

Aneta Oniszczyk-Jastrzębek
Uniwersytet Gdański

Otoczenie a przedsiębiorczość w warunkach globalizacji

Zmiana systemu gospodarczego w Polsce postawiła przedsiębiorstwa w obliczu szeregu nieoczekiwanych szans, które przyczyniły się do rozwoju przedsiębiorczości. Nieustannie zmieniający się rynek stawia przed przedsiębiorstwami nowe wymagania w zakresie kreowania i dostarczania satysfakcji klientom. Dlatego też najistotniejszym czynnikiem rozwoju przedsiębiorczości w gospodarce rynkowej jest popyt, który stwarza nowe miejsca pracy, zachęca do inwestowania, jest głównym źródłem przychodów, umożliwia pełniejsze wykorzystanie i poszerzanie posiadanych zdolności wytwórczych (Śliwa, Wymysłowski 2001).

Wśród czynników sprzyjających wzrostowi przedsiębiorczości w przedsiębiorstwach szczególną rolę powinno odgrywać państwo, wyznaczając kierunki długotrwałej polityki rozwoju. Do podstawowych warunków stwarzających szanse dla rozwoju przedsiębiorczości można zaliczyć usuwanie barier ograniczających popyt na wyroby i usługi, łagodzenie obciążeń fiskalnych, ułatwianie dostępu do źródeł kapitału, budowanie nowych struktur biznesu w handlu, pomoc ze strony nauk o zarządzaniu dla przedsiębiorców poszukujących swego miejsca na rynku, doskonalenie kwalifikacji przedsiębiorców i personelu (Śliwa, Wymysłowski 2001). Należy pamiętać, że przedsiębiorczość to szereg działań ukierunkowanych na stabilny i długotrwały rozwój.

Istota i zakres pojęcia przedsiębiorczości

We współczesnym świecie, w którym istnieje silna walka o klienta, pojęcie przedsiębiorczości dotyczy każdego przedsiębiorstwa i odnosi się do wszystkich sfer życia i działalności człowieka, gdzie wymagana jest inwencja, inicjatywa, pomysłowość oraz kreatywność. Na przestrzeni wieków przedsiębiorczość rozumiana była w bardzo różny sposób. Jej znaczenie w gospodarce uzależnione było od idei i poglądów reprezentowanych w danej epoce. Od czasów Arystotelesa aż po X–XII w. utrzymywała się niechęć do handlarzy, kupców i innych przedsiębiorców. Na przełomie XVIII i XIX w. eksponowano wolność gospodarczą zgodną z prawami natury i „niewidzialną ręką rynku”, która zapewnia efektywność i równowagę bez szczególnego działania przedsiębiorcy. Pojęcie przedsiębiorcy po raz pierwszy w swoich pracach wprowadzili klasycy ekonomii, tzn. Adam Smith, David Ricardo oraz Jean B. Say. Do języka polskiego przedsiębiorczość wprowadził Stanisław Staszic na przełomie XVIII i XIX w., tłumacząc łacińskie wyrażenie *industria* jako ‘skrętność, przemysłowość’ (czyli przedsiębiorczość). Według tego podejścia, przemysł można definiować jako „działalność produkcyjną o charakterze zarobkowym” (Górka 2004, s. 100). Dopiero po ukazaniu się w 1912 r. książki J. Schumpetera, *Teoria rozwoju gospodarczego* uznano decydującą rolę twórczego przedsiębiorcy dla wzrostu gospodarczego.

