

Sugerowane cytowanie:

Baran, G., Bąk, J. (2016). Przedsiębiorczość jako proces stawania się. *International Entrepreneurship Review* (previously published as *Przedsiębiorczość Międzynarodowa*), 2(1), s. 83-98.

Przedsiębiorczość jako proces stawania się

Grzegorz Baran

Uniwersytet Jagielloński
Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej
Instytut Spraw Publicznych
ul. prof. St. Łojasiewicza 4, 30-348 Kraków
e-mail: g.baran@uj.edu.pl

Janusz Bąk

Politechnika Krakowska im. Tadeusza Kościuszki
Wydział Fizyki, Matematyki i Informatyki
Instytut Ekonomii, Socjologii i Filozofii
ul. Warszawska 24, 31-155 Kraków
e-mail: januszbak@pk.edu.pl

Streszczenie:

Celem artykułu jest przedstawienie propozycji koncepcji przedsiębiorczości jako procesu stawania się. Artykuł prezentuje wyniki wstępnych badań konceptualno-teoretycznych zmierzających do zbudowania podstawy teoretycznej dla przyszłych badań empirycznych w zakresie przedsiębiorczości i innowacji. W artykule wykorzystano wyniki analizy teorii społecznych, które ujmują rzeczywistość społeczną jako istniejącą jedynie w ciągłym ruchu, w ciągłej zmianie, co wyjątkowo dobrze koresponduje z charakterem przedsiębiorczości.

Słowa kluczowe: przedsiębiorczość; teoria strukturacji; teoria stawania się; innowacje

Klasyfikacja JEL: L26

1. WPROWADZENIE

Problematyka przedsiębiorczości koncentruje się na dwóch obszarach. Pierwszy dotyczy przedsiębiorcy, jego cech osobowych, warunków identyfikowania okazji i predyspozycji społeczno-psychologicznych. Drugi jest związany z procesem, w ramach którego okazja jest odkrywana i wykorzystywana do tworzenia lub rozwijania organizacji. Niemniej jednak w większości prac w ramach teorii przedsiębiorczości w różnym stopniu te dwa obszary są od siebie separowane, a badacze koncentrują się albo na aspekcie osobowym, albo na strukturalnym. Nie uwzględniają w dostatecznym stopniu dynamiki relacji, jakie zachodzą pomiędzy jednostką

a strukturą, ich interakcyjności, rekurencyjności, współwarunkowania i swoistej dwoistości. Struktura generuje określone możliwości (okazje) dla przedsiębiorcy, w ramach których tworzone są przez tegoż przedsiębiorcę innowacje pozwalające na wykorzystanie tych okazji. Równocześnie przedsiębiorca chcący z tymi innowacjami odnieść sukces na rynku musi redefiniować tę strukturę w wymiarze zasobów, reguł działania czy sposobów interpretacji. Nie są to działania jednorazowe, ale mają charakter ciągły. Nie da się ich zamknąć w zdefiniowane ramy czasowe i strukturalne, co powoduje, że przedsiębiorczość jest w ciągłym procesie stawania się. Negocjowane są znaczenia, zasoby i reguły działania na poziomie przedsiębiorcy oraz istniejącej struktury, w której zidentyfikował on tę okazję.

Celem artykułu jest przedstawienie wstępnej propozycji koncepcji przedsiębiorczości jako procesu stawania się. Poszukując mocnej podstawy teoretycznej dla badań nad przedsiębiorczością i innowacjami, odwołujemy się do tych teorii społecznych (m.in. teoria stawania się społeczeństwa Sztopki, teoria strukturalizacji Giddensa, teoria figuracji Eliasa), które ujmują rzeczywistość społeczną jako istniejącą jedynie w ciągłym ruchu, w ciągłej zmianie, co wyjątkowo dobrze koresponduje z charakterem przedsiębiorczości. Artykuł ma charakter teoriopoznawczy i przedstawia wyniki wstępnych badań konceptualno-teoretycznych zmierzających do zbudowania podstawy teoretycznej dla przyszłych badań empirycznych w zakresie przedsiębiorczości i innowacji.

Przedsiębiorczość w ramach tego artykułu została ujęta na gruncie nauk o zarządzaniu, co nie oznacza jednocześnie, że nie dostrzegamy jej niezwykle interdyscyplinarnego charakteru. W związku z tym odwołujemy się do wyników analizy literatury nie tylko o obszarze przedsiębiorczości i innowacji, ale także szeroko ujmowanych nauk społecznych.

2. PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ – W POSZUKIWANIU TOŻSAMOŚCI

Przedsiębiorczość nie jest fenomenem jednorodnym, łatwym do zdefiniowania i opisanego. Stanowi wielowymiarowe zjawisko o istotnej roli w procesach gospodarczych i społecznych. Jak wskazuje Drucker: „(...) nauka o przedsiębiorczości jest środkiem do osiągnięcia celu. To, co stanowi naukę, jest w znacznym stopniu określone przez cel, w jakim takie działania są prowadzone, tzn. przez praktykę” (Drucker, 1992, s. 8). Przedsiębiorczość pełni, zwłaszcza w warunkach dzisiejszego turbulentnego otoczenia, szczególną funkcję, gdyż warunki te, jak nigdy wcześniej, wymagają rozpoznawania szans i zagrożeń oraz twórczego organizowania i rekonfigurowania posiadanych oraz możliwych do pozyskania zasobów, w celu budowania i utrzymywania pozycji konkurencyjnej. Wielowymiarowość i wielowątkowość zagadnień związanych z przedsiębiorczością, jako fenomenem społeczno-gospodarczym (Cieślak, 2014), zróżnicowanie poglądów i perspektyw patrzenia na to zjawisko, jak również sposobów akcentowania głównego jej aspektu powoduje, że badacze ciągle poszukują adekwatnych sposobów „uprawiania” nauki o przedsiębiorczości i najbardziej adekwatnej metody służącej eksploatacji tego obszaru.

