

dr hab. Barbara Siuta-Tokarska, prof. UEK¹ 

Katedra Ekonomiki i Organizacji Przedsiębiorstw
Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

Istota przedsiębiorczości i jej funkcje. Ujęcie personalistyczne w świetle holizmu²

*Przedsiębiorczość jest po prostu pewnym stanem umysłu.
To wyzwanie rzucone konwencji bycia bezpiecznym,
wyzwanie rzucone niezmienności życia...
To pelen zaciekawienia stan umysłu, który pragnie odkryć...*

V. Krishnamoorthy

WPROWADZENIE

Problematyka przedsiębiorczości należy do wieloaspektowych i wielowątkowych zagadnień analizowanych w kontekście działalności pojedynczego człowieka (Makiela, Rachwał, 2020, s. 6–7; Makiela, 2021, s. 3), grupy osób realizujących wspólne przedsięwzięcie, a nawet w odniesieniu do całego narodu, danego społeczeństwa. Tematyka ta jest analizowana na gruncie teoretycznym, przy czym, jak wskazuje P. Drucker (1992, s. 8), „przedsiębiorczość nie jest ani nauką, ani sztuką. Jest praktyką”³. W tym ujęciu jest ona ujmowana jako inicjatywa nastawiona na kreację nowych wartości, która następuje poprzez identyfikację i wykorzystywanie pojawiających się szans niezależnie od posiadanych zasobów, przy czym działania z tym związane następują w warunkach permanentnej niepewności i ryzyka, jako wyniku wzrastającej złożoności i dynamiki otoczenia społeczno-gospodarczego (Matejun, Szymańska, 2013, s. 7). Stąd też przedsiębiorczość ma swoje

¹ Adres korespondencyjny: Katedra Ekonomiki i Organizacji Przedsiębiorstw, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, ul. Rakowicka 27, 31-510 Kraków; e-mail: siutab@uek.krakow.pl. ORCID: 0000-0001-9078-6243.

² Publikacja została sfinansowana ze środków subwencji, przyznanych Uniwersytetowi Ekonomicznemu w Krakowie.

³ Za takim ujęciem przedsiębiorczości może świadczyć brak spójnej i jednolitej teorii przedsiębiorczości, a także wieloaspektowość i wieloznaczność tego pojęcia (Gašiorowska-Mącznik, 2017, s. 392).

określone znaczenie dla rozwoju społeczno-gospodarczego i poprawy dobrobytu ludności, stanowiąc jeden z najważniejszych atrybutów w modelu gospodarowania, a także będąc podstawowym warunkiem dla realizacji postępu (Gąsiorowska-Mącznik, 2017, s. 392) w pojedynczych podmiotach gospodarczych, ale również w gospodarce jako całości, tj. spójnym systemie powiązanych ze sobą instytucji, organizacji i jednostek, podlegających określonym mechanizmom i procesom. Jak dowodzą badania naukowe, występuje wyraźna zależność pomiędzy rozwojem społeczno-gospodarczym a rozwojem przedsiębiorczości (Zioło, 2015, s. 11–23; Carree, Thurik, 2010, s. 557–594; Stam, Stel, 2011, s. 78–95; Glinka, 2008, s. 29–32), co uzasadnia potrzebę zgłębiania tej problematyki wraz z próbą możliwie całościowego, tj. holistycznego spojrzenia na to zagadnienie.

Teoretyczne ujęcie przedsiębiorczości jest wyjaśniane w literaturze ekonomicznej w oparciu o prace wielu znanych myślicieli, w tym m.in. takich, jak: R. Cantillon, J.B. Say, T. Veblen, A. Marshall, J. Schumpeter, F. Knight, P.F. Drucker, I. Kirzner, W.J. Baumol i inni. Należy podkreślić, że przegląd literatury obrazuje bardzo różnorodne oblicza przedsiębiorczości i ujawnia ewolucję jej teorii (Murphy, Liao, Welsch, 2006, s. 12–35; Carlsson, Braunerhjelm, McKelvey i in., 2013, s. 913–930; Borowiecki, Siuta-Tokarska, Kusio, 2017, s. 40; Żmija, 2019, s. 55) z wyróżnieniem m.in. dwóch zasadniczych podejść:

- podejścia akcentującego istotę i znaczenie przedsiębiorczości od strony jej przyczynowości, tj. źródeł – podejście podmiotowe oraz
- podejścia akcentującego jej przejawy – podejście przedmiotowe.

Jak słusznie zauważa się, pomimo że podejścia te pozostają w relacjach komplementarnych, to jednak należy podkreślić, iż orientacja przyczynowa ma charakter pierwotny w wyjaśnianiu i rozumieniu istoty przedsiębiorczości. Podejście to eksponując człowieka, jako osobę-podmiot w pierwszej kolejności – czyni go sprawcą działania, a dopiero w dalszej – nadaje mu status wykonawcy (Kaliszczyk, 2011, s. 345). Dlatego też w ujęciu holistycznym przedsiębiorczość jest niejednokrotnie ukazywana jako kategoria moralna (Lipa, 2020), z uwzględnieniem szerokiego podejścia, bazującego nie tylko na gruncie ekonomicznym, ale także socjologicznym czy też psychologicznym. Takie ujęcie jest uzasadnione, gdyż przedsiębiorczość jako złożony proces jest zjawiskiem o charakterze interdyscyplinarnym, bowiem system ekonomiczny nie istnieje samodzielnie, ale jest powiązany ze strukturami społecznymi, otoczeniem kulturowym, instytucjonalnym, prawno-politycznym czy technicznym (Majkut, 2014).

Celem niniejszej publikacji jest próba ukazania istoty oraz spojrzenia na przedsiębiorczość przez pryzmat jej funkcji. Przeprowadzone wstępne badania teoretyczne pozwoliły na sformułowanie następujących pytań badawczych:

1. Co stanowi podstawę do określenia funkcji przedsiębiorczości?
2. Jaki nurt badawczy pozwala na możliwie całościowe, tj. holistyczne ujęcie przedsiębiorczości?

Szersza analiza piśmiennictwa w tym zakresie winna pozwolić na uzyskanie odpowiedzi na ww. pytania, co stanowić będzie wyraz autorskich dociekań w ramach niniejszej publikacji naukowej.

W pracy wykorzystano metodę analizy i krytyki piśmiennictwa jako podstawową metodę badawczą, przyjmując równocześnie założenie o potrzebie stworzenia autorskiego, modelowego ujęcia podejścia do przedsiębiorczości.

ZARYS TEORETYCZNY PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

Przedsiębiorczość to zagadnienie, które jest charakterystyczne dla nauk społeczno-ekonomicznych, w tym nauk o zarządzaniu, ale także psychologii, filozofii czy politologii. Zainteresowanie tym zagadnieniem jest związane między innymi z konsekwencjami zachodzących dynamicznych zjawisk w gospodarce światowej w świetle permanentnych zmian w otoczeniu społeczno-gospodarczym. Warto w tym miejscu wskazać, że w ekonomii przedsiębiorczość traktowana jest jako efekt pracy, aktywność, sposób zachowania na rynku, a także jako działanie przekładające się na wyniki ekonomiczne danej jednostki gospodarczej, zaś w nauce o zarządzaniu jest ona ujmowana jako proces oraz cecha działania, wyrażająca się sprawnością kierowania (Targalski, 2014, s. 18). Ta wielowymiarowość rozważań jest spowodowana odmiennością postrzegania działalności ludzkiej w naukach społecznych, do których zalicza się zarówno ekonomię, jak i naukę o zarządzaniu⁴.

Samo pojęcie „przedsiębiorczość” nie jest jednoznaczne i dotyczy to zarówno jego rozumienia w języku potocznym, ale także w nauce (Dollinger, 2008, s. 7–12). Jako obszar badawczy przedsiębiorczość cechuje się nie tylko interdyscyplinarnością, co wiąże się z jej badaniem na styku co najmniej dwóch dyscyplin naukowych, ale także z multidyscyplinarnością, tj. jej odrębnym badaniem w różnych dyscyplinach naukowych (Wach, 2015, s. 25). Stąd też przedsiębiorczość wyraża się wieloaspektowością i wielowątkowością podejmowanych badań (Siuta, 2002; Siuta-Tokarska, 2008; 2013). W ujęciu potocznym jest ona traktowana jako synonim rzutkości i zaradności, życiowego sprytu, a także dynamizmu (Safin, 2020, s. 13), powiązanego z posiadaniem ducha inicjatywy, wyrażającego się w ostatecznym rozrachunku zdolnością do bycia przedsiębiorczym. Personifikacją przedsiębiorczości jest osoba (grupa osób), którą – w kontekście ekonomicznym – określa się mianem przedsiębiorcy. W tym też znaczeniu przedsiębiorczość rozumiana jest jako umie-

