

**BEHAWIORALNE DETERMINANTY
ROZWOJU PRZEDSIĘBIORCZOŚCI
W POLSCE**

Behawioralny wymiar przedsiębiorczości

pod redakcją
Przemysława Kulawczuka
i Andrzeja Poszewieckiego

FUNDACJA ROZWOJU UNIwersytetu GDAŃSKIEGO
GDAŃSK 2010

Recenzenci

Marek Grzybowski
Eugeniusz Gostomski

Redakcja naukowa
Przemysław Kulawczuk
Andrzej Poszewiecki

Skład i łamanie
Urszula Jędryczka

© Copyright by Uniwersytet Gdański

Praca naukowa finansowana ze środków na naukę w latach 2009–2011
jako projekt badawczy 1605/B/H03/2009/37
*Behawioralne determinanty reagowania przez małe i średnie przedsiębiorstwa
na finansowe narzędzia polityki gospodarczej oraz instrumenty sektora finansowego*

ISBN 978-83-7531-094-8

Wydawca: Fundacja Rozwoju Uniwersytetu Gdańskiego
ul. Armii Krajowej 119/121, 81-824 Sopot
tel/fax: 058 551 05 32; tel.: 058 523 13 75, 523 14 49
e-mail: poligraf@gnu.univ.gda.pl

Spis treści

MAREK GRZYBOWSKI	
Stymulowanie rozwoju przedsiębiorczości regionalnej poprzez klastry przemysłowo-usługowe	7
MARIUSZ KICIA	
Doświadczenie inwestorów indywidualnych a ocena ryzyka i przydatności metod analiz giełdowych	30
MARIUSZ DOSZYŃ, SEBASTIAN MAJEWSKI	
Behawioralne aspekty kryzysu finansowego	41
LESZEK CZERWONKA	
Nadmierne obroty giełdowe jako skutek zbyt dużej pewności siebie inwestorów	52
URSZULA MRZYGLÓD	
Przywiązanie polskich inwestorów do lokalnego rynku finansowego	63
JAROSŁAW KLEBANIUK	
Źródła błędów w krótkoterminowej spekulacji na giełdzie	77
PAWEŁ POŃSKO	
Two Pots – Experiment on Social Comparisons and Subjective Well-being	95
SŁAWOMIR ANTKIEWICZ	
Kształtowanie polskiego systemu podatkowego w sposób przyjazny obywatelom na przykładzie preferencji społecznych dotyczących podatku dochodowego od osób fizycznych	113
JOANNA M. MOCZYDŁOWSKA	
Przedsiębiorczość – perspektywa behawioralna	133
JAN POLOWCZYK	
Przedsiębiorczość strategiczna jako integracja przedsiębiorczości i zarządzania strategicznego	145
ELŻBIETA KOLASIŃSKA	
Stymulowanie działań przedsiębiorczych	159

JERZY BARUK	
Inicjatywy wspierające działalność innowacyjną	170
MARIAN TUREK	
Przedsiębiorca jako podmiot działalności gospodarczej w aspekcie behawioralnym i kognitywnym	183
ARKADIUSZ UTRATA	
Modelowanie antycypacyjne procesów produkcyjnych i marketingowych w aspekcie budowania współpracy przedsiębiorstwa z klientami	195
ELŻBIETA WOJNICKA	
Instrumenty stymulowania powstawania branżowych biegunów wzrostu sprzyjające ujawnianiu się korzyści zewnętrznych dla rozwoju terytoriów	206
JACEK WOŹNIAK	
Systemy motywacyjne dla różnych typów pracowników wiedzy	224
AGNIESZKA IZABELA BARUK	
Budowanie społeczności lojalnych prosumentów na rynku produktów spożywczych	240
TADEUSZ OLEKSYN	
Motywowanie i motywacja a zachowania organizacyjne	253
MAŁGORZATA OLIMPIA BIELENIA	
Rola inwestycji w strategii rozwoju przedsiębiorczości	278
JOANNA BEDNARZ	
Wpływ relacji z klientami detalicznymi na budowanie przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa na rynku	287
MAGDALENA BIELENIA-GRAJEWSKA	
Rola tożsamości organizacyjnej w kreowaniu komunikacyjnych zachowań korporacyjnych. Typ kultury organizacyjnej a dialogowość pracowników	300
MAGDALENA MARKIEWICZ	
Aspekty menedżerskie i kulturowe transakcji fuzji i przejęć w bankowości	316
JACEK MIROŃSKI, ILONA CZAPLIŃSKA	
Organizacyjne zachowania obywatelskie – istota, znaczenie i uwarunkowania	332
MARTA PIOTROWSKA, KAROL KOWALEWSKI	
Zarządzanie kulturą organizacyjną na przykładzie działalności „Poczty Polskiej” S.A.	347
IWONA OSMÓLSKA	
Targetowanie behawioralne innowacyjny sposób dotarcia do klienta	361
JACEK PODHORSKI-PIOTROWSKI	
Chciwość jako imperatyw funkcjonowania współczesnego świata	368

Joanna M. Moczydłowska*

Przedsiębiorczość - perspektywa behawioralna

Wstęp

Przedsiębiorczość jest niewątpliwie kategorią interdyscyplinarną i złożoną. Może być rozpatrywana w perspektywie ekonomii, nauk o zarządzaniu, prawnej, socjologicznej, psychologicznej, czy wreszcie w perspektywie łączącej wszystkie wymienione dyscypliny naukowe. Można analizować ją jako proces prowadzący do powstawania przedsiębiorstw i ich rozwoju, ale również jako cechę osobowości konkretnego człowieka. Postrzegana jest jako talent krytyczny, czyli talent bardzo rzadki i szczególnie pożądanym w danej społeczności. Można traktować ją też jako kategorię społeczną odnośną do mentalności i wynikających z niej postaw danej zbiorowości społecznej.

