiotowej publikacji naukowej. Przemawia za tym szereg argumentów, wśród których za najważniejszy należy uznać fakt, że wciąż brak jest jednolitej, spójnej wiedzy dotyczącej teorii przedsiębiorczości, a dostępne publikacje z tego zakresu rzadko sięgają do istoty tego procesu, nie analizują dokładnie uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości – zwłaszcza podmiotowych, tkwiących w przedsiębiorcy (podmiocie), które należy uznać na pierwotne źródło przedsiębiorczości. Pojawia się także szereg nowych teorii dotyczących procesu przedsiębiorczości, które zasługują na analizę, na strukturalizację (np. przedsiębiorczość społeczna), choćby ze względu na rolę, jaką odgrywają w społeczeństwie. Na podkreślenie zasługuje także fakt, że choć zmienia się na korzyść wizerunek przedsiębiorcy w społeczeństwie, nie brak jednak opinii, iż jest to kombinator, *cwaniak bogacący się kosztem innych* [Bławat, 2003, s. 10]. Należałoby zatem zaprezentować inny, „pozytywny”, obraz przedsiębiorców – właścicieli małych i średnich firm, menedżerów pracujących w dużych przedsiębiorstwach, przedsiębiorczych kobiet, ludzi młodych decydujących się na trud bycia przedsiębiorcą, czy też przedsiębiorców społecznych. Warto dostrzec, docenić i podkreślić ich ważność, pracowitość, odwagę, skłonność do podejmowania ryzyka, ich rolę w tworzeniu nowych miejsc pracy, w rozwiązywaniu problemów ekonomicznych i społecznych. W świetle tego w niniejszym opracowaniu starano się zatem zaprezentować – oprócz analizy teorii przedsiębiorczości – szczegółową charakterystykę rozmaitych przedsiębiorców, przybliżyć ich sylwetki, zidentyfikować ich cechy, zwrócić uwagę na różnorodne teorie i modele współczesnych przedsiębiorców.

Opracowanie ma głównie charakter teoretyczny. Jest próbą przedstawienia spójnej, usystematyzowanej teorii przedsiębiorczości i przedsiębiorcy. Zawiera także fragmenty o charakterze empirycznym (głównie odwołania do badań własnych autorki oraz badań innych autorów), które należy traktować jako podbudowę rozważań teoretycznych z tego zakresu, mającą charakter komplementarny w stosunku do prezentowanych teorii.

Zagadnienia związane z procesem przedsiębiorczości i osobą przedsiębiorcy zawarto w dziewięciu logicznie i merytorycznie powiązanych ze sobą rozdziałach.

Rozdział pierwszy zawiera genezę oraz charakterystykę różnorodnych teorii przedsiębiorczości, rozpoczynając od ujęcia R. Cantillona, którego uznaje się za tego, który jako pierwszy w literaturze ekonomicznej zajął się bliższą analizą tego procesu, a kończąc na P. F. Druckerze uznawanym za wielkiego kontynuatora poglądów J. Schumpetera – klasyka teorii przedsiębiorczości. Aktualność jego poglądów, zwłaszcza w kwestii „twórczego

niszczenia”, ujawnia się szczególnie obecnie. Proces ten zachodzi również współcześnie, i podobnie jak w okresie minionego stulecia jest siłą napędową wszelkiej przedsiębiorczości.

Rozdział drugi to charakterystyka procesu przedsiębiorczości. Zawiera interpretację tego pojęcia, której dokonano, podkreślając ujęcia przedsiębiorczości jako postawy, zachowania oraz procesu. Omówiono tu także różne typy i modele przedsiębiorczości, zwracając uwagę na nowe aspekty jej teorii – na przedsiębiorczość wewnętrzną, odnoszącą się do dużych i bardzo dużych organizacji, oraz na przedsiębiorczość intelektualną, podkreślając znaczenie wiedzy w tym procesie. Rozdział zakończono omówieniem znaczenia przedsiębiorczości we współczesnych procesach gospodarowania.