⁴ W artykule autorka w sposób przemyślany użyła sformułowania nauka a nie nauki o zarządzaniu, podkreślając w ten sposób ujęcie jej jako jednej, względnie spójnej nauki, przy czym należy zauważyć, że wśród badaczy tego zagadnienia panuje dyskurs w tym względzie. Nauka o zarządzaniu jest stosunkowo młodą – na tle innych – nauką, co niewątpliwie ma wpływ na ocenę jej spójności i wypracowane metody badawcze. Można jednak odnaleźć w literaturze przedmiotu argumenty potwierdzające prawdziwość takiego założenia.

jętność doboru i zaangażowania w działalność gospodarczą – prowadzoną w warunkach niepewności czynników wytwórczych, w sposób zapewniający uzyskanie pożądaných efektów dla przedsiębiorcy lub grupy przedsiębiorczych osób. Ponadto, wskazuje się na przedsiębiorczość, także jako na jeden z głównych – oprócz ziemi, pracy i kapitału – czynnik wytwórczy. Ujęcie to było jednak poddawane krytyce, bowiem – jak wskazuje M. Blaug (1994, s. 466) – przedsiębiorczość jest funkcją, która nie spełnia warunków koniecznych, aby definiować ją jako „czynnik produkcji”, z uwagi na fakt, że nie jest ten czynnik równocześnie i nieskończenie podzielną i ściśle jednorodny. Warto w tym miejscu postawić pytanie: czy podstawowe czynniki produkcji w dobie współczesnej gospodarki spełniają faktycznie tak określone kryteria? Wystarczy spojrzeć choćby na „kapitał”, którego pojęcie, rozumienie i postacie w gospodarce wyraźnie ewaluowały od czasów ekonomii klasycznej.

Dość wyczerpującą pod względem swej ogólności definicję przedsiębiorczości proponuje R.A. Baron (2012, s. 4), który odnosi ją do „wykorzystania ludzkiej twórczości, pomysłowości wiedzy, umiejętności i energii do rozwoju czegoś nowego, użytecznego i lepszego od tego, co aktualnie istnieje – oraz tworzy pewną wartość społeczną lub ekonomiczną”. W podobnym duchu można przytoczyć definicję J. Pencza, w jej aspekcie pragmatycznym, a mianowicie: „to zachowanie człowieka lub ludzi w organizacji⁵, polegające na poszukiwaniu i stosowaniu nowych rozwiązań, wymagających więcej energii, inicjatywy i pomysłowości oraz umiejętnego oszacowania koniecznych nakładów (czasu, wysiłku, środków) i możliwych do osiągnięcia korzyści w obszarze występujących ograniczeń i możliwości, a także skłonności do brania na siebie ryzyka i odpowiedzialności za swoje decyzje i działania” (Penc, 1997, s. 350). A zatem – w ogólnym ujęciu – przedsiębiorczość wiąże się z konkretną aktywnością, przekształcającą pojawiające się szanse w istniejącej rzeczywistości w coś nowego, co można nie tylko zaobserwować, ale także realnie uchwycić (Bratnicka, 2015, s. 26–27).

Odnosząc się do praktyki gospodarowania należy zauważyć, że przedsiębiorczość występuje w dwojakiej postaci:

1. przedsiębiorcy (tzn. osoby lub grupy osób) najczęściej utożsamianego z innowatorem,
2. realokacji zasobów z działalności o relatywnie niskiej efektywności do tych obszarów, w których oczekiwane są większe korzyści.

Obie postacie przedsiębiorczości ujawniają się na rynku i decydują o jego dynamice, przy czym przedsiębiorczość w ujęciu atrybutowym ukazuje cechy opisujące ludzkie wysiłki w podejmowanych zamierzeniach i działaniach, zaś w ujęciu funkcjonalnym utożsamiana jest z aktywnością przedsiębiorcy i działaniem na rynku (Kuratko, 2019, s. 14–16). Należy zatem zgodzić się z R.W. Griffinem, że przedsiębiorczość traktowana jest z jednej strony jako zespół cech opisujących spo-

⁵ W tym ujęciu przedsiębiorczość jest ukazana jako „zachowanie człowieka/ludzi”.

sób postępowania jednostki lub zespołów ludzkich, a nawet całych instytucji aż do gospodarki włącznie, a z drugiej strony jako proces, czyli akt tworzenia i budowania nowych rzeczy z akcentem na umiejętność wykorzystania pomysłów i zasobów, które są niedostrzegalne dla innych (Griffin, 1999, s. 730–731). W tym miejscu warto pochylić się i zastanowić nad funkcjami, jakie pełni przedsiębiorczość.

W literaturze ekonomicznej termin „funkcja” niejednokrotnie jest utożsamiany z celem działalności, przy czym – jak słusznie zauważa B. Bolesta-Kukułka – funkcja, jaką pełni na przykład organizacja w gospodarce, „jest środkiem do celu, a nie celem jej działania” (1995, s. 46; Sudoł, 1999, s. 62). Niektórzy autorzy w odniesieniu do przedsiębiorstw ich funkcje określają jako zależność między stosowanymi środkami a osiąganym celem (Moczydłowska, Pacewicz, 2007, s. 21). Stąd też w działalności przedsiębiorstw wyodrębnia się ich funkcje o charakterze podstawowym⁶, pomocniczym⁷ i regulacyjnym⁸. Podobny układ klasyfikacyjny można wskazać w zakresie osoby przedsiębiorcy, gdzie zgodnie przyjmuje się, że pełni on funkcje z wyróżnieniem elementów statycznych i dynamicznych (Szczepański, 1958, s. 200). Te pierwsze związane są z funkcją organizatora produkcji, tzn. łączenia różnych przedmiotów i różnych sił będących w zasięgu jego oddziaływania w ramach istniejącego asortymentu produkcji, a drugie z funkcją tworzenia nowych kombinacji produkcyjnych (Lichtarski, 1999, s. 53), odnoszących się nawet do reformowania czy rewolucjonizowania struktury produkcji. W sytuacji, gdy dochodzi do oddzielenia osoby przedsiębiorcy od własności (np. przy dużym, rozproszonym akcjonariacie), wówczas z istotnych elementów funkcji właścicielskich pozostaje częściowe ponoszenie ryzyka i związana z nim odpowiedzialność za ewentualne straty czy pobierane zyski (Szczepański, 1958, s. 203–204).

W zakresie przedsiębiorczości część autorów wskazuje na jej funkcje widoczne w sytuacji i pozycji samego przedsiębiorstwa, a zatem o charakterze podstawowym, które mają znaczący wpływ na osiągnięcie zamierzonych celów, pomocniczym i regulacyjnym (Klonowska-Matynia, Palinkiewicz, 2013, s. 32). W kontekście spojrzenia holistycznego przyjęcie tych funkcji przedsiębiorczości byłoby jednak zbyt dużym uproszczeniem, bowiem odnoszą się one do rozumienia przedsiębiorczości wyłącznie w wymiarze gospodarczym, w zakresie działalności podmiotów gospodarczych, a konkretnie przedsiębiorstw. Nieco szersze rozumienie przedsiębiorczości – w kontekście organizacji – prezentuje A. Koźmiński, który wyróżnia następujące jej funkcje (Koźmiński, 2004, s. 165–166):

⁶ Funkcje podstawowe to te, które mają znaczący wpływ na uzyskanie celu ogólnego, a także celów szczegółowych.

⁷ Funkcje pomocnicze związane są z działaniami, bez których funkcje podstawowe nie mogłyby zostać zrealizowane, np. logistyka w przedsiębiorstwie.

⁸ Funkcje regulacyjne, zgodnie ze swoją nazwą, mają regulować funkcjonowanie i rozwój przedsiębiorstwa, co może mieć miejsce na przykład poprzez kształtowanie struktury organizacyjnej jednostki.

- intensywnego wykorzystania zasobów, w tym wiedzy i kapitału intelektualnego,
- podstawowego mechanizmu rynkowego poprzez szybkość i elastyczność reakcji na sygnały rynkowe,
- mechanizmu dostosowawczego, umożliwiającego szybkie dostosowanie oferty rynkowej do zmian popytu,
- wyznaczania kierunków, za którymi podąża rynek: kreowanie i testowanie innowacji,
- tworzenia buforu ochronnego, związanego z samoregulacją rynkową powstawania i zaprzestawania działalności gospodarczej,
- zacierania granic pomiędzy organizacją a jej otoczeniem, sprzyjających tworzeniu struktur sieciowych.