Celem tego artykułu jest prezentacja behawioralnych aspektów przedsiębiorczości. Skupimy uwagę na przedsiębiorczości rozumianej jako grupa kompetencji kluczowych, najważniejszych dla osiągania celów jednostki jako człowieka oraz jednostki jako organizacji.

Ważnym elementem artykułu są rozważania porządkujące sferę terminologiczną istotną dla podjętego tematu. Ekonomia behawioralna, podobnie jak nurt behawioralny w naukach o zarządzaniu, wzbudzają coraz większe zainteresowanie przedstawicieli dziedziny nauk ekonomicznych. W ocenie autorki warto budować i rozwijać ten obszar poszukiwań naukowych, dbając o precyzję pojęć naukowych oraz zależności między nimi. Dlatego za ważny cel tej publikacji przyjmuje się także wskazanie na niebezpieczne uproszczenia w określaniu istoty ekonomii behawioralnej i jej powiązań z innymi dyscyplinami naukowymi, szczególnie z psychologią.

* Dr hab., prof. WSFiZ, Wydział Zarządzania i Marketingu, Wyższa Szkoła Finansów i Zarządzania w Białymstoku Filia w Elku, Joanna@moczydlowska.pl

1. Ekonomia behawioralna czy psychologiczna?

Ekonomia behawioralna definiowana jest jako nurt ekonomii, który do wyjaśniania i interpretowania zachowań ekonomicznych ludzi (ale także celów, decyzji, procesów, stanów czy zjawisk gospodarczych) wykorzystuje dorobek innych nauk społecznych, w tym w sposób szczególny psychologii. Ekonomia behawioralna bardziej traktowana jest jako szeroki, heterodoksyjny projekt badawczy, niż spójna teoria naukowa. Jej podstawową cechą jest interdyscyplinarność, a to, co wyraźnie różni ją od tradycyjnej ekonomii to metodologia.

1.1. Ekonomia behawioralna a ekonomia tradycyjna

Ekonomia tradycyjna tworzy teorie bezkontekstowe, oparte na modelach stworzonych drogą dedukcji i wnioskowania. Swoistą „linią demarkacyjną” oddzielającą ekonomię od innych nauk społecznych było (jest?) założenie o racjonalności podmiotów podejmujących decyzje i określone działania [Nelson, Winter, 2002, s. 41]. *Homo oeconomicus* – podstawowa, wręcz dogmatyczna kategoria pojęciowa ekonomii tradycyjnej, to człowiek działający w oparciu o stałe preferencje, posiadający dostęp do wszystkich informacji, zawsze maksymalizujący użyteczność (wartość). Model ten, choć doskonały od strony formy, okazał się daleki od rzeczywistości, od realnych zachowań ekonomicznych ludzi. Stanowi on podstawę do krytyki ekonomii, jako abstrakcyjnej, sformalizowanej, opartej na nierealistycznych założeniach, a przez to niezdolnej do poprawnego prognozowania, formułowania przez tę dyscyplinę naukową predykcyjnych wniosków.

Ekonomia behawioralna nie tyle kwestionuje dogmat *homo oeconomicus*, co poszerza perspektywę postrzegania i interpretacji zachowań ekonomicznych¹. Podejmuje wysiłek zbadania rzeczywistych, realistycznych zachowań ludzi wykorzystując w tym celu wiedzę indukcyjną. Jej teorie uwzględniają społeczne i psychiczne aspekty funkcjonowania ludzi, w tym kulturę, systemy wartości, osobowość, specyfikę procesów poznawczych. Traktując paradygmat ścisłej racjonalności jako pewien wzorzec, koncentruje się na systematycznych odstępstwach od tego wzorca, czyli przechodzi z płaszczyzny „jak powinno być?” do „jak jest w rzeczywistości?”. Wzrost poziomu realizmu w wyjaśnianiu, opisywaniu i przewidywaniu procesów gospodarczych, uzyskany w ramach ekonomii behawioralnej, powinien udoskonalić ekonomię, poszerzyć jej perspektywę, pozwolić na wyjście poza granice wyznaczone założeniami o racjonalnym wyborze, maksymalizowaniu funkcji użyteczności, równowadze i efektywności. Powstanie i rozwój nurtu behawioralnego nie oznacza jed-

¹ Dotyczy to tzw. „nowej ekonomii behawioralnej”, która nie odrzucała całkowicie założenia o racjonalności człowieka, ale traktowała je jako punkt wyjściowy i badała odchylenia od niego określane jako anomalie od racjonalności jako pewnego zachowania wzorcowego [por. Brzeziński, Gorynia, Hockuba, 2008].

nak podziału na ekonomię racjonalną i nieracjonalną [por. Ariely, 2009]. Człowiek nie jest istotą całkowicie racjonalną, ale też nie jest całkowicie irracjonalną. Jest z pewnością zdolny do logicznych, racjonalnych decyzji i działań, a jednocześnie ulega wpływom emocji i innych bodźców, często nieuświadomianych. Ekonomia behawioralna odrzuca „czarno-biały” kanon ekonomii tradycyjnej i stara się uwzględnić całe bogactwo determinant i uwarunkowań procesów decyzyjnych i będących ich wynikiem zachowań.