Przedsiębiorczość jest złożonym i wieloaspektowym zjawiskiem, o czym świadczy fakt, że nie istnieje jedna, ogólnie przyjęta jego definicja. Odpowiednikiem polskiego określenia przedsiębiorcy jest angielskie słowo *entrepreneur*, które stanowi odniesienie do francuskiego określenia *entreprendre*, czyli 'podejmować'. W wielu językach europejskich pojęcie przedsiębiorcy, przedsiębiorczości oraz przedsiębiorstwa posiadają wspólny rdzeń etymologiczny, bowiem pochodzą od słów 'przedsiębrać', 'podejmować' (Janasz 2004). Zgodnie ze *Słownikiem języka polskiego* przedsiębiorczość rozumiana jest jako synonim inicjatywy, rzutkości, pomysłowości, zaradności i dynamizmu (*Słownik języka polskiego* 1998). J. Schumpeter pisze, że przedsiębiorczość to przede wszystkim innowacyjność, wprowadzanie nowych form organizacji produkcji i sprzedaży, odkrywanie nowych źródeł zaopatrzenia, środków produkcji, które w efekcie umożliwiają wprowadzenie nowego produktu lub technologii, otwarcie nowego rynku, pozyskanie źródeł surowców lub wprowadzenie nowej organizacji (Schumpeter 1960). Zatem przedsiębiorczość rozumiana może być jako czynnik rozwoju gospodarczego kraju, opierający się na innowacyjnej kombinacji zasobów (Schumpeter 1960), określonej sile społeczno-ekonomicznej przenoszącej zasoby z obszarów o niższej efektywności do obszarów o efektywności wyższej (Kozioł 2005). Według OECD przedsiębiorczość wiąże się głównie ze zdolnością ludzi do rozpoczynania nowych przedsięwzięć, liczbą i jakością rozpoczynających działalność przedsiębiorstw oraz łatwością, z jaką te przedsiębiorstwa mogą się znaleźć na rynku i go opuścić. Zatem przedsiębiorczość jest czymś więcej niż konkurencją i ponoszeniem ryzyka związanego z rozpoczęciem działalności gospodarczej (OECD 1998). W dokumentach Unii Europejskiej przedsiębiorczość definiowana jest jako „postawa obejmująca indywidualne motywacje i umiejętności identyfikowania możliwości rynkowych niezależnie lub w ramach organizacji¹ oraz dążenia do ich zrealizowania w celu wytworzenia nowej wartości lub osiągnięcia sukcesu ekonomicznego. Przedsiębiorczość wykorzystuje kreatywność lub innowacje do wchodzenia i konkutowania na istniejącym rynku, zmieniania tego rynku lub kreowanie nowego. [...] Przedsiębiorczość jest postawą i procesem tworzenia i rozwoju działalności gospodarczej przez łączenie ze sobą podejmowania ryzyka, kreatywności i/lub innowacji z dobrym zarządzaniem w ramach nowych lub istniejących organizacji” (*Commission* 2003, s. 5–6).

W literaturze spotykane są definicje odnoszące się do trzech form przedsiębiorczości w znaczeniu funkcjonalnym, przedsiębiorcy jako jednostki (osoby lub grupy osób) oraz podejścia do zarządzania, których elementem wspólnym jest poszukiwanie i wykorzystywanie pojawiających się szans rynkowych. Można zatem powiedzieć, że przedsiębiorczość to cecha, postawa lub działanie polegające na ciągłym poszukiwaniu okazji (szans) rynkowych i efektywne ich wykorzystywanie. Efektem ich wykorzystania jest aktywność ludzi (przedsiębiorców) działających rynkowo, w tym kształtowanie nowości, które mają kreować nowe wartości dla odbiorców w postaci innowacyjnych wyrobów i usług. Należy w tym miejscu zaznaczyć, że sama wiedza oraz posiadane zasoby nie są warunkiem wystarczającym do tego, aby być przedsiębiorczym. Przez posiadane zasoby rozumie się m.in. poziom wykształcenia i kwalifikacje siły roboczej, rzeczowy i finansowy majątek trwałe przedsiębiorstwa, wartości niematerialne i prawne, należności długoterminowe oraz majątek obrotowy, w tym środki pieniężne, należności, zapasy, papiery wartościowe krótkoterminowe, rozliczenia międzyokresowe czynne (Krajewski 2007). Przedsiębiorczość wiąże się jeszcze, oprócz wyżej wymienionych, z umiejętnością przyswajania