Historycznie ujmując, źródeł pojęcia przedsiębiorczości można szukać w pracach R. Cantillona, który definiował ją jako zdolność do przewidywania i skłonność do podejmowania ryzyka (Cantillon, za: Piecuch, 2013, s. 18-19). Postrzegał przedsiębiorcę jako tego, który podejmuje działania zmierzające do wykorzystania rozpoznanych okazji rynkowych, powstających na skutek braku równowagi pomiędzy popytem i podażą. Mechanizm ten jest obciążony ryzykiem wynikającym z tego, że nie ma pewności, co do działań koniecznych do wykorzystania tej wyłaniającej się okazji. Zatem niepewność i ryzyko to dwa permanentne elementy środowiska przedsiębiorcy. Z kolei J.B. Say wywodzi definicję przedsiębiorcy z teorii ograniczoności zasobów, zgodnie z którą przedsiębiorca przenosi zasoby z obszarów o niższej wydajności do obszarów o wyższej wydajności (Say, za: Piecuch, 2013, s. 20-21). W swoich pracach dokonał dezagregacji zysku w działalności gospodarczej na ten płynący z kapitału i ten płynący z działań przedsiębiorczych. Zakołował tym samym w procesie wypracowywania zysku przez przedsiębiorstwa nie tylko wagę kapitału, ale również działań związanych z kombinacją tegoż kapitału w odniesieniu do rynkowych okazji. Jednym z kluczowych zadań przedsiębiorcy jest kombinowanie czynników produkcji w celu maksymalizacji premii przedsiębiorczej. Przedsiębiorca to osoba, która wytwarza produkty na własne ryzyko, ale równocześnie dla własnego zysku. W konsekwencji cały wypracowany zysk osiągany przez przedsiębiorcę, bez względu na to, czy osiągnięty został przy pomocy własnego, czy też pożyczonego kapitału, jest mu należny za podejmowane ryzyko. W pracach J. Schumpetera (1960), które wywarły ogromny wpływ na rozwój teorii przedsiębiorczości, pojawia się odmieniana na wszelkie sposoby we współczesnym zarządzaniu „twórcza destrukcja”, będąca siłą napędową przedsiębiorczości i innowacji. Przedsiębiorca to budowniczy gospodarki, który dokonuje nowych kombinacji środków produkcji, mających prowadzić do nowego wyrobu, technologii, rynku czy zasobów. Akcentuje on osobową rolę przedsiębiorcy, który nie musi posiadać zasobów czy kapitału do ich pozyskania, ale musi posiadać pomysł na „twórczą destrukcję” istniejącego stanu. Twórcza destrukcja jest istotą działania przedsiębiorcy, a istotą przedsiębiorczości jest zrywanie z rutyną i zmiana istniejących struktur. W jego pracach, w odniesieniu do przedsiębiorczości pojawiają się również innowacje. Są one narzędziem „destrukcji” istniejących struktur, pozwalającym na tworzenie nowych rozwiązań. Rzeczywistość gospodarcza to dynamiczny proces rozwoju, polegający na wytrącaniu z równowagi i powracaniu do niej, w którym zmiana organizacyjna i myślenie innowacyjne są kluczowymi czynnikami, a innowacje są istotą procesu przedsiębiorczego i równocześnie podstawowym źródłem konkurencyjności dla organizacji.

Prace J. Schumpetera były punktem wyjścia dla I. Kirznera, według którego przedsiębiorca nie dąży do złamania istniejącej równowagi, ale przeciwnie jego działanie nakierowane jest na jej przywrócenie, a jego najważniejszym zadaniem jest poszukiwanie okazji do osiągnięcia zysku (Piecuch, 2013, s. 28-29). Kirzner analizuje przedsiębiorczość w perspektywie czasowej: krótko- i długookresowej. W krótkim okresie przedsiębiorczość to dostosowywanie się do potrzeb otoczenia,

w tym zdolność do rozpoznawania szans i inicjowania procesów ich wykorzystania, a w długim okresie to odkrywanie nowych możliwości i wprowadzanie innowacji, które stanowią źródło rozwoju gospodarczego. Przedsiębiorcy motywowani są do rozpoznawania szans i innowacji poprzez zysk, który może zostać przez nich wypracowany.

Perspektywa przychodu z tytułu niepewności opisywana jest przez F. Knighta, który traktuje zysk jako wynik działań przedsiębiorczych, nie będący jedynie rekompensatą za ponoszone ryzyko, ale będący efektem współistnienia trzech czynników: umiejętności dostrzeżenia szansy przez przedsiębiorcę, szczęścia niezbędnego w warunkach ciągłych zmian otoczenia i ogólnej sytuacji na rynku (Knight, za: Piecuch, 2013, s. 29-31). W tej perspektywie ryzyko i niepewność są nieodłącznymi elementami działalności przedsiębiorczej, a wręcz bez nich byt przedsiębiorcy i jego funkcjonowanie nie miałyby sensu. Inspirowany pracami Schumpetera w obszarze innowacji, Drucker (2004) twierdził, że stanowią one podstawę przedsiębiorczości. Innowacja jest pracą celową, zorganizowaną, systematyczną i racjonalną, nakierowaną na wypracowanie wartości rynkowej i wprowadzanie nowych produktów. Przedsiębiorca inwestuje kapitał (własny lub obcy) w celu jego pomnożenia poprzez wdrażanie innowacji, których źródła są zarówno na zewnątrz, jak i wewnątrz organizacji (Piecuch, 2013, s. 18-37; Piasecki, 1998, s. 14-41).

Piasecki (1998, s. 33) wskazuje na trzy nurty w opisie istoty przedsiębiorczości: (1) nurt koncentrujący się na ekonomicznych funkcjach działań przedsiębiorcy w gospodarce, (2) nurt odwołujący się do cech osobowych przedsiębiorcy oraz ich znaczenia w działaniach przedsiębiorczych i sukcesie rynkowym, (3) nurt postrzegający przedsiębiorczość jako rodzaj menedżerskiego zachowania. W literaturze przedmiotu zidentyfikować możemy wiele definicji przedsiębiorczości/przedsiębiorcy lokujących się w zdefiniowanych przez Piaseckiego nurtach, z których wybrane przedstawiono w tabeli 1.

Podsumowując powyższe rozważania, przedsiębiorczość rozumieć można jako poszukiwanie, tworzenie i wykorzystywanie szans, co ma odzwierciedlenie w definicji opracowanej przez H. Stevenzona i J.A. Timmonsema (Glinka & Gudkova, s. 11). Często rezultat przedsiębiorczości wiązany jest z powstaniem przedsiębiorstwa, co wcale nie musi być tożsame (Glinka & Gudkova, 2011, s. 11). Przedsiębiorczość może rodzić rezultaty wewnątrz już istniejących przedsiębiorstw, organizacji pozarządowych, społecznościach lokalnych, a nawet organizacji publicznych (gdyż często w powszechnym odbiorze nie są one kojarzone ze zbyt wysokim poziomem przedsiębiorczości, kreatywności czy innowacyjności). Należy także wskazać na niejednoznaczność w definiowaniu, ale przede wszystkim rozumieniu pojęcia przedsiębiorczości (Glinka & Gudkova, 2011, s. 18). Ten sposób ujęcia przedsiębiorczości często zależy od dziedziny zainteresowania badacza zajmującego się przedsiębiorczością. Można wyraźnie odróżnić tych, którzy fascynują się indywidualnym poziomem przedsiębiorczości, na którym obserwujemy wydawałoby się czasem nadprzyrodzone zdolności niektórych przedsiębiorców, od badaczy, którzy zajmują się przedsiębiorczością jako zjawiskiem społeczno-gospodarczym, wskazując przede wszystkim na jego społeczny wymiar.