W gospodarce rynkowej przedsiębiorca odgrywa szczególną rolę, która wbrew pozorom jest bardzo trudna do wyjaśnienia i dokładnej interpretacji. Dlatego przedmiotem rozważań trzeciego rozdziału jest przedsiębiorca. Zawiera analizę cech charakterologicznych takiej osoby oraz motywy jej postępowania. Zwrócono na przykład uwagę na kwestię, **czy przedsiębiorczości można się nauczyć, czy każda osoba może być przedsiębiorcą** – są to zagadnienia, które zaliczane są do bardzo dyskusyjnych. W literaturze przedmiotu ścierają się dwa przeciwstawne poglądy na ten temat: pierwszy stwierdza, że cechy przedsiębiorcy mają charakter wrodzony, drugi głosi, że odpowiednie kwalifikacje i cechy przedsiębiorcze można w sobie wykształcić. W rozdziale tym zaprezentowano stanowiska różnych autorów w tej kwestii. Scharakteryzowano także następujące rodzaje przedsiębiorców: kupca, kapitalistę, menedżera oraz lidera.

Aby przedsiębiorca był w stanie założyć firmę, muszą zaistnieć określone warunki do rozwoju jego przedsiębiorczej aktywności. W rozdziale czwartym zawarto zatem charakterystykę uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości. Szczególną uwagę zwrócono na znaczenie uwarunkowań wewnętrznych, wynikających z wewnętrznych, podmiotowych predyspozycji poszczególnych osób. Podkreślono, że **tylko takie działania przedsiębiorcze, których źródło tkwi w człowieku – podmiocie, mają większą szansę na powodzenie**. Tylko przedsiębiorca – podmiot (wolny, twórczy, aktywny) świadomy swoich decyzji, jest w stanie najlepiej wypełniać swoje funkcje gospodarcze, przejawiać inicjatywę, założyć, a następnie prowadzić działalność gospodarczą na własny rachunek. **Uwarunkowania wewnętrzne przedsiębiorczości bardzo trudno poddają się analizie, niełatwo je skwantyfikować, zweryfikować**. Nie oznacza to jednak, że można je lekceważyć, pomijając – wręcz przeciwnie, powinny być przedmiotem szczególnej analizy, bowiem to one bardzo często okazują się decydujące, to one ułatwiają radzenie sobie z wieloma problemami i trudnościami, jakie się pojawiają zarówno w fazie założycielskiej nowego przedsięwzięcia, jak i w trakcie jego funkcjonowania. To one więc mogą w istotnym stopniu przyczyniać się do sukcesu realizowanego przez przedsiębiorcę przedsięwzięcia. W uwarunkowaniach tych (choć subiektywnych, irracjonalnych) tkwi ważna niematerialna siła, czynnik zachęcający oraz ułatwiający przejawianie się przedsiębiorczej inicjatywy. Ten aspekt rozważań powinien więc być niezmiernie ważny. Nie oznacza to jednak, że uwarunkowania zewnętrzne są mniej ważne w rozwoju procesu przedsiębiorczości. **W działalności przedsiębiorczej potrzeba przecież nie tylko wewnętrznej determinacji i chęci przedsiębiorcy do działania, ale także korzystnych warunków**

zewnątrznych, które dzięki odpowiednim instrumentom będą kształtować pozytywne uwarunkowania sprzyjające rozwojowi tego procesu. Dlatego w rozdziale czwartym omówiono także wybrane uwarunkowania zewnętrzne przedsiębiorczości – bliższe i dalsze. Szczególną uwagę zwrócono na znaczenie uwarunkowań społeczno-kulturowych, wyznaczających ogólne ramy, w których jednostki mogą rozwijać swoją przedsiębiorczą aktywność.

W piątym rozdziale zwrócono uwagę na znaczenie we współczesnych procesach gospodarowania małych i średnich firm, które uznano za najbardziej widoczny efekt zachowań przedsiębiorczych. Ich znaczenie w ożywieniu gospodarczym jest niezaprzeczalne, dlatego ten sektor gospodarki staje się coraz częściej przedmiotem rozważań licznych opracowań z zakresu przedsiębiorczości. W związku z ogromnymi trudnościami z pozyskaniem zewnętrznych źródeł finansowania przez małe i średnie firmy zwrócono tutaj uwagę na ten problem (stanowiący niejednokrotnie bardzo istotną barierę uniemożliwiającą rozwój MSP), podkreślając znaczenie niektórych niekonwencjonalnych form finansowania przedsiębiorczości, bardzo popularnych w rozwiniętych gospodarkach rynkowych, a w Polsce wciąż zbyt rzadko wykorzystywanych. Chodzi o leasing, factoring, franchising, *venture capital*. O poziomie rozwoju przedsiębiorczości decydować powinny nie tylko wysiłki poszczególnych osób prowadzących działalność gospodarczą – rola państwa jest w tym względzie również oczywista. To ono jest w stanie kształtować otoczenie i odpowiednie politycznoprawne warunki funkcjonowania firm. Dlatego w rozdziale tym zwrócono także uwagę na rolę państwa w zakresie wspierania rozwoju przedsiębiorczości oraz omówiono instytucjonalne i organizacyjne formy wspierania sektora MSP, podkreślając znaczenie parków technologicznych, inkubatorów przedsiębiorczości (w tym inkubatorów akademickich) oraz klastrów. Rozdział ten podsumowano znaczeniem małych i średnich przedsiębiorstw w gospodarce.