¹ W literaturze spotyka się zamiennie stosowanie określeń *organizacja* i *przedsiębiorstwo*. W pracy używane jest określenie *przedsiębiorstwo*, ponieważ jest to jeden z typów organizacji i należy oczekiwać, że w szczególnych przypadkach relacje przedsiębiorstwa z otoczeniem będą inne niż organizacji niebędących przedsiębiorstwami.

tradycji, rozumianej jako korzystanie z doświadczenia danej społeczności oraz sprzyjających warunków otoczenia kształtowanych przez państwo. Umiejętne wykorzystywanie przez przedsiębiorstwo lub przedsiębiorcę pojawiających się na rynku okazji (szans) przyczynia się do powstawania nowości rozumianych jako innowacje, które stanowią nową wartość dla klienta. Innowacja wymaga jednak systematycznej pracy i polega na, jak pisze P.F. Drucker, „celowym i zorganizowanym poszukiwaniu zmian oraz na systematycznej analizie możliwości, jakie te zmiany mogą oferować dla innowacji ekonomicznej bądź społecznej” (Drucker 2004, s. 39).

Przez tak zwaną okazję (szansę) rynkową rozumie się zdarzenia mające miejsce w otoczeniu przedsiębiorstwa lub: „powstały splot różnorodnych okoliczności o charakterze gospodarczym (albo tylko o skutkach gospodarczych), stwarzających możliwość osiągnięcia dodatkowych korzyści, wartości materialnych lub/i niematerialnych” (Krupski 2008, s. 47). Poziom przedsiębiorczości często definiuje się jako stopień innowacyjności, proaktywności i podejmowania ryzyka, ale nie oznacza to, że im więcej każdego elementu w przedsiębiorstwie, tym jego przedsiębiorczość jest większa. Chodzi tu raczej o zrównoważony proces, w którym właściwe natężenie poszczególnych elementów zależne jest od konkretnej sytuacji (Dyduch 2007). Przedsiębiorca powinien zatem poszukiwać zmian, odpowiadać na nie i wykorzystywać je jako szansę (Drucker 2004). S. Shane, S. Venkataraman przedsiębiorcze szanse definiują jako sytuacje, w których mogą być wprowadzane na rynek nowe produkty, usługi, surowce i metody organizacyjne, sprzedawane po cenach wyższych niż wynosi koszt ich produkcji (Shane, Venkataraman 2000). J.T. Eckhardt i S. Shane kładą nacisk na twórczy charakter decyzji przedsiębiorczych, definiując szanse rynkowe jako sytuacje, w których nowe produkty i usługi, surowce i metody organizacyjne mogą być wprowadzane przez tworzenie nowych środków, celów oraz związków między celami a środkami (Eckhardt, Shane 2003). Zdaniem A. Ardichvili i R. Cardozo rozpoznanie szansy jest zdeterminowane przez trzy podstawowe czynniki, tj. przedsiębiorczą wrażliwość, wcześniejszą znajomość rynków i problemów klientów oraz działanie w sieciach społecznych, czyli posiadanie licznych kontaktów, co pozwala na większy dostęp do informacji. Na posiadaną wiedzę o rynku i problemach klienta składa się odpowiednie wykształcenie oraz doświadczenie osobiste i zawodowe (Ardichvili, Cardozo 2000).