Niezależnie od wskazanych powyżej wyróżnień można przyjąć, że w myśl klasycznego podziału, przedsiębiorczość spełnia w szczególności następujące funkcje:

- określające cechy osobowościowe, w tym temperamentalne, a ponadto wyraża się jako sposób bycia i zachowania (Francik, 1994, s. 15; Mrozowicz, 2010, s. 13–23),
- ekonomiczne – na rzecz rozwoju gospodarczego i poprawy dobrobytu ludności (Carree, Thurik, 2005; 2010; Stam, Stel, 2011, s. 78–81),
- organizacyjne i zarządcze, z uwzględnieniem kryterium skuteczności, efektywności i gospodarności (zasady racjonalnego działania⁹) w ramach podejmowanych działań (Stevenson, Jarillo, 2007, s. 155–170; Handfield, Petersen, Co-usins, Lawson, 2009, s. 100–126),
- społeczne, w tym powiązania i mechanizmy odnoszące się do jakości życia¹⁰, relacji międzyspółecznych w zakresie przedsiębiorczości (Dacko-Pikiewicz, Walancik, 2015; Korsgaard, Anderson, 2011),
- edukacyjne, w szczególności związane z kształceniem i rozwijaniem umiejętności, postaw i zachowań przedsiębiorczych (Zioło, 2012, s. 12–13; Mitura, Jamroz, 2005, s. 277–296; Oosterbeek, Praag, Ijsselstein, 2010, s. 442–454),
- instytucjonalne, powodujące zmiany związane z jakością otoczenia instytucjonalnego, a także zachęcające do realizacji tzw. przedsiębiorczości produktywnej (Starnawska, 2012, s. 329–336; Elert, Henrekson, 2017; Samadi, 2019, s. 1–16; Khalilov, Yi, 2021, s. 119–134),
- kulturowe, obrazujące systemy kulturowe i właściwe im idee, wartości, normy i wzorce zachowań (Hryniewicz, 2004, s. 195; Glinka, 2008, s. 54–55; Harrison, Huntington, 2003; Gadomska-Liła, 2016, s. 29–42).

⁹ Biorąc pod uwagę dokonania i rozwój ekonomii behawioralnej warto podkreślić, że racjonalne zachowania przedsiębiorców nie odzwierciedlają tego stanu w każdym momencie i sytuacji rynkowej. Ekonomia behawioralna, stanowiąca pewną hybrydę teorii i eksperymentu (Niemcewicz, 2018, s. 9–19), weryfikuje założenia racjonalności podejmowanych wyborów, działań, pozwalając też zrozumieć anomalie różnego rodzaju zachowań wśród uczestników rynku.

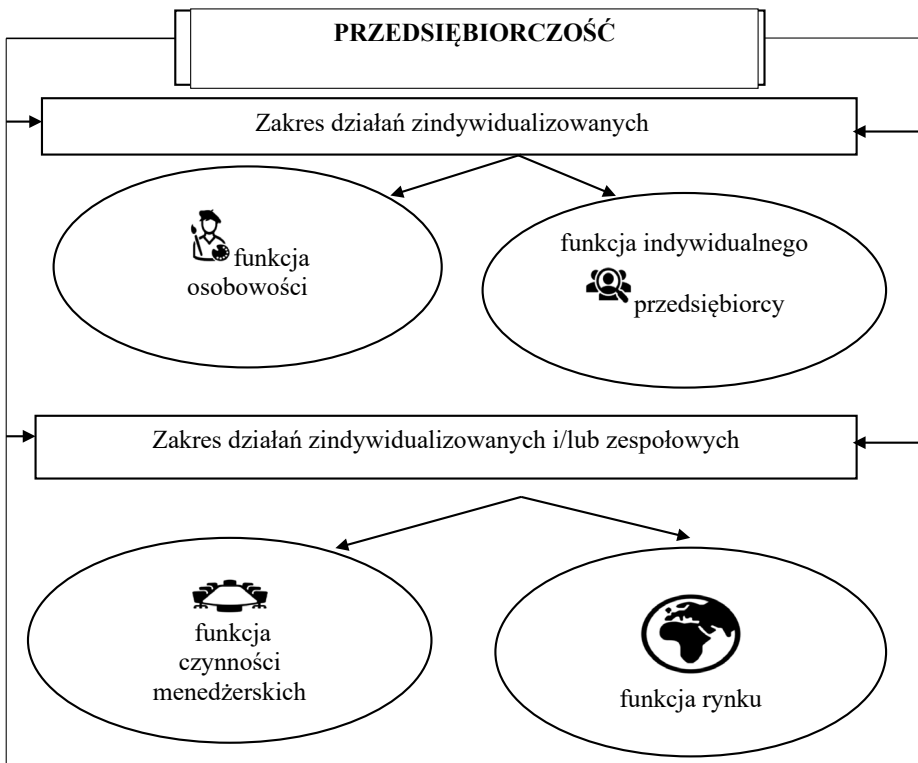
¹⁰ Jakość życia na gruncie socjologicznym jest analizowana w sensie obiektywnym i subiektywnym (Mularska-Kucharek, 2016, s. 143).

W porównaniu z potocznym rozumieniem przedsiębiorczości, w literaturze naukowej można także spotkać rozróżnienie na cztery bazowe punkty odniesienia w wyjaśnianiu przedsiębiorczości, jako (Wach, 2015, s. 26):

- funkcji osobowości,
- funkcji indywidualnego przedsiębiorcy,
- funkcji czynności menedżerskich, a także
- funkcji rynku.

Należy w tym miejscu zaznaczyć, że wskazane przez K. Wach funkcje przedsiębiorczości nie przynależą do klasycznego podziału i rozumienia funkcji, które zaprezentowano wcześniej, jednakże zostały tutaj przytoczone, z uwagi na ich dość szerokie i ukierunkowane kryterialnie interpretacje tego zagadnienia w świetle dorobku ekonomii jako nauki, która historycznie najwcześniej uwzględniała badania nad przedsiębiorczością.

Na rys. 1. zobrazowano zakresy działań przedsiębiorczych i związane z nimi funkcje przedsiębiorczości.



Rys. 1. Zakres przedsiębiorczości a jej funkcje

Źródło: opracowanie własne na podstawie (Wach, 2015, s. 26) z zastosowaniem własnego odwzorowania.

Z uwagi na przyjęty cel badawczy oraz ograniczone możliwości, wynikające z objętości niniejszej pracy naukowej, pominięto szersze spojrzenie na ww. funkcje przedsiębiorczości w świetle autorstwa K. Wacha, limitując je do zagadnień podstawowych, stanowiących kanwę do rozważań o funkcjach przedsiębiorczości w ujęciu personalistycznym.

PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ JAKO FUNKCJA OSOBOWOŚCI

Badania nad przedsiębiorczością jako funkcją osobowości¹¹ (Hilgard, 1967, s. 129) są realizowane w nauce o zarządzaniu, jak i w naukach behawioralnych z uwzględnieniem trzech głównych nurtów badawczych: instrumentalizacji osobowości, ontologii osobowości, a także teoretycznej pragmatyki (Wach, 2015, s. 26). Niezależnie jednak od nurtu badawczego przedsiębiorczość w kontekście ww. funkcji można przedstawić jako immanentną i kreacyjną cechę osobowości, ale również zbiór cech personalnych, które uwidaczniają się w rozmaitych rolach społecznych oraz zawodowych człowieka, a także w postaci względnie stabilnej wiązki swoistych zachowań uwarunkowanych osobowościowo, kulturowo-społecznie i sytuacyjnie (Mrozowicz, 2010, s. 14). Na osobowościową funkcję przedsiębiorczości składa się zatem obraz psychiczny człowieka, z uwzględnieniem jego cech temperamentu i inteligencji, uwarunkowanych w znaczącym stopniu genetycznie, ale również cech nabytych w rozwoju ontogenetycznym, jak: charakter, osobowość, motywacja do działania i przyjęty system wartości, a które łącznie wpływają na procesy percepcyjne, a także zdolności jednostki. W konsekwencji zachowania człowieka determinowane są m.in. przez następujące grupy jego cech osobowościowych takie, jak (Moczyłowska, Pacewicz, 2007, s. 10):

- cechy określające kierunek działania i wybór celów, a które swe źródło mają w sferze potrzeb i uznawanych, a także realizowanych przez człowieka wartości,
- cechy określające poziom i sprawność działania, w tym związane ze zdolnościami i inteligencją,
- cechy określające tempo, szybkość, siłę i trwałość reakcji na bodźce z otoczenia, związane z temperamentem jednostki,
- cechy określające zgodność działania z obowiązującymi normami, standardami społecznymi, moralnymi i etycznymi, ukazujące w ten sposób charakter człowieka.

¹¹„Osobowość” w ujęciu Hilgarda jest przedstawiana jako zorganizowana struktura cech indywidualnych i sposobów zachowania jednostki.

PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ JAKO FUNKCJA INDYWIDUALNEGO PRZEDSIĘBIORCY

W badaniach ekonomicznych dość często analizowana jest rola przedsiębiorcy. W tym kontekście przedsiębiorczość jako funkcja indywidualnego przedsiębiorcy nie musi oznaczać konkretnej osoby, danego człowieka, lecz określoną funkcję, jaka jest realizowana (Wach, 2015, s. 27–28). Wskazując za J. Schumpeterem, za przedsiębiorcę należy uznać tego, który:

- tworzy przedsiębiorstwo,
- wprowadza postęp techniczny,
- wprowadza nowe wyroby,
- zdobywa nowe rynki zbytu, a także
- podejmuje decyzje organizacyjne, które przyczyniają się do tworzenia nowych kombinacji produkcyjnych.