Współcześnie coraz więcej uwagi w literaturze przedmiotu poświęca się przedsiębiorczości rodzinnej, która stanowi przedmiot rozważań rozdziału szóstego. **Firmy rodzinne są dominującą formą prowadzenia działalności gospodarczej na całym świecie.** To podmioty, w których przenikają się wartości rodzinne i biznesowe. Pełnią ważną funkcję ekonomiczną, społeczną. Tworzą nowe miejsca pracy, przyczyniają się do rozwoju gospodarczego lokalnych społeczności, całych gospodarek. Są bardzo istotnym i ciekawym przedmiotem dociekań teoretycznych i badań empirycznych. W pracy zaprezentowano różnorodne zagadnienia związane z ich powstawaniem i funkcjonowaniem. Punktem wyjścia rozważań stały się problemy z definiowaniem przedsiębiorstw rodzinnych w Polsce. Przedstawiono także charakterystykę różnych rodzajów firm rodzinnych, a także opis uwarunkowań i problemów ich funkcjonowania, między innymi kwestie związane z:

- dziedziczeniem (sukcesją),
- kulturą organizacyjną,
- wizerunkiem, marką,
- podejściem do kredytów bankowych,
- skłonnością do podejmowania ryzyka.

Na świecie coraz więcej kobiet decyduje się na bycie przedsiębiorcą. Polska jest europejskim liderem pod tym względem. Coraz więcej pań nie czeka biernie na satysfakcjonującą ofertę pracy, a skoro ofert dla kobiet brakuje – same stwarzają dla siebie miejsca pracy, decydując się na samozatrudnienie. Ich ogromnym atutem jest to, że są wykształcone, ambitne, silnie zmotywowane (często wręcz zdeterminowane), a praca stanowi dla nich jedną z najważniejszych wartości w życiu. **Kobiety decydujące się na założenie własnej firmy skutecznie przełamują stereotypy, walczą ze zjawiskiem „szklanego sufitu” czy „lepkiej podłogi”, udowadniają sobie i innym, że mogą odnieść sukces w życiu zawodowym, że z powodzeniem można łączyć obowiązki zawodowe z prywatnymi**, i to tak, by nie cierpiała na tym żadna sfera ich aktywności. Dlatego rozdział siódmy dotyczy **problematyki przedsiębiorczości kobiet**. Omówiono w nim na przykład motywę podejmowania działalności gospodarczej przez kobiety, atuty kobiet prowadzących działalność gospodarczą i bariery, które pokonują, przeanalizowano także przyczyny bardzo trudnej sytuacji kobiet na rynku pracy i w pracy zawodowej.

Rozdział ósmy dotyczy **przedsiębiorczości akademickiej**. Jest to współczesna forma przedsiębiorczości, którą postrzega się jako skuteczną (sprawdzoną na świecie) formę współpracy nauki i biznesu, umożliwiającą transfer wiedzy do gospodarki. Może być rozumiana jako podejmowanie działalności gospodarczej w formie firm odpryskowych (*spin-off* i *spin-out*) przez osoby w jakiś sposób związane ze środowiskiem akademickim (pracowników, absolwentów, studentów). Bardzo ważnym aspektem przedsiębiorczości akademickiej jest także to, że **promuje ona przedsiębiorcze postawy wśród osób młodych**, kończących edukację, rozpoczynających karierę zawodową, poszukujących własnego miejsca na rynku pracy. Ważne jest zachęcanie młodych ludzi do podejmowania działalności gospodarczej, ponieważ ich sytuacja na rynku pracy jest bardzo trudna. Ofert pracy dla absolwentów jest niewiele (zarówno dla osób, które kończą studia, jak i inny rodzaj szkoły). Rozdział ósmy zwraca uwagę na problemy ludzi młodych na rynku pracy, na motywę ich przedsiębiorczych zachowań, bariery tego typu działań. Przedstawiono także genezę, istotę oraz bariery rozwoju przedsiębiorczości akademickiej. Omówiono firmy odpryskowe, które są formą realizacji przedsiębiorczości akademickiej w praktyce.