Przedsiębiorczość to umiejętność uzupełniania braków na funkcjonujących już rynkach. Jak pisze H. Leibeinstein, „przedsiębiorczość pojawia się po to, by poprawiać niedoskonałości rynku” (Leibeinstein 1995, s. 273–275). Zatem niedoskonałość rynków przyczynia się do wzrostu znaczenia przedsiębiorczości, polegającej na szukaniu nowych dziedzin działalności na bazie innowacji z uwzględnieniem wdrażania w przedsiębiorstwie postępu organizacyjnego i technologicznego. Efektem tych działań będzie powstanie nowego produktu, nowego rynku, nowego klienta. Jak pisze P. Szulich: „Działalność przedsiębiorcza polega na wprowadzeniu innowacji, które są działaniem łamiącym tradycję i wprowadzającym nowość. Wysiłek i ryzyko, które towarzyszą zawsze twórczej nowości, są wpisane w przedsiębiorczość” (Szulich 2004, s. 39). W tym przypadku można mówić o tzw. innowacji radykalnej, przełomowej, która jest czymś nowym i polega na odejściu od znanych wcześniej metod czy technologii, oraz o innowacji przyrostowej, która stanowi nowe wykorzystanie znanych już form czy technologii i polega na udoskonaleniu czegoś, co już istnieje. Innowacje te zapewniają przedsiębiorstwu stały napływ nowych, poprawionych i zróżnicowanych produktów, zapewniających rozwój i utrzymanie konkurencyjności. Innowacje przyrostowe są tańsze i bezpieczniejsze, natomiast innowacje radykalne – aby mogły odnieść sukces – potrzebują cierpliwości i odpowiedniego budżetu, zapewniającego wsparcie w długim horyzoncie czasowym. Innowacja przyrostowa, choć jest mniej ryzykowna i wymaga mniej czasu, nie może zagwarantować przedsiębiorstwu, że w przyszłości pozostanie ono konkurencyjne (*Managing* 2003).

Innowacja bierna, zwana też innowacją imitacyjną, związana jest z przenoszeniem rozwiązań powstałych w wyniku innowacji czynnej (twórczej) do innych przedsiębiorstw. W tym przypadku innowacja to kopiowanie pomysłu poprzez bezpośrednie wdrażanie, zaadaptowanie, np. sposobów zarządzania czy działań marketingowych. W tym ujęciu rozwój przedsiębiorczości związany jest ze zdolnością przedsiębiorstwa do dostrzegania luk na rynku, poszukiwania zmian oraz reagowania na nie i wykorzystywanie ich do tworzenia innowacji. Działania przedsiębiorcze odnoszące się do innowacji decydują o konkurencyjności przedsiębiorstwa na rynku. O ile dostosowywanie się przedsiębiorstwa jest reakcją na zachodzące w otoczeniu zmiany, o tyle umiejętność wyprzedzania tych zmian pozwala przedsiębiorstwu wpływać na reakcję otoczenia. Tworzenie nowego rynku nie tylko umożliwia wzrost i powstawanie nowych przedsiębiorstw, ale pozwala na przetrwanie i rozwój już istniejących. Prawdziwie innowacyjny produkt sam kreuje dla siebie rynek, a nie konkuruje o udział w już istniejącym.

Przedsiębiorczość, co należy podkreślić, w swoim zakresie obejmuje właśnie innowacyjność. W tym ujęciu bycie przedsiębiorczym oznacza podejmowanie działań, które mają na celu odkrywanie nowych, dotychczas nieznanymi obszarów działania, dających szansę osiągnięcia większych korzyści niż dotychczas. Natomiast umiejętność wykorzystania szans rynkowych wiąże się z postawą twórczą, rozumianą jako kreatywność.

Jak pisze J. Baruk: „Kreatywność polega na kojarzeniu – wykorzystywaniu wiedzy z różnych odrębnych dziedzin do tworzenia nowych, oryginalnych myśli, na odkrywaniu nowych znaczeń w różnych dziedzinach życia i doświadczenia oraz niekonwencjonalnym łączeniu ich ze sobą. Kreatywność zmusza ludzi do ciągłego odkrywania nowych dróg, stawiania wyzwań utartym sposobom myślenia i radzenia sobie z konfliktami, do których te dziedziny nieuchronnie prowadzą” (Baruk 2006, s. 90). Niewątpliwie kreatywność, która jest dostrzegalna w postaci wytworzonych produktów i procesów, czyli przejawia się w procesie tworzenia pomysłów (idei), jest źródłem postępu i przedsiębiorczości.