Z powyższego przeglądu głównych myśli widać, że w obszarze przedsiębiorczości wyraźnie wybijają się dwa jej aspekty. Pierwszy to osobowy, agencyjny, indywidualny – utożsamiany z przedsiębiorcą jako podstawowym nośnikiem przedsiębiorczości rozumianej jako działanie, a drugi o charakterze systemowym, strukturalnym, w postaci procesu przedsiębiorczego i pewnego mechanizmu odkrywania, implementowania innowacyjnych rozwiązań.

Tabela 1. Wybrane definicje przedsiębiorczości

Autor	Definicja
Słownik Języka Polskiego	Przedsiębiorczość to zdolność do tego, żeby być przedsiębiorczym; posiadanie ducha inicjatywy; obrotność, rzutkość, zaradność.
D. Sexton, N. Bowman-Upton	Przedsiębiorczość to taka postawa wobec zarządzania, która prowadzi do wykorzystania szans.
T. Pszczołkowski	Przedsiębiorczość to stawianie sobie i innym celów lub zadań z własnej inicjatywy i troszczenie się o sprawną (przede wszystkim skuteczną) ich realizację.
J. D. Antoszkiewicz	Przedsiębiorczość to działalność prowadząca do rozwoju i tworzenia nowych wartości.
M. Bratnicki	Przedsiębiorczość przejawia się w takim działaniu przedsiębiorcy, który zdobywa bogactwo, a przy okazji zwiększa tempo zmian w gospodarce wykorzystując swój talent i nierzadko szczęście.
J. Machaczka	Przedsiębiorczość to całokształt działań, związanych z uruchomieniem nowego przedsięwzięcia.
M. Strużycki	Przedsiębiorczość nie jest sferą działania ideowego, lecz dobrze rozumianym interesem dla każdej przedsiębiorczej jednostki i przedsiębiorstwa.
A. P. Wiatrak	Przedsiębiorczość można traktować jako postawę lub jako proces zachodzących zmian pod wpływem tej postawy.
R. Blundel, N. Lockett	Przedsiębiorczość wiąże się z działaniami człowieka zorientowanymi na generowanie wartości ekonomicznej i społecznej poprzez tworzenie lub rozszerzenie działalności gospodarczej. Obejmuje złożony układ społecznych interakcji rozciągających się poza indywidualnych przedsiębiorców i angażujących zespoły, organizacje, instytucje, sieci.

Źródło: Piecuch (2013), Kapusta (2006), Blundel i Lockett (2011).

Mając na uwadze procesy zachodzące w obszarze przedsiębiorczości, naukowcy wciąż borykają się z problemami swoistej tożsamości przedsiębiorczości oraz adekwatnej perspektywy badawczej. Można dostrzec brak zdefiniowanych jednoznacznie ram teoretycznych pozwalających wyjaśnić empirycznie społeczno-gospodarczy fenomen, jakim jest przedsiębiorczość. Teoria przedsiębiorczości stała się parasolem, pod którym gromadzą się różne obszary badawcze (cechy przedsiębiorcze, innowacje, MŚP, niepewność, zysk) (Shane & Ventekamaran, 2000). Przedsiębiorczość jako dyscyplina naukowa staje przed koniecznością poszukiwania własnej tożsamości, a wymiar, który jest szczególnie interesujący to

swoista dwoistość (dualizm) w myśleniu o przedsiębiorczości z jednej strony jako zorganizowanym działaniu (a więc bardziej o przedsiębiorstwach, szczególnie MSP), a z drugiej strony jako psychologicznym uwikłaniu myślenia o przedsiębiorczości (przedsiębiorczość jako postawa, zachowanie). Przedsiębiorczość może być postrzegana jako wzajemne przenikanie się świadomie działających przedsiębiorców zdolnych do zmiany szeroko rozumianej struktury, przy równoczesnym zwrotnym definiowaniu ich działań przez tę strukturę. Tak rozumiana struktura istnieje tylko w ich codziennym działaniu. Otwiera to nowe możliwości opisu i badania przedsiębiorczości, szczególnie mając na uwadze, że przedsiębiorcy nie rodzą się przedsiębiorcami, ale stają się nimi w działaniu, jakie podejmują w odniesieniu do zidentyfikowanych okazji.

3. STAWANIE SIĘ SPOŁECZEŃSTWA JAKO NOWY SCHEMAT INTERPRETACYJNY I PODSTAWA ROZWAŻAŃ O PARADYGMACIE PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

Wobec trudności, które napotyka przedsiębiorczość jako (sub)dyscyplina naukowa poszukując swojej tożsamości, proponujemy jej osadzenie w szerszym kontekście społecznym, a na poziomie epistemologicznym (i częściowo ontologicznym) odwołując się do grupy wpływowych teorii społecznych, które P. Sztompka łączy w dwa zbliżone do siebie nurty teoretyczne: socjologię historyczną oraz teorię podmiotowości. Sam proponując ich pewnego rodzaju syntezę w postaci teorii stawania się społeczeństwa (Sztompka, 1991). Ta propozycja powiązania współczynnika historycznego i podmiotowego w koherentną całość jest próbą obróbki teoretycznej wcześniejszych koncepcji tak, aby przezwyciężyć pewne słabości i ograniczenia obu nurtów (Sztompka, 2002, s. 529). Te podobieństwa i wspólny trzon wielu teorii balansujących pomiędzy próbą wyjaśniania rzeczywistości, bądź to poprzez wpływ struktur społecznych, bądź to poprzez pełną podmiotowość działających jednostek, zauważają także inni autorzy. A. Kołodziej-Durnaś pisze: „Sztompka (...) podąża tropem przewyciężenia ograniczeń poprzednich paradygmatów w naukach społecznych. Wychodząc od konstatacji nadmiernego determinizmu strukturalnego bądź jednostkowego, konstruuje wizję stawania się w wielu elementach podobną do teorii strukturacji” (Kołodziej-Durnaś, 2007, s. 33). Ta ostatnia, przez Sztompkę zaliczana do teorii podmiotowości, od końca lat 80. XX wieku zyskuje na znaczeniu nie tylko w socjologii, ale w ogóle w naukach społecznych, w tym w naukach o zarządzaniu. Wykorzystywana jest jako podstawa teoretyczna dla badań empirycznych oraz pogłębionej refleksji naukowej (Baran & Bąk, 2010, s. 12-15) i jest jedną z najbardziej uznanych koncepcji funkcjonowania świata społecznego przełomu XX i XXI wieku (Baran, 2013, s. 11).

Do wyżej określonego nurtu teoretycznego obok wspomnianych teorii stawania się społeczeństwa i teorii strukturacji, Sztompka zalicza koncepcje rozwijane przez takich badaczy i myślicieli, jak: N. Elias, P. Abrams, Ch. Tilly, Ch. Lloyd, T. Skockpol, M. Mann (reprezentujących socjologię historyczną) oraz W. Buckley, A. Etzioni, A. Touraine, M. Crozier, T. Burns, M. Archer (reprezentujących teorię

podmiotowości) (Sztompka, 2002, s. 526-537). Mimo dzielących je różnic, łączy je pewien zestaw wspólnych założeń ontologicznych i epistemologicznych, które oddzielają ich wizję świata społecznego od dominujących obecnie w naukach społecznych paradygmatów.