Funkcje te, określane mianem rynkowych funkcji przedsiębiorczych, są realizowane przy uwzględnieniu (Wach, 2015, s. 28):

- ponoszenia ryzyka przez przedsiębiorcę (na co wskazują R. Cantillon, J.B. Say czy F. Knight),
- organizowania i koordynowania przez niego ograniczonych zasobów ekonomicznych (J.B. Say),
- akumulowania i alokowania kapitału (A. Smith, D. Ricardo, A. Marshall), a także
- ciągłego poszukiwania okazji i maksymalizacji szans do uzyskania zamierzonych efektów swej działalności (von Mises, Kirzner).

Analizując koncepcje przedsiębiorczości można jednak zauważyć, że pojęcie to wyraźnie ewoluowało od ogólnego pojęcia przedsiębiorstwa, dostępnych zasobów i ich wykorzystania, oszczędności, inwestycji i zwielokrotniania zysków po coraz większą uwagę odnoszoną do zachowań, cech charakteru i postaw przedsiębiorców (Augustyńczyk, 2020, s. 25; Makiela, Baran, Stuss, 2018, s. 14), które pozwalają na reformowanie, a nawet rewolucjonizowanie dotychczasowych wzorców, pomysłów, metod i zastosowań. W rezultacie współczesny przedsiębiorca jest utożsamiany z tym, który łączy cechy organizatora, umiejętności zarządzającego z charyzmą przywódcy. Jego „duch przedsiębiorczości” wywodzi się z potrzeby tworzenia, powiązanej ze zdolnością do takiego działania (w kontekście nowych, twórczych rozwiązań), tj. kreatywnością, a także dostrzeganiem pozytywnych stron i wiary w powodzenie danego przedsięwzięcia, tj. optymizmem.

PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ JAKO FUNKCJA CZYNNOŚCI MENEDŻERSKICH

Kolejna funkcja przedsiębiorczości, tj. funkcja czynności menedżerskich – jest związana z eksploracją i eksplanacją zachowań menedżerskich (Wach, 2015,

s. 27), które ogniskują się wokół wyboru odpowiedniej strategii, tworzenia struktur (dążenie w kierunku struktur elastycznych), promowania innowacyjności, samodzielności i inicjatywy, przy równoczesnym unikaniu biurokracji, a także odnajdywaniu skutecznych sposobów na prowadzenie i rozwój organizacji w konkurencyjnym i wysoce turbulentnym otoczeniu (Marjański, 2013, s. 5). Analiza literatury pozwala na wskazanie dwóch zasadniczych obszarów badawczych w tym zakresie (Landström, 2010, s. 18–19):

- przedsiębiorczości jako procesu tworzenia nowych przedsięwzięć oraz
- przedsiębiorczości jako procesu odkrywania i wykorzystywania okazji.

Oczywiście obie gałęzie badawcze łączą się ze sobą. Niejednokrotnie menedżerowie tworząc nowe przedsięwzięcia wykorzystują pojawiające się okazy rynkowe lub poznają nowe, dotychczas przedsiębiorstwu nieznanne obszary działalności. W tym miejscu warto jednak podkreślić, że przedsiębiorczość menedżerów w korporacjach nie będzie tym samym, co przedsiębiorczość menedżerów w podmiotach sektora MŚP, bowiem proste „przeszczepienie” modelu czynności menedżerskich sprawdzających się np. w małych podmiotach gospodarczych na grunt korporacji nie jest w praktyce możliwe i odwrotnie: przenoszenie zasad zarządzania korporacjami na grunt sektora MŚP również nie jest realne (Glinka, Gudkova, 2011, s. 234). Inne jest bowiem środowisko pracy (charakter często lokalny w MŚP i międzynarodowy w korporacjach, poziom wykształcenia, wiedzy i umiejętności, w tym poziom specjalizacji pracowników¹², ich wiek i inne czynniki), zakres działań, dostęp do kapitału, aktywów, często zupełnie odmienne środowisko B+R i wiele innych elementów różnicujących te jednostki.

Ważnym elementem na drodze realizacji funkcji menedżerskich jest sam proces edukacji menedżerskiej, szczególnie w korporacjach, który w obecnych uwarunkowaniach kulturowo-społecznych¹³ jest oparty w zasadzie na racjonalności instrumentalnej. Postuluje się zatem rezygnację z modelu kształcenia – „człowieka jednowymiarowego” i wprowadzenie modelu personalistyczno-fenomenologicznego (Bombała, 2013, s. 324), w myśl którego zarządzanie i realizacja czynności menedżerskich nie może ujmować pracowników „wąsko”, jako zbioru informacji, który umożliwia kumulację materialnych efektów czy sterowanie kimś, w kim tylko taki właśnie zbiór się dostrzega, ale jako osoby przeżywające i doświadczające autokreacji, komunikacji i przynależności, którą można uchwycić i poznać w swoim akcie jako ruch personalizacji (*Zarządzanie...*, 2018, s. 17–19; Mounier, 1964, s. 10). Wykorzystanie w tym celu modeli kompetencji, udzielania informacji zwrotnej, coachingu, mentoringu, facylitacji, planów rozwojowych pracowników czy modeli przywództwa może być jak najbardziej po-

¹² Np. pracownicy o wysokim stopniu specjalizacji w korporacjach.

¹³ Społeczeństw materialistycznych.

mocne, pod warunkiem zachowania holistycznego podejścia do organizacji oraz stawiania człowieka w centrum jej uwagi.

PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ JAKO FUNKCJA RYNKU

Przedsiębiorczość jako funkcja rynku w ujęciu ekonomicznym jest zobrazowana przede wszystkim w kontekście analizy popytowo-podażowej. Jak wskazuje K. Wach (2015, s. 28) za R.F. Hébertem oraz A.N. Linkiem (1989, s. 4), poziom przedsiębiorczości w gospodarce uzależniony jest od trzech znamienych warunków:

1. wolnego rynku i otwartej gospodarki, które są gwarantami równego dostępu do okazji przedsiębiorczych,
2. gwarantowanej własności prywatnej, a także
3. stabilności instytucji, która jest niezbędna, aby umacniać wskazane powyżej dwa warunki.

Nie można jednak zapominać, że wolny rynek, w tym jego model jest pewnym uproszczeniem rzeczywistości gospodarczej. A ta z kolei wydaje się być znacząco bardziej złożona i nie sposób jej ograniczyć jedynie do krzywych popytu i podaży czy maksymalizacji użyteczności w procesie realizacji zadań, funkcji i celów przyświecających *homo economicus*. Niewidzialna ręka rynku – jak pokazuje empiria – nie jest w stanie sprostać wszystkim problemom rynkowym, a wolność rynku i otwartość gospodarki nie są podporządkowane założeniom modelowym. Współczesna odmiana wolnego rynku w postaci turbokapitalizmu, którego wyznacznikami są: deregulacja, prywatyzacja i globalizacja, a także zmiany technologicznej liberalizacji handlu, zmierza jedynie do wypracowywania zysków, które dzielone są w sposób nieproporcjonalny, a społeczeństwa *de facto* służą jedynie gospodarce (to gospodarka winna służyć społeczeństwu). Z pewną przekorą można by powiedzieć, że piękno wolnego rynku wyraża się obecnie tym, że jako mechanizm umożliwia zapewnienie wysokiego poziomu życia i bogactwa – nielicznym. W tym zwierciadle brakuje twarzy człowieka i dotyczy to nie tylko kwestii rynku pracy, aspektu podażowego, ale i tak samo aspektu popytowego. Klient jest traktowany w kategoriach zapewniającego popyt i zbyt na towary (jak wskazują G.A. Akerlof i R.J. Shiller (2017, s. 32), konsument wolnego rynku jest zniewolony poprzez liczne manipulacje rynkowe, wyrafinowane techniki marketingu i reklamy), zaś społeczeństwo jako całość oddane jest maksymalnej produkcji dóbr materialnych i ich konsumpcji. „Nawet jeśli człowiek jest dobrze nakarmiony i zabawiany, pozostaje bierny” (Fromm, 2017).

Wolny rynek i otwarta gospodarka w swych pierwotnych założeniach wykazują określoną logikę, jednakże współczesna odsłona gospodarki XXI wieku odcięła się od początków autonomicznej myśli ekonomicznej o gospodarce w ka-

tegoriach moralnych, na które zwracał uwagę A. Smith (Przybyła, 2005, s. 11). Obecna ponowoczesność (Bauman, 2013) i jej społeczeństwo podlegają grze wieloznaczności i dekonstrukcji. Aby móc zawrócić z tej błędnej drogi niezbędna jest refleksja i krytyczne myślenie, a im bardziej poszerza się pole gry, tym bardziej konieczna jest większa odpowiedzialność działających jednostek – dotyczy to wszystkich aktorów społecznych. To jednak wymaga odpowiedniej edukacji obywatelskiej, aby wymiar społeczny gospodarowania oparty był na personalizmie.