Informacja to przetworzone dane, które zmieniają naszą świadomość, natomiast wiedza to zbiór informacji wraz z regułami ich interpretowania. Dane w interpretacji subiektywnej stają się wiedzą. Zatem na kreatywność przedsiębiorcy lub menadżera w przedsiębiorstwie wpływ ma dostępna informacja o okazjach (szansach) rynkowych², posiadana wiedza, nabyta np. w trakcie procesu kształcenia, oraz umiejętności, przez które rozumie się cechy, jakimi powinien odznaczać się człowiek przedsiębiorczy. Do cech tych należą m.in. zdolność do długotrwałego wysiłku oraz podejmowania inicjatyw i ryzyka z nimi związanego, elastyczność, a także umiejętność podejmowania decyzji przy niepełnych informacjach i kierowanie ludźmi oraz wzbudzanie w nich entuzjazmu do realizacji wytyczonych celów, zdolność do przekonywania, łamania zwyczajów i tradycji oraz otwartość na nowe doświadczenia (Schumpeter 1960). A. Gibb określa przedsiębiorcę jako osobę o takich cechach charakteru, jak: „inicjatywa, silna zdolność przekonywania, raczej umiarkowana niż wysoka skłonność do podejmowania ryzyka,

² Z badań prowadzonych w polskich przedsiębiorstwach wynika, że w 50% przedsiębiorstw dominuje podejście przedsiębiorcze nakierowane na aktywne wykorzystywanie okazji. 17% realizowało swój rozwój zgodnie z klasycznymi kanonami planowania strategicznego, a u 33% stwierdzono tzw. rozwój dostosowawczy. Do okazji (szans) rynkowych można zaliczyć np. wyjątkowo tani, niezaplanowany zakup środka produkcji, placu, lokalu; niespodziewaną ofertę współpracy ze strony dużego, znanego przedsiębiorstwa; wykorzystywanie różnych środków pomocowych funduszy UE; nowe, sprzyjające rozwiązania systemowe; wykup upadającego, lokalnego konkurenta; wycofanie się z rynku lokalnego konkurenta i przejęcie jego klientów; pozyskanie nowego inwestora, połączenie przedsiębiorstw; usuwanie awarii; niespodziewane wygranie przetargu; niespodziewany wzrost zapotrzebowania, np. z rynków zagranicznych (Krupski 2008).

elastyczność, kreatywność, autonomia, zdolność rozwiązywania problemów, przywództwo, umiejętność ciężkiej pracy” (Gibb 1990, s. 38). Cechy charakteryzujące przedsiębiorcę wynikają po części z uosobienia człowieka, które warunkuje skłonność do podejmowania ryzyka, ale po części też mogą być wyuczone i wykształcone w czasie edukacji i zdobywania doświadczenia. Zatem kreatywność to zdolność jednostki do myślenia nietypowego (nieschematycznego, swobodnego), podejmowania ryzyka, uczenia, u podstaw którego leżą przeżywane doświadczenia, procesy poznawcze i obserwacje.

Reasumując powyższe rozważania, do głównych rodzajów przedsiębiorczości zaliczyć można: przedsiębiorczość gospodarczą, intelektualną, administracyjną i społeczną. Przedsiębiorczość administracyjna realizowana jest w sektorze publicznym, natomiast przedsiębiorczość społeczna – w organizacjach *non profit*. Przedsiębiorczość intelektualna polega natomiast na tworzeniu materialnych bogactw z niematerialnej wiedzy (Bieniok, Kraśnicka 2000; Kwiatkowski 2000). Przedsiębiorczość gospodarczą można rozpatrywać na poziomie indywidualnym, oznaczającym cechę osobowości i umiejętności oraz łącznym, inaczej zbiorowym, oznaczającym aktywność gospodarczą wielu przedsiębiorstw. Zatem w przypadku drugim można mówić o „przedsiębiorczym przedsiębiorstwie”, które charakteryzuje się podejmowaniem ryzyka, wprowadzaniem innowacji i praktycznym działaniem jej uczestników (Miller 1983), od opracowania koncepcji do tworzenia wartości. Natężenie przedsiębiorczości zarówno indywidualnej, jak i zbiorowej zmienia się wraz z wieloma warunkami, takimi jak otoczenie prawne, instytucjonalne czy finansowe.