Ostatni, dziewiąty, rozdział pracy charakteryzuje **przedsiębiorczość społeczną**. Rozważania na ten temat poprzedzono opisem **ekonomii społecznej**, postrzeganej jako mechanizm pobudzania przedsiębiorczości społecznej, oraz **przedsiębiorstwa społecznego**, które jest miejscem realizacji przedsiębiorczości społecznej. Bardzo ważną rolę w rozwoju przedsiębiorczości społecznej odgrywają **przedsiębiorcy społeczni** – główna siła napędowa tego procesu. To dzięki nim przedsiębiorstwa społeczne powstają, funkcjonują, są silne, mogą konkurować, osiągać zyski, rozwiązywać problemy społeczne, zaspokajając określone potrzeby. Nazywa się ich **innowatorami społecznymi**. Przyczyniają się do rozwiązywania wielu bardzo trudnych, „palących” (drażliwych, niepopularnych) problemów społecznych o dużym stopniu złożoności. W rozdziale dziewiątym opisano także jeden z podmiotów ekonomii społecznej – **spółdzielnię socjalną**. To przedsiębiorstwo społeczne, w którym osoby z różnych powodów wykluczone społecznie (lub

zagrożone wykluczeniem) mają szansę na zaspokajanie własnych potrzeb, realizowanie się w przedsiębiorczej działalności gospodarczej.

Publikacja, którą przekazujemy czytelnikom, to **drugie wydanie** wzbogacone o nowe treści (cztery rozdziały), będące syntetyczną, a jednocześnie szeroką analizą literatury przedmiotu z zakresu przedsiębiorczości. Starano się w niej zaprezentować **bardzo różnorodne oblicza fenomenalnego procesu przedsiębiorczości**. Autorka ma nadzieję, że opracowanie to spełni oczekiwania odbiorców – studentów, pracowników naukowych, przedsiębiorców lub potencjalnych przedsiębiorców, i przyczyni się do lepszego poznania i zrozumienia specyfiki, złożoności oraz znaczenia przedsiębiorczości we współczesnych procesach gospodarowania.

PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ W TEORIACH EKONOMII I ZARZĄDZANIA

1.1. Geneza przedsiębiorczości

Aby zrozumieć istotę przedsiębiorczości, jej znaczenie w procesie gospodarowania, uwarunkowania mające wpływ na kształtowanie się i rozwój jej współczesnych teorii, dostrzec ich ewentualne historyczne implikacje – należy dokonać retrospektywnej analizy tej kategorii, prześledzić warunki mające wpływ na jej rozwój w przeszłości oraz kierunki jej ewolucji na przestrzeni dziejów. Zdaniem T. Kraśnickiej [Kraśnicka, 2002, s. 20] przyjęcie historycznej płaszczyzny rozważań nad istotą przedsiębiorczości wynika z założenia, że jest to kategoria historyczna, której zrozumienie i wyjaśnienie byłoby niezwykle trudne bez jej historycznych odniesień.

Przedsiębiorczość istnieje, od kiedy istnieje człowiek. Gospodarowanie od początku dziejów było związane z przedsiębiorczością i przedsiębiorcami. *Odkąd człowiek zszedł z drzewa, ciągle miał do czynienia z problemem przeżycia, nie jako jednostka, ale jako członek grupy społecznej* [Heilbroner, 1993, s. 15].

Jednak analiza literatury przedmiotu z zakresu przedsiębiorczości dowodzi, że zainteresowanie tą kategorią w różnych okresach historycznych nie zawsze było jednakowo duże. **Nie każda gospodarka, nie każdy system polityczny stwarzały (stwarzają) warunki sprzyjające rozwojowi przedsiębiorczości, zachęcające do podejmowania i prowadzenia działalności gospodarczej.** Nie zawsze też doceniano znaczenie przedsiębiorczości w gospodarce, a poglądy w tym zakresie ulegały znacznym przemianom – od zupełnego niedostrzegania jej roli w systemie gospodarczym (np. ekonomia klasyczna,

teoria D. Ricarda czy ekonomia marksowska) po przekonanie, że jest to główna siła napędowa gospodarki, „motor postępu”, akcelerator wzrostu i rozwoju gospodarczego (np. poglądy J. Schumpetera).