1.2. Dlaczego behawioralna, a nie psychologiczna?

W dyscyplinie naukowej, jaką jest psychologia rozwija się subdyscyplina nosząca nazwę **psychologia ekonomiczna**. Rodzi się pytanie: dlaczego ten nurt ekonomii, który bazuje przede wszystkim na psychologii, nie rozwija się pod nazwą ekonomia psychologiczna? Przecież ekonomia behawioralna określana jest jako „wspólny program badawczy ekonomii i psychologii” [Brzeziński, Gorynia, Hockuba, 2007, s. 15], jako „synteza ekonomii i psychologii, która wypełnia lukę istniejącą w ekonomii tradycyjnej” [Buczek, 2005, s. 33], jako dowód na „przywrócenie znaczenia teoretycznym i metodologicznym podstawom psychologii w wyjaśnianiu zjawisk ekonomicznych” [Polowczyk, 2009, s. 6]. W obliczu takiego rozumienia istoty ekonomii behawioralnej nazwa ekonomia psychologiczna wydaje się uzasadniona i jednoznaczna. Co więcej, przymiotnik „behawioralna” może być bardzo mylący w tym sensie, że bywa interpretowany jako odwołanie tylko do jednej z koncepcji psychologicznych, jaką jest behawioryzm. Tymczasem godne podkreślenia jest, że psychologia absolutnie nie może być utożsamiana z behawioryzmem. Współczesne kierunki psychologii to także kierunek biologiczny (określany również mianem psychologii fizjologicznej), psychodynamiczny, humanistyczny, kognitywny oraz ewolucjonistyczny [Zimbardo, 1999, s. 23]. Każdy z nich określa inny, ważny dla psychologii jako nauki obszar badawczy. Każdy stanowi odmienny konceptualny sposób podejścia do przedmiotu badań psychologii oraz do istoty natury ludzkiej, tym samym każdy wnosi znaczny wkład w rozumienie mechanizmów zachowania człowieka, w tym zachowania jako konsumenta, inwestora, pracownika, „człowieka gospodarującego”.

Przedstawiciele behawioryzmu dowodzili, że przedmiotem badań psychologii może być tylko to, co jest dostępne bezpośredniej obserwacji, czyli zachowanie. Jednocześnie przyczyn zachowania doszukiwali się wyłącznie w środowisku, a nie w samej osobie. W ocenie B.F. Skinnera, „głównego architekta behawioryzmu”, psychologię można określić jako naukową wyłącznie wówczas, gdy eksperymentalnie bada oddziaływanie środowiska na zachowanie i zachowania na środowisko. Każde zachowanie człowieka tłumaczy specyfiką poprzedzających to zachowanie zdarzeń bodźcowych.

Krytycy B.F. Skinnera wskazują, że wprawdzie behawioryzm posiada wiele cech utylitarnych, to jednak ma charakter wysoce deterministyczny, a jego główne wnio-

ski wyprowadzono z badań nad zwierzętami. Zarzuca się behawiorystom, że opóźnili rozwój psychologii o dziesięciolecia odwracając uwagę badaczy od najwyższych form ekspresji ludzi: języka, myślenia, świadomości, osobowości. Dlatego dla większości psychologów skrót myślowy polegający na utożsamianiu psychologii z behawioryzmem jest absolutnie nie do przyjęcia. Co więcej, ekonomia określana jako behawioralna bazuje przede wszystkim na dorobku psychologii poznawczej, a nie behawioryzmu.

Psychologia poznawcza jest odpowiedzią na behawioryzm kwestionującą jego ograniczone perspektywy. Koncentruje się na myśleniu człowieka i na wszelkich procesach związanych z gromadzeniem wiedzy (uwaga, pamięć, oczekiwania, rozwiązywanie problemów, świadomość). Słynne kartezjańskie *cogito ergo sum* ponownie zainspirowało badaczy do analizy związku między świadomością własnych procesów myślowych i osobistym poczuciem tożsamości. Psychologia poznawcza odrzuca postrzeganie istoty ludzkiej jako reaktywnej. Nakazuje patrzeć na człowieka jako na istotę aktywną, tworzącą indywidualne środowisko bodźcowe. Zachowanie jest tylko częściowo wyznaczone przez poprzedzające je zdarzenia bodźcowe i konsekwencje poprzednich zachowań, co tak eksponowali behawiorysty. Wiele zachowań powstaje jako skutek całkowicie nowych sposobów myślenia, wyobrażenia sobie alternatywnych możliwości rozwiązań problemów. Myślenie traktowane jest zarówno jako skutek jak i jako przyczyna działań człowieka.