PRÓBA MODELOWEGO UJĘCIA HOLISTYCZNEGO PODEJŚCIA DO PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

Holizm w literaturze przedmiotu jest przedstawiany jako (Allwood, 1973; Caruana, 2017):

- teoria rzeczywistości, zgodnie z którą świat stanowi całość, która hierarchicznie złożona jest z licznych całości niższego rzędu, podlegając dynamicznej, twórczej ewolucji. Ewolucja ta prowadzi w konsekwencji do powstawania nowych, jakościowo różnych całości, których nie można zredukować do sumy swych części,
- pogląd, według którego zjawiska społeczne tworzą układy całościowe, podlegające określonym prawidłowościom, których nie można wywnioskować na podstawie wiedzy o prawidłowościach rządzących ich składnikami¹⁴.

Przedsiębiorczość pojmowana jako proces jest niewątpliwie złożonym systemem, na który składają się określone elementy oddziałujące na siebie i otaczające je ekosystemy. W tym ujęciu, nawiązując do poglądów filozofa B. Latorra, że świat i systemy składają się z materialnych i niematerialnych elementów oddziałujących na siebie i równorzędnych w sytuacyjnym zdobywaniu prymatu nad pozostałymi składnikami (Pindelski, 2012, s. 26), wyraźnie zarysowuje się potrzeba holistycznego spojrzenia na to zagadnienie. Analiza przedsiębiorczości nie powinna być bowiem pozbawiona szerokiego spojrzenia na to zjawisko nie tylko w kontekście teorii naukowych, charakterystycznych dla ekonomii i nauki o zarządzaniu, ale także wglądu w inne nauki, w których ta problematyka jest poruszana. Niektórzy autorzy podkreślają koncentrację uwagi w zasadzie jedynie na określonych aspektach, obszarach badań przedsiębiorczości, a nie na całości, jako złożonym zjawisku (Parker, 2005, s. 3).

W literaturze podkreśla się niedocенienie w ekonomii głównego nurtu XX w. pracy, która została sprowadzona do „siły roboczej”, a człowieka do „produ-

¹⁴ W świetle stanowiska holistycznego przyczyny zjawisk społecznych tkwią w przyczynach społecznych (wyjaśnienie funkcjonalne), a nie indywidualnych (wyjaśnianie intencjonalne) (Piórkowska, 2012, s. 41–42).

centa”, „konsumenta” czy „zasobów ludzkich”, który jest jedynie dodatkiem do maszyn, urządzeń i systemów komputerowych w oczekiwaniu wyłącznie na zwiększanie efektywności jego działań dla potrzeb „bogacenia się” właściciela kapitału. Co prawda teoria behawioralna, w tym behawioralna teoria przedsiębiorstwa, a także neuroekonomia wskazują na zmiany paradygmatu w naukach ekonomicznych i o zarządzaniu. Uwidacznia się nieco bardziej podmiotowe podejście do człowieka jako uczestnika procesów rynkowych, uwzględniające różne okoliczności (ekonomiczne, psychologiczne, środowiskowe, historyczne i inne), warunkujące jego zachowania¹⁵ (Floreczak, 2017, s. 96; Kurczewska, 2014, s. 18–22). Jednakże perspektywa, w której człowiek „jawi się jako suma reakcji na bodźce albo suma reakcji swojego mózgu, który zdeterminowany przez strukturę genetyczną, działa pod wpływem bodźców zewnętrznych, adaptując się do otoczenia” (Drobny, 2019, s. 123), jest stanowczo niewystarczająca w świetle podejścia holistycznego. Stąd rodzi się naturalna potrzeba poszukiwania innej perspektywy.

Autorka niniejszej pracy postrzega „personalizm” jako nurt filozoficzny akcentujący autonomiczną wartość osobowości w analizie rzeczywistości i bytowania ludzkiego, który stanowi właściwą perspektywę dla ukazania istoty i funkcji przedsiębiorczości. Za tak przyjętą perspektywą przemawiają następujące argumenty związane z personalizmem (Galarowicz, 2000):

- punkt wyjścia do refleksji stanowi całokształt rozważań dotyczący osoby ludzkiej,
- osoba ludzka pojmowana jest wieloaspektowo, z określeniem jej jako bytu natury duchowej,
- osoba ludzka obdarzona jest samoświadomością, ale także wolą, tzn. jest zdolna do samookreślenia się,
- jest ona twórcza, wolna i odpowiedzialna moralnie, wyrażając siebie poprzez swoje czyny i dzieła.

Oprócz przedstawionych powyżej uzasadnień o pozytywnym wydźwięku, można wskazać także te pejoratywne. Jak wskazuje B. Bombała (2013, s. 322), – ekonomia głównego nurtu przekształciła się od pozytywizmu, opisującego to, co ontologiczne, poprzez wyraźnie krytykowany redukcjonizm aż po ekonomizm, wyjaśniający to, co ontyczne, a ponadto „ekonomizm stał się ideologią uzurpującą sobie prawo nie tylko do wyjaśniania celu ludzkiego życia, ale wręcz narzucającą ludziom reguły postępowania. To właśnie pod wpływem ekonomii doszło w sferze gospodarczej do depersonalizacji człowieka pracującego i alienacji pracy” (Bombała, 2013, s. 322). W podobnym duchu rozważania dotyczą „zawłaszczenia przedsiębiorstw” przez tzw. kastę menedżerów. Poprzez kapi-

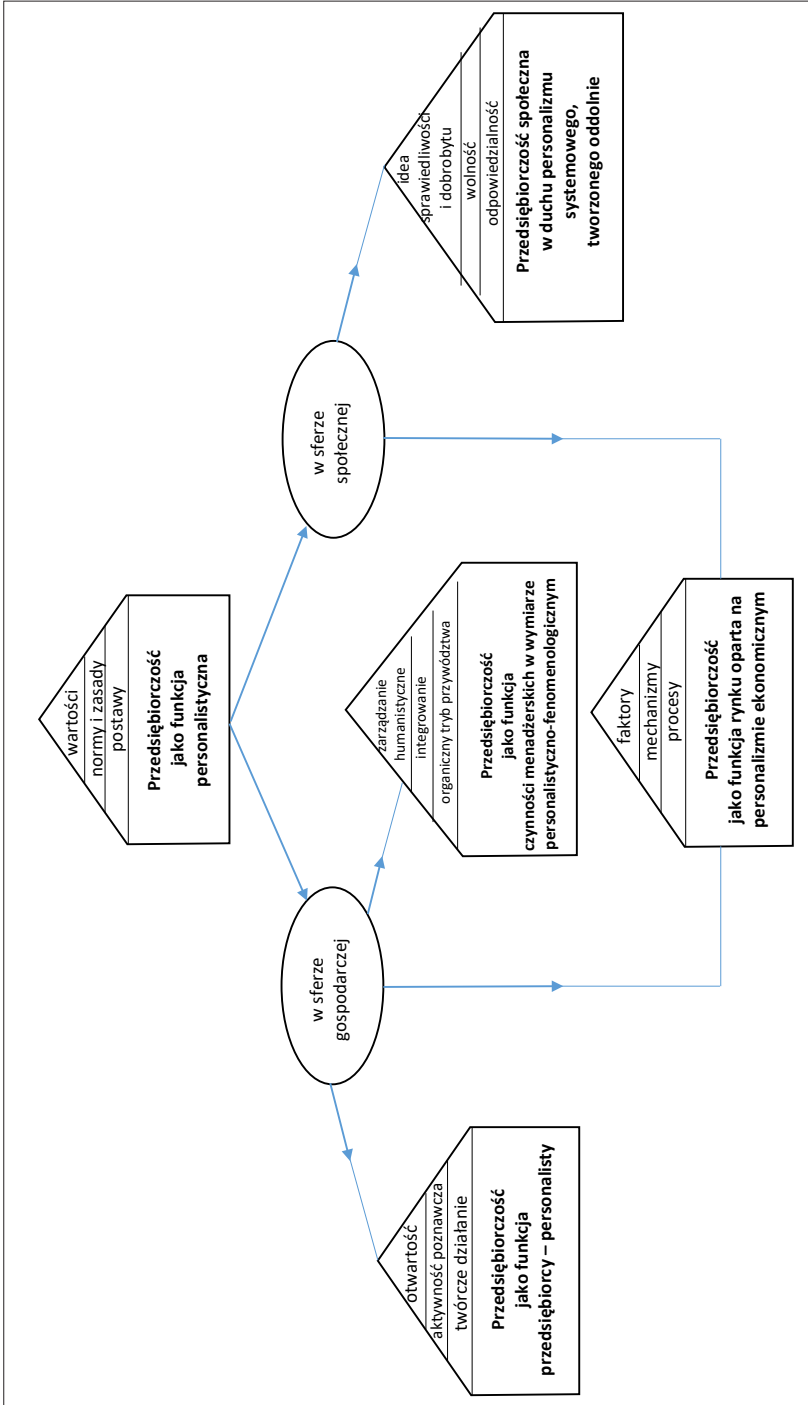
¹⁵ Ekonomia behawioralna i neuroekonomia koncentrują się jednak przede wszystkim na zachowaniach uczestników rynku.

