

32

Teorie przedsiębiorczości

(Agnieszka Brzozowska)

32.1. Wprowadzenie

W literaturze znajdziemy wiele teorii przedsiębiorczości, które mają wyjaśniać naturę tego zjawiska (por. np. Schumpeter, 1960; Kirzner, 1989; Shane i Venkatraman, 2000). Teorie te zakorzenione są w różnych dyscyplinach naukowych, do których należą: zarządzanie, ekonomia, psychologia, socjologia i antropologia, co sprawia, że badania nad przedsiębiorczością mają charakter interdyscyplinarny i trudno jest mówić o jednej definicji przedsiębiorczości. W niniejszym rozdziale zaprezentowane zostaną najważniejsze osiągnięcia badaczy reprezentujących różne nurty badań, a zagadnienia związane z przedsiębiorczością są również prezentowane w rozdziale dotyczącym badań nad modelami biznesowymi.

32.2. Ekonomiczne podejście do przedsiębiorczości

Autorzy literatury z zakresu ekonomii stoją na stanowisku, że pierwsze wzmianki dotyczące przedsiębiorczości znajdują się w pracy autorstwa XVIII-wiecznego ekonomisty Richarda Cantillona (1959), który opisywał przedsiębiorczość jako istotne zjawisko ekonomiczne, wprowadzając podział aktorów gospodarczych na grupy: właścicieli gruntów, przedsiębiorców oraz pracowników najemnych i podkreślał rolę przedsiębiorcy w wymianie i obrocie dóbr w gospodarce. Pierwszym badaczem, który wprowadził na stałe termin przedsiębiorczości do literatury naukowej był Jean-Baptiste Say (1960, s. 550), który opisał możliwe do osiągnięcia zyski przedsiębiorcze oraz zwrócił uwagę na kluczową rolę przedsiębiorcy w procesie produkcji i przewidywania potrzeb uczestników rynku. Say (1960, s. 596) zauważył również, że przedsiębiorca nie musi dostarczać organizacji kapitału; powinien raczej poszukiwać okazji rynkowych.

W neoklasycznej teorii ekonomii, której jednym z prekursorów był XIX-wieczny ekonomista Alfred Marshall, analizom podlegają warunki równowagi na rynku przy założeniu posiadania przez przedsiębiorcę idealnej wiedzy (wszystkich informacji, niezbędnych do prowadzenia działalności), istnienia doskonałej konkurencji oraz

niezróżnicowanych towarów, a także braku barier rynkowych wejścia i wyjścia, przez co rynek staje się odpowiednikiem „czarnej skrzynki”, pozwalającej podmiotom na maksymalizowanie zysków (Marshall, 1890/1930, s. 554–598). Krytycy wskazują jednak, że nie każdy właściciel firmy będzie w podobnym stopniu przedsiębiorczy (Loasby, 1982, s. 235), a perspektywa neoklasyczna w niedostatecznym stopniu wyjaśnia zachowania przedsiębiorcze.

Szkoła austriacka w ekonomii analizuje procesy rynkowe przez pryzmat ludzkiego działania i jego efektów (von Mises, 2007, s. 215). Jej przedstawicielem był m.in. Joseph A. Schumpeter, według którego funkcją przedsiębiorcy jest zrywanie z dotychczasowymi wzorcami produkcji poprzez wdrażanie nowych sposobów wytwarzania, a jednocześnie docenianie znaczącego wpływu zachowań indywidualnych osób na procesy rynkowe (Schumpeter, 1995, s. 162). Za przyczynę rozwoju gospodarczego Schumpeter (1995, s. 102) uznaje wprowadzanie nowych kombinacji czynników wytwórczych, czyli działalność, którą zajmują się przedsiębiorcy. Poprzez ciągłą reorganizację posiadanych zasobów przedsiębiorca wytrąca rynek z równowagi, wprowadzając „twórczą destrukcję” (ang. *creative destruction*). Schumpeter wprowadził pojęcie innowacji w naukach ekonomicznych, rozumianej nie jako stworzenie nowego pomysłu lub rozwiązania, ale wprowadzenie go do praktyki gospodarczej (Schumpeter, 1960, s. 104).

Israel M. Kirzner wskazuje na indywidualny charakter działań przedsiębiorcy, który realizuje założone cele i wykorzystuje szanse rynkowe, dokonując odpowiedniej alokacji w celu zaspokojenia popytu (Kirzner, 1973, s. 15). Do unikalnych zdolności przedsiębiorcy należy wrażliwość na informacje (ang. *alertness to information*), pozwalająca lepiej od innych osób rozpoznawać szanse rynkowe (Kirzner, 1989, s. 27), jak również subiektywna umiejętność dostrzegania i wykorzystywania okazji biznesowych (Kirzner, 1979, s. 158). S.A. Alvarez i J.B. Barney (2007) sugerują, że szanse nie muszą istnieć obiektywnie i czekać na odkrycie (jak sądził Kirzner), ale mogą być też tworzone przez samych przedsiębiorców za sprawą kreatywności i innowacyjnego wykorzystania zasobów.

Przedsiębiorca w ujęciu Casson (1982; 1987) ma się specjalizować w podejmowaniu decyzji na temat zasobów i ich alokacji na rynkach, na których koszty pozyskania informacji są różne dla różnych osób.

William J. Baumol powiązał zagadnienie przedsiębiorczości z dorobkiem głównych nurtów ekonomii jako zjawisko stałe i niezmiennie występujące w społeczeństwie, postulując wsparcie przez instytucje publiczne tych działań przedsiębiorców, które są produktywne, czyli wpływają na wzrost PKB (Baumol, 1990, s. 898), a produktywność przedsiębiorców wiążąc z efektywnością działań podejmowanych przez te instytucje.