Nie tylko psychologia poznawcza wyrosła jako wyraz sprzeciwu wobec behawioryzmowi i jego wizji natury ludzkiej. Podobne były źródła powstania psychologii humanistycznej, która koncentruje się na wewnętrznym, subiektywnie doświadczanym świecie jednostki, na osobistym obrazie zdarzeń w umyśle działającego człowieka, na jego systemie wartości. Psychologowie humaniści podchodzą do osoby ludzkiej w sposób holistyczny, czyli dowodzą, że jej zrozumienie wymaga integracji psychiki, organizmu i zachowania z czynnikami społecznymi i kulturowymi. Za najwybitniejszych przedstawicieli psychologii humanistycznej uznaje się C. Rogersa, R. May'a i A. Masłowa. Przepaść między behawioralną i humanistyczną wizją człowieka i psychologii, jako nauki jest tak znaczna, iż wręcz w kategoriach paradoksu można traktować określenie „humanistyczna ekonomia behawioralna” wymieniane, jako jeden z nurtów rozwijanych w ramach ekonomii behawioralnej.

Wracając do pytania zawartego w tytule tej części artykułu: dlaczego ekonomia behawioralna, a nie psychologiczna?, trudno wskazać jednoznaczną odpowiedź. W ocenie autorki nie jest przekonujące traktowanie ekonomii psychologicznej jako „kierunku ekonomii behawioralnej, który najwięcej zapożycza z psychologii” [Polowczyk, 2009, s. 4]. Z drugiej strony jako okoliczność „usprawiedliwiającą” stosowane nazewnictwo można wymienić fakt, iż ekonomiści zorientowani behawioralnie sięgają wprawdzie głównie do dorobku psychologii, ale także do dorobku innych nauk, zwłaszcza socjologii oraz antropologii.

Inne wyjaśnienia tłumaczące dodawanie przymiotnika „behawioralna” do słowa „ekonomia” wskazują na kategorię rzeczywistego zachowania jako podstawowego przedmiotu badań tego nurtu ekonomii, stąd odniesienie do angielskiego *behave*, czyli zachowywać się.

2. Istota przedsiębiorczości

Problematyka przedsiębiorczości ma charakter wybitnie interdyscyplinarny i podejmowana jest na gruncie różnych dziedzin i dyscyplin naukowych (głównie zarządzania, ekonomii, psychologii, prawa, socjologii). Skutkuje to różnym sposobem definiowania przedsiębiorczości, różnym rozłożeniem akcentów dotyczących jej uwarunkowań i przejawów. Jedynie kwestia fundamentalnego znaczenia przedsiębiorczości dla rozwoju gospodarczego i społecznego nie budzi żadnych wątpliwości. Pozostałe zagadnienia dotyczące istoty przedsiębiorczości ujmowane są w sposób niejednoznaczny.

W definiowaniu przedsiębiorczości przyjmuje się podział na dwa nurty: **psychologiczny** i **ekonomiczny**. Pierwszy z nich łączy przedsiębiorczość z osobą przedsiębiorcy lub szerzej - człowieka przedsiębiorczego. Opisuje przedsiębiorczość jako zbiór cech i umiejętności oraz zachowania, które stanowią formę wyrazu cech i umiejętności przedsiębiorczych. Takie podejście znajdujemy już u Ksenofonta. Opisując dobrego zarządcę folwarku, czyli synonim dzisiejszego przedsiębiorcy, podkreślał on rolę zaangażowania i zamiłowania do pracy, które oceniał jako ważniejsze od wyuczonej wiedzy. Drugi nurt, właściwy dla nauk ekonomicznych (w tym zarządzania), to traktowanie przedsiębiorczości jako procesu. Generalnie centralne elementy konstruujące pojęcie przedsiębiorczości to [Garcia-Cabrera, Garcia-Soto, 2008, s. 459-460]:

- działanie człowieka,
- szanse i okazje,
- wymiana wartości,
- kreatywność i innowacje,
- internacjonalizacja,
- różnice kulturowe.

2.1. Przedsiębiorczość – wrodzony talent czy nabyta umiejętność?

W psychologii przedsiębiorczość rozpatruje się w kategoriach cechy osobowości, zdolności, twórczej postawy, a nawet popędu twórczego [Kapusta, 2006, s. 20-22]. Tak rozumiana przedsiębiorczość jest ściśle wiązana z kreatywnością, inicjatywą, aktywnością, innowacyjnością, wyrażaniem własnej indywidualności. Jest ujmowana jako „gotowość i zdolność do podejmowania i rozwiązywania, w sposób twórczy i nowatorski nowych problemów” [Wasilewska, Otoka, 2007, s. 97]. Kwestią dysku-