Samo pojęcie „przedsiębiorca” wywodzi się prawdopodobnie z języka francuskiego i zostało po raz pierwszy użyte w średniowieczu. Przedsiębiorcę utożsamiano wówczas z osobą sprawującą nadzór nad wytwarzaniem dóbr, a w XVII wieku głównie z osobą podejmującą ryzyko, osiągającą zysk (lub ponoszącą stratę) z kontraktów rządowych dotyczących wytwarzania dóbr lub świadczenia usług. Używane było wówczas stosunkowo rzadko i nie znalazło się w powszechnym użyciu. W języku angielskim pojęcie „przedsiębiorczość” nie przyjęło się aż do połowy XVIII wieku. Co ciekawe, wcześniej było używane na określenie na przykład aktora, osoby stojącej na czele wypraw wojennych, a nawet dyrektora (kierownika) lub organizatora spektakli muzycznych [Baumol, 1993, s. 11; Hisrich, Peters, 1989, s. 6]!

Być może pierwszym przedsiębiorcą (a na pewno wzorcem przedsiębiorczości w kulturze) był Prometeusz, który wykrał bogom ogień, przez co skierował losy ludzi na zupełnie inne tory.

Za jeden z wcześniejszych przykładów postawy przedsiębiorczej uznaje się działalność M. Polo, który odkrył drogę handlową do Indii i krajów Dalekiego Wschodu. Odkrył tym samym nowe źródło nieznanych luksusowych towarów, których sprzedaż przynosiła ogromne zyski [Gru-

szecki, 1994, s. 40]. Z kolei za prekursora przedsiębiorczości w literaturze amerykańskiej jest uznawany A. Lincoln, który, określając cele ówczesnego społeczeństwa amerykańskiego, twierdził: *każdy Amerykanin winien być najemnym pracownikiem na początku swojej pracy, później pracować samodzielnie we własnej firmie, a następnie tak ją rozwijać, aby móc zatrudniać innych ludzi, by pracowali dla niego* [Hisrich, Peters, 1989, s. 6].

W wymiarze psychologicznym i ekonomicznym przedsiębiorczość od zarania dziejów była związana z poszukiwaniem i wdrażaniem nowych form rozwoju, zmianą statusu społecznego na tle zdobytej władzy lub kapitału przez szczególnie aktywne i mobilne jednostki, grupy społeczne, narody, poprzez udział w globalnie ważnych wydarzeniach, na przykład: podbojach, odkryciach geograficznych, emigracjach, prowadzeniu szeroko rozumianej działalności gospodarczej o różnym zasięgu terytorialnym [Haber, 2000, s. 19].

Można więc stwierdzić, że **osoby o cechach dzisiejszych przedsiębiorców występowały (funkcjonowały) w każdej epoce historycznej, niezależnie od stopnia rozwoju społeczeństwa i poziomu rozwoju gospodarczego**. Jeśli przyjmiemy za J. Schumpeterem [Schumpeter, 1960, s. 8], że podstawową funkcją przedsiębiorcy jest reformowanie lub rewolucjonizowanie stosowanego dotąd wzorca produkcji, wprowadzanie i wykorzystywanie nowych pomysłów, nierozpoznanej technicznej możliwości nowego lub znanego towaru czy wreszcie wytwarzanie znanego towaru za pomocą nowych metod – to zapewne już we wspólnocie pierwotnej lub w epoce kamienia żył ktoś, kto odkrył nowe zastosowanie dla używanych dotąd rutynowo narzędzi; ktoś, kto je udoskonalał, kto odkrył, że siekierę albo inne narzędzie z kamienia można z lepszym skutkiem zastąpić takim samym z brązu. W końcu ktoś, kto „zaryzykował” i jako pierwszy zastosował koło. Zastosował, nie wynalazł, bowiem zgodnie z poglądem wspomnianego już J. Schum-

petera **przedsiębiorca nie jest wynalazcą**, gdyż wynalazca dostarcza idei, a przedsiębiorca podejmuje czyny, umie odpowiednio wykorzystać rezultaty twórczej działalności wynalazcy. Co prawda, w praktyce wynalazcy stają się często przedsiębiorcami, a przedsiębiorcy wynalazcami, jednak J. Schumpeter podkreślał wyraźnie różnicę między innowacją, czyli wynalezieniem czegoś, a innowacją, czyli stworzeniem nowych połączeń znanych do tej pory środków [Schumpeter, 1960, s. 8]. Od zawsze żyli więc ludzie, którzy działając spontanicznie, dokonywali istotnych zmian, wcale nie zdając sobie z tego sprawy, którzy dzięki inicjatywie, odwadze, pomysłowości dokonywali trwałych zmian – przyczyniali się do rozwoju swoich społeczności. Osoby takie współcześnie z całą pewnością nazywalibyśmy przedsiębiorcami.