Na zjawisko przedsiębiorczości możemy spojrzeć również w kontekście teorii agencji, która interesuje się asymetrycznymi pozycjami stron w organizacji – pryncypała (właściciela) i agenta (menedżera) (Shleifer i Vishny, 1997). Alternatywnych ekonomicznych interpretacji przedsiębiorczości dostarcza wreszcie perspektywa, która analizuje powstawanie firm przez pryzmat procesów rozpowszechniania się wiedzy pomiędzy organizacjami (ang. *knowledge spillovers*) (Acs i in., 2009).

32.3. Psychologiczne podejście do przedsiębiorczości

Badania psychologiczne analizują przedsiębiorczość z perspektywy cech osobowościowych jednostki, poszukując m.in. cech związanych z sukcesem w prowadzeniu biznesu (Rauch i Frese, 2007). Wewnętrzne umiejscowienie kontroli związane jest z poczuciem, że kieruje się własnymi działaniami i ma się wpływ na swój los, podczas gdy zewnętrzne umiejscowienie kontroli wiąże się z poglądem, że wszystko to, czego doświadcza jednostka, jest dziełem przypadku (Rotter, 1966). Poczucie wpływu na własny los jest jednym z czynników psychologicznych, które charakteryzują przedsiębiorcę (Cromie, 2000; Robinson i in., 1991). Badacze A. Rauch i M. Frese (2000, s. 14) zauważają, że właściciele firm mają nieco wyższy poziom wewnętrznego poczucia kontroli w porównaniu z resztą populacji. Nie ma natomiast pod tym względem różnic pomiędzy przedsiębiorcami-założycielami firmy a przedsiębiorcami, którzy zdobyli kontrolę nad firmą poprzez jej dziedziczenie (Begley i Boyd, 1987). Pokrewnym zagadnieniem jest rozróżnienie pomiędzy wewnątrzsterownością (ang. *inner-direction*, cechą osobowości, związaną z samodzielnością w ocenie sytuacji i podejmowaniu decyzji) a zewnątrzsterownością (ang. *other-direction*, oparciem decyzji na innych osobach lub zjawiskach). Okazuje się, że przedsiębiorcy, którzy ponieśli porażkę przy prowadzeniu firmy, mają zwykle niższy poziom wewnątrzsterowności niż ci, którym się powiodło (Brockhaus, 1980; Durand i Shea, 1974). Osoby, które osiągają sukces, są bardziej pewne siebie i mają skłonność do działania. Osoby zewnątrzsterowne częściej natomiast doświadczają poczucia bezsilności (Maddi, Kobasa i Hoover, 1979).

Wysoki poziom potrzeby osiągnięć przejawia się chęcią ciągłego doskonalenia się, wybierania zadań, które są ambitne i osiągalne oraz skłonnością do myślenia w dłuższej perspektywie czasowej i planowaniem strategicznym (McClelland, 1961). Badania pokazują, że istnieje związek pomiędzy motywacją osiągnięć a przedsiębiorczością (Johnson, 1990). Przedsiębiorcy uzyskują w badaniach wyższy poziom motywacji osiągnięć w porównaniu do grupy kontrolnej (Hornady i Aboud, 1971; Begley i Boyd, 1987).

Kolejne różnice psychologiczne można zaobserwować w sposobach podejmowania ryzyka. Warto zaznaczyć, że według Franka H. Knighta (1921) ryzyko i niepewność to dwa różne zjawiska. Ryzyko prowadzenia firmy wiąże się z przewidywalną niepewnością, od której można się ubezpieczyć, natomiast niepewność jest zjawiskiem niemierzalnym, niemożliwym do przewidzenia, a koszty jej wystąpienia spadają na przedsiębiorcę. Niektórzy autorzy sugerowali, że brakuje jednoznacznych dowodów na wyjątkową skłonność przedsiębiorców do podejmowania ryzyka (McClelland, 1961; Brockhaus, 1980). Inni wskazywali jednak, że można wyodrębnić przedsiębiorców z populacji pod względem wyższej skłonności do podejmowania ryzyka (Sexton i Bowman, 1986; Begley i Boyd, 1987), choć ta rozbieżność może wynikać z odmiennych sposobów postrzegania ryzyka w poszczególnych badaniach (Stewart i Roth, 2001; Zhao i in., 2010). Właściciele firm potrafią prawidłowo ocenić ryzyko dotyczące obszaru biznesowego oraz szanse powodzenia przedsięwzięcia, tym samym minimalizując ryzyko niepowodzenia (Palmer, 1971). Ocena ryzyka związana jest z systematycznymi analizami informacji pochodzących z otoczenia w celu znale-

zienia szans biznesowych i uniknięcia niepowodzeń, a także z posiadanymi doświadczeniem i wiedzą (Welsch i Young, 1982). Ponadto przedsiębiorcy mają wyższą skłonność do tolerowania niejasności sytuacji (Schere, 1982; Begley i Boyd, 1987), przy czym niejasność łączy się z takimi cechami jak nowość, złożoność i trudność znalezienia rozwiązania (Budner, 1962). Przedsiębiorcy różnią się od menedżerów w organizacjach oceną ryzyka, ponieważ posługują się odmiennymi heurystykami (Baron, 1998) oraz wykazują większą pewność siebie (Busenitz i Barney, 1997), przy czym owe uproszczone strategie myślowe mogą niestety prowadzić do popełniania błędów poznawczych (Tversky i Kahneman, 1974).