Dla problematyki niniejszego opracowania za kluczową uznajemy zaproponowaną przez Sztompkę teorię stawania się społeczeństwa. Po pierwsze, w dużym stopniu stanowi ona syntezę wcześniejszych wyników badań. Po drugie, wartym docenienia jest sposób jej sformułowania, a konkretnie wysoka wewnętrzna spójność i uporządkowanie, a także uwolnienie od żargonu typowego dla wielu koncepcji życia społecznego, a czasem trudno zrozumiałego na gruncie nauk o zarządzaniu. Ważne uzupełnienie oraz poszerzenie pola refleksji stanowią natomiast przywołana powyżej teoria strukturacji A. Giddensa (2003) oraz teoria figuracji N. Eliasa (1996). Do ustaleń teorii strukturacji odwołujemy się z uwagi na jej wcześniejsze wykorzystanie w licznych badaniach na gruncie nauk o zarządzaniu, ale przede wszystkim jej rozległe zakorzenienie w teorii nauk społecznych. Teoria figuracji ma z kolei dobrze rozwiniętą warstwę metaforyczną, co pozwala na przejrzyste objaśnienie pewnych zależności także praktykom zarządzania, a to ma istotne znaczenie z punktu widzenia projekcyjnej funkcji nauk o zarządzaniu. Dokonany w ten sposób wybór ma nie tyle stanowić ograniczenie podstawy teoretycznej i pola refleksji, co służy przede wszystkim zamierzeniu syntetycznego wyjaśnienia w artykule teorii, którą zrekonstruowaliśmy na potrzeby prowadzonych tu badań.

Pewien wspólny rdzeń przywołanych koncepcji, mimo niezależnego ich rozwoju, przy jednoczesnych różnicach na poziomie bardziej szczegółowych ustaleń czy obserwacji sprawiają, że nie mówimy tu o nowej, modnej koncepcji, jakie co jakiś czas pojawiają się w zarządzaniu, lecz rozwijającym się od końca XX wieku nurcie teoretycznym. Nurcie, w ramach którego mamy do czynienia z zupełnie nowym schematem interpretacji zjawisk społecznych i w ogóle społeczeństwa. Choć należy ostrożnie posługiwać się tak mocnym określeniem, zmiana, o której mowa wydaje się mieć wyraźnie paradygmatyczny charakter.

Na pierwszy argument, przemawiający za nazywaniem tej zmiany paradygmatyczną, wskazuje m.in. P. Sztompka, pisząc o trzecim, niedostrzeganym wcześniej, poziomie rzeczywistości społecznej, którego te teorie dotyczą (Sztompka, 2002, s. 530-532). Pisze on o wyjściu od mocnej tezy ontologicznej, a mianowicie od tego, że tym, co naprawdę istnieje nie są ani jednostki, ani ponadjednostkowe systemy czy struktury. Ten trzeci poziom rzeczywistości społecznej nazywa polem społecznym – aby podkreślić sposób jego ukształtowania – polem jednostkowo-strukturalnym (Sztompka, 2002, s. 530). Społeczeństwo, choć jest bytem ponadjednostkowym, jednocześnie nie może być utożsamiane jedynie ze strukturą pozabawioną jednostek. Jest zatem tym, co tworzy się pomiędzy jednostkami, ale tylko dzięki działającym jednostkom, bez których społeczeństwo jest nie do pomyślenia, bez których nie może zaistnieć, a więc dzięki którym się staje. Potwierdzeniem tego argumentu są ustalenia A. Giddensa, który o strukturze społecznej mówi jako o regułach i zasobach, których używają aktorzy społeczni, a która istnieje jedynie jako

ślady pamięci działających podmiotów. Pisze on w następujący sposób: „Struktura jako powtarzalnie zorganizowany zbiór reguł i zasobów jest czymś ponadczasowym i nieprzeprzecznym; jest trwała w swych przejawach i koordynacjach jako ślady pamięci; odznacza się nieobecnością podmiotu. W przeciwieństwie do tego, systemy społeczne, w które struktura jest uwikłana, obejmują, reprodukowane w czasie i przestrzeni, usytuowane czynności podmiotu” (Gidens, 2003, s. 64).

Jak słusznie zauważa Sztompka, jednostka istniejąca poza kontekstem społecznym jest nie do pomyślenia, podobnie jak struktury istniejące bez aktywnie działających jednostek. Nazywa to złudzeniami, myślowymi abstrakcjami, które nie mają nic wspólnego z realnymi bytami. Pisze tak: „W rzeczywistości całe nasze człowieczeństwo jest nierozzerwalnie – genetycznie i aktualnie – splecione z otaczającymi strukturami społecznymi: systemami normatywnymi, ideologicznymi, kanałami interakcji i hierarchiami nierównych szans życiowych. (...) To złudzenie, że społeczeństwo (państwo, prawo, moralność, ekonomika itp.) istnieje gdzieś osobno od jednostek. W rzeczywistości społeczeństwo to właśnie owe jednostki w ich wzajemnych powiązaniach. Tak więc każde empirycznie uchwytnie zjawisko społeczne, każdy fakt socjologiczny, jest z konieczności nierozdzielny z stopem czynnika jednostkowego i czynnika strukturalnego, wycinkiem pola jednostkowo-strukturalnego” (Sztompka, 2002, s. 530). Tymczasem dominujące obecnie w naukach społecznych, w tym w naukach o zarządzaniu, paradygmaty – które za Sułkowskim (w niewielkim stopniu upraszczając jego terminologię) można nazwać funkcjonalistyczno-systemowym oraz interpretatywno-symbolicznym (Sułkowski, 2012, s. 112-117) – opierają się na takich właśnie zredukowanych abstrakcjach. Przypisują one siłę sprawczą bądź to strukturze, bądź to jednostce. Ten trzeci poziom rzeczywistości społecznej zakreśla zatem wyraźnie nowy obszar poznawczy i schemat funkcjonowania rzeczywistości, który wymyka się dotychczasowym paradygmatom, co stanowi kolejny argument za myśleniem o tej grupie teorii w kategoriach paradygmatycznych.