Pojęcie „przedsiębiorca” prawdopodobnie po raz pierwszy zostało użyte w literaturze przedmiotu w 1755 roku przez R. Cantillona¹, francuskiego ekonomistę, który sam także z powodzeniem zajmował się biznesem i finansami. Jako pierwszy nadał on temu pojęciu sens techniczny, przypisując przedsiębiorcy centralną rolę w handlu. Jednak naukowe opracowania z zakresu przedsiębiorczości pochodzą z okresów znacznie późniejszych. Historia myśli dotyczących przedsiębiorczości datuje się od czasu, kiedy zaczęły powstawać pierwsze manufaktury. Wtedy to narodziły się pierwsze, choć jeszcze nie całkowicie swobodne działania przedsiębiorcze. Dopiero wówczas znalazły one naukową podbudowę. Był to okres tzw. kapitalizmu handlowego, a przedsiębiorca był utożsamiany z kupcem. Jego działalność wyrażała się w nowej, rewolucyjnej (na owe czasy) filozofii gospodarowania, której celem było osiągnięcie zysków, wyzwalamie ludzkich ambicji oraz stwarzanie możliwości ich realizacji w praktyce. Postawa taka nie była wówczas łatwa do zaakceptowania, napotykała na opór społeczny, a przedsiębiorcy niejednokrotnie byli narażeni na krytykę czy wręcz napiętnowanie².

WAŻNE

Dopiero gospodarka rynkowa i przedsiębiorstwo kapitalistyczne stworzyły możliwość „przedsiębiorstwa”, czyli przyczyniły się do powstania uwarunkowań koniecznych do rozwoju zachowań przedsiębiorczych.

¹ R. Cantillon żył w latach 1680–1734. Jego główne dzieło *Essai sur la nature du commerce en général*, w którym przedstawił (obok obszernej teorii na temat funkcjonowania ówczesnego rolnictwa) swoją teorię przedsiębiorczości, znane jest od 1730 roku. Opublikowane zostało jednak dopiero po jego śmierci w 1755 roku, dlatego też często w literaturze przedmiotu podaje się rok 1730 bądź 1755 jako rok, w którym po raz pierwszy użyto terminów „przedsiębiorczość”, „przedsiębiorca” [Petrozolik-Skowrońska, 1997, s. 641].

² Panująca wówczas sytuacja, przedkapitalistyczne życie gospodarcze, obowiązujące stosunki feudalne, nie pozostawiały zbyt dużo miejsca dla działań przedsiębiorczych, które przekraczałyby ogólnie przyjęte normy, pozwoliłyby stworzyć pozycję społeczną porównywalną do zajmowanej przez członków ówczesnych klas rządzących. Działalność gospodarcza rozwijała się w ramach cechu i rzadko kiedy się z niego wyzwalała. Główne drogi awansu „biegły” przez Kościół, dwory wielkich magnatów ziemskich oraz hierarchię dowódców wojskowych. Rutyna działania ukształtowana w warunkach feudalizmu nie nadawała się zatem w ogóle do wykorzystania przez przedsiębiorcę, który z reguły „burzy” określone nawyki i sposoby myślenia, wyłamuje się ze stałego, zrutynizowanego trybu działalności [Schumpeter, 1995, s. 166].

Przedsiębiorczość i przedsiębiorcę zaczęto w gospodarce rynkowej postrzegać jako główne siły napędowe tej gospodarki, umożliwiające osiągnięcie zawodowego i społecznego awansu. Kapitalistyczna ewolucja (choć bardzo często przybierała formę rewolucji, nie obywała się bowiem bez ofiar) zniszczyła całkowicie lub przynajmniej przyczyniła się do zniszczenia *instytucjonalnych urządzeń świata feudalnego, a mianowicie dworu, wsi i organizacji cechowych*. „Świat” rzemieślnika został zniszczony przez automatyczne skutki konkurencji przedsiębiorcy kapitalistycznego. „Świat” pana feudalnego i chłopca zniszczyły głównie działania polityczne [Schumpeter, 1995, s. 166].