Przekonanie o własnej skuteczności jest przeświadczeniem jednostki o możliwości poradzenia sobie z zadaniem w danych warunkach (Bandura, 1997). U przedsiębiorców jest ono na wysokim poziomie, co oznacza przekonanie o możliwości realizacji powziętych planów, a poziom stresu związanego z możliwym niepowodzeniem nie jest u nich wysoki w porównaniu do osób o niskim poziomie poczucia własnej skuteczności. Osoby z wysokim poczuciem skuteczności są też bardziej zdeterminowane do tego, aby pokonywać przeszkody pojawiające się podczas realizacji zadania (Bandura, 1989).

Badacze analizują również inne cechy, które mogą okazać się kluczowe dla przedsiębiorczości, np. pasję w działaniu, która może się przejawiać w trzech obszarach: inwencji, tworzenia oraz rozwijania przedsięwzięcia (Cardon i in., 2013). Pasja napędza aktywność i pomaga w poszukiwaniach funduszy u inwestorów, zatrudnianiu oraz motywowaniu pracowników (Cardon i in. 2009). Bardziej doświadczeni właściciele firm mają bogatsze wzorce poznawcze, które umożliwiają lepsze rozpoznawanie szans biznesowych w porównaniu do przedsiębiorców prowadzących firmę od niedawna (Baron i Ensley, 2006). Kolejną często wymienianą w badaniach na przedsiębiorczością cechą jest optymizm (Markman i Baron, 2003), który okazuje się szczególnie pomocny w fazie zakładania firmy (Shook, Priem i McGee, 2003). Zbyt wysoki poziom optymizmu może jednak niekorzystnie wpływać na efektywność nowych przedsięwzięć (Hmieleski i Baron, 2009).

Warto wspomnieć również o podejściu biograficznym w badaniach nad przedsiębiorczością (Howe, 1982, s. 1073), które jest uważane za metodę pozwalającą zdobyć wiedzę o cechach osobistych przedsiębiorców, ich zachowaniach, wartościach, postawach, motywacjach i kontekście środowiskowym (Kuhnert i Russel, 1990). Jest to metoda przydatna również w nauczaniu przedsiębiorczości oraz pozwalająca samym przedsiębiorcom uczyć się podczas opowiadania swojej historii i analizowaniu jej poprzez rozmowy (Rae i Carswell, 2000).

32.4. Socjologiczne i antropologiczne podejście do przedsiębiorczości

Teorie socjologiczne dotyczą społecznego kontekstu przedsiębiorczości. Przedsiębiorcy zawdzięczają wiele osiągnięć dobrze rozwiniętym sieciom społecznym, które promują zaufanie i ułatwiają zauważanie szans biznesowych przez przedsiębiorcę, poszukiwania inwestorów oraz współników (Shane i Cable, 2002). Kolejnym obszarem analiz są motywy, dlaczego ktoś staje się przedsiębiorcą i jaki jest wpływ

doświadczenia życiowego na tę decyzję. Jednostka może być zmuszona do założenia firmy przez zaistniałe okoliczności (nie mając innej alternatywy) lub może to być jej wybór (Chrysostome, 2010). Analizom poddawany jest również wpływ etnicznej identyfikacji oraz pochodzenia na decyzje przedsiębiorcze (Reynolds, 1991).

Przedmiotem badań antropologicznych są wierzenia, zwyczaje i kultura danej społeczności. Perspektywa antropologiczna wiąże się z badaniem związków kultury z przedsiębiorczością (Berger, 1991). Pochodzenie etniczne ma wpływ na postawy i zachowania, a kultura wpływa na postawy przedsiębiorcze członków społeczności (Sahin i in., 2007), co jako pierwszy dostrzegł Max Weber, opisując związki pomiędzy religią a aktywnością gospodarczą (por. inny rozdział niniejszej książki).

Teoria ekologii populacji, którą opracowali Michael T. Hannan i John H. Freeman (1984; 1989), skupia się na poszukiwaniu wzorców zachowań organizacji, które prowadzą do sukcesu lub porażki, zwracając uwagę na uzależnienie organizacji od otoczenia oraz mechanizmów selekcji naturalnej, które doprowadzają do powstawania i upadku organizacji. U podstaw tego nurtu leży biologiczna metafora ewolucji, oparta na dorobku Charlesa Darwina, a badacze uważają, że procesy zachodzące na rynku stanowią odzwierciedlenie procesów biologicznych, które można zaobserwować w populacji (Caroll, 1983). Badaczy interesują nisze, czyli fragmenty bezpośredniego otoczenia organizacji, w którym działa organizacja oraz jej bezpośredni konkurenci, korzystający ze wspólnej, ograniczonej puli zasobów. Analizy ekologów organizacji kojarzą się z demografią ze względu na wykorzystanie wskaźników urodzeń i zgonów oraz analizy tendencji ilościowych, pozwalające na identyfikację czynników sprzyjających rozwojowi i przetrwaniu.

Alternatywne podejście do przedsiębiorczości odwołuje się do pojęcia przedsiębiorczego brikolażu (ang. *entrepreneurial bricolage*), rozumianego jako radzenie sobie z wyzwaniami poprzez wykorzystywanie kombinacji dostępnych zasobów do rozwiązywania nowych problemów i wykorzystywania pojawiających się szans (Baker i Nelson, 2005, s. 333). Podejście nawiązuje do pojęcia brikolażu, wprowadzonego przez antropologa Claude'a Lévi-Straussa dla opisu działań analogicznych do procesów „majsterkowania” przy wykorzystaniu tego, co w danym momencie mamy pod ręką. Badaczy tego nurtu interesują zachowania przedsiębiorcze, pozwalające na rozwiązywanie problemów w prowadzonej działalności, zwłaszcza wobec ograniczonej dostępności zasobów w otoczeniu.