Trzecim argumentem przemawiającym za nazywaniem tej zmiany paradygmatyczną jest dotychczasowe rozwarstwienie w podejściu do zarządzania. I nawet nie chodzi o to, że można wyróżnić dwie grupy badaczy, którzy odmiennie pojmują i badają zarządzanie. Mamy do czynienia z sytuacją, w której to ci sami badacze w różnych okolicznościach jakby nie mogą się zdecydować, czy mają do czynienia z rzeczywistością obiektywną czy subiektywną. Z jednej strony próbują badać rzeczywistość zarządzania, poszukując uniwersalnych praw rządzących działaniami jednostek. Odmawiają tym samym jednostkom czegoś, co Giddens nazywa zdolnością do refleksyjności. J. Turner, analizując teorię strukturacji Giddensa, pisze: „W ramach ludzkiej zdolności do refleksyjności, tzn. do myślenia o własnej sytuacji, mieści się zdolność do jej odmieniania” (Turner, 2004, s. 572). Giddens przyznaje zatem aktorom społecznym prawo nie tylko do subiektywnej interpretacji otaczającej ich rzeczywistości, ale także do jej zmiany, do zmiany własnego losu, który nie jest strukturalnie zdeterminowany (choć oczywiście w jakimś stopniu poprzez te struktury uwarunkowany).

Uznanie, że istnieją pewne uniwersalne prawa rządzące działalnością zorganizowaną, będącą obiektem zainteresowania nauk o zarządzaniu, jest tego zaprzeczeniem. Takiemu oglądowi rzeczywistości najbliższy jest paradygmat funkcjonalistyczno-systemowy, nazywany też czasem ilościowym, który dominuje obecnie w naukach o zarządzaniu (Baran, 2013, s. 129-130). Jak pisze Sułkowski (2012, s. 113-116), stanowi on połączenie wpływów neopozytywizmu i nurtu systemowego w filozofii z funkcjonalizmem występującym w socjologii i antropologii kulturowej, a większość jego teorii dąży do ideału obiektywnego i uniwersalnego charakteru wiedzy naukowej.

Jednocześnie jednak w naukach o zarządzaniu – nie bacząc na wcześniejsze próby poszukiwania uniwersalnych teorii – przypisujemy jednostkom podmiotowość i moc sprawczą. To menedżerowie poprzez swoje kompetencje, kreatywność, twórczość mogą dość dowolnie wykorzystywać pojawiające się szanse i rozwiązywać otaczające ich problemy. Mogą zatem względnie dowolnie modyfikować schematy działań, które w naukach o zarządzaniu chcielibyśmy z kolei opisywać uniwersalnymi prawami. Zdolność do refleksyjności na poziomie praktyki zarządzania uznajemy zatem wręcz za kluczową z punktu widzenia efektywności działań i ich dostosowania do potrzeb i problemów wynikających z określonego kontekstu (np. potrzeb klienta, sytuacji ekonomicznej, dostępności zasobów). Ten ogląd rzeczywistości wyczerpuje z kolei w dużym stopniu założenia paradygmatu interpretatywno-symbolicznego, w którym zdaniem Sułkowskiego (2012, s. 116), kluczem do tworzenia teorii naukowej jest zrozumienie, uchwycenie sensu z punktu widzenia zaangażowanego członka organizacji lub zewnętrznego obserwatora. Jak pisze, „więzi między ludźmi, komunikacja w grupie, sprawowanie władzy, przywództwo czy kierowanie, zgodnie z założeniami realizmu, nie są bytami ani relacjami obiektywnie istniejącymi. Są one intersubiektywne, a więc stanowione przez grupowe i indywidualne procesy negocjowania znaczeń. Ich status ontologiczny jest inny niż obiektów materialnych” (Sułkowski, 2012, s. 141).

Schemat interpretacyjny, który próbujemy „przywrócić” zarządzaniu, narodził się na gruncie socjologii, zdaje się przewyżczać ograniczenia wynikające z rozwarstwienia zarządzania na skrajne podejścia reprezentowane przez przywołane wyżej paradygmaty – funkcjonalistyczno-systemowy i interpretatywno-symboliczny. Określenie „przywrócić” zostało tu użyte nieprzypadkowo. Ma sugerować, że ten sposób myślenia jest już w zarządzaniu obecny, choć niewystarczająco rozpoznany. Nieprzypadkowo użyto także określenia „rozwarstwienie myślenia o zarządzaniu” w odniesieniu do podziału na oba paradygmaty. Aplikując bowiem wcześniejsze rozważania na temat stawania się społeczeństwa do nauk o zarządzaniu, wyraźnie niemożliwe jest rozdzielenie aspektów obiektywnych i subiektywnych, czy strukturalnych i jednostkowych w podejściu do świata organizacji i zarządzania. Z jednej strony przyjmujemy, że nie ma żadnych obiektywnych praw, z drugiej strony działający aktorzy dopóki działają w określony sposób, podtrzymują i odtwarzają określone uwarunkowania strukturalne – wytwarzają społeczeństwo. Stąd mowa o stawaniu się społeczeństwa, a nie o jego trwaniu w niezmiennio-

nej postaci. Jak pisze Sztompka, „dwoistość struktur wyraża się w tym, że są zarazem determinujące i determinowane; dwoistość podmiotów w tym, że zarazem kształtują i są kształtowane” (Sztompka, 2002, s. 528). A sama organizacja, a szerzej całe społeczne otoczenie są w nieustannym ruchu, fluktuacji i w związku z tym nie sposób ich uchwycić w postaci statycznej, a tylko w procesie stawania się (Sztompka, 2002, s. 530).

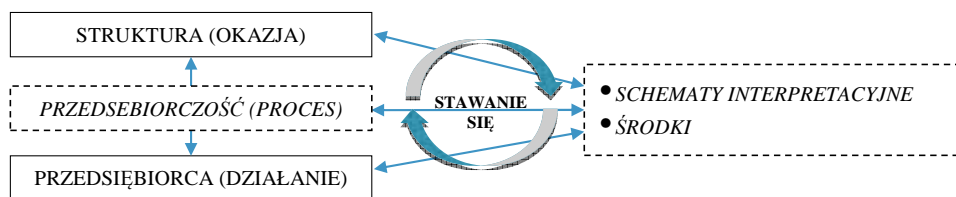
Na podstawowym poziomie analizy jest to także pytanie o podmiotowość, pierwiastek sprawczy (ang. *agency*), czyli o to, kto ma zdolność zmiany rzeczywistości. W zarządzaniu zawsze przypisywaliśmy taką moc ludzkim działaniom; przyjmując jednocześnie istnienie jakichś abstrakcyjnych praw rządzących tymi działaniami. Nauki o zarządzaniu stoją więc w pewnym „rozkroku” pomiędzy tymi dwoma paradygmatami, co czyni je bezradnymi wobec wielu problemów. Szczególnie widoczne jest to w odniesieniu do przedsiębiorczości, uznawanej za jedną z nauk o zarządzaniu. Jest ona rozumiana zarówno jako czynnik produkcji istniejący właśnie dzięki podmiotowości jednostek, jak i zorganizowany proces tworzenia czegoś nowego, utożsamiany z przedsiębiorstwem. Propozycja przedsiębiorczości jako procesu stawania się godzi i łączy ze sobą oba schematy interpretacyjne w koherentną całość.

4. PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ A STAWANIE SIĘ INNOWACJI

Określając przedsiębiorczość procesem stawania się, prowokujemy dość zasadnicze pytanie: co to oznacza, że coś istnieje. Poszukując na nie odpowiedzi, aby nie oddalić się zbyt daleko od głównego nurtu rozważań w kierunku dyskusji filozoficznych, możemy odwołać się do Rogozińskiego (2012). Przyrównujemy bowiem istnienie przedsiębiorczości, jako czegoś niematerialnego, do sposobu istnienia wartości. W przywołanym kontekście Rogoziński pisze o istnieniu wartości jako urzeczywistnianiu (Rogoziński, 2012, s. 28-29). Widoczna jest tu wyraźna koherencja z przedsiębiorczością jako czymś naturalnie nieskończonym; przeciwnie zaś z jednej strony wciąż odtwarzanym, podtrzymywanym przez przedsiębiorcze działania, a z drugiej mogące urzeczywistnić się tylko w tychże działaniach. Poza działaniami, przedsiębiorczość nie istnieje. Badanie jej jako postawy stanowi rozważania na poziomie pewnej potencjalności czy predyspozycji do działania, która może się dopiero ziścić w działaniu.

W procesie stawania się przedsiębiorca działa w ramach zastanych uwarunkowań strukturalnych, istniejących schematów interpretacyjnych, środków i norm. W zastanej strukturze identyfikuje luki w postaci wyłaniających się dla niego okazji, których wykorzystanie wiąże się z wprowadzeniem innowacji poprzez zmianę w tej strukturze. Z jednej strony determinuje ona działanie przedsiębiorcy, który jest w nią uwikłany, a z drugiej strony sama struktura w tym procesie musi zostać przekształcona przez tegoż przedsiębiorcę, co jest determinowane procesem wykorzystywania tej okazji. W tym świetle przedsiębiorcy dokonują strukturacji systemów społeczno-gospodarczych poprzez modyfikację (sub)struktur poznawczych,

zasobowych i normatywnych, reprodukując tym samym strukturę, w której przyszło im działać, a całość jest w ciągłym ruchu, stawaniu się, bez początku i końca (por. rysunek 1).



Rysunek 1. Przedsiębiorczość jako proces strukturacji

Źródło: opracowanie własne.

Jak pisze Chodyński (2008, s. 32) przedsiębiorczość należy traktować jako podejmowanie ryzyka i twórczą odpowiedź na pojawiającą się w otoczeniu szansę bądź występujący problem do rozwiązania. Zwrócenie uwagi na twórczość podjętych w ramach tej odpowiedzi przedsięwzięć wiąże w naturalny sposób proces przedsiębiorczości z innowacjami. Takiego połączenia dokonywali wspomniany już wcześniej P.F. Drucker czy J. Schumpeter, których prace potwierdzają tezę, że bez odniesienia do innowacji nie da się w pełni zrozumieć przedsiębiorczości. Innowacja jest istotą procesu przedsiębiorczego, bez którego można mówić jedynie o postawie przedsiębiorczej, pewnej potencjalności.

W tym kontekście warto przywołać szczególnie przykład takiej radykalnej strukturacji w przedsiębiorczym procesie stawania się w postaci przełomowych innowacji. W ich ramach wkład przedsiębiorczości jest szczególnie wyraźny, wręcz przerysowany, gdyż jak w soczewce skupiają przedsiębiorczy proces od momentu zidentyfikowania okazji do sukcesywnego rozprzestrzeniania się innowacji z równoczesną strukturacją rzeczywistości społecznej w kierunku implementowanych zmian, ale z ciągłą współzależnością indywidualnego (przedsiębiorca) i strukturalnego (okazja i rzeczywistość społeczno-gospodarcza) wymiaru.

Koncepcja przełomowych innowacji (*disruptive innovation*), zaproponowana przez Christensen et al. (2004), definiuje je jako oddolny proces, w ramach którego niedominujące lub nowe w danym sektorze organizacje są w stanie z sukcesem rzucić wyzwanie liderom, dysponującym znacznie silniejszą pozycją konkurencyjną i znacznie większymi od nich zasobami. Wessel i Christensen (2012, s. 4) przyrównują przełomowe innowacje do pocisków wystrzeliwanych w kierunku dotychczasowych biznesów. Pocisków, które mogą zupełnie zniszczyć nie tylko konkretne produkty i organizacje, ale całe modele biznesu i formy organizacyjne. W powyżej zarysowanym kontekście Johnson (2010) pisze o białych przestrzeniach rynku (*white spaces*), oznaczających rynkowe okazje, które można wykorzystać tylko tworząc zupełnie nowe modele biznesu. Dotychczasowe modele, rozwijane według logiki innowacji podtrzymujących (ang. *sustaining innovation*), nie mają potencjału nie tylko do rozwiązywania nowych problemów klientów, ale nawet do ich zidentyfikowania.

Przedsiębiorczość wydaje się zatem być wpisana w samą naturę tych innowacji, możliwych tylko dzięki dostrzeżeniu wystarczająco wcześniej pewnych szans, które stopniowo wyłaniają się na obrzeżach rynku zdominowanego przez głównych graczy. Liderzy rynku, kierując się przede wszystkim efektywnością podejmowanych przedsięwzięć, na ogół koncentrują się na rozwijaniu produktów i usług dla najbardziej atrakcyjnych grup klientów, a świadomie i celowo rezygnują z mniej rentownych segmentów. Stopniowo rozszerzają się w ten sposób obszary rynku uważane przez głównych graczy za niezbyt interesujące obrzeża.

Sytuacja ta wyczerpuje ustalenia zrekonstruowanego w poprzednim rozdziale schematu interpretacyjnego stawania się społeczeństwa. Nawiązując do tezy ontologicznej, wysuniętej przez Sztompkę (2002, s. 530-531), na temat sposobu istnienia rzeczywistości społecznej, niewątpliwie mamy w tym przypadku do czynienia z rzeczywistością w ciągłym ruchu, której nie sposób uchwycić w postaci statycznej. Rodzi to z kolei określone problemy epistemologiczne, a sprowadzając problem do prostych a jednocześnie podstawowych pytań, próbujemy dociec, co w tym przypadku poddaje się w ogóle badaniu i jak to badać. Szczególnie, że „równocześnie zmienność oznacza też (częściową) kontynuację, trwanie, ciągłość ram, w których dokonują się zmiany. Zachowanie tożsamości społeczeństwa, w którym toczy się życie społeczne (tak jak zachowanie integralności żyjącego organizmu), wymaga ciągłości pewnych jego wymiarów, aspektów. Tak więc każde empirycznie uchwytne zjawisko społeczne, każdy fakt socjologiczny, jest z konieczności nierozdzielny stopem ciągłości historycznej i bezustannej zmienności, trwa i zmienia się równocześnie” (Sztompka, 2002, s. 530). Zmiany wprowadzone w wyniku przełomowych innowacji, choć mają dla pojedynczych podmiotów rewolucyjny charakter, nie burzą istniejących struktur rynku, a przeciwnie powstają właśnie dzięki umiejętnemu wykorzystaniu generowanych przez nie szans.