Otoczenie i jego wpływ na przedsiębiorczość

Działalności przedsiębiorstwa nie można rozpatrywać bez uwzględnienia jego otoczenia, ponieważ to ono w dużym stopniu decyduje o sukcesie lub niepowodzeniu przedsiębiorstwa. Zmiany w otoczeniu stwarzają przedsiębiorstwu szanse, ale mogą oznaczać dla niego też zagrożenia (Żurek 2008). Zachowanie przedsiębiorstwa na rynku jest zatem konsekwencją wpływu otoczenia, w którym przedsiębiorstwa działają, a które jest złożone i trudno przewidywalne. Zmieniające się szybko otoczenie zmusza przedsiębiorstwa do koncentrowania uwagi na osiągnięciu przewagi konkurencyjnej poprzez niekonwencjonalne i innowacyjne zachowania, wyznaczając główny cel ich działania.

Dla przedsiębiorstw decydujących się na działanie na rynku globalnym otoczenie międzynarodowe ma szczególne znaczenie. W jego ramach analizie poddawane są uwarunkowania ekonomiczne, prawne, techniczno-technologiczne, polityczne, socjokulturowe, demograficzne i związane z ochroną środowiska (Żurek 2008). Zmiany w tym otoczeniu są bardzo dynamiczne, zmienne w czasie i trudne do przewidzenia.

Poddawanie się przedsiębiorstwa presji otoczenia zależy od jego pozycji na rynku. Przedsiębiorstwo zajmujące pozycję dominującą ulega w mniejszym stopniu swemu otoczeniu, natomiast przedsiębiorstwo zajmujące pozycję peryferyjną musi reagować szybko i elastycznie na jego żądania. „Złożoność otoczenia związana jest z coraz większą liczbą jego zróżnicowanych elementów, których wpływ jest coraz trudniejszy do przewidzenia, zaś zmienność z coraz szybszym wprowadzaniem innowacji w produktach oraz w innych działaniach przedsiębiorstwa” (Penc 1999, s. 23). Z otoczeniem dalszym wiąże się większe ryzyko występowania niekorzystnych dla przedsiębiorstwa elementów, ponieważ jest ono niemożliwe do przewidzenia.

Współczesna gospodarka globalna stawia przed wszystkimi przedsiębiorstwami coraz większe wymagania, z powodu ciągłego postępu technologicznego, jak i w wyniku dynamicznego rozwoju krajów określanych mianem rynków wschodzących (ang. *emerging markets*), stosujących z powodzeniem najnowsze technologie i dysponujących dużymi zasobami taniej siły roboczej.