32.5. Inne aspekty badań nad przedsiębiorczością

Przedsiębiorczość można analizować w kontekście procesu. W. Gartner (1985) zaproponował zintegrowany model tego procesu, składający się z czterech wymiarów, zasługujących na odrębne analizy:

- przedsiębiorca jako podmiot procesu;
- organizacja, która powstaje w wyniku procesu;
- otoczenie i jego uwarunkowania, wpływające na organizację;
- procesy przyczyniające się do stworzenia nowego przedsięwzięcia.

Przedsiębiorczość może być traktowana jako właściwość sposobów zarządzania firmą, a badacze starają się zidentyfikować różnice między firmami przedsiębiorczymi a nieprzedsiębiorczymi. Tak powstał wskaźnik orientacji przedsiębiorczej (ang. *entrepreneurial orientation*, EO), który odzwierciedla właściwy dla całej organizacji sposób tworzenia strategii, podejmowania decyzji menedżerskich i działania (Rauch i in., 2009). Badacze proponują pomiar orientacji przedsiębiorczej za pomocą badań ankietowych pracowników organizacji opartych na standardowym kwestionariuszu EO, opracowanym zgodnie z zasadami psychometrii. Pierwszą wersję narzędzia badawczego zaproponowali Jeffrey G. Covin i Dennis P. Slevin (1989), wprowadzając trzy wymiary pozwalające mierzyć „strategiczną postawę” firmy (ang. *strategic posture*): innowacyjność, proaktywność i podejmowanie ryzyka (Covin i Slevin, 1989, s. 86). Lumpkin i Dess (1996) uważali, że te trzy wymiary są od siebie niezależne i wspólnie składają się na konstrukt orientacji przedsiębiorczej. Pracując nad ulepszeniem kwestionariusza, dodali dwa kolejne wymiary: autonomię i skłonność do rywalizacji (ang. *competitive aggressiveness*) (Covin i Slevin, 1988; Miller, 1983; Kreiser, Marino i Weaver, 2002), zaprezentowali bogaty przegląd literatury, uzasadniający uwzględnienie pięciu wymiarów analizowanego zjawiska oraz przyczynili się do utrwalenia w literaturze obecnie stosowanej nazwy „orientacja przedsiębiorcza”. Kwestionariusz EO został opisany m.in. w publikacji Lumpkina i Dessa (2001). Wszystkie trzy wymiary badane w kwestionariuszu powinny być na wysokim poziomie, żeby organizację móc określić jako przedsiębiorczą (Miller i Freisen, 1983). Zauważono również, że innowacyjność w firmie jest wyższa, kiedy cechuje ją orientacja przyszłościowa (Rohrbeck, 2010, s. 4).

Przedsiębiorczość realizowana w ramach większych struktur organizacyjnych nazywana jest przedsiębiorczością wewnętrzną, przedsiębiorczością korporacyjną lub intraprzsiębiorczością (ang. *intrapreneurship*). Polega ona na umiejętności dostrzeżenia i wykorzystywania szans rynkowych oraz okazji wewnątrz organizacji (Burgelman, 1983; Kuratko i in., 1990; Zahra, 1991; Birnkinshaw, 1999), czemu sprzyjać mogą: kultura organizacji, zachowania nieformalne jej uczestników oraz wsparcie ze strony kierownictwa. Przedsiębiorcy korporacyjni różnią się od przedsiębiorców indywidualnych pod względem warunków, w jakich działają, posiadanych zasobów oraz odpowiedzialności, kierując przedsięwzięciem od momentu jego powstania do późniejszej komercjalizacji (Pinchot, 1985).

J.W. Carland i in. (1984) zauważyli różnorodność strategii prowadzenia firm i wyodrębnili dwie grupy: właścicieli firm typu *small business* oraz właściwych przedsiębiorców. Przedsiębiorców charakteryzować ma innowacyjne podejście do biznesu, potrzeba zmian, twórczego działania i poszukiwania nowych rozwiązań, a także silne dążenie do własnego rozwoju, uczenia się i doskonalenia umiejętności, jak również potrzeba rozwoju firmy, pomnażania jej zysków i utrzymania niezależności. Przedsiębiorców interesuje długoterminowe podejście do zarządzania, podczas gdy właściciele firm typu *small business* skupiają się przede wszystkim na zapewnieniu firmie założonego dochodu w celu przetrwania bez długookresowych planów, chęci rozwoju przedsiębiorstwa czy wprowadzania innowacji.

Wraz z postępującą globalizacją coraz bardziej popularne stają też badania nad przedsiębiorczością międzynarodową (por. np. Oviatt i McDougall, 2005), w tym badania firm określanych anglojęzycznym mianem *born global*, których oferta produktowa i sposoby działania umożliwiają działalność na skalę globalną, bez konieczności początkowego rozwoju wyłącznie na rynku krajowym (por. np. Kudina, Yip i Barkema, 2008). Globalizacja oraz postęp technologiczny sprzyjają też intensyfikacji ruchów migracyjnych, co sprawia, że badania nad przedsiębiorczością imigrantów są coraz bardziej istotne (Aldrich i Waldinger, 1990; Portes, 1995; Glinka, 2013). Na wagę przedsiębiorczości imigrantów wpływa odkrycie związane z wpływem pochodzenia etnicznego na postawę i zachowanie (Baskerville, 2003) oraz badania pokazujące różnice w przedsiębiorczych zachowaniach i postawach ze względu na kulturę środowiska, z którego pochodzi przedsiębiorca (North, 1990; Shane, 1994).