Kapitalizm zlikwidował feudalne bariery uniemożliwiające rozwój przedsiębiorczości, stworzył odpowiednie warunki jej rozwoju: polityczno-gospodarczą wolność, prywatną własność środków produkcji, rynek wraz z funkcjonującą na nim konkurencją. Te uwarunkowania uznaje się powszechnie za bazowe założenia gospodarki rynkowej, ułatwiające podejmowanie i prowadzenie działalności gospodarczej. To swoiste „makroregulatory” mieszczące się w warstwie politycznej, stwarzające odpowiednie warunki do rozwoju indywidualnej przedsiębiorczości. Stanowią tworzące integralną całość filary, na których się opiera funkcjonowanie gospodarki rynkowej. Uzupełnione o zasady wolnego kształtowania się cen, stóp procentowych, płac i wiele innych, przyczyniają się do prawidłowego jej funkcjonowania, umożliwiają rozwój przedsiębiorczości.

1.2. Wybrane teorie przedsiębiorczości

1.2.1. Przedsiębiorczość w ujęciu R. Cantillona

Prawdopodobnie po raz pierwszy – jak już wspomniano – w literaturze ekonomicznej pojęcia „przedsiębiorca” użył R. Cantillon, który zauważył, że istniejące między rynkami różnice cen stwarzają okazję, by „kupić tanio i sprzedać drogo”. Zjawisko to uznał za szansę dla tych, którzy zidentyfikują i wykorzystają te różnice – nazwał ich właśnie przedsiębiorcami. Choć samo to spostrzeżenie nie było na owe czasy niczym nowym, kupcy zachowywali się tak przecież od setek lat – to R. Cantillon jako pierwszy dostrzegł fakt, że kupcy hurtowi i detaliczni kupują towary po cenie „pewnej”, by następnie sprzedać je po cenie „niepewnej” [Barreto, 1989, s. 34]. Zwrócił więc uwagę na ryzyko tkwiące w ich działalności – ryzyko to (wynikające z braku pewności działań) czyni ich, jego zdaniem, właśnie przedsiębiorcami. Zapoczątkował jednocześnie teorię tzw. **arbitrażu**, wskazującą na fakt, że jednym ze źródeł zysku jest różnica cen tych samych produktów na różnych lokalnych rynkach.

R. Cantillon odróżniał tych, którzy żyją z niepewnych dochodów (przedsiębiorcy), od tych, którzy żyją ze stałych dochodów (pracownicy) [Kraśnicka, 2002, s. 25]. Jako pierwszy wyraźnie odróżnił zatem osobę przedsiębiorcy, kapitalistę i kierownika przed-

siębiorstwa, przypisując każdemu z nich odmienne funkcje gospodarcze. R. Cantillon precyzował dokładnie, co rozumie przez pojęcie przedsiębiorcy, za którego uważał osobę *umiejącą zachować się na rynku niezrównoważonym i wykorzystać proces przywracania równowagi do osiągnięcia zysku* [Gruszecki, 1994, s. 33]; osobę odpowiedzialną za całą wymianę i cyrkulację w państwie, która kupuje po cenie ustalonej, a następnie sprzedaje po cenie niepewnej, która wreszcie nie należy do jakiejś wyodrębnionej kategorii społecznej – każdy bowiem w jego mniemaniu mógł zostać przedsiębiorcą. Definiując przedsiębiorcę, wskazywał na dwie jego istotne cechy, które są przywoływane także współcześnie. Chodzi mianowicie o [Bławat, 2003, s. 18]:

- „polowanie” na okazję,
- podejmowanie ryzyka.

Zaprezentowana przez R. Cantillona **konceptcja przedsiębiorczości** wiążąca jej istotę z **ryzykiem i niepewnością** to prawdopodobnie historycznie pierwsze ujęcie, rozwijane następnie przez wielu innych pracowników nauki, choć należy podkreślić, że u osób, na które teoria ta wywarła bezpośredni wpływ, nie znalazła ona poparcia.

1.2.2. Przedsiębiorczość w ekonomii klasycznej

Przedstawiciele nurtu klasycznej ekonomii angielskiej prezentowali niechętny stosunek do przedsiębiorczości. Nie zauważali oni pozytywnego wpływu przedsiębiorczości na gospodarkę. Zachowaniom przedsiębiorcy przypisywali natomiast dużą pasywność. Łączyli przedsiębiorczość (podobnie jak zysk) z wyzyskiem pracy najemnej i niesłusznym bogaceniem się przedsiębiorców.