Aby przybliżyć procesy przedsiębiorcze, o których tutaj mowa, posłużymy się pewną egzemplifikacją, a mianowicie dynamicznie rozwijającym się ostatnio rynkiem masowych otwartych kursów online (*massive open online courses – MOOC*). Po raz pierwszy, w formule w jakiej dzisiaj funkcjonuje, ta forma innowacyjnego kształcenia pojawiła się w 2012 r. i z zaledwie kilku kursów oferowanych w tamtym czasie zwiększyła się do liczby blisko 2,5 tysiąca obecnie. Istotą tej formy edukacji jest ich forma dostępu *online* do materiałów, wykładowców i innych uczestników procesu edukacyjnego. Przed potencjalnymi użytkownikami nie są stawiane żadne formalne warunki i nie przechodzą oni żadnych formalnych szczebli edukacji (Gaebel, 2014). Dzisiejszymi liderami tego rynku są: Coursera (10 milionów słuchaczy), eDX (3 miliony studentów), Udacity (1,5 mln studentów) (MOOCs in 2014, 2015). Zwrócić trzeba uwagę na aktywną i interaktywną stronę tej formy nauczania. Kursy MOOC to nie tylko zapis wideo dostępny dla słuchaczy, ale proces edukacyjny realizowany na linii prowadzący-student i na linii student-student, wzbogacony materiałami, testami, analizami przypadków.

Śledząc rozwój tej innowacji, od początku do dnia dzisiejszego, wyraźnie dostrzec można znamiona tego stawania się w procesie przedsiębiorczym. Dostrzeżona okazja generuje rozwój z jednej strony warunkowany strukturą, a z drugiej

strony tę strukturę zmieniający. Od niszowego rozwiązania do, być może, nowego modelu dostarczania usług edukacyjnych. Kursy MOOC narodziły się jako efekt współpracy amerykańskich uniwersytetów z firmami prywatnymi. Zauważając obrzeża obecnego rynku edukacji w postaci konsumentów, bądź to nie uczestniczących w formalnym systemie edukacji, bądź to z niego niezadowolonych, dostrzegły one wyłaniającą się okazję.

Przewaga organizacji wprowadzających przełomowe innowacje i ich zdolność do osiągnięcia sukcesu wiąże się w tym wypadku z oferowaniem rozwiązania tym, którzy są pomijani przez dominujące organizacje. Przełomowi innowatorzy budują swoją pozycję, proponując rozwiązania bardziej dopasowane funkcjonalnie do potrzeb i możliwości klientów tych niszowych segmentów rynku. Zwykle oznacza to, tak jak w przypadku MOOC, ofertę o niższej cenie i z ograniczoną (przynajmniej na początku) funkcjonalnością. Potencjał zasobowy i rynkowy organizacji dominujących w sektorze koncentruje ich działania na innowacjach i zmianach w relacjach z kluczowymi klientami. Tymczasem wykorzystując relatywnie proste, nisko kosztowe innowacje dopasowane do pomijanych dotąd segmentów rynku, kreowany jest wzrost i mniej lub bardziej dynamiczne budowanie pozycji konkurencyjnej. Wynika to z niezgodności trajektorii rozwoju produktu w organizacji, która kieruje się zasadą innowacji podtrzymujących, oznaczających lepsze produkty i usługi na ustalonych rynkach, a trajektorią konsumenta, która jest mniej dynamiczna.

Przełomowa innowacja, dostarczając nowej propozycji wartości, kreuje nowy segment lub nowy rynek, a czasami przekształca w sposób istotny (właśnie przełomowy) ten istniejący (Christensen et al., 2004, s. XV-XVII). Odwołując się do teorii strukturacji Giddensa, mamy tu do czynienia z istotnym przekształceniem podtrzymywanego dotychczas przez liderów rynku układu reguł i zasobów. Nieco upraszczając, aby zilustrować logikę tego procesu, przełomowi innowatorzy, wykorzystując reguły obowiązujące na obrzeżach rynku (inne niż te w jego centrum), są w stanie zbudować nowe rozwiązanie w oparciu o mniej kosztowne zasoby. Wykorzystując z kolei przywołaną w poprzednim rozdziale dwoistość struktur i podmiotów, to nowe rozwiązanie stopniowo zaczyna zmieniać strukturę reguł i zasobów w dominującej dotąd części rynku. Innowacyjne rozwiązanie, które powstaje dzięki wykorzystaniu okazji w ramach istniejących struktur, jednocześnie te struktury zaczyna przekształcać. I to jest właśnie istota procesu stawania się przedsiębiorczości, charakteryzującego się jednoczesną dwoistością struktur i podmiotów.

Mamy więc do czynienia ze swoistym jednostkowo-strukturalnym polem przedsiębiorczym, którego dwoistość wyraża się tym, że nowe przedsiębiorcze rozwiązanie jest jednocześnie kształtowane przez rynek i ten rynek kształtuje. Zresztą podobnie jest z przedsiębiorcą, który jednocześnie stwarza proces przedsiębiorczy i jest przez ten proces stwarzany (Sarason et al., 2006). Przedsiębiorczość jako pewien zasób bez kontekstu, w którym występuje, i działań, które ją uruchamiają, a w rezultacie urzeczywistniają i nieustannie podtrzymują, jest zatem nie do pomyślenia. Jest jedynie myślową abstrakcją. Przedsiębiorczość zawsze jest związana

z generowaną w danej strukturze (ryнку) okazją oraz powstającą w rezultacie innowacją, która tę strukturę zwrótnie kształtuje. Ta rekursywność przedsiębiorczości ujmowanej jako proces stawania się zaburza częste w naukach o zarządzaniu myślenie w kategoriach przyczynowo-skutkowych. Mamy do czynienia z dużo bardziej złożoną rzeczywistością, w której relacje pomiędzy zmiennymi są wielokierunkowe, a przedsiębiorczość jest jednocześnie przyczyną i skutkiem. Stąd proponowana przez P. Sztompkę koncepcja pola jednostkowo-strukturalnego odniesiona do badań przedsiębiorczości wydaje się obiecująca od strony metodologicznej. Połączenie w koherentną całość zanurzonego w strukturze rynku procesu przedsiębiorczego i działającej jednostki (przedsiębiorcy) – choć trudna do wyobrażenia – może w efekcie stworzyć nowe możliwości badawcze.