syjną pozostaje, czy jest to wrodzona predyspozycja psychiczna, czy raczej postawa nabyta w procesie uczenia się i rozwoju. Trafnie ujmuje ten problem M. Romanowska: „Trzeba przede wszystkim odpowiedzieć sobie na pytanie, czy przedsiębiorczość jest cechą charakteru i umysłu człowieka czy elementem wyuczonych kwalifikacji? Jeżeli przyjmiemy, że postawy przedsiębiorcze są wrodzoną cechą umysłu i charakteru człowieka, to nie możemy mówić o uczeniu przedsiębiorczości, a jedynie o wyposażaniu jednostek przejawiających cechę przedsiębiorczości w wiedzę niezbędną, aby profesjonalnie wykorzystywać ten dar.” [Romanowska, 2008, s. 151]. Cytowana autorka odpowiadając na postawione przez siebie pytanie skłania się ku stanowisku, że przedsiębiorczość jest w dużym stopniu cechą wrodzoną i nie każdy, nawet najlepiej wykształcony ekonomista, może przejawiać postawę przedsiębiorczą w życiu prywatnym i w miejscu pracy. Ku genetycznej podstawie przedsiębiorczości skłaniają się także G. i G.J. Hofstede [2007]. Zwolennicy wrodzonego charakteru przedsiębiorczości traktują ją jako talent krytyczny, czyli taki, który występuje rzadko, ale jednocześnie wydaje się niezbędny dla funkcjonowania danej społeczności [Chetpa, 2005, s. 29]. Poszukuje się też korelacji między przedsiębiorczością, a genetycznie uwarunkowaną skłonnością do „poszukiwania wrażeń” [por. Nicolaou, Shane, Cherkas, Spector, 2008].

Ojciec ekonomii klasycznej A. Smith twierdził, że generalnie różnice między ludźmi, w tym różnice dotyczące przedsiębiorczości, pochodzą „nie tyle z natury, ile z nawyków, obyczajów i wychowania” [Smith, 2007, s. 22]. W wielu współczesnych badaniach i koncepcjach przedsiębiorczości także kwestionuje się jej korzenie genetyczne. A.K. Koźmiński [2004, s. 163] wskazuje na decydującą rolę czynników środowiskowych (kulturowych, społecznych, politycznych, ekonomicznych). Także J. Pajestka uważa, że „przedsiębiorczość to twórcza postawa jednostki ludzkiej nie wiążąca się z cechami wrodzonymi, lecz wykształconymi przez kulturę.” [za: Wasilewska, Otoka, 2007, s. 97].

Zasadne wydaje się kompromisowe rozwiązanie sygnalizowanego powyżej dylematu, czyli przyjęcie, że zachowania przedsiębiorcze stanowią domenę osób naturalnie uzdolnionych, które jednocześnie doskonaliły swoje wrodzone predyspozycje w szeroko rozumianym procesie uczenia się.

2.2. Przedsiębiorczość w naukach ekonomicznych

Istnieją opinie, że w ekonomii tzw. głównego nurtu przedsiębiorca jest generalnie nieobecny [por. Sudoł, 2005]. W obliczu rosnących trudności w określeniu, czym właściwie jest dziś ekonomia głównego nurtu, takie stanowisko można uznać za dość kontrowersyjne. Nauki ekonomiczne podejmują temat przedsiębiorczości głównie w kontekście przedsiębiorstwa. Ta złożona problematyka znajduje wyraz w bogatym dorobku nauk o przedsiębiorstwie rozwijających się zarówno w ramach dyscypliny, jaką jest ekonomia, jak i nauki o zarządzaniu. Doskonałym przykładem obrazującym

przywoływany obszar wiedzy jest publikacja A. Nogi [2009], w której autor przedstawia aż 27 grup teorii przedsiębiorstw i dodatkowo konstruuje własną. Także role przypisywane przedsiębiorcom w teorii ekonomii są zróżnicowane (por. tabela 1).

Tabela 1. Przedsiębiorca w teoriach ekonomicznych

Role przedsiębiorcy	Autor teorii, rok publikacji
Niosący niepewność	F.H. Knight, 1921
Arbitrażysta	R. Cantillon, 1931
Innowator i kreatywny destruktor	J.A. Schumpeter 1934
Koordynator i arbitrażysta	L. Walras, 1954
Koordynator produkcji i dystrybucji	J.B. Say, 1971
Odkrywający możliwość zysku	I.M. Kirzner, 1973,1979

Źródło: Opracowanie własne.

Generalnie możemy przyjąć, że w naukach ekonomicznych przedsiębiorczość analizowana jest jako proces. Przedsiębiorca poszukuje zmiany, reaguje na nią i wykorzystuje jako okazję, a przedsiębiorczość jest działalnością prowadzącą do rozwoju i tworzenia nowych wartości. Realizowana jest głównie w jednostkach gospodarczych, choć warto zauważyć, iż miejscami jej występowania mogą być różne organizacje, a nawet gospodarstwa domowe.

Przedsiębiorczość jest pojęciem kluczowym dla opisu polskiej rzeczywistości gospodarczej. Charakteryzuje się ona przewagą (99,8%) małych i średnich przedsiębiorstw. Zdecydowaną ich większość stanowią osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą. Przedsiębiorstwa te są przykładem filozofii życia opartej na gotowości do podejmowania ryzyka, samorealizacji, kreatywności, elastyczności, a nierzadko innowacyjności, a więc stanowią emanację cech (predyspozycji) przedsiębiorczych. Przedsiębiorczość to jednak pojęcie szersze. W cyklicznych raportach „Przedsiębiorczość w Polsce” publikowanych przez Ministerstwo Gospodarki pojęciem tym obejmuje się cały sektor polskich przedsiębiorstw i uwarunkowania jego rozwoju.

W naukach o zarządzaniu, być przedsiębiorczym to mieć pomysł, ideę, rozpoznać możliwość jej realizacji, przewidywać wyniki, oceniać szanse realizacji idei oraz formułować na tej podstawie cele i zadania. Dominuje zatem prakseologiczne podejście do przedsiębiorcy, jako tego, który stawia cele oraz troszczy się o ich sprawną (zwłaszcza skuteczną) realizację [Ornarowicz, 2008, s. 132-133].