Jednym z rodzajów przedsiębiorczości jest przedsiębiorczość akademicka, z którą często wiąże się anglojęzyczne określenia spółek *spin-off* i *spin-out*, oznaczające podmioty tworzone przez członków społeczności akademickiej (Shane, 2004, s. 4) i wyodrębniane w celu komercjalizacji dóbr intelektualnych, wypracowanych przez instytucję naukową (Agarwal i in., 2004, s. 2). Źródłem rozwoju innowacyjnych firm bywa też transfer technologii lub transfer wiedzy z instytucji naukowej do przedsiębiorstwa (Siegel i in., 2003; Rothaermel, Agung i Jiang, 2007; Bercovitz i Feldman, 2008). Duży problem związany z definicją przedsiębiorcy akademickiego stanowi to, czy tym terminem można określić tylko pracownika uniwersyteckiego bądź byłego pracownika (Carayannis, Rogers i in., 1998; Steffensen, Rogers i Speakman, 2000), czy może również studentów i absolwentów (McQueen i Wallmark, 1982; Smilor, Gibson i Dietrich, 1990; Rappert, Webster i Charles, 1999). W literaturze brakuje jednej, uniwersalnie akceptowalnej typologii firm typu *spin-off*. Nlemvo, Pirnay i Surlemont (2002) zaproponowali podział na firmy bazujące na wiedzy skodyfikowanej (ang. *codified knowledge*), które najczęściej są zorientowane na rozwój i oferowanie produktu, oraz firmy bazujące na wiedzy ukrytej (ang. *tacit knowledge*), częściej działające w sektorze usług, co potwierdzają De Cleyn i Braet (2009). Heirman i Clarysse (2004) oraz Wright, Clarysse i inni (2007) podkreślali znaczenie firm związanych z funduszami *venture capital*, które bazują na skodyfikowanej wiedzy i aktywnie chronią własność intelektualną, a popularność patentów kontrolowanych przez nowe firmy technologiczne (mierzona ich liczbą cytowań) zwiększa szanse zgromadzenia funduszy i ułatwia rozwój firmy (Rothaermel i Thursby, 2005).

Kolejnym wątkiem, który interesuje wielu badaczy przedsiębiorczości (Austin i in. 2006; Seelos i Mair, 2005) jest przedsiębiorczość społeczna, definiowana jako działania innowacyjne, mające pomóc w rozwiązywaniu problemów społecznych oraz podnoszeniu dobrobytu społeczeństwa przez tworzenie nowych przedsięwzięć (Zahra i in., 2009, s. 519). Przedsiębiorcy społeczni mogą wykorzystywać szanse rynkowe dla wsparcia grup marginalizowanych społecznie (Martin i Oksberg, 2007, s. 33) oraz wprowadzania innowacji społecznych (Smith i Stevens, 2010), a celem przedsiębiorczości społecznej jest przyczynianie się do zrównoważonego rozwoju

(Seelos i Mair, 2004). Uzupełnieniem aktywności przedsiębiorców społecznych są działania w obszarze odpowiedzialności społecznej (CSR) dużych przedsiębiorstw, których współpraca z przedsiębiorcami pozwala zwiększać skuteczność (Hart i Christensen, 2002) i zmieniać świat na lepsze (Drayton, 2002). Oparte na współpracy, hybrydowe modele biznesowe okazują się najlepiej sprzyjać przedsiębiorczości społecznej, a badacze analizują związane z nimi przykłady dobrych praktyk (Santos i in., 2015). Szczególne znaczenie mają również więzi między członkami danej wspólnoty, które sprzyjają uzyskiwaniu lepszych wyników ekonomicznych (Coleman, 1987; 1988) a także zdolność aktorów do mobilizacji zasobów (Portes, 1998, s. 6). Z tych powodów badacze przedsiębiorczości interesuje również tematyka analiz sieci społecznych i kapitału społecznego (Gartner, 1985; Bourdieu i Wacquant, 1992; Portes i Sensenbrenner, 1993).

32.6. Podsumowanie

W rozdziale omówiono zagadnienia związane z badaniami przedsiębiorczości, które dotyczą zarówno wpływu na gospodarkę pojedynczych przedsiębiorców, procesów zachodzących wewnątrz firm (w tym intraprzsiębiorczości), jak i zjawisk społecznych (jak np. przedsiębiorczości społecznej). Opisano najważniejsze nurty badań nad zjawiskiem przedsiębiorczości oraz uporządkowano chronologicznie i tematycznie rozwijane na przestrzeni lat teorie – od klasycznych teorii przedsiębiorczości do teorii skoncentrowanej na jednostkach oraz ich wpływie na otoczenie, w którym działają. Tematy omówione w rozdziale mają istotne znaczenie dla rozwoju teorii zarządzania i przygotowują bazę do dalszych rozważań na temat roli przedsiębiorczości w gospodarce i rozwoju społeczeństw.