Przedstawiciele ekonomii klasycznej *decydującą rolę w systemie gospodarczym przyznawali mechanizmowi rynkowemu nazywanemu przez A. Smitha niewidzialną ręką rynku, który sam za pośrednictwem cen reguluje wielkość produkcji i ilość kapitału w gospodarce* [Kraśnicka, 2002, s. 20]. Taki stosunek do przedsiębiorczości i przedsiębiorców cechuje większość klasyków angielskich – byli oni praktycznie jednomyślni w tej kwestii – nie akceptowali przedsiębiorców i przedsiębiorczości. Na przykład D. Ricardo prawie w ogóle nie używał określenia „przedsiębiorca”. Wyjątkiem jest A. Smith, który używał terminów „przedsiębiorczość” i „przedsiębiorca” (choć częściej do jego określenia używał pojęcia „kapitalista”). Doceniał rolę przedsiębiorców w gospodarce. Podkreślał wielokrotnie, że to ich moc twórcza, skłonność do podejmowania ryzyka, wynalazczość uruchamiają „spirale wydajności”. Twierdził także, że to rewolucja przemysłowa w swoich początkach *umożliwia zdobycie bogactw każdemu, kto był dostatecznie szybki, dostatecznie sprytny i dostatecznie pracowity, by utrzymać się w jej nurcie* [Heilbroner, 1993, s. 56].

A. Smith wyszczególnił **cztery formy inwestowania kapitału**, wskazując tym samym na następujące kierunki (formy) przedsiębiorczości:

- 1) wytwarzanie surowców – rolnictwo, rybołówstwo,
- 2) przetwarzanie surowców – fabrykanctwo,
- 3) przemieszczanie surowców i produktów z miejsc, gdzie są one w obfitości, do miejsc, gdzie ich brakuje – kupiectwo hurtowe,
- 4) dokonywanie podziału poszczególnych części surowców i produktów na drobne porcje stosownie do oczekiwań potrzebujących – kupiectwo detaliczne.

A. Smith uważał, że przedsiębiorca to ten, który ma dużą skłonność do oszczędzania i wykorzystania tych środków do realizacji określonych przedsięwzięć.

A. Smith utożsamiał przedsiębiorcę z właścicielem przedsiębiorstwa, dostarczycielem kapitału, a jego sukces z szybkim i inteligentnym dostosowywaniem się do wydarzeń zachodzących w gospodarce. Wyraźnie zatem odróżniał funkcję

kapitalisty od przedsiębiorcy, tzn. tego, który jest właścicielem przedsiębiorstwa, podejmuje ostateczne decyzje i jest narażony na ryzyko.

1.2.3. Przedsiębiorczość w ujęciu J.B. Saya

Niektórzy ekonomiści uważają, że to właśnie J.B. Say, a nie R. Cantillon, zapoczątkował poważne, naukowe rozważania na temat przedsiębiorczości. Dzieła J.B. Saya są dużo bardziej znane, ponadto użył on pojęcia „przedsiębiorca” w znaczeniu, jakie słowo to posiada do dziś. Wprowadził także do literatury pojęcie „**przedsiębiorca przemysłowy**”. Dokonał rozróżnienia na **zysk płynący z kapitału** i **zysk z przedsiębiorczości**. Wskazał na zdolność do nadzoru i zarządzania jako podstawowe cechy przedsiębiorcy.

J.B. Say upatrywał istotę przedsiębiorczości w takim zachowaniu się przedsiębiorcy, które przenosi ekonomiczne zasoby z obszaru o niższej wydajności i uzysku do obszaru o wyższej wydajności i uzysku, zwiększając wytwarzanie i osiągając wyższy zysk.

W jego koncepcji **przedsiębiorca to samodzielny producent**, w którego osobie łączą się czynniki kapitału, pracy i działalności przedsiębiorczej. To centralna postać w gospodarce. Ważną funkcją przedsiębiorcy – zdaniem J.B. Saya – jest „kombinowanie czynników produkcji”, doprowadzenie do ich połączenia, jednak pod warunkiem, że czynniki te zostają połączone po raz

pierwszy. Dokonywanie tego w trakcie prowadzenia przedsiębiorstwa jest – jego zdaniem – zwykłą rutyną, niczym nadzwyczajnym, nie zasługuje na miano działań przedsiębiorczych.

J.B. Say wprowadził następujące rodzaje przedsiębiorców:

- **przedsiębiorcę przemysłu** – który umiejętnie wykorzystuje czynniki naturalne w celu wytworzenia produktów, do których ludzie przywiązują wartość,
- **przedsiębiorcę przemysłu rolnego** – jest nim rolnik, jeżeli do niego należy ziemia,
- **przedsiębiorcę przemysłu rękodzielniczego** – jest nim rękodzielnik,
- **przedsiębiorcę przemysłu handlowego** – jest nim kupiec.