Przedsiębiorczość w biznesie przybiera dwie formy: pierwsza polega na odkrywaniu nowego, lepszego sposobu zaspokajania potrzeb klientów (tak rozumiana przedsiębiorczość bywa utożsamiana z innowacyjnością); druga to sytuacja, w której przedsiębiorca-handlowiec nabywa towar na jednym rynku po danej cenie i sprzedaje go na innym rynku po innej cenie. W rozumieniu tradycyjnym przedsiębiorca

pełni funkcję założyciela przedsiębiorstwa (organizuje firmę), zarządza nim i ponosi ryzyko związane z jego prowadzeniem (ryzyko finansowe, prawne i społeczne). Obecnie kategoria pojęciowa przedsiębiorcy (tym samym przedsiębiorczości) traktowana jest jako bardziej złożona. Przedsiębiorczość traktowana jest coraz szerzej – jako wszelka aktywność, która wyraża się w tworzeniu czegoś nowego i jednocześnie posiadającego wartość, a przedsiębiorca zawsze poszukuje zmiany, reaguje na nią, wykorzystuje jako okazję. Przedsiębiorczość to „podejście do zarządzania, które zawsze sprowadza się do dysponowania zasobami” i „polega na orientacji na identyfikację i operacjonalizację szans bez względu na rozporządzane zasoby materialne” [Kwiatkowski, 2000, s. 89-90]. Jeśli identyfikacja szans odbywa się na drodze ich odkrywania, to jest to „przedsiębiorczość tradycyjna”, jeśli w drodze tworzenia, mamy do czynienia z „przedsiębiorczością intelektualną” [por. Kwiatkowski, 2000].

W naukach ekonomicznych zwraca się uwagę na przedsiębiorczość jako proces tworzenia, ale jednocześnie proces samoniszczący. Nowe pomysły, nowe działania przedsiębiorcze niszczą stare rynki dostarczając nowych, korzystnych dla nabywców wartości zgodnie z **teorią kreatywnej destrukcji** J.A. Schumpetera. Przyjęta w tym artykule perspektywa behawioralna nakazuje zwrócenie uwagi na to, że analogiczna do Schumpeterowskiej koncepcja zbudowana została na gruncie psychologii, gdzie nosi ona nazwę **teorii dezintegracji pozytywnej** i odnosi się do osoby ludzkiej. Jej twórca, wybitny polski psycholog i psychiatra, K. Dąbrowski dowodził, że rozwój osobowości polega na szeregu procesów o charakterze dezintegracyjnym i integracyjnym. Dezintegracja to rozpadanie się całości na części składowe, przetwarzanie się jednych struktur osobowości w drugie, rozchwianie i popadanie ze skrajności w skrajność, brak harmonii i równowagi wewnętrznej, czemu towarzyszy cierpienie. Po okresie kryzysu osobowości, „rozpadu” dotychczasowej hierarchii wartości i celów, człowiek ma szansę osiągnięcia wyższego pułapu rozwoju. Następuje integracja, czyli scalanie, zespolenie się cech osobowości, tworzenie całości z części. Rodzi się nowa, zwarta struktura odpowiadająca harmonii i równowadze wewnętrznej człowieka. I tak jak droga do zdrowia psychicznego i dojrzałej osobowości człowieka wiedzie przez kryzysy i „upadki”, tak droga do zdrowia i rozwoju przedsiębiorstwa wiedzie przez dynamiczną nierównowagę i kreatywną destrukcję.

2.3 Przedsiębiorczość jako grupa kompetencji

Przyjęcie w tym artykule perspektywy behawioralnej oznacza dążenie do interdyscyplinarnego, wielokontekstowego postrzegania przedsiębiorczości bez dzielenia tej problematyki na psychologiczną czy ekonomiczną. W ocenie autorki, aby osiągnąć ten cel, najbardziej właściwe wydaje się ujmowanie przedsiębiorczości przez pryzmat teorii kompetencji.

Przedsiębiorczość bywa traktowana jako pojedyncza kompetencja zaliczana do grupy kompetencji kluczowych, czyli najważniejszych dla danej organizacji lub kon-

kretniej osoby [por. Oleksyn, 2006]. Jednak na bazie analizy czynników warunkujących działania przedsiębiorcze można zaryzykować twierdzenie, że ujmowanie przedsiębiorczości jako odrębnej, pojedynczej kompetencji jest zbyt daleko idącym uproszczeniem.

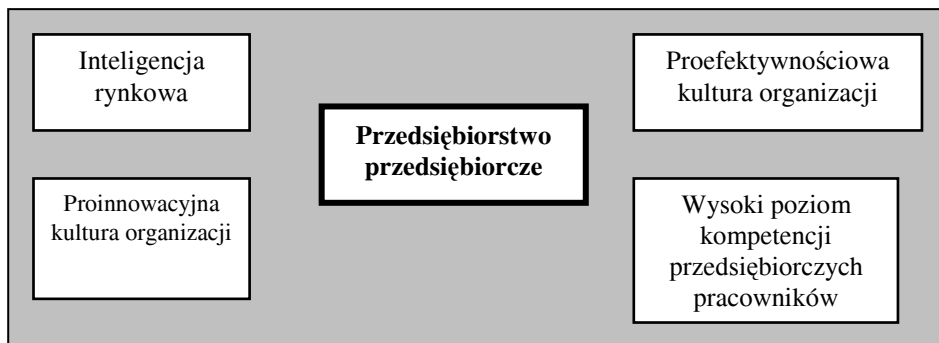
Dlatego **przedsiębiorczość definiujemy jako grupę kompetencji** warunkujących efektywne identyfikowanie i osiąganie celów organizacyjnych w warunkach ryzyka lub niepewności. Trzeba tu jednocześnie podkreślić, że kompetencje rozumiemy jako wszelkie cechy i uprawnienia ludzi oraz organizacji, które - wykorzystywane i rozwijane w działaniu - służą do osiągania celów organizacji oraz spójnych z nimi osobistych celów pracowników. Definicja ta umożliwia szerokie ujęcie kompetencji. Akcentuje, że dotyczą one nie tylko konkretnych pracowników, ale również organizacji. Ujmowanie przedsiębiorczości jako grupy kompetencji pozwala przyjąć, iż przedsiębiorczy może być konkretny człowiek, przedsiębiorczy może być zespół, jak i przedsiębiorcza może być cała organizacja, jeśli zarządzana jest przez przedsiębiorczych menedżerów stymulujących i wspierających przedsiębiorczość pracowników i współpracowników.

Tabela 2. Kompetencje przedsiębiorcze człowieka

Nazwa kompetencji	Cechy, umiejętności, zachowania
Umiejętność podejmowania decyzji w warunkach ryzyka i niepewności	Potrafi podejmować szybkie i trafne decyzje adekwatne do sytuacji (także w warunkach stresu), nie boi się decyzji ryzykownych.
Innowacyjność i twórczość	Posiada zdolności twórcze, pomysłowość, wyobraźnię. Czerpie Radość z wprowadzania nowatorskich rozwiązań. Korzysta z intuicji.
Odporność na sytuacje trudne	Posiada wysoki poziom odporności psychicznej, wysoki próg tolerancji stresu i frustracji.
Komunikatywność	Cechuje go łatwość nawiązywania kontaktów z ludźmi, wzbudzania zaufania, konkretność i rzeczowość w komunikowaniu się.
Wysoki poziom dojrzałości emocjonalnej	Konstruktywnie wyraża emocje, przejawia wysoki poziom zrównoważenia emocjonalnego i samokontroli, jest asertywny.
Przywództwo i współpraca	Potrafi tworzyć wizję rozwoju i motywować współpracowników do jej realizacji. Łagodzi konflikty, rozwiązuje je przez negocjacje i mediacje, tworzy pozytywne relacje w zespole, trafnie diagnozuje potrzeby współpracowników. Dbą o kulturę współpracy.
Samoświadomość, pozytywna samoocena	Zna siebie, motywy swojego działania. Posiada wysoki poziom motywacji do osiągnięć zakorzeniony w samoakceptacji i pozytywnej samoocenie. Przestrzega wysokich standardów etycznych.
Motywacja	Potrafi podtrzymywać wysoką wewnętrzną motywację do osiągnięć biznesowych.
Wiedza biznesowa	Posiada niezbędną wiedzę dotyczącą rynku i funkcjonowania przedsiębiorstwa we wszystkich jego obszarach.

Źródło: Opracowanie własne.

W tabeli nr 2 przedstawiono wykaz kompetencji tworzących, w ocenie autorki, profil kompetencyjny osoby przedsiębiorczej. Powstał on w oparciu o studia literaturowe oraz własne badania empiryczne przy wykorzystaniu narzędzi kwestionariuszowych [por. Moczydłowska, 2008, 2009].



Rys. 1. Kluczowe kompetencje przedsiębiorcze przedsiębiorstwa

Źródło: Opracowanie własne.

Personifikacja organizacji (przedsiębiorstwa) oznacza, że przypisywane jej typowo ludzkie właściwości są czymś więcej, niż prostą sumą cech ludzi, którzy tworzą przedsiębiorstwo. Przedsiębiorstwo jest nowym „bytem”, rodzajem „umysłu zbiorowego”, „zbiorowej osobowości”, w której ujawniają się nie tylko efekty synergii, ale także cechy jakościowo i ilościowo odmienne od atrybutów pracowników i menedżerów zatrudnionych w tym przedsiębiorstwie. Stąd przedsiębiorczość w odniesieniu do organizacji (np. przedsiębiorstwa) nie jest przecież sumą kompetencji przedsiębiorczych zatrudnionych w niej menedżerów i innych pracowników. Jest wypadkową wielu bardzo różnorodnych czynników wewnętrznych i zewnętrznych, których rola ma charakter sytuacyjny i kontekstowy.

Zakończenie

Przyjęcie w tym artykule perspektywy behawioralnej oznacza dążenie do interdyscyplinarnego, wielokontekstowego postrzegania przedsiębiorczości, bez dzielenia tej problematyki na psychologiczną czy ekonomiczną. W ocenie autorki, aby osiągnąć ten cel, najbardziej właściwe wydaje się ujmowanie przedsiębiorczości jako kombinacji (grupy, zbioru) kompetencji. Kompetencje przedsiębiorcze w odniesieniu do ludzi to ich dyspozycje, możliwości wynikające z osobowości, doświadczenia i kwalifikacji oraz innych atrybutów osobowych. Prawdopodobieństwo ich ujawnienia w postaci zachowań przedsiębiorczych wzrasta, gdy sprzyjają temu warunki

zewewnętrzne, środowiskowe (w tym ekonomiczne, polityczne, kulturowe, społeczne). Podobnie w odniesieniu do organizacji (w tym przedsiębiorstw) kompetencje przedsiębiorcze identyfikujemy jako zbiór kluczowych cech, umiejętności, unikatowych zasobów wykorzystywanych do efektywnych działań przedsiębiorczych. Przyjmujemy, że znaczenie podstawowe ma tu przedsiębiorcza kultura organizacyjna, którą można uznać za jedną z najważniejszych kompetencji przedsiębiorczego przedsiębiorstwa. Kultura przedsiębiorcza, to kultura proinnowacyjna, proefektywnościowa, promująca postawy przedsiębiorcze ludzi, zarówno pracowników indywidualnych jak i zespołów.

Literatura

- Ariely D. (2009), *The End of Rational Economics*, „Harvard Business Review” July-August.
- Buczek S.B. (2005), *Efektywność informacyjna rynków akcji – teoria a rzeczywistość*, OW SGH, Warszawa.
- Brzeziński M., Gorynia M., Hockuba Z. (2008), *Ekonomia a inne nauki społeczne na początku XXI w. Między imperializmem a kooperacją*, „Ekonomista” nr 2.
- Chełpa S. (2005), *Samorealizacja talentów – możliwości i ograniczenia intrapersonalne*, w: *Zarządzanie talentami*, S. Borkowska (red.), Wydawnictwo IPiSS, Warszawa.
- Garcia-Cabrera A.M., Garcia-Soto M. (2008), *Cultural Differences and Entrepreneurial Behavior: An Intra - Country Cross – Cultural Analysis in Cape Verde*, “Entrepreneurship 8c Regional Development” vol. 20, no. 5.
- Hofstede G., Hofstede G.J. (2007), *Kultury i organizacje*, PWE, Warszawa.
- Kapusta F. (2006), *Przedsiębiorczość. Teoria i praktyka*, Wydawnictwo Forum Naukowe, Poznań.
- Kwiatkowski S. (2000), *Przedsiębiorczość intelektualna*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Koźmiński A.K. (2004), *Zarządzanie w warunkach niepewności*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Moczydłowska J. (2008), *Zarządzanie kompetencjami zawodowymi a motywowanie pracowników*, Wydawnictwo Difin, Warszawa.
- Moczydłowska J. (2008), *Samoocena kompetencji menedżerskich właścicieli mikro i małych przedsiębiorstw*, „Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa” nr specjalny, maj.
- Moczydłowska J. (2009), *Kompetencje przedsiębiorcze mikroprzedsiębiorcy*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne Problemy Usług” nr 34.
- Nelson R., Winter S. (2002), *Evolutionary Theorizing in Economics*, “Journal of Economic Perspectives”, Spring.
- Nicolaou N., Shane S., Cherkas L., Spector T.D. (2008), *The Influence of Sensation Seeking in the Heritability of Entrepreneurship*, “Strategic Entrepreneurship Journal” vol. 2, issue 1.
- Noga A. (2009), *Teorie przedsiębiorstw*, PWE, Warszawa.
- Oleksyn T. (2006), *Zarządzanie kompetencjami. Teoria i praktyka*, Oficyna Ekonomiczna, Kraków.

- Ornarowicz U. (2008), *Menedżer XXI wieku*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa.
- Polowczyk J. (2009), *Podstawy ekonomii behawioralnej*, „Przegląd Organizacji” nr 1.
- Romanowska M. (2008), *Kształtowanie postaw przedsiębiorczych na studiach ekonomicznych*, [w:] *Studia ekonomiczne – czy tylko wiedza i umiejętności?*, J. Dietl, Z. Sapijaszka (red.), Fundacja Edukacji Przedsiębiorczości, Łódź.
- Smith A. (2007), *Badania nad naturą i przyczynami bogactwa narodów*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Sudoł S. (2005), *Niektóre kontrowersyjne problemy dotyczące przedsiębiorstwa jako instytucji*, „Organizacja i Kierowanie” nr 1.
- Wasilewska J., Otoka M. (2007), *Przedsiębiorczość a ubóstwo*, [w:] *Ekonomiczne i społeczne aspekty ubóstwa w województwie podlaskim*, D. Perło (red.), Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku, Białystok.
- Zimbardo P.G. (1999), *Psychologia i życie*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

Enterprise – Behavioural Perspective (Summary)

The aim of this article is to represent the behavioural conditionings of the enterprise. We focus our attention on the enterprise perceived as a group of key competencies, that is the most important ones in achieving the aims of the individual, both of the human being and of the organisation. Significant element of the article is considerations which subjugate the terminological sphere, crucial for the undertaken subject. Behavioural economics, just as the behavioural trend in management science arouses interest of the representatives of the economic science. In the author's opinion, it is worth to build and develop this field of scientific research concerning the accuracy of the scientific terms and relationship between them. That is why the indication on dangerous simplifications in describing the essence of behavioural economics and its connection with other scientific disciplines is important purpose of the publication.