Literatura

- Acs, Z.J., Audretsch, D.B., Braunerhjelm, P., Carlsson, B. (2009). The knowledge spillover theory of entrepreneurship. *Small Business Economics*, 32(1), 15–30.
- Agarwal, R., Ehambadi, R., Franco, A.M., Sarkar, M.B. (2004). Knowledge transfer through congenital learning: spin-out generation, growth and survival. *Academy of Management Journal*, 47(4), 501–522.
- Aldrich, H.E., Waldinger, R. (1990). Ethnicity and entrepreneurship. *Annual Review of Sociology*, 16, 111–135.
- Alvarez, S.A., Barney, J.B. (2007). Discovery and creation: Alternative theories of entrepreneurial action. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1(1–2), 11–26.
- Austin, J., Stevenson, H., Wei-Skille, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: Same, different or both? *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 30(1), 1–22.
- Baker, T., Nelson, R.E. (2005). Creating something from nothing: Resource construction through entrepreneurial bricolage. *Administrative Science Quarterly*, 50(3), 329–366.
- Bandura, A. (1989). Social cognitive theory. W: R. Vasta (red.), *Annals of child development, Vol. 6. Six theories of child development*, (s. 1–60). Greenwich, CT: JAI Press.
- Bandura, A. (1997). Self-efficacy. *Harvard Mental Health Letter*, 13(9), 4–6.

- Baron, R.A. (1998). Human agency in social cognitive theory. *American Psychologist*, 44(9), 1175–1184.
- Baron, R.A., Ensley, M.D. (2006). Opportunity recognition as the detection of meaningful patterns: evidence from comparisons of novice and experienced entrepreneurs. *Management Science*, 52(9), 1331–1344.
- Baskerville, R.F. (2003). Hofstede never studied culture. *Accounting, Organizations and Society*, 28(1), 1–14.
- Baumol, W. (1990). Entrepreneurship: Productive, unproductive, and destructive. *Journal of Political Economy*, 98(5), 893–921.
- Begley, T.M., Boyd, D.P. (1987). Psychological characteristics of associated with performance in entrepreneurial firms and small businesses. *Journal of Business Venturing*, 2, 79–83.
- Bercovitz, J., Feldman, M. (2008). Academic entrepreneurs: Organizational change at the individual level. *Organizational Science*, 19(1): 69–89.
- Berger, B. (1991). The Culture of Modern Entrepreneurship. W: B. Berger (red.), *The Culture of Entrepreneurship* (s. 13–32), San Francisco, CA: ICS Press.
- Birnkshaw, J. (1999). The determinants and consequences of subsidiary initiative in multinational corporations. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 24(1), 9–36.
- Bourdieu, P., Wacquant, L.J.D. (1992). *An invitation to reflexive sociology*. London: University of Chicago Press.
- Brockhaus, R.H. (1980). Risk taking propensity of entrepreneurs. *Academy of Management Journal*, 23, 509–520.
- Budner, S. (1962). Intolerance of ambiguity as a personality variable. *Journal of Personality*, 30(1), 29–50.
- Burgelman, R.A. (1983). A process model of internal corporate venturing in the diversified major firm. *Administrative Science Quarterly*, 28(2): 223–244.
- Busenitz, L.W., Barney, J.B. (1997). Differences between entrepreneurs and managers in large organizations: Biases and heuristics in strategic decision-making. *Journal of Business Venturing*, 12(1), 9–30.
- Cantillon, R. (1959). *Essay on the nature of trade in general*. London: Frank Cass and Co.
- Carayannis, E.G., Rogers, E.M., Kurihara, K., Allbritton, M.M. (1998). High-technology spin-offs from government R&D laboratories and research universities. *Technovation*, 18(1), 1–11.
- Cardon, M.S., Wincent, J., Singh, J., Drnovsek, M. (2009). The nature and experience of entrepreneurial passion. *Academy of Management Review*, 34(3), 511–532.
- Cardon, M.S., Gregoire, D.A., Stevens, Ch.E., Patel, P.C. (2013). Measuring entrepreneurial passion: Conceptual foundations and scale validation. *Journal of Business Venturing*, 28, 376–377.
- Carland, J.W., Hoy, F., Boulton, W.R., Carland, J.A.C. (1984). Differentiating entrepreneurs from small business owners: A conceptualization. *Academy of Management Review*, 9(2), 354–359.
- Carrol, G.R. (1983). *Ecological models of organizations*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Casson, M. (1982). *The entrepreneur*. Totowa, NJ: Barnes and Noble Books.
- Casson, M. (1987). Entrepreneur. W: J. Eatwell i in. (red.), *The new Palgrave: A dictionary of economics*, Vol. 2 (s. 151–153). London: MacMillan.
- Chrysostome, E. (2010). The success factors of necessity immigrant entrepreneurs: In search of a model. *International Business Review*, 52(2), 137–152.
- Coleman, J.S. (1987). Norms as social capital. W: G. Radnicky, P. Bernholtz (red.), *Economic imperialism* (s. 133–155). New York: Paragon.

- Coleman, J.S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94: S95–S120.
- Covin, J.G., Slevin, D.P. (1989). Management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal*, 10(1), 75–87.
- Cromie, S. (2000). Assessing entrepreneurial inclination: Some approaches empirical evidence. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 9(1): 7–30.
- De Cleyn, S.H., Jacoby, A., Braet, J. (2009). Success factors in new product development: How do they apply to company characteristics of academic spin-offs? *Journal of Private Equity*, 13(1), 51–61.
- Defourny, J., Borzaga, C. (red.) (2001). *The emergence of social enterprise*. London–New York: Routledge.
- Drayton, B. (2002). The citizen sector: Becoming as entrepreneurial and competitive as business. *California Management Review*, 44(3), 120–132.
- Durand, D., Shea, D. (1974). Entrepreneurial activity as a formation of achievement motivation and reinforcement control. *Journal of Psychology*, 88(1), 57–63
- Gartner, W. (1985). A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of Management Review*, 10(4), 696–706.
- Glinka, B. (2013). *Przedsiębiorczość polskich imigrantów w USA*. Warszawa: Poltext.
- Hannan, M., Freeman, J.H. (1984). Structural inertia and organizational change. *American Sociological Review*, 49, 149–64.
- Hannan, M., Freeman, J.H. (1989). *Organizational ecology*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Hart, S.L., Christensen, C.M. (2002). The great leap. *Sloan Management Review*, 44(1), 51–56.
- Heirman, A., Clarysse, B. (2004). How and why do research-based start-ups differ at founding? A resource-based configurational perspective. *Journal of Technology Transfer*, 29(3–4), 247–268.
- Hmieleski, K.M., Baron, R.A. (2009). Entrepreneurs' optimism and new venture performance: a social cognitive perspective. *Academy of Management Journal*, 52(3), 473–488.
- Hornady, J., Aboud, J. (1971). Characteristics of successful entrepreneurs. *Personnel Psychology*, 24, 141–153.
- Howe, M.J.A. (1982). Biographical evidence and the development of outstanding individuals. *American Psychologist*, 37(10), 1071–1081.
- Johnson, B. (1990). Toward a multidimensional model of entrepreneurship: The case of achievement and the entrepreneur. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 14, 39–54.
- Kirzner, I.M. (1973). *Competition and entrepreneurship*. Chicago: University of Chicago Press.
- Kirzner, I.M. (1979). *Perception, opportunity, and profit*. Chicago: University of Chicago Press.
- Kirzner, I.M. (1989). *Discovery, capitalism and distributive Justice*. New York: Basil Blackwell.
- Knight, F.H. (1921). *Risk, uncertainty, and profit*. Boston, MA: Hart, Schaffner & Marx. Pozy-skano z: <http://www.econlib.org/library/Knight/knRUP.html> (15.07.2015).
- Kudina, A., Yip, G., Barkema, H. (2008). Born global. *Business Strategy Review*, 19(4), 38–44.
- Kuhnert, K.W., Russel, C.J. (1990). Using constructive developmental theory and biodata to bridge the gap between personnel selection and leadership. *Journal of Management*, 16(3), 595–607.
- Kuratko, D.F., Montagno R.V., Hornsby, J.S. (1990). Developing an intrapreneurial assessment instrument for an effective corporate entrepreneurial environment. *Strategic Management Journal*, 11(1), 49–58.

- Loasby, B.J. (1982). The entrepreneur in economic theory. *Scottish Journal of Political Economy*, 29(3), 235–245.
- Lumpkin, G.T., Dess, G.G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135–172.
- Lumpkin, G.T., Dess, G.G. (2001). Linking two dimensions of entrepreneurial orientation to firm performance: The moderating role of environment and industry life cycle. *Journal of Business Venturing*, 16(5), 429–451.
- Maddi, S.R., Kobasa, S.C., Hoover, M. (1979). An alienation test. *Journal of Humanistic Psychology*, 19, 73–76.
- Markman, G.D., Baron, R.A. (2003). Person-entrepreneurship fit: Why some people are more successful as entrepreneurs than others. *Human Resource Management Review*, 13(2), 281–301.
- Marshall, A. (1890/1930). *Principles of economics*. London: Macmillan and Company.
- Martin, R.L., Osberg, S. (2007). Social entrepreneurship: The case for definition. *Stanford Social Innovation Review*, 5(2), 29–39.
- McClelland, D.C. (1961). *The achieving society*. Princeton, NJ: D. Van Nostrand.
- McQueen, D.H., Wallmark, J.T. (1982). Spin-off companies from Chalmers University of Technology. *Technovation*, 1, 305–315.
- Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, 29(7), 770–791.
- Miller, D., Friesen, P. (1983). Strategy-making and environment: The third link. *Strategic Management Journal*, 4, 221–235.
- North, D.C. (1990). *Institutions, institutional change and economic performance*. New York: Norton.
- Oviatt, B.M., McDougall, P.P. (2005). The internationalization of entrepreneurship. *Journal of International Business Studies*, 36(1), 2–8.
- Palmer, M. (1971). The application of psychological testing to entrepreneurial potential. *California Management Review*, 13(3), 32–38.
- Pinchot, G. (1985). *Intrapreneuring*. New York: Harper and Row.
- Pirnay, F., Surlemont, B., Nlemvo, F. (2002). Toward a typology of university spin-offs. *Small Business Economics*, 21(4), 355–69.
- Portes, A. (1995). *The economic sociology of immigration: Essays on networks, ethnicity, and entrepreneurship*. New York: Russell Sage Foundation.
- Portes, A. (1998). Social capital: Its origins and applications in modern sociology. *Annual Review of Sociology*, 24, 1–24.
- Portes, A., Sensenbrenner, J. (1993). Embeddedness and immigration: Notes on the social determinants of economic action. *American Journal of Sociology*, 98, 1320–1350.
- Rae, D., Carswell, M. (2000). Using a life-story approach in researching entrepreneurial learning: The development of a conceptual model and its implications in the design of learning experiences. *Education and Training*, 42(4–5), 220–227.
- Rappert, B., Webster, A., Charles, D. (1999). Making sense of diversity and reluctance: academic-industrial relations and intellectual property. *Research Policy*, 28(8), 873–890.
- Rauch, A., Frese, M. (2000). Psychological approaches to entrepreneurial success: A general model and an overview of findings. W: C.L. Cooper, I.T. Robertson (red.), *International Review of Industrial and Organisational Psychology* (s. 101–142). Chichester: Wiley.
- Rauch, A., Frese, M. (2007). Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 16(4), 353–385.

- Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G., Frese, M. (2009). Entrepreneurial orientation and business performance: An assessment of past research and suggestions for the future. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 761–787.
- Reynolds, P. (1991). Sociology and entrepreneurship: Concepts and contributions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(2), 47–70.
- Robinson, P.B., Stimpson, D.V., Huefner, J.C., Hunt, H.K. (1991). An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15(4), 13–32.
- Rohrbeck, R. (2010). Towards a maturity model of organizational future orientation. *Academy of Management Annual Meeting Proceedings*, 1–6.
- Rothaermel, F.T., Agung, S.D., Jiang, L. (2007). University entrepreneurship: A taxonomy of the literature. *Industrial and Corporate Change*, 16(4), 691–791.
- Rothaermel, F., Thursby, M. (2005). University-incubator firm knowledge flows: Assessing their impact on incubator firm performance. *Research Policy*, 34(3), 305–320.
- Rotter, J.B. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs*, 80(1), 1–28.
- Sahin, M., Nijkamp, P., Baycan-Levent, T. (2007). Migrant entrepreneurship from the perspective of cultural diversity. W: L.-P. Dana (red.), *Handbook of research on ethnic minority entrepreneurship* (s. 99–115). Cheltenham: Edward Elgar.
- Santos, F.M., Pache, A.-C., Birkholz, C. (2015). Making hybrids work: Aligning business and organizational design for social enterprises. *California Management Review*, 57(3), 36–58.
- Say, J.B. (1960). *Traktat o ekonomii politycznej*. Warszawa: PWN.
- Schere, J.L. (1982). Tolerance of ambiguity as a discriminating variable between entrepreneurs and managers. *Proceedings of the National Academy of Management*, 404–408.
- Schumpeter, J.A. (1960). *Teoria rozwoju gospodarczego*. Warszawa: PWN.
- Schumpeter, J.A. (1995). *Kapitalizm, socjalizm, demokracja*. Warszawa: PWN.
- Seelos, C., Mair, J. (2005). Social entrepreneurship: Creating new business models to serve the poor. *Business Horizons*, 48(3), 241–246.
- Sexton, D.L., Bowman, N.B. (1986). Validation of a personality index: Comparative psychological characteristics analysis of female entrepreneurs, managers, entrepreneurship students, and business students. W: R. Ronstadt, J.A. Homaday, R. Peterson, K.H. Vesper (red.), *Frontiers of entrepreneurship research* (s. 40–51). Wellesley, MA: Babson Center for Entrepreneurial Studies.
- Shane, S.A. (1994). The effect of national culture on the choice between licensing and direct foreign investment. *Strategic Management Journal*, 15(8), 627–642.
- Shane, S. (2004). *Academic entrepreneurship: University spinoffs and wealth creation*. Cheltenham–Northampton, MA: Edward Elgar Publishing.
- Shane, S., Cable, D. (2002). Network ties, reputation and the financing of new ventures. *Management Science*, 48(3), 364–381.
- Shane, S., Venkatraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217–226.
- Shleifer, A., Vishny, R.W. (1997). A survey of corporate governance. *Journal of Finance*, 52(2), s. 737–783.
- Shook, Ch.L., Priem, R.L., McGee, J.E. (2003). Venture creation and the enterprising individual: A review and synthesis. *Journal of Management*, 29(3), 379–399.
- Siegel, A. Donald, S., Waldman, D., Atwater, L. (2003). Commercial knowledge transfers from universities to firms: Improving effectiveness of university-industry collaboration. *Journal of High Technology Management Research*, 14(1), 111–133.
- Smilor, R.W., Gibson, D.V., Dietrich, G.B. (1990). Spin-out companies: Technology start-ups from UT-Austin. *Journal of Business Venturing*, 5(1), 63–76.

- Smith, B.R., Stevens, C.E. (2010). Different types of social entrepreneurship: The role of geography and embeddedness on the measurement and scaling of social value. *Entrepreneurship and Regional Development*, 22(6), 575–598.
- Steffensen, M., Rogers, E.M., Speakman, K. (2000). Spin-offs from research centers at a research university. *Journal of Business Venturing*, 15(1), 93–111.
- Stewart, Jr. W.H., Roth, P.L. (2001). Risk propensity differences between entrepreneurs and managers: A meta-analytic review. *Journal of Applied Psychology*, 86(1), 145–153.
- Tversky, A., Kahneman, D. (1974). Judgment under uncertainty: Heuristics and biases. *Science, New Series*, 185(4157), 1124–1131.
- von Mises, L. (2007). *Ludzkie działania*. Warszawa: Instytut Ludwiga von Misesa.
- Welsch, H.P., Young, E.C. (1982). The information source selection decision: The role of entrepreneurial personality characteristics. *Journal of Small Business Management*, 20(4), 49–57.
- Wright, M., Clarysse, B., Mustar, P., Lockett, A. (2007). *Academic entrepreneurship in Europe*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Zahra, S.A. (1991). Predictors and financial outcomes of corporate entrepreneurship: An exploratory study. *Journal of Business Venturing*, 6(4), 259–285.
- Zahra, S.A., Gedajlovic, E., Neubaum, D.O., Shulman, J.M. (2009). A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, 24(5), 519–532.
- Zhao, H., Seibert, S.E., Lumpkin, G.T. (2010). The relationship of personality to entrepreneurial intentions and performance: A meta-analytic review. *Journal of Management*, 36(2), 381–404.