talizm menedżerski nastąpiło oddzielenie własności (udziałowcy, akcjonariusze) od rzeczywistej władzy/zarządzania w przedsiębiorstwie. Menadżerowie – zgodnie z „wykreowanymi potrzebami rynku” zapewniali innowacje, ciągły wzrost, zyski, przy równoczesnym coraz bardziej biurokratyzowanym i bezosobowym świecie korporacyjnego biznesu. System rynkowy z neoliberalizmu poprzez instrumentalną racjonalność, coraz bardziej zaczynał przypominać „turbokapitalizm”, w którym etyka biznesu z wolna stawała się jedynie narracją polityczną (Rotengruber, 2005, s. 162). Dlatego też wydaje się niezbędne, aby przedsiębiorczość zarówno w sferze gospodarczej, jak i społecznej (Mair, Robinson, Hockerts, 2006; Górka, Łuszczuk, Thier, 2019) we wszystkich swych ujęciach, czy to jako funkcja osobowościowa, indywidualnego przedsiębiorcy, czynności menedżerskich czy też funkcja rynku (a także w sferze społecznej poprzez realizację tzw. przedsiębiorczości społecznej), była rozszerzona o wręcz konieczną refleksję filozoficzną. Odpowiednie walory aplikacyjne znajduje tutaj personalizm fenomenologiczny, w myśl którego człowiek to świadoma osoba doświadczająca siebie i innych, szczególnie jeśli przedsiębiorczość ma się wyrażać poprzez wspólnotę osób i wspólnotę pracy (Bombała, 2002, s. 131–148). Aby tak było, to przedsiębiorczość:

- z funkcji *stricte* osobowościowej winna zmierzać w kierunku funkcji personalistycznej, wyrastającej na wartościach, które wraz z normami i zasadami, szczególnie etycznymi, prowadzą do określonych personalistycznych postaw przedsiębiorczych,
- z funkcji indywidualnego przedsiębiorcy – w kierunku przedsiębiorcy personalisty, który potrafi rewolucjonizować, restrukturyzować, ale też rewitalizować, realizując siebie jako przedsiębiorcę i pozwalając innym (pracownikom) na ich samorealizację,
- z funkcji czynności menedżerskich typowo racjonalistyczno-instrumentalnych ku czynnościom menedżerskim w wymiarze personalistyczno-fenomenologicznym, z uwzględnieniem organicznego typu przywództwa menedżerów (Bombała, 2016, s. 113–114) i zarządzania humanistycznego (Mirski, 2005, s. 69–80),
- z funkcji rynku opartego na neoliberalnej wolności i nieograniczonej otwartości gospodarki w kierunku funkcji rynku opartego na personalizmie ekonomicznym (Gronbacher, 1999) w duchu ekonomii współdzielenia¹⁶.

Tak określony model postulatywnych funkcji przedsiębiorczości zaprezentowano na rys. 2.

¹⁶ Personalizm ekonomiczny wyraża się w założeniach: prymatu jednostki nad elementami ekonomii, kapitału ludzkiego ujmowanego jako tworzenie i twórczość, zapewnienia godności ludzkiej pracy, niezależnego rozwoju człowieka czyli wytwórczości połączonej z personalizmem, prawa do uczestnictwa, zasady pomocniczości, ograniczenia rynku, solidarności oraz sprawiedliwości społecznej.



Rys. 2. Modelowe ujęcie holistycznego podejścia do przedsiębiorczości

Źródło: opracowanie własne.

KONKLUZJE I WNIOSKI

Realizacja niniejszej pracy w postaci artykułu naukowego pozwoliła na osiągnięcie przyjętego celu badawczego, jakim była próba uchwycenia istoty przedsiębiorczości oraz spojrzenia na nią przez pryzmat jej czterech podstawowych funkcji: osobowości, indywidualnego przedsiębiorcy, czynności menedżerskich i rynku. Przeprowadzone badania teoretyczne za pomocą metody analizy i krytyki piśmiennictwa pozwoliły uzyskać odpowiedź na sformułowane we Wstępie pracy pytania badawcze:

1. Co stanowi podstawę do określenia funkcji przedsiębiorczości?
2. Jaki nurt badawczy pozwala na możliwie całościowe, tj. holistyczne ujęcie przedsiębiorczości?

Odpowiedź na pierwsze z tych pytań wskazuje na człowieka jako osobę czy to w kontekście analizy pojedynczej osoby, tj. konkretnego człowieka, indywidualnego przedsiębiorcy czy też grupy osób jak menedżerowie, członkowie organizacji społecznych, realizujących przedsiębiorczość w sferze społecznej, czy też w odniesieniu do całego rynku, jako swoistego zbioru ludzi, ujętych jako osoba(y) = podmiot(y). Tym samym funkcje przedsiębiorczości stają się pochodną zakorzenionego w wolnej woli wyboru człowieka i podejmowanych przez niego działań, z uwzględnieniem zespołu jego cech, w tym kompetencji i umiejętności, a także zachowań, postaw oraz przyświecających mu wartości.

W przypadku drugiego pytania badawczego konieczne było możliwie szerokie spojrzenie na to zagadnienie, z uwzględnieniem literatury dotyczącej ekonomicznego, społecznego i psychologicznego wyjaśniania tej problematyki, w tym także w oparciu o grunt filozoficzny.

Biorąc pod uwagę, że uwarunkowania społeczno-gospodarcze realizacji przedsiębiorczości w jej wymiarze empirycznym niejednokrotnie ujawniają znamiona technokratyzmu i scjentyzmu światopoglądowego (Strawiński, 1999, s. 43–50), stąd ważne jest uwzględnianie czynnika humanistycznego w zarządzaniu opartym na autonomii podmiotów w nim uczestniczących. Słuszne jest zatem przyjęcie perspektywy personalistycznej, która pozwala nie tylko na zachowanie spójności ontologiczno-ontycznej w odniesieniu do przedsiębiorczości, ale także na zapewnienie rozwoju trzech kategorii wartości:

- duchowych, przyczyniających się do rozwoju osobistego pojedynczego człowieka/przedsiębiorcy, ukazanych jako: wartości, normy i zasady oraz postawy, a także jego otwartości, aktywności poznawczej i twórczego działania,
- humanistycznych, pozwalających na rozwój człowieka/ludzi w relacjach społecznych (sfera społeczna), a także zarządzania humanistycznego, z uwzględnieniem organicznego typu przywództwa i personalizmu ekonomicznego (sfera gospodarcza),

– mieszanych – zmieniających rozwój osobowy i relacyjny osób uczestniczących w tak ujętym procesie w sferze gospodarczej i społecznej, w tym poprzez realizację m.in. zasad personalizmu, subsydiaryzmu, uczestnictwa, pomocniczości, solidarności czy sprawiedliwości społecznej.

BIBLIOGRAFIA

- Akerlof, G.A., Shiller, R.J. (2017). *Złowić frajera. Ekonomia manipulacji i oszustwa*, przekł. Z. Matkowski. Warszawa: PTE.
- Allwood, J.S. (1973). The concept of holism and reductionism in sociological theory. *Forskningspapport Fran Sociologiska Institutionen Vid Gotesborgs Universitet*, 27, 1–34.
- Augustyńczyk, J. (2020). Przedsiębiorczość w wybranych teoriach ekonomicznych. W: E. Gruszewska (red.), *Współczesne problemy ekonomiczne w badaniach młodych naukowców. T. 4, Teoria i praktyka* (s. 18–27). Białystok: Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku.
- Baron, R.A. (2012). *Entrepreneurship. An evidence-based guide*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Bauman, Z. (2013). *Ponowoczesność jako źródło cierpień*. Warszawa: Wydawnictwo Sic.
- Blaug, M. (1994). *Teoria ekonomii. Ujęcie retrospektywne*. Warszawa: PWN.
- Bolesta-Kukułka, K. (1995). Świat organizacji. W: A.K. Koźmiński, W. Piotrowski (red.), *Zarządzanie. Teoria i praktyka* (s. 13–105). Warszawa: PWN.
- Bombała, B. (2002). Personalistyczna filozofia zarządzania jako odpowiedzialność pozytywna. *Prakseologia*, 142, 131–148.
- Bombała, B. (2013). Ekonomizm nauk o zarządzaniu a przedsiębiorczość personalistyczna. *Annales. Etyka w życiu gospodarczym*, 16(1), 319–334.
- Bombała, B. (2016). Przywództwo w perspektywie personalistyczno-fenomenologicznej. *Organizacja i Kierowanie*, 4, 101–117.
- Borowiecki, R., Siuta-Tokarska, B., Kusio, T. (2017). Związki symbiotyczne organizacji sieciowej z przedsiębiorczością. W: M. Grabowska, B. Ślusarczyk (red.), *Zarządzanie organizacją: koncepcje, wyzwania, perspektywy* (s. 40–49). Częstochowa: Politechnika Częstochowska.
- Bratnicka, K. (2015). Twórcza przedsiębiorczość organizacyjna. *Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach*, 212, 23–34.
- Carlsson, B., Braunerhjelm, P., McKelvey, M., Olofsson, Ch., Persson, L., Ylinenpää, H. (2013). The evolving domain of entrepreneurship research. *Small Business Economics*, 41, 913–930. DOI: 10.1007/s11187-013-9503-y.
- Caruana, J. (2017). *Holism and the understanding of science. Integrating the analytical, historical and sociological*. London: Routledge.
- Carree, M.A., Thurik, A.R. (2005). Understanding the role of entrepreneurship for economic growth. *Discussion Papers on Entrepreneurship, Growth and Public Policy*, 1–11.