5. PODSUMOWANIE

Tak, jak zostało już wcześniej podkreślone, przedstawiane tu zależności zostały do pewnego stopnia uproszczone, co było podyktowane charakterem i ograniczeniami formy artykułu (choćby z powodu jego objętości). Zejście na bardziej szczegółowy poziom zależności, o których mowa, sprawiłoby, że nie byłoby możliwe ich pełne zrozumienie bez wcześniejszej lektury innych pozycji, które nie są podstawowe dla nauk o zarządzaniu. Najważniejszym zamierzeniem było wskazanie na istniejącą poza naukami o zarządzaniu podstawę teoretyczną, która stwarza szansę przezwyciężenia ograniczeń dotychczasowych paradygmatów, to jest funkcjonalistyczno-systemowego oraz interpretatywno-symbolicznego. Wskazując na złożoność, wielowymiarowość i rekursywność zidentyfikowanych zależności, podkreślić należy niewystarczalność badań ilościowych, w których szukalibyśmy prostych tendencji lub zależności przyczynowo-skutkowych. Badaniom przedsiębiorczości, czego próbowaliśmy dowieść, wskazując na jej charakter, musi towarzyszyć pogłębiona refleksyjność. Należy równocześnie uważać na często popełniany błąd, w ramach którego ta pogłębiona refleksyjność prowadzi do metodyki typowej dla podejścia hermeneutycznego i różnych odmian fenomenologii. W odniesieniu do tego typu refleksji, Giddens pisze o traktowaniu społeczeństwa jako plastycznego tworu podmiotów (Giddens, 2003, s. 66). Wówczas pełną podmiotowość przypisujemy jednostkom, w tym wypadku przedsiębiorcom, ignorując wpływ wspierających ich organizacji, rynków oraz okoliczności.

Zaproponowana w niniejszej pracy perspektywa teoretyczna dla przedsiębiorczości uwypukla bardziej dynamiczną, refleksyjną i emergentną perspektywę ontologiczną dla tego obszaru. Jednocześnie wskazuje, że przedsiębiorca i system społeczny nie są równoległymi procesami na własnych trajektoriach rozwoju, ale współwoluują, tym samym rola przedsiębiorcy nie sprowadza się jedynie do identyfikacji okazji, ale również do ich kreacji poprzez innowacje. To współwoluowanie przedsiębiorcy i systemu społecznego w rekurencyjnym procesie przedsiębiorczym powoduje, że nie jest możliwa refleksja teoretyczna i praktyczna nad przedsiębiorczością tylko z jednej z perspektyw: indywidualnej lub strukturalnej.

Równocześnie mamy pełną świadomość, że przedstawione tu zagadnienia nie wyczerpują złożoności podjętej problematyki i aby analizowana koncepcja miała szansę stać się podstawą dalszych badań, musi zostać poddana dalszej obróbce teoretycznej.

LITERATURA

- Baran, G. (2013). *Marketing współtworzenia wartości z klientem. Społecznotwórcza rola marketingu w procesie strukturalizacji interakcyjnego środowiska doświadczeń*. Kraków: Wyd. Instytutu Spraw Publicznych UJ.
- Baran, G., Bąk, J. (2010). Wczesne rozpoznanie zmian otoczenia organizacji w świetle teorii strukturalizacji Anthony'ego Giddensa. *Przegląd Organizacji*, 9, s. 12-15.
- Blundel, R., Lockett, N. (2011). *Exploring Entrepreneurship: Practices and Perspectives*. New York: Oxford University Press.
- Chodyński, A. (2008). Przedsiębiorczość i innowacyjność a kompetencje – aspekty strategiczne. *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanitas*, 2, s. 31-39.
- Christansen, C.M., Anthony, C. M, Roth, E. A. (2004). *Seeing what's next*. Boston Massachusetts: Harvard Business Press.
- Cieślak, J. (2014). *Przedsiębiorczość, polityka, rozwój*. Warszawa: Wydawnictwo Akademickie Sedno.
- Drucker, P.F. (1992). *Innowacja i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady*. Warszawa: PWE.
- Drucker, P.F. (2004). *Natchnienie i fart, czyli innowacja i przedsiębiorczość*. Warszawa: Wydawnictwo Studio Emka.
- Elias, N. (1996). *Rozważania o Niemcach: zmaganie o władzę a habitus narodowy i jego przemiany*. Poznań: Wydawnictwo Poznańskie.
- Gaebel, M. (2014). *MOOC masowe otwarte kursy online*. Warszawa: FRSE. Pozyskano z: czytelnia.frse.org.pl (data dostępu: 22.12.2015).
- Giddens, A. (2003). *Stanowienie społeczeństwa*. Poznań: Zysk i S-ka.
- Glinka, B., Gudkova, S. (2011). *Przedsiębiorczość*. Warszawa: Wolters Kluwer.
- Johnson, M.W. (2010). *Seizing the White Spaces. Business Model Innovation for Growth and Renewal*. Boston Massachusetts: Harvard Business Press.
- Kapusta, F. (2006). *Przedsiębiorczość – teoria i praktyka*. Poznań – Wrocław: Wydawnictwo Passat.
- Kołodziej-Durnaś, A. (2007). Organizacja jako proces strukturalizacji. *Zarządzanie organizacjami*, 31, s. 31-42.
- MOOCs in 2014: Breaking Down the Numbers*. Pozyskano z: www.edsurge.com/news/2014-12-26-moocs-in-2014-breaking-down-the-numbers (data dostępu: 22.12.2015).
- Piasecki, B. (1998). *Przedsiębiorczość i mała firma. Teoria i praktyka*. Łódź: Wyd. UŁ.
- Piecuch, T. (2013). *Przedsiębiorczość. Podstawy teoretyczne*. Warszawa: Wyd. C. H. Beck.
- Rogoziński, K. (2012). *Zarządzanie wartością z klientem*. Warszawa: Wolters Kluwer.
- Sarason Y., Dean, T., Dillard J. F. (2006). Entrepreneurship as the nexus of individual and opportunity: A structuration view. *Journal of Business Venturing*, 21.
- Schumpeter, J. (1960). *Teoria rozwoju gospodarczego*. Warszawa: PWN.

- Shane, S., Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship As A field of Research. *Academy of Management Review*, 25 (1).
- Sułkowski, Ł. (2012). *Epistemologia i metodologia zarządzania*. Warszawa: PWE.
- Sztompka, P. (1991). *Society in Action. The Theory of Social Becoming*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Sztompka, P. (2002). *Socjologia. Analiza społeczeństwa*. Kraków: Znak.
- Turner, J. (2004). *Struktura teorii socjologicznej*. Warszawa: PWN.
- Wessel, M., Christensen, C. (2012). Surviving Disruption. *Harvard Business Review*, 12.

Entrepreneurship as a process of becoming

Abstract: This article aims to propose the concept of entrepreneurship as a process of becoming. The article presents preliminary results of conceptual research to build the theoretical foundation for future empirical research in entrepreneurship and innovation. The article uses the results of the analysis of these social theories that capture the social reality as existing only in constant motion, in constant change, which corresponds extremely well with the nature of entrepreneurship.

Keywords: entrepreneurship; theory of structuration; theory of social becoming; innovation

JEL codes: L26