Prowadzi to do uzyskiwania przez nie znaczących przewag konkurencyjnych, gdyż swoje strategie rozwojowe opierają na zdecydowanej ekspansji eksportowej (Wyżnikiewicz 2009). Globalizację natomiast należy rozumieć jako: „dokonujący się na świecie długofalowy proces integrowania coraz większej liczby krajowych gospodarek ponad ich granicami, dzięki rozszerzaniu oraz intensyfikowaniu wzajemnych powiązań (inwestycyjnych, produkcyjnych, handlowych, kooperacyjnych), w wyniku czego powstaje ogólnoświatowy system ekonomiczny o dużej współzależności i znaczących reperkusjach działań podejmowanych/toczących się nawet w odległych krajach” (Zorska 1998, s. 14). Według K. Kucińskiego globalizacja oznacza: „ogólnoświatowy proces integracji systemów ekonomicznych i podmiotów gospodarczych. Polega na tym, że działalność gospodarcza jest konfigurowana i koordynowana w skali całego świata w celu zminimalizowania kosztów, maksymalizowania nowo tworzonej wartości produktów i uzyskania dostępu do rynku o również światowym zasięgu. Konsekwencją, a zarazem przyczyną globalizacji gospodarki, jest globalizacja wszelkich przejawów życia społecznego. Jej przejawem jest globalizacja technologii, stylu życia, modeli konsumpcji, kultury, rządzenia, regulacji prawnych, postrzegania i świadomości. Wynika ona z kompresji świata uzyskanej dzięki postępowi technicznemu i ujednoczeniu się form organizacji gospodarki oraz życia politycznego w poszczególnych krajach” (Kuciński 2002, s. 13). Z tego stanowiska wynika fakt swoistego przenikania zjawiska globalizacji przez różne dziedziny. Mówimy więc o globalizacji w odniesieniu do polityki, działalności społecznej i kulturowej. Zatem jak pisze B. Liberska jest to: „zespół procesów prowadzących do intensyfikacji ekonomicznych, politycznych i kulturowych stosunków poprzez granice” (Liberska 2002, s. 17), wskazując na całościowe traktowanie tego procesu i uzyskiwanie różnorodnych jego implikacji. Wpływ na rozwój gospodarczy podkreśla R. Piasecki, definiując globalizację jako: „rosnącą internacjonalizację produkcji, dystrybucji i marketingu dóbr oraz usług, złożony proces będący wynikiem szybko rosnącego przepływu dóbr, pieniędzy, ludzi i idei” (Piasecki 2003, s. 73). W odniesieniu do procedur zarządzania strategicznego globalizację definiują G. Gierszewska i B. Wawrzyniak jako: „proces zmiany perspektywy postrzegania reguł i zasad postępowania, zdarzeń, zachowań, działań, uznawanych wartości z perspektywy narodowej na ogólnoświatową” (Gierszewska, Wawrzyniak 2001, s. 13). Dla celów pracy przyjęto definicję Komisji Europejskiej, która globalizację definiuje jako: „proces, w którym rynki i produkcja w różnych krajach stają się coraz bardziej współzależne w związku z dynamiką wymiany towarów i usług, przepływem kapitału i technologii” (*Annual Economic* 1997, s. 32). W literaturze przedmiotu najczęściej opisuje się wymiar ekonomiczny globalizacji, ale jest to zjawisko wielowymiarowe i interdyscyplinarne, dotyczące aspektów społecznych czy ekologicznych. W procesie globalizacji konkurencja powinna być powiązana z kooperacją uwzględniającą kwestie etyczne, moralne, a nie powinna skupiać się wyłącznie na aspektach ekonomicznych (Pangsy-Kania 2007).

Warunki rozwoju przedsiębiorczości

Poziom i intensywność zachowań przedsiębiorczych mogą być różne i zależeć od potencjału przedsiębiorczości oraz od sytuacji (środowiska pracy). Natężenie przedsiębiorczości zmienia się wraz z takimi warunkami, jak otoczenie prawne, finansowe czy instytucjonalne. Należy stwierdzić, że czynnikami warunkującymi przedsiębiorczość są środowisko pracy, czyli zasoby posiadane przez przedsiębiorstwo oraz cechy człowieka przedsiębiorczego i jego motywacja do działań przedsiębiorczych (Kozioł 2005). Zatem czynniki rozwoju przedsiębiorczości można podzielić na wewnętrzne, bazujące na zasobach wewnętrznych przedsiębiorstwa, takich jak np. zasoby ludzkie, rzeczowe składniki majątku, własne zaplecze badawczo-rozwojowe oraz wiedza i informacje technologiczne, oraz czynniki zewnętrzne, tworzone przez zasoby otoczenia pozostające do dyspozycji przedsiębiorstwa.

Czynniki osobowościowe są istotne dla rozwoju przedsiębiorczości, ale nie mniej ważne są czynniki zewnętrzne, które wypływają z makrootoczenia i które tym samym kształtują ramy rozwoju przedsiębiorczości. Zatem niezbędne są warunki zewnętrzne dostarczające przedsiębiorstwom skutