

Elżbieta Skąpska

Politechnika Białostocka, Polska / Białystok University of Technology, Poland

Składniki potencjału przedsiębiorczości intelektualnej w usługach – podejście koncepcyjne

Components of the intellectual entrepreneurial potential in services: a conceptual approach

Streszczenie: Przedsiębiorczość jest wielokryterialna i relatywna. Zazwyczaj jest rozpatrywana w kontekście wymiernym/ekonomicznym, jednak wraz z rozwojem cywilizacyjnym i zmieniającymi się trendami w gospodarce globalnej stała się obiektem nowych perspektyw o charakterze niematerialnym, m.in. psychologicznym, socjologicznym, etycznym. Dają temu wyraz ewolucyjne koncepcje laureatów Nagrody Nobla. W podejściu intelektualnym odnosi się ją do uczenia się, powiększania kapitału intelektualnego w ramach kształtowania umiejętności kreatywnego i krytycznego myślenia oraz przemyślanego i odpowiedzialnego działania. W artykule rozpatrzono kilka branż usługowych, w których można dostrzec, drogą konstrukttywizmu poznawczego, zróżnicowane przejawy racjonalnego wykorzystania potencjału intelektualnego w działaniach przedsiębiorczych. Za cel przyjęto wyszczególnienie składników potencjału przedsiębiorczości intelektualnej istotnych z punktu widzenia usługodawców oraz zaproponowanie sposobów ich testowania w edukacji, nauce, handlu i medycynie. Z dyskursu myślowego wynika schemat uniwersalny dla wymienionych usług, zawierający następujące składowe: współpracę, samodzielność i odpowiedzialność, elastyczność i adaptację, etykę i rzetelność, tworzenie wartości, zarządzanie wiedzą i analizę danych. Testowanie składników prowadzi do wyodrębnienia ich specyficznych cech, takich jak przydatność, opłacalność, rzadkość, możliwość wykorzystania, stopień mobilności.

Abstract: Entrepreneurship is multi-criteria and relative. It is usually considered within a measurable economic context, however, with civilizational development and changing trends in the global economy, it has become the object of new perspectives of a non-material nature, including psychological, sociological and ethical. This is reflected in the evolutionary concepts of Nobel Prize laureates, and in the intellectual approach, it relates to learning, increasing intellectual capital within the framework of shaping creative and critical thinking skills, as well as thoughtful and responsible activity. The article examines several service branches in which, through cognitive constructivism, diverse manifestations of the rational use of intellectual potential in entrepreneurial activities can be observed. The aim is to specify the components of intellectual entrepreneurial potential, significant from the perspective of service providers, and to propose ways to test them in education, science, trade and medicine. The thought discourse results in

a universal scheme for the these services, including the following components: cooperation, independence and responsibility, flexibility and adaptation, ethics and reliability, value creation, knowledge management, and data analysis. Testing the components leads to the identification of their specific features, such as usefulness, profitability, rarity, usability and degree of mobility.

Słowa kluczowe: edukacja; handel; intelekt; medycyna; nauka; przedsiębiorczość; usługi

Keywords: education; entrepreneurship; intellect; medicine; science; services; trade

Otrzymano: 2 marca 2026

Received: 2 March 2026

Zaakceptowano: 5 maja 2026

Accepted: 5 May 2026

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Skąpska, E. (2026). Składniki potencjału przedsiębiorczości intelektualnej w usługach – podejście koncepcyjne. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 22(1), 41–51. <https://doi.org/10.24917/20833296.221.3>

Wstęp

Koncepcja przedsiębiorczości intelektualnej powstała relatywnie niedawno (w połowie lat 90. XX w.). Informuje, że zdolność posługiwania się szerokimi horyzontami myślowymi pozwala przedsiębiorcy na podejmowanie ryzyka i wykorzystywanie szans pojawiających się w jego otoczeniu, niedostrzegalnych dla innych graczy rynkowych. Na istotę tego rodzaju przedsiębiorczości zwrócił uwagę prekursor badań tej problematyki – S. Kwiatkowski. Jego zdaniem przez przedsiębiorczość intelektualną należy rozumieć syntezę cech przedsiębiorcy i intelektualisty z uwagi na to, że źródło bogactwa materialnego stanowi wiedza (Kwiatkowski, 2000). Tę zdolność odzwierciedlają jednocześnie swoiste zachowania, m.in.: nawiązywanie zróżnicowanych powiązań i tworzenie sieci kontaktów umożliwiających dywersyfikację działalności; gromadzenie, przetwarzanie i selekcja informacji w celu podjęcia efektywnego działania; wykorzystywanie zdolności poznawczych w procesie identyfikacji i operacjonalizacji zdarzeń gospodarczych w kontekście pojawiających się możliwości i warunków do osiągnięcia korzyści w sensie lokalnym i globalnym; umiejętne tworzenie sytuacji przynoszących satysfakcjonujące rezultaty podejmowanych inicjatyw, w tym także uwzględnianie w działalności gospodarczej kwestii etycznych i osobowościowych. Jak podkreśla J. Fourastié (1967), najbardziej rozwinięta faza ludzkiej osobowości jest możliwa w stadium rozwoju usług, które – zdaniem K. Rogozińskiego – są przejawem woli, manifestowaniem się aspiracji jako możliwości bycia prawdziwie po ludzku. Spełnianie się jako usługodawca w akcie świadczenia jest jednocześnie jego dopełnianiem się w byciu człowiekiem (Rogoziński, 2016).

Za cel artykułu przyjęto opracowanie teoretycznych ram przedsiębiorczości intelektualnej w odniesieniu do usługowej działalności gospodarczej w formie proponowanych składników potencjału tego rodzaju przedsiębiorczości. Strukturę tekstu oparto na ujęciu ogólnym podjętej problematyki w syntezie idei laureatów Nagrody Nobla oraz wyszczególnieniu składowych wspomnianego zagadnienia i sposobów ich testowania w przykładowych dziedzinach usług, takich jak edukacja, nauka, handel, medycyna. Do rozważań wykorzystano metody: dyskursu myślowego w kontekście przedsiębiorczości intelektualnej w usługach i konstruktywizmu poznawczego w zakresie składników jej potencjału – oraz

techniki: asocjacyjną i odejmowania przypisywanych cech poddanych testom w odniesieniu do czynników mających istotny wpływ na kształtowanie i łączenie cech przedsiębiorcy i intelektualisty.

Istota przedsiębiorczości intelektualnej

Wieloaspektowość przedsiębiorczości podmiotu podkreśla jej relatywność rozumianą jako perspektywa określonej dziedziny i dyscypliny naukowej. W wymiarze ekonomicznym przedsiębiorczość jest czynnikiem produkcji i odnosi się do racjonalnego wykorzystania wiedzy technicznej *know-how*, patentów, technologii i kreatywności do wprowadzania nowych produktów, usług, niekonwencjonalnych rozwiązań, które mogą przyczynić się do maksymalizacji zysku i rozwoju przedsiębiorstw, a przez to również wzrostu i rozwoju gospodarczego. Ponadto ekonomista dostrzega w przedsiębiorcy innowatora, organizatora i koordynatora działalności gospodarczej prowadzącej do przewagi rynkowej czy kreatora nowych miejsc pracy. W psychologii lub socjologii przedsiębiorca jest postrzegany jako osoba, która ma wewnętrzną potrzebę działania i motywację do osiągnięcia przewagi społecznej. Intelkt jest zdolnością poznawczą, intelektualista wykazuje się nią w swojej aktywności. Jednym z przykładów łączenia w zawodzie ról przedsiębiorcy i intelektualisty jest współczesny prawnik. Rosnąca konkurencja w branży prawniczej nie może się dzisiaj opierać tylko na zaufaniu, lojalności czy reputacji. Wyzwaniem stało się połączenie tradycyjnych wartości zawodowych z ewolucyjnymi aspiracjami przedsiębiorczymi. Środowisko prawnicze może ograniczać wieloaspektową rolę prawników. Dlatego też konieczne jest wspieranie łączenia działań przedsiębiorczych z etosem zawodu prawniczego (Urbaniec, Skąpska, Błaszczuk-Zawiła, 2024).

W kształtowaniu współczesnych teorii ekonomicznych i rozwoju przedsiębiorczości ważną rolę przypisuje się noblistom (PTE, 2025, 12 czerwca), którzy wnieśli istotny wkład w formowanie idei przedsiębiorczości intelektualnej. J. Schumpeter zyskał uznanie za wprowadzenie koncepcji twórczej destrukcji, rozumianej jako proces nieustannej transformacji gospodarki kapitalistycznej poprzez innowacje. Przewidywane struktury, nieefektywną aktywność można wyeliminować i zastąpić nowymi, skutecznymi rozwiązaniami w zmieniających się warunkach rynkowych i technologicznych. R. Sperry przeprowadził badania nad funkcjonowaniem półkul mózgowych i dzięki temu wyjaśnił zależności między obszarami mózgu a różnymi aspektami ludzkiego myślenia, emocji i zachowania. G. Becker zastosował teorię ekonomii do analizy decyzji indywidualnych i rodzinnych oraz wprowadził pojęcie inwestycji w edukację. A. Carlsson odkrył rolę neuroprzekaźników, a jego badania nad dopaminą przyczyniły się do zrozumienia procesów poznawczych, motywacji, emocji i skutecznego leczenia chorób psychicznych. D. Kahneman przeprowadził badania dotyczące irracjonalnego podejmowania decyzji, dzięki czemu powstały teorie dotyczące identyfikacji błędów poznawczych. E. Ostrom zbadała wpływ wiedzy i innowacji na efektywność organizacji na poziomie lokalnym i globalnym. R. Thaler wprowadził teorię *nudge* (delikatnego pchnięcia), badał wpływ niewielkich zmian na wybory ekonomiczne i stwierdził, że zmiany zachodzą naturalnie, bez silnych bodźców, bez presji. Szukał też odpowiedzi na pytanie: jak ekonomia i psychologia mogą współpracować w tworzeniu nowych rozwiązań i produktów, które odpowiadają na potrzeby konsumentów. *Nudges* (bodźce, szturchnięcia) w edukacji są rozpatrywane jako techniki, dzięki którym uczniowie są subtelnie kierowani w stronę dokonywania lepszych wyborów i osiągania lepszych rezultatów w przyswajaniu wiedzy.

Należy zaznaczyć, że teoria *nudge* odnosi się do ekonomii behawioralnej i psychologii, zwłaszcza w koncepcji podwójnego procesu: 1) systemu automatycznego i instynktowego (ukierunkowanie nawyków na pokonywanie barier, np. związanych z motywacją) oraz 2) systemu refleksyjnego i celowego (projektowanie bodźców zgodnych z celami i procesami poznawczymi uczniów; Weijers, de Koning, Paas, 2021).

Kwiatkowski widzi przedsiębiorcę w roli odkrywcy poszukującego szans rynkowych; jako finansistę, który dąży do zminimalizowania nakładów finansowych niezbędnych do realizacji przedsięwzięcia; jako administratora zapewniającego sprawność już realizowanych działań (Kwiatkowski, 1993). Schumpeter dodaje funkcję innowatora. Inni nobliści zwracają uwagę na decydenta, który podejmuje decyzję i dostosowuje wybór do zastanych różnicowanych warunków, opierając się na strategicznym myśleniu. Według H. Hinterhubera (1986) obejmuje ono m.in. myślenie alternatywne oparte na umiejętności formułowania równoważnych opcji działania, myślenie wariantowe oparte na umiejętności formułowania różnicowanych strategii dla poszczególnych obszarów działalności przedsiębiorstwa i myślenie przyczynowo-skutkowe oparte na umiejętności przewidywania skutków podejmowanych decyzji.

W ogólnym modelu teoretycznym dotyczącym strategii usług najważniejszymi zmiennymi opisującymi skłonność usług do osiągnięcia wysokiego poziomu skuteczności są chłonność wiedzy, płatności i zdolności transgraniczne, które odzwierciedlają swobodę aktywności na arenie międzynarodowej (Gnusowski i in., 2017). Ponieważ sektor usług jest niemal nieskończenie pracochłonny i stosunkowo mniej kapitałochłonny, istnieją przesłanki do minimalizacji kosztów pracy. Jednakże dotyczy to przede wszystkim nowoczesnych, wysoce wyspecjalizowanych usług w kontekście relokacji międzynarodowej (centra usług; Skąpska, 2010).

Na podstawie wymienionych podejść można zastosować techniki łączenia na pozór niezwiązanych ujęć problematyki, a dzięki elastycznemu myśleniu i otwartości zaproponować także nietypowe połączenia lub eliminację elementów. Pozwoli to jednocześnie znaleźć nowe perspektywy i rozwiązania, uprościć czy też zmniejszyć złożoność problemu. Syntetyzując poglądy i wyniki badań noblistów, można stwierdzić, że na uwagę zasługują powiązania ekonomii z psychologią: potęga emocji, teoria procesów i błędów poznawczych, neuroprzekazniki jako źródło motywacji, nawet niewielkie zmiany stanowiące siłę motoryczną wyborów ekonomicznych. Dodatkowo, jak podkreśla Kwiatkowski, istotnym elementem przedsiębiorczości intelektualnej i sposobu działania przedsiębiorcy intelektualnego jest koncentracja na kwestiach etycznych i rozwoju pracowników. Na znaczeniu zyskują symptomy gospodarki opartej na wiedzy: start-upy technologiczne bazujące na innowacyjnych rozwiązaniach, firmy konsultingowe wykorzystujące wiedzę branżową do świadczenia usług doradczych, ponadto ośrodki naukowo-badawcze tworzące wartość dzięki działalności B+R, a także poprzez racjonalne zastosowanie wiedzy i inteligencji pracowników.

Struktura intelektualnej aktywności gospodarczej w odniesieniu do wybranych kategorii usług

Usługi rozpatruje się jako działalność, która nie mieści się w powtarzalnych wzorcach (Kuznets, 1966), lub inaczej jako czynności, których efektem nie jest nowa uprzedmiotowiona postać podmiotu – człowieka, gminy, miasta, kraju – lecz zaspokojenie jego

określonych potrzeb, tzn. zlikwidowanie cechy lub właściwości tego podmiotu uniemożliwiającej mu normalne funkcjonowanie (Kłosiński, 1997). Definiuje się je również przez generalizację, sprowadzając do takich określeń jak działania, czynności, aktywności. Uściślenie dokonuje się przez odniesienie do rodzaju bądź sposobu zaspokajania potrzeb. Odniesienie usług do pracy podkreśla intencjonalność i implikowanie nią współpracy z usługobiorcą (Rogoziński, 2012). Praca ludzka jest podstawowym czynnikiem wytwórczym w usługach. Usługodawcy powinni mieć gruntowną wiedzę o przedmiocie świadczenia, a w przypadku usług osobistych dodatkowo odczytywać psychologiczne zachowania konsumentów (Rogoziński, 2000) jako potwierdzenie umiejętności interpersonalnych, istotnych w kontaktach bezpośrednich. Podstawowym elementem rdzenia produktu usługowego jest bowiem wspomniany profesjonalista. Wykonuje on powierzone dzieło, wykorzystując do rozwiązania problemu klienta swoją wiedzę. O profesjonalizmie świadczeniodawcy decydują nie tylko jego zawodowa wiedza i umiejętność jej aplikacji, lecz także wiele innych czynników, np. wielokrotnie akcentowana osobowość, umiejętności przekazywania informacji, dbałość o klienta czy kultura osobista (Chłodnicki, 2005).

Przedsiębiorczość w edukacji dotyczy przede wszystkim procesu uczenia się, powiększania kapitału intelektualnego. Oznacza ona również podejmowanie działań, które sprzyjają twórczemu myśleniu, samodzielnemu i krytycznemu podejściu do problemów oraz skłonności do zmian w sensie wzrostowym, np. poszukiwania nowych, oryginalnych rozwiązań. Wiąże się to z realizacją celu, którym jest rozwój umiejętności i postaw kształtujących przyszłość uczniów i nauczycieli. W idei przedsiębiorczości intelektualnej potrafią oni wykorzystywać zdobytą wiedzę w sposób twórczy, podejmować świadome decyzje i formułować własne opinie. W wielu przypadkach skuteczne rozwiązanie problemu wymaga współpracy, efektywnej pracy w grupach, dzielenia się wiedzą i doświadczeniem w kierunku eksperymentowania z nowymi metodami nauczania i uczenia się. Motywuje się uczniów do podejmowania inicjatyw, rozwoju pasji i ponoszenia odpowiedzialności za własny rozwój, co powinno przyczynić się do przemyślanego przygotowania ich do podjęcia pracy.

Model partnerski oświaty mający w założeniu współpracę ucznia i nauczyciela oraz opierający się na progresywnym rozwoju (jednym z nurtów ideologii wychowania) zakłada, że jednostka nie jest przedmiotem, a podmiotem oddziaływań. Oznacza to, że nie poddaje się ona całkowicie wpływom, ale sama włącza się aktywnie w modyfikacje własnego środowiska, umiejętnie wykorzystując swoje umiejętności i wiedzę (Brzezińska, Schmidt, 2008). W procesie nauczania młody człowiek często jednak ulega wpływom i dlatego też ważne są zaangażowanie i wkład zarówno nauczyciela, jak i ucznia oraz przepływ informacji między nimi. Zignorowanie wzajemnego oddziaływania obu uczestników interakcji edukacyjnej, motywacyjnej, emocjonalnej sprawia, że nauczanie dostosowane do potrzeb i okoliczności staje się trudniejsze. Ważne są stopień akceptacji i stworzenie warunków do dostrzegania i wykorzystywania szans w otoczeniu oraz otwartości na zmiany i innowacyjność (Andrzejczak, 2008).

Nierozzerwalność kształcenia i badań naukowych prowadzonych na uczelniach, jak również potencjał badawczy i liczebność kadry naukowej w instytucjach szkolnictwa wyższego przemawiają za tym, aby silniej integrować te dziedziny. Uczelnie powinny odgrywać zdecydowanie większą rolę w rozwoju innowacji ze względu na swój potencjał i swoje wyniki jako nie tylko partner merytoryczny, lecz także wspierający przedsięwzięcia organizacyjne oraz rozwijać formy przedsiębiorczości akademickiej (Pluta-Olearnik, 2009). Podejście, które prowadzi do odkryć, oryginalnych idei, wartościowych projektów, stawiania

i weryfikacji hipotez, świadczą o przedsiębiorczości intelektualnej w nauce. Od naukowców oczekuje się, że będą poszukiwać nowych metod badawczych, tworzyć nowe teorie, przeprowadzać eksperymenty. Umiejętność zastosowania wyników badań w realnej gospodarce może prowadzić do tworzenia zasobów niematerialnych i prawnych: patentów, wzorów użytkowych, praw autorskich, praw własności intelektualnych, współpracy z przemysłem oraz znajdowania odpowiedzi na problemy społeczne, technologiczne czy ekologiczne.

Działalność badawcza niejednokrotnie wymaga formowania zespołu w celu przeprowadzenia badań oraz polega na aktywnym poszukiwaniu partnerów do wspólnych projektów naukowo-badawczych i współpracy międzynarodowej. Transfer technologii i wiedzy *know-how* między uczelniami, ośrodkami badawczymi i przemysłem może przyczynić się do powstania nowych zawodów i nowych miejsc pracy. Odpowiedzialność naukowca odnosi się do ponoszenia konsekwencji za decyzje badawcze, narzuca dbanie o rzetelność analiz i jakość publikacji, unikanie plagiatu oraz dążenie do tworzenia wartościowych, oryginalnych wyników badań, które mogą mieć wpływ na rozwój nauki, społeczeństwa i gospodarki kraju. Warto zauważyć, że najsilniej skorelowane pozytywnie w działalności naukowej są umiejętności słuchania i negocjowania oraz empatii, a także umiejętności słuchania i negocjowania z umiejętnością współpracy (Skąpska, 2023).

Przedsiębiorcy intelektualni w handlu zobligowani są do wyszukiwania nisz rynkowych i wprowadzania unikatowych produktów i usług, aby móc utrzymać na nie popyt. Ich działania muszą się koncentrować na precyzyjnie zaplanowanym projektowaniu ofert, wykorzystywaniu najnowszych osiągnięć technologicznych (procesowych i produktowych) i nietechnologicznych (prowadzenie monitoringu potrzeb rynku, badań marketingowych, organizacji i zarządzania). Gromadzenie informacji i przyswajanie wiedzy o rynku, preferencjach konsumentów, trendach i zachowaniach zakupowych wymagają umiejętności efektywnego wykorzystania danych i analiz. Firmy handlowe, które skutecznie korzystają z baz danych, mogą przewidywać zmiany rynkowe oraz elastycznie adaptować strategie sprzedażowe i kanały dystrybucji. W handlu zakłada się tworzenie sieci kontaktów oraz kooperację międzypodmiotową zarówno w obrębie samego podsektora usług, jak i poza nim.

Działalność handlowa jest obszarem usług, w którym pozytywnie skorelowane są empatia z umiejętnością słuchania i negocjowania oraz troska o świat z umiejętnością słuchania i negocjowania (Skąpska, 2023). Sprzedawcy dbają nie tylko o zysk, ale także o wpływ własnych działań na społeczeństwo i środowisko, co jest zgodne z ideą przedsiębiorczości intelektualnej. Oznacza to stosowanie uczciwych praktyk handlowych (unikanie nieuczciwej konkurencji w formie dumpingu), odpowiedzialność za jakość oferowanych produktów oraz transparentność działań. Ponadto niezbędne jest wykazywanie się innymi zdolnościami: elastycznością w dostosowywaniu strategii do dynamicznie zmieniającego się rynku, szybkim reagowaniem na zmiany technologiczne i regulacyjne lub preferencje konsumentów. W tym kierunku firmy mogą korzystać z gotowych pomysłów przez nawiązanie współpracy z zewnętrznymi innowatorami w celu opracowania nowych produktów.

Dodatkowo działania w zakresie przedsiębiorczości intelektualnej prowadzą do poprawy jakości życia i zdrowia społeczeństwa. W medycynie uwalnia się je za sprawą komercjalizacji usług, która polega na rezygnacji państwa z ich świadczenia – dotychczasowa usługa świadczona przez państwo staje się usługą prywatną, realizowaną na zasadach rynkowych (Skąpska, 2019). W usługach, zwłaszcza profesjonalnych, interakcje wymagają wysokiego stopnia dostosowania, a nawet osobistego osądu ze strony profesjonalisty (Sharma, Peterson, 1999). Dlatego też opiniodawcami powinni być usługodawcy wyższego szczebla,

dzięki którym zapadają decyzje o innowacjach w leczeniu i diagnostyce, komercjalizacji wyników badań, tworzeniu nowych modeli opieki zdrowotnej, etyce i odpowiedzialności społecznej, współpracy między sektorem publicznym a prywatnym. Współczesna medycyna to nie tylko leczenie chorób, ale także prewencja, opieka długoterminowa czy cyfryzacja usług zdrowotnych: telemedycyna, aplikacje do monitorowania stanu zdrowia, platformy cyfrowe do zarządzania danymi medycznymi pacjentów czy innowacyjne usługi zdrowotne w społecznościach. Znaczącą rolę odgrywa także sztuczna inteligencja w diagnostyce, w tym roboty chirurgiczne. Istotne z medycznego punktu widzenia jest również przestrzeganie wysokich standardów etycznych, zwłaszcza w kontekście badań klinicznych, testowania nowych leków lub wprowadzania nowych terapii na rynek. Znajduje to odzwierciedlenie w procesie badawczym, poszanowaniu praw pacjentów, a także w zapewnieniu bezpieczeństwa nowych produktów medycznych. Symptodem przedsiębiorczości intelektualnej jest także efektywna współpraca między ośrodkami akademickimi, placówkami medycznymi, samorządami i organizacjami non profit.

Projekt sposobu testowania składników

Na podstawie teoretycznych rozważań dotyczących wymienionych wcześniej kategorii usług zaleca się poddać ocenie składniki potencjału przedsiębiorczości intelektualnej (sppi) określonym sposobem testowania. Do ich praktycznej identyfikacji można wykorzystać spójne cechy i zawrzeć je w tablicy składników i wskaźników – macierzy testowania cech sppi (tabela 1).

Tabela 1. Macierz testowania cech sppi

Lp.	Składniki	Cechy					Wskaźniki			
		1	2	3	4	5	0–0,25	0,25–0,50	0,50–0,75	>0,75
1.	Współpraca									
2.	Samodzielność i odpowiedzialność									
3.	Elastyczność i adaptacja									
4.	Etyka i rzetelność									
5.	Tworzenie wartości									
6.	Zarządzanie wiedzą									
7.	Analiza danych									
8.	Komercjalizacja wyników									

Źródło: opracowanie własne.

Oceniane składniki wykazują występowanie cech objętych testem, które są oznaczone cyframi 1–5 w tabeli 1. Do tych cech należą:

- 1: przydatność – sprawdzenie, czy dany składnik jest niezbędny w przedsięwzięciach;
- 2: opłacalność – sprawdzenie, czy relacja wartości składnika do ceny czynnika produkcji jest pozytywna (≥ 1);
- 3: rzadkość – sprawdzenie, czy składnik dotyczy wąskiej specjalizacji, wyjątkowych kompetencji;
- 4: możliwość wykorzystania – sprawdzenie, czy system jest sprawny, czy składnik jest w pełni zaangażowany, czy nie marnuje się w danych warunkach, czy wymaga przeniesienia w inne miejsce lub wykluczenia;
- 5: stopień mobilności – sprawdzenie, czy istnieje możliwość wykorzystania czynnika w innym miejscu, przeniesienia do innego działu, na inny rynek (np. z krajowego na zagraniczny).

Poszczególne przedziały określają wartość składnika:

- 0–0,25 – znikoma;
- 0,25–0,50 – minimalna;
- 0,50–0,75 – przeciętna (zwykła);
- 0,50–1 – zasadnicza (główna);
- powyżej 1 – ponadprzeciętna (niezwykła).

Przy dokonywaniu oceny – uzupełniająco – warto skorzystać z technik badań jakościowych i przeprowadzić indywidualny wywiad pogłębiony (IDI), w którym należy uwzględnić dwutorowe podejście. W tradycyjnym ujęciu przedsiębiorca dąży do maksymalizacji zysku, w alternatywnym – do rozwoju. Istnieje zatem konieczność ustalenia kryteriów rozpatrywania cech przedsiębiorcy intelektualisty, którego charakteryzuje odpowiednia aktywność w przykładowych korelacjach:

- maksymalizacja zysku i wzrost inwestycji;
- maksymalizacja efektów i nastawienie na nowe rynki;
- maksymalizacja oszczędności i orientacja na rozwój lojalnościowych pakietów pracowników;
- maksymalizacja skuteczności i wprowadzanie zasad etycznych;
- kalkulacja ekonomiczna / rachunek ekonomiczny i koncentracja na ekoinnowacjach.

Ponadto należy wziąć pod uwagę:

- wielkość podmiotów świadczących usługi (mikro-, małe, średnie, duże);
- reprezentowaną branżę usług (edukacja, nauka, handel, medycyna);
- etap umiędzynarodowienia firmy (etnocentryzm, policentryzm, regiocentryzm, geocentryzm).

Wielkość przedsiębiorstwa jest ważnym kryterium zróżnicowania potrzeb, celów i problemów do rozwiązania. Podział na branże uwypukla ich specyfikę, a etap umiędzynarodowienia informuje o skali działania i oddziaływania rynkowego (rynek krajowy, rynek ościenny, rynek zagraniczny, rynek globalny).

Syntetyczny wskaźnik $sppi$ ($SWsppi$) można zapisać jako iloraz sumy składników potencjału zastanego do sumy składników potencjału oczekiwanego:

$$SWsppi = \frac{\sum_{i=1}^n pz}{\sum_{i=1}^n po}$$

gdzie „z” oznacza potencjał zastany:

- $sppi = 0$ – brak znaczenia;
- $sppi = 1$ – mający znaczenie;
- $sppi > 1$ – niezbędny do osiągnięcia ponadprzeciętnych wyników

oraz „o” – potencjał oczekiwany:

- $sppi < 1$ – poniżej oczekiwań;
- $sppi = 1$ – zgodnie z oczekiwaniami;
- $sppi > 1$ – powyżej oczekiwań.

Ponadto zaleca się wziąć pod uwagę mierniki, które często stosuje się w działalności usługowej. Wśród nich wyróżnia się (Skąpska, 2019):

- wielkość sprzedaży / liczba pracowników;
- nakłady rzeczowe / jakość zleceń;
- wielkość i liczba projektów / wkład;
- polecenie znajomych / liczba zleceń;
- zadowolenie klienta / wyniki;
- zysk / nakłady na zlecenie;
- wkład pracowników / wyniki;
- liczba umów / 1 klient.

Zakończenie

Jak podkreśla twórca terminu „przedsiębiorczość intelektualna” S. Kwiatkowski, dotyczy ona zarówno przedsiębiorcy, jak i intelektualisty. Gdy się rozpatruje więc tę kategorię w odniesieniu do usług, w celu pogłębienia wiedzy i właściwego zdefiniowania tej kategorii niezbędne jest przeprowadzenie badań empirycznych skierowanych na wyodrębnienie wspólnych cech (np. przydatność, opłacalność, rzadkość, możliwość wykorzystania, stopień mobilności) i zweryfikowanie składników potencjału przyjętych w założeniu (np. współpraca, etyka i rzetelność, komercjalizacja, tworzenie wartości), które charakteryzują przedsiębiorcę i intelektualistę. Ponadto należy również sprawdzić, jakie podejścia pod tym względem reprezentują usługodawcy wyższego szczebla. Ze wstępnych sondażowych rozmów z podmiotami świadczącymi usługi medyczne wynikają niespójne opinie. Jedni wzajemnie utożsamiają rolę intelektualisty i inteligenta, inni całkowicie je rozdzielają. Podobnie jest w przypadku przedsiębiorcy i intelektualisty.

Właściwą metodą jakościową realizacji założonego celu może okazać się indywidualny wywiad bezpośredni (IDI), który umożliwi dotarcie do wyważonych wypowiedzi praktyków, profesjonalistów w wybranych obszarach: edukacji, nauce, handlu, medycynie i innych. Wyniki tych badań będą stanowiły wkład do części teoretycznej badań nad przedsiębiorczością intelektualną, w szczególności w odniesieniu do usług. Kwestionariusz wywiadu powinien zawierać pytania m.in. o wielkość przedsiębiorstwa, poziom umiędzynarodowienia czy czynniki, od których zależy przedsiębiorczość intelektualna, rozumiana jako umiejętność łączenia cech przedsiębiorcy (cel: powiększanie zysku) i intelektualisty (cel: powiększanie wiedzy oraz formułowanie własnego poglądu i kreowanie nowej wiedzy), czy też w jakim stopniu wymienione wartości są istotne z punktu widzenia określonej działalności usługowej. Dodatkowo proponuje się wartość składnika w podziale na znikomą, minimalną, zwykłą, zasadniczą i ponadprzeciętną. Uzupełniająco zaleca się wykorzystanie uzyskanych danych do określenia zaproponowanego w artykule syntetycznego wskaźnika składników

potencjału przedsiębiorczości intelektualnej w usługach (SWspPi). Opracowaną metodą przedsiębiorca będzie mógł ocenić instrumenty nagromadzone do wykorzystania, mające znaczenie w procesie osiągnięcia użyteczności gospodarczej niezbędnej do istnienia ekonomicznego sensu przedsiębiorstwa.

Literatura

References

- Andrzejczak, A. (2008). Możliwości kształtowania postaw przedsiębiorczych w szkole. W: A. Andrzejczak (red.), *Przedsiębiorczość w edukacji*. Poznań: Akademia Ekonomiczna, 38–45.
- Brzezińska, A., Schmidt, J. (2008). Przedsiębiorczość jako warunek udanego startu w dorosłość. W: A. Andrzejczak (red.), *Przedsiębiorczość w edukacji*. Poznań: Akademia Ekonomiczna, 21–35.
- Chłodnicki, M. (2005). Rozwój usług profesjonalnych. W: K. Kłosiński, U. Kłosiewicz-Górecka (red.), *Usługi w rozwoju społeczno-gospodarczym*. Warszawa: Ministerstwo Gospodarki i Pracy, Instytut Rynku Wewnętrznego i Konsumpcji, 151–160.
- Fourastié, J. (1967). *Gesetze der Wirtschaft von Morgen. Drei Grundlegende Essays*. Düsseldorf: Econ-Verl.
- Gnusowski, M., Goncharuk, A.G., Skąpska, E., Domakur O. (2017). Theoretical components of intra-industry service development strategy. *European Journal of Service Management*, 22, 21–29. DOI: <https://doi.org/10.18276/ejasm.2017.22-03>.
- Hinterhuber, H.H. (1986). Struktur und Dynamik der strategischen Unternehmensführung. W: D. Hahn, B. Taylor (red.), *Strategische Unternehmensplanung. Stand und Entwicklungstendenzen*. Heidelberg: Physica Verlag, 66–89.
- Kłosiński, K. (1997). *Przemiany strukturalne w usługach rynkowych*. Warszawa: Instytut Rynku Wewnętrznego i Konsumpcji.
- Kuznets, S. (1966). *The Modern Economic Growth: Rate, Structure and Spread*. New Haven–London: Yale University Press.
- Kwiatkowski, S. (1993). Źródła sukcesów i porażek polskich przedsiębiorców. *Przegląd Organizacji*, 11, 11–13.
- Kwiatkowski, S. (2000). *Przedsiębiorczość intelektualna*. Warszawa: PWN.
- Pluta-Olechnik, M. (2009). Rozwój usług edukacyjnych i badawczych (B+R) a konkurencyjność gospodarki polskiej i europejskiej. W: I. Rudawska, M. Soboń (red.), *Przedsiębiorstwo i klient w gospodarce opartej na usługach*. Warszawa: Difin, 458–468.
- PTE. (2025, 12 czerwca). *Laureaci Nagrody Nobla w dziedzinie ekonomii*. Pozyskano z: <https://www.pte.pl/baza-wiedzy/noblisci>.
- Rogoziński, K. (2000). *Nowy marketing usług*. Poznań: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej.
- Rogoziński, K. (2012). Definicja usługi i to, co poniżej. W: B. Iwankiewicz-Rak, A. Panasiuk, K. Rogoziński (red.), *Usługi w Polsce 2012. Teoria usług – funkcjonowanie sektora usługowego – kształcenie w usługach*. Szczecin: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, 11–24.
- Rogoziński, K. (2016). *Zarządzanie organizacją usługową. Szkoła innego poznania*. Warszawa: Difin.
- Sharma, N., Peterson, P.G. (1999). The impact of communication effectiveness and service quality on relationship commitment in consumer professional services. *Journal of Services Marketing*, 13(2), 151–170. DOI: <https://doi.org/10.1108/08876049910266059>.
- Skąpska, E. (2010). Der Polnische Dienstleistungssektor vor dem EU-Beitritt. *Osteuropa-Wirtschaft*, 4, 235–261.
- Skąpska, E. (2019). *Racjonalność gospodarowania. Perspektywa usług*. Warszawa: CeDeWu.
- Skąpska, E. (2023). *Inteligencja ekonomiczna w działalności usługowej*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.

- Urbaniec, M., Skąpska, E., Błaszczuk-Zawiła, M. (2024). Exploring the Entrepreneurial Role of Lawyers: A service-dominant logic paradigm. *Journal of Moderne Science*, 56(2), 215–238. DOI: <http://doi.org/10.13166/jms/188732>.
- Weijers, R.J., de Koning, B.B., Paas, F. (2021). Nudging in education: from theory towards guidelines for successful implementation. *European Journal of Psychology Education*, 36, 883–902. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10212-020-00495-0>.

Elżbieta Skąpska, dr hab. w dziedzinie nauk społecznych w dyscyplinie ekonomia i finanse. Pracuje w Katedrze Zarządzania, Ekonomii i Finansów Wydziału Inżynierii Zarządzania Politechniki Białostockiej. Autorka artykułów i monografii na temat usług. Główne zainteresowania naukowe: ekonomika usług i przedsiębiorczość.

Elżbieta Skąpska, DSc, PhD in Social Sciences specializing in economics and finance; she is a researcher in the Department of Management, Economics and Finance at the Faculty of Engineering Management at Białystok University of Technology and has authored articles and monographs focused on the service sector. Her primary research interests include service economics and entrepreneurship.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0664-0917>

Adres/Address:

Politechnika Białostocka
ul. Wiejska 45A
15-351 Białystok, Poland
e-mail: e.skapska@pb.edu.pl