

# Aleksandra Spychała

---

## "Determinanty rozwoju przedsiębiorczości w Polsce", red. Irena Lichniak, Warszawa 2011 : [recenzja]

---

Zarządzanie. Teoria i Praktyka nr 2 (6), 237-240

---

2012

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej [bazhum.muzhp.pl](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

**Irena Lichniak (red.), *Determinanty rozwoju przedsiębiorczości w Polsce***, Oficyna Wydawnicza Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2011.

Badania i dyskusje poświęcone znaczeniu przedsiębiorczości zajmują coraz więcej miejsca we współczesnej literaturze naukowej. W krajach wysokorozwiniętych wzrost zainteresowań przedsiębiorczością wzmożony został wskutek rosnącej konkurencyjności gospodarki oraz jej zdolności do rozwoju. Wzrost zainteresowania ekonomią behawioralną jest jednym z ciekawszych wydarzeń w naukach ekonomicznych przełomu XX i XXI wieku, a zjawisko przedsiębiorczości jest jednym z najszybciej rozwijających się obszarów badawczych. Powszechnie uważa się, że przedsiębiorczość jest ważnym obszarem badawczym, ale do tej pory nie osiągnięto konsensusu co do roli, jaką powinna odgrywać. Nie ma jednej powszechnie akceptowalnej definicji przedsiębiorczości. Co więcej, zmiany zachodzące w otoczeniu przedsiębiorstw rewidują dotychczasowe poglądy na ten temat. Część badaczy odmawia jej nawet statusu naukowego.

Problematyka przedsiębiorczości ma charakter interdyscyplinarny i złożony. Rozpatrywana jest w perspektywie ekonomii, nauk o zarządzaniu, socjologicznej, prawnej, psychologicznej, czy w perspektywie łączącej wszystkie powyższe dyscypliny naukowe. Skutkuje to różnym sposobem definiowania przedsiębiorczości oraz różnym rozłożeniem akcentów dotyczących jej uwarunkowań. Przedsiębiorczość często analizuje się jako proces prowadzący do powstawania przedsiębiorstw i ich rozwoju, ale także jako cechę osobowości człowieka oraz jako kategorię społeczną odnoszoną do mentalności i wynikających z niej postaw danej zbiorowości społecznej. Jedynie kwestia znaczenia przedsiębiorczości dla rozwoju gospodarczego i społecznego nie budzi żadnych wątpliwości. Pozostałe zagadnienia dotyczące istoty przedsiębiorczości ujmowane są w sposób niejednoznaczny.

Wydaje się koniecznym budowanie i rozwijanie obszaru badań naukowych z zakresu przedsiębiorczości przede wszystkim w celu uniknięcia niebezpiecznych uproszczeń w określaniu jej istoty. Szczególną uwagę należy zatem zwracać na dbałość o precyzję pojęć naukowych w tym zakresie oraz zależności pomiędzy nimi.

W 2011 roku nakładem wydawnictwa Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie ukazała się obszerna pozycja książkowa pt. „Determinanty rozwoju przedsiębiorczości w Polsce” pod redakcją naukową Ireny Lichniak.

Opublikowana praca stanowi efekt badań, które zostały przeprowadzone przez Kolegium Nauk o Przedsiębiorstwie Szkoły Głównej Handlowej. Badania dotyczyły problematyki przedsiębiorczości w Polsce ze szczególnym uwzględnieniem czynników związanych z kryzysem globalnym. Głównym celem badań była identyfikacja czynników, które sprzyjają rozwojowi przedsiębiorczości indywidualnej oraz utrudniają jej rozwój.

Wyniki badań zostały przedstawione w publikacji w sześciu rozdziałach.

W rozdziale pierwszym publikacji został opisany stan sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce na tle krajów Unii Europejskiej oraz omówione zostały przesłanki rozwoju tych firm. Autorka zwraca uwagę na konieczność zwiększenia innowacyjności przedsiębiorstw tego sektora jako czynnika niezbędnego do utrzymania się na rynku i rozwoju. Autorka podkreśla także, iż duże znaczenie dla poprawy konkurencyjności polskiej gospodarki ma rozwój przedsiębiorczości w sektorze usługowym. Nowe firmy powstają obecnie głównie w nowoczesnych sektorach usługowych, co świadczy o umacnianiu się przedsiębiorstw z sektora małych i średnich przedsiębiorstw. Aktywność przedsiębiorców w sektorach usługowych wydaje się istotna ponieważ decyduje o tym, czy i w jakim tempie struktura gospodarcza Polski zbliży się do struktur gospodarek nowoczesnych.

Rozdział drugi publikacji poświęcony jest zewnętrznym uwarunkowaniom procesów przedsiębiorczych takim jak prawno-administracyjne uwarunkowania. W rozdziale tym w sposób bardzo dokładny przedstawiono najważniejsze instytucje, procedury prawne oraz rozwiązania dla przedsiębiorców. Dokonano także oceny skutków regulacji prawnych, ekonomicznej analizy prawa oraz możliwości wykorzystania tej wiedzy przez przedsiębiorców.

Trzeci rozdział publikacji jest odpowiedzią na pytania czy kultura może warunkować zachowania przedsiębiorcze jednostek oraz jaka kultura jest konieczna dla rozwoju przedsiębiorczości indywidualnej w Polsce? Problematyka kulturowych uwarunkowań przedsiębiorczości stała się na tyle istotna, że znalazła się w opracowaniach i rekomendacjach wydawanych przez Unię Europejską. Teza o kulturowym zakorzenieniu działań przedsiębiorczych prowadzi do wniosku, że do rozwoju przedsiębiorstw nie wystarczają jedynie odpowiednie uregulowania prawne, ekonomiczne, czy zasoby naturalne. Konieczne wydaje się odpowiednie podłoże kulturowe, które promuje odpowiedzialność, przestrzeganie prawa czy innowacyjność. W rozwoju postaw przedsiębiorczych ważne są bowiem nie tylko oddziaływania edukacyjne ale także tworzenie klimatu za pomocą medialnych środków przekazu, który determinowałby postawy przedsiębiorcze jednostek i kształtował nowe wzorce kulturowe. Ta część

publikacji oparta jest na studiach literaturowych i ukazuje związki kultury narodowej z cechami przedsiębiorców oraz zależność między kulturą i przedsiębiorczością na poziomie lokalnym i narodowym.

W kolejnym rozdziale przedstawione zostały wyniki badań własnych dotyczące cech społeczno-demograficznych osób, które podejmują decyzję o uruchomieniu własnej działalności gospodarczej. Analiza badań wykazała między innymi, że w Polsce występuje maskulinizacja zawodu przedsiębiorcy. Przedsiębiorczość wśród kobiet rzeczywiście wzrasta ale nie przekłada się to na zmianę proporcji płci w populacji przedsiębiorców. Taki stan rzeczy tłumaczą zapewne niewystarczająca polityka państwa w dziedzinie wpierania kobiet na rynku pracy, brak pieniężnych świadczeń socjalnych w razie urodzenia dziecka lub w razie opieki nad osobami starszymi oraz nacisk społeczeństwa, aby kobiety wywiązywały się z ról społecznie im przypisanych.

Szczególna uwaga została zwrócona na temat przedsiębiorczości w sektorach wysokich technologii. Opisano także czynniki, które przyspieszają oraz ograniczają rozwój przedsiębiorczości w tym sektorze. Okazuje się, że niska skłonność pracowników wyższych uczelni do podejmowania działalności na własny rachunek stanowi poważną barierę ograniczającą rozwój sektora wysokich technologii.

Rozdział piąty publikacji został poświęcony przedsiębiorstwom rodzinnym. W przypadku małych i średnich przedsiębiorstw, tym co łączy jest nie tyle kapitał, co więź osób należących do jednej rodziny w układzie pokoleniowym. Taki stan rzeczy determinuje oczywiście sposób funkcjonowania podmiotu gospodarczego, określa cele, wpływa na kulturę organizacyjną i strategię działania. Dodatkowo w przedsiębiorstwach rodzinnych, prócz celu ekonomicznego, bardzo ważną rolę odgrywa cel długofalowy, którym jest trwanie i rozwój przedsiębiorstwa. Według badań przeprowadzonych przez PARP przedsiębiorstwa rodzinne stanowią 36% sektora małych i średnich przedsiębiorstw i wytwarzają co najmniej 10,4% ogółu polskiego PKB. Interesującą wiedzę dostarcza analiza danych materiału zgromadzonego w badaniu, których celem było określenie zachowań rodzinnych wobec sytuacji kryzysowych. Wynika z nich, że firmy rodzinne w Polsce przetrwały kryzys dużo lepiej niż firmy nierodzinne. Wydaje się zatem, że siła firm rodzinnych tkwi w ich elastyczności i umiejętności dostosowania się do zmieniających się warunków oraz chęci nie tylko przetrwania ale także rozwoju własnego przedsiębiorstwa.

Ostatni rozdział publikacji dotyczy problematyki innowacji w kontekście rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw. Istnieje silny związek między innowacjami i przedsiębiorczością. Autorzy zaznaczają, że innowacja jest szczególnym i podstawowym narzędziem, a także przejawem przedsiębiorczości oraz że nie ma przedsiębiorczości bez innowacji. Innowacje decydują nie tylko o tempie i kierunkach rozwoju gospodarczego, ale także wyznaczają formy

i strukturę współpracy międzynarodowej. Innowacje są również uznawane obecnie za główny czynnik konkurowania przedsiębiorstw jednakże wdrażanie ich w małych i średnich przedsiębiorstwach nie jest łatwe. Głównymi barierami według autorów są ograniczone zasoby, niski poziom profesjonalizmu w zarządzaniu innowacjami, brak zorientowania strategicznego, brak kompetencji w zakresie innowacji oraz zależność od pracy poszczególnych pracowników. W rozdziale tym przedstawiono także główne kierunki działań w ramach polityki gospodarczej, które sprzyjają wzrostowi innowacyjności przedsiębiorstw oraz źródła, możliwości i metody finansowania działalności innowacyjnej przez przedsiębiorstwa z sektora małych i średnich przedsiębiorstw.

Przyjęcie w książce perspektywy behawioralnej oznacza dążenie do interdyscyplinarnego, wielokontekstowego postrzegania przedsiębiorczości, bez dzielenia tej problematyki na socjologiczną, prawną czy ekonomiczną. Najbardziej właściwe wydaje się zatem ujmowanie przedsiębiorczości jako zbioru i kombinacji kompetencji. Kompetencje przedsiębiorcze w odniesieniu do ludzi to ich możliwości wynikające z przede wszystkim z wiedzy, dodatkowo z osobowości i doświadczenia oraz innych atrybutów osobowych. Szanse na ujawnienie się postaw przedsiębiorczych wrastają, gdy sprzyjają temu warunki zewnętrzne, w tym ekonomiczne, społeczne, kulturowe, prawne. W odniesieniu do przedsiębiorstw kompetencje przedsiębiorcze także należy postrzegać jako zbiór cech, unikatowych zasobów, które są wykorzystywane do efektywnych działań przedsiębiorczych, a podstawowe znaczenie ma przedsiębiorcza kultura organizacyjna. Kultura przedsiębiorcza to kultura proinnowacyjna i proefektywnościowa, która promuje postawy przedsiębiorcze ludzi, zarówno osób indywidualnych jak i zespołów. Przedsiębiorczość w odniesieniu do organizacji nie jest zatem sumą kompetencji przedsiębiorczych zatrudnionych w niej osób ale jest wypadkową bardzo wielu różnorodnych czynników wewnętrznych i zewnętrznych, których rola ma charakter sytuacyjny i kontekstowy. Ujmowanie przedsiębiorczości jako odrębnej, pojedynczej kompetencji jest zbyt daleko idącym uproszczeniem.

Książka ma charakter naukowy i powinna być wykorzystywana także w dydaktyce. Jej adresatami są pracownicy naukowcy podejmujący problematykę przedsiębiorczości i małych i średnich przedsiębiorstw oraz studenci kierunków ekonomicznych i kierunków związanych z zarządzaniem. Dodatkowym walorem książki jest bardzo bogata literatura przedmiotu obejmująca najnowsze opracowania specjalistyczne.

*Aleksandra Spychała*