- Carree, M.A., Thurik, A.R. (2010). The Impact of Entrepreneurship on Economic Growth. W: Z. Acs, D. Audretsch (red.), *Handbook of Entrepreneurship Research. International Handbook Series on Entrepreneurship* (s. 557–594), Vol. 5. New York: Springer.
- Dacko-Pikiewicz, Z., Walancik, M. (2015). *Spoleczny wymiar innowacji i przedsiębiorczości*. Dąbrowa Górnicza: Wydawnictwo WSB Dąbrowa Górnicza.
- Dollinger, M.J. (2008). *Entrepreneurship. Strategies and resources*. Illinois: MARSH Publications.
- Drobny, P. (2019). Dialogiczny charakter wymiany w ujęciu ekonomii personalistycznej. *Prakseologia*, 161, 115–139. DOI: 10.7206/prak.0079-4872_2015_160_20.
- Drucker, F.P. (1992). *Innowacja i przedsiębiorczość*. Kraków: Wydawnictwo Czytelnik.
- Elert, N., Henrekson, M. (2017). Entrepreneurship and Institutions: A Bidirectional Relationship. *IFN Working Paper*, 1153, 1–60.
- Florczak, E. (2017). Kultura organizacyjna w przedsiębiorstwie społecznym. *Humanizacja Pracy. Współczesne tendencje zmian kultury zarządzania organizacyjną*, 3(289), 93–108.
- Francik, A. (1994). Przedsiębiorczość a innowacje. *Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie*, 444, 15–19.
- Fromm, E. (2017). *Rewolucja nadziei. W stronę uczłowieczonej technologii*, tłum. A. Kochan. Kraków: Vis-a-Vis/Etiuda.
- Gadomska-Lila, K. (2016). Znaczenie kultury w rozwoju przedsiębiorczych postaw. *Edukacja Ekonomistów i Menedżerów*, 3(41), 29–42. DOI: 10.5604/01.3001.0009.4707.
- Galarowicz, J. (2000). *Człowiek jest osobą. Postawy antropologii filozoficznej Karola Wojtyły*. Kęty: Wydawnictwo Antyk.
- Gašiorowska-Mącznik, E. (2017). Teoretyczne podstawy przedsiębiorczości. *Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy*, 52(4), 392–403. DOI: 10.15584/nsawg.2017.4.28.
- Glinka, B. (2008). *Kulturowe uwarunkowania przedsiębiorczości w Polsce*. Warszawa: PWE.
- Glinka, B., Gudkova, S. (2011). *Przedsiębiorczość*. Warszawa: Oficyna Wolters Kluwer business.
- Górka, K., Łuszczczyk, M., Thier, A. (2019). Ekonomia społeczna jako wyzwania dla współczesnych przedsiębiorstw. W: J. Pach, R. Śliwa, W. Maciejewski (red.), *Przedsiębiorczość społeczna, innowacje, środowisko* (s. 221–236). Warszawa: CeDeWu.
- Griffin, R.W. (1999). *Podstawy zarządzania organizacjami*. Warszawa: PWN.
- Gronbacher, G.M. (1999). *Personalizm ekonomiczny*. Lublin: Instytut Liberalno-Konserwatywny.
- Handfield, R., Petersen, K., Cousins, C., Lawson, B. (2009). An organizational entrepreneurship model of supply management integration and performance outcomes. *International Journal of Operations & Production Management*, 29(2), 100–126. DOI: 10.1108/01443570910932011.
- Harrison, L.E., Huntington, S.P. (red.). (2003). *Kultura ma znaczenie. Jakie wartości wpływają na rozwój społeczeństw?* Poznań: Zysk i Spółka.
- Hébert, R.F., Link, A.N. (1989). *A History of Entrepreneurship*. Oxon: Routledge.
- Hilgard, E.R. (1967). *Wprowadzenie do psychologii*. Warszawa: PWN.
- Hryniewicz, J.T. (2004). *Polityczny i kulturowy kontekst rozwoju gospodarczego*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.

- Kaliszczak, L. (2011). Schumpeterowska teoria przedsiębiorczości i jej współczesne implikacje. *Nauki o Zarządzaniu*, 8, 345–355.
- Khalilov, L., Yi, Ch.D. (2021). Institutions and entrepreneurship: Empirical evidence for OECD countries. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 9(2), 119–134. DOI: 10.15678/EBER.2021.090208
- Klonowska-Matynia, M., Palinkiewicz, J. (2013). Przedsiębiorczość w teorii ekonomicznej. *Zeszyty Naukowe Wydziału Nauk Ekonomicznych Politechniki Koszalińskiej*, 17, 29–40.
- Korsgaard, S., Anderson A.R. (2011). Enacting entrepreneurship as a social value creation. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 29(2), 135–151. DOI: 10.1177/0266242610391936.
- Koźmiński, A.K. (2004). *Zarządzanie w warunkach niepewności*. Warszawa: PWN.
- Kuratko, D.F. (2019). *Entrepreneurship*, South Melbourne. Victoria: Cengage Learning.
- Kurczewska, A. (2014). Przedsiębiorczość i ekonomia – separacja czy integracja? *e-mentor*, 2(54), 18–22.
- Landström, H. (2010). *Pioneers in Entrepreneurship and Small Business Research*. Heidelberg: Springer.
- Lichtarski, J. (red.). (1999). *Podstawy nauki o przedsiębiorstwie*. Wrocław: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. O. Langego we Wrocławiu.
- Lipa, A. (2020). *Holistyczne podejście do przedsiębiorczości*. Kielce: Wyd. Ipso Facto.
- Mair, J., Robinson, J., Hockerts, K. (red.). (2006). *Social Entrepreneurship*. London: Palgrave, Macmillan.
- Majkut, R. (2014). *Przedsiębiorczość w świetle uwarunkowań interdyscyplinarnych*. Warszawa: CeDeWu.
- Makięła, Z. (2021). Innovative University 4.0, the Academic Entrepreneur in an Innovative University. W: Z. Makięła, M. Stuss, R. Borowiecki (red.), *Sustainability, Technology and Innovation 4.0*. (s. 3–23). London: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Makięła, Z., Baran, M., Stuss, M. (2018). The sustainability entrepreneur in the age of the information society: a conceptual model. *Przegląd Organizacji*, 11(946), 14–21. DOI: 10.33141/po.2018.11.02.
- Makięła Z., Rachwał T. (2020). *Krok w przedsiębiorczość*. Warszawa: Nowa Era.
- Marjański, A. (red.). (2013). *Przedsiębiorczy menadżer przedsiębiorczej organizacji. Nowoczesne tendencje w nauce oraz w praktyce organizacji i zarządzania*. Łódź: Społeczna Akademia Nauk.
- Mitura, E., Jamroz, D. (2005). Przedsiębiorczy uczeń na rynku pracy. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 1, 277–296.
- Mrozowicz, K. (2010). Cechy zachowań przedsiębiorczych w świetle psychologicznych badań osobowościowych. *Studia i Materiały Miscellanea Oeconomicae: Przedsiębiorczość a rozwój regionalny*, 1, 13–23.
- Mularska-Kucharek, M. (2016). Przedsiębiorczość a jakość życia. *Zarządzanie Zasobami Ludzkimi*, 1(108), 141–153.
- Murphy, P.J., Liao, J., Welsch, H.P. (2006). A conceptual history of entrepreneurial thought. *Journal of Management History*, 12(1), 12–35. DOI: 10.2139/SSRN.818604.
- Mirski, A. (2005). Problem wartości w zarządzaniu humanistycznym. *Zarządzanie w Kulturze*, 6, 69–80.

- Moczydłowska, J. Pacewicz, I. (2007). *Przedsiębiorczość*. Rzeszów: Wyd. Oświatowe FOSZE.
- Mounier, E. (1964). Przystępne wprowadzenie w świat osoby. W: *Wprowadzenie do egzystencjalizmów oraz wybór innych prac*, oprac. J. Zabłocki (s. 8–9). Kraków: Znak.
- Mrozowicz, K. (2010). Cechy zachowań przedsiębiorczych w świetle psychologicznych badań osobowości. *Studia i Materiały. Miscellanea Oeconomicae*, 14(1), 13–23.
- Matejun, M., Szymańska, K. (red.). (2013). *Perspektywy rozwoju przedsiębiorczości w warunkach niepewności i ryzyka*. Łódź: Politechnika Łódzka.
- Niemcewicz, P. (2018). Ekonomia behawioralna – hybryda teorii i eksperymentu. *Studia i Prace WNEiZ US*, 51(1), 9–19. DOI: 10.18276/sip.2018.51/1-01.
- Oosterbeek, H., van Praag, M., Ijsselstein, A. (2010). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation. *European Economic Review*, 54(3), 442–454. DOI: 10.1016/j.eurocorev.2009.08.002.
- Parker, S.C. (2005). *The economics of entrepreneurship. What we know and what we don't*. Boston, Delft: Foundations and Trends in Entrepreneurship.
- Penc, J. (1997). *Leksykon biznesu*. Warszawa: Wydawnictwo Placet.
- Pindelski, M. (2012). Paradygmaty holistycznego wariabilizmu oraz sprawczości w naukach o zarządzaniu. *Organizacja i Kierowanie*, 2(151), 23–32.
- Piórkowska, K. (2012). Zarządzanie strategiczne w kontekście typów nauk i ich odmienności metodologicznej. *Prace Naukowe WWSZiP*, 22(2), 37–45.
- Przybyła, H. (2005). Adam Smith – prekursor etyki gospodarczej. *Studia Ekonomiczne. Akademia Ekonomiczna w Katowicach*, 35, 11–49.
- Rotengruber, P. (2005). Etyka biznesu jako narracja polityczna. W: J. Sójka (red.), *Etyka biznesu „po Enronie”* (s. 161–169). Poznań: Wyd. Fundacji Humaniora.
- Safin, K. (red.). (2002). *Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości w regionach o nomenklaturze przemysłowej*. Wrocław: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. O. Langego we Wrocławiu.
- Samadi, A.H. (2019). Institutions and entrepreneurship: unidirectional or bidirectional causality? *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(3), 1–16. DOI: 10.1186/s40497-018-0129-z.
- Siuta, B. (2002). Bariery przedsiębiorczości i rozwoju polskich firm. W: K. Jaremczuk, J. Posłuszny (red.), *Uwarunkowania sukcesu przedsiębiorstwa* (s. 268–279). Przemysł: WSAiZ.
- Siuta-Tokarska, B. (2008). Istota i realia przedsiębiorczości we współczesnej gospodarce w Polsce. W: R. Borowiecki, A. Jaki (red.), *Doskonalenie procesu zarządzania przedsiębiorstwem w obliczu globalizacji: z teorii i praktyki* (s. 419–431). Kraków: Katedra Ekonomiki i Organizacji Przedsiębiorstw Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie.
- Siuta-Tokarska, B. (2013). Zasadnicze aspekty pomiaru przedsiębiorczości. *Organizacja i Kierowanie*, 3(156), 91–106.
- Stam, E., van Stel, A. (2011). Types of Entrepreneurship and Economic Growth. W: A. Szirmai, W. Naude, M. Goedhuys (red.), *Entrepreneurship, Innovation and Economic Development* (s. 78–95). Oxford: Oxford University Press.
- Starnawska, M. (2012). Przedsiębiorczość instytucjonalna i jej formy w gospodarce – przegląd ujęć. *Acta Universitatis Lodziensis Folia Oeconomica*, 270, 329–336.

- Stevenson, H., Jarillo, J.C. (2007). A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management. W: A. Cuervo, D. Ribeiro, S. Roig (red.), *Entrepreneurship. Concepts, theory and perspective* (s. 155–170). Berlin, Hiedelberg: Springer.
- Strawiński, W. (1999). Odmiany sejentyzmu. *Filozofia Nauki*, 7/1/2, 43–50.
- Sudoł, S. (1999). *Przedsiębiorstwo. Podstawy nauki o przedsiębiorstwie. Teoria i praktyka zarządzania*. Toruń: TNOiK. Dom Organizatora.
- Szczepeński, J. (1958). Funkcje właściciela, przedsiębiorcy i załogi w gospodarce kapitalistycznej i socjalistycznej. *Ruch Prawniczy i Ekonomiczny*, 20, 199–220.
- Targalski, J. (red.). (2014). *Przedsiębiorczość i zarządzanie małymi i średnimi przedsiębiorstwami*. Warszawa: Difin.
- Wach, K. (2015). Przedsiębiorczość jako czynnik rozwoju społeczno-gospodarczego: przegląd literatury. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 11, 11–36.
- Zioło, Z. (2012). Miejsce przedsiębiorczości w edukacji. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 8, 10–23.
- Zioło, Z. (2015). Przedsiębiorczość jako czynnik rozwoju społeczno-gospodarczego układów przestrzennych. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 11, 8–23. DOI: 10.24917/20833296.11.2.
- Żmija, K. (2019). Przedsiębiorczość pozarolnicza w procesach dywersyfikacji gospodarstw rolnych w Polsce. *Przedsiębiorczość i Zarządzanie*, 20, 1(2), 55–67.
- Zarządzanie z ludzką twarzą. Personalizm jako narzędzie rozwoju firm, organizacji i instytucji publicznych* (2018). Warszawa: Laboratorium Więzi.

Streszczenie

W publikacji podjęto tematykę przedsiębiorczości w wymiarze teoretycznym. Artykuł opracowano na podstawie metody szeroko zakrojonej analizy i krytyki piśmiennictwa, a jako cel pracy wskazano na próbę uchwycenia istoty przedsiębiorczości oraz spojrzenia na nią przez pryzmat jej funkcji. Sformułowane zostały dwa pytania badawcze, na które poszukiwano odpowiedzi. Wartością dodaną tej pracy jest ukazanie perspektywy holistycznego podejścia do przedsiębiorczości, opartej na zachowaniu spójności ontologiczno-ontycznej, odnoszącej się do zagadnień antropologii filozoficznej, dla której – w tym ujęciu fundamentem – jest personalizm. Przyjęcie perspektywy holistycznej, opartej na fundamencie personalistycznym, podyktowane było podstawowymi założeniami tego nurtu współczesnej filozofii, gdzie centrum zainteresowań stanowi całokształt zagadnień związanych z miejscem i rolą osoby w otaczającym świecie, a także stosunku człowieka do jego wytworów, dzieł, które mogą stanowić efekt działań przedsiębiorczych. Tak przyjęta perspektywa badawcza – zdaniem autorki – pozwala na zapewnienie rozwoju trzech bazowych kategorii wartości, których znaczenie dla realizacji przedsiębiorczości jest niepodważalne. Są to wartości: – związane z rozwojem osobistym jednostki – przedsiębiorczego człowieka, – mające swe odzwierciedlenie w relacjach społecznych i gospodarczych, a także – o charakterze mieszanym.

Podjęte rozważania teoretyczne pozwoliły na opracowanie modelowego ujęcia holistycznego podejścia do przedsiębiorczości, który stanowi autorski, twórczy wyraz refleksji naukowej, ze wskazaniem na nowe odkrycie funkcji przedsiębiorczości w duchu personalizmu, jako: funkcji personalistycznej, przedsiębiorcy-personalisty, czynności menedżerskich w wymiarze personalistyczno-fenomenologicznym oraz jako funkcji rynku, opartej na personalizmie ekonomicznym.

Słowa kluczowe: przedsiębiorczość, personalizm, model.

The essence of entrepreneurship and its functions. Personalistic foundation in the light of holism

Summary

The publication shows problems connected with entrepreneurship in their theoretical dimension. It has been worked out on the basis of a wide critical analysis of the academic literature. The aim of this scientific work is an attempt to capture the essence of entrepreneurship and to look at entrepreneurship from the perspective of its functions.

Two research questions have been posed, and the answers to them have been looked for. A kind of added value to this particular work is an attempt to show the holistic approach to entrepreneurship which is based on preserving the noumenal and the ontological congruency. This perspective refers to the problems of philosophical anthropology, the foundation of which is personalism. The adoption of a holistic perspective, based on a personalistic foundation, was dictated by the basic assumptions of this current form of modern philosophy, where the centre of interest are issues related to the place and role of a person in the surrounding world, as well as man's attitude to his products, and works that can be the result of entrepreneurial activities. The research perspective presented in this way enables, according to the author, to ensure the development of three basic categories of values, the importance of which is indisputable in the implementation of entrepreneurship ideas. These are the values:

- related to the personal development of an individual – an entrepreneurial person,
- reflected in social and economic relations, and also
- of a mixed nature.

The theoretical divagations have also made it possible to work out the model of a holistic perspective of an approach to entrepreneurship which constitutes the unique, creative way of scientific reflection pointing out to the discovery of the entrepreneurship functions perceived as: personalistic function, personalistic entrepreneur, managerial activities seen as personalistic and phenomenological as well as a market function based on economic personalism.

Keywords: entrepreneurship, personalism, model.

JEL: L26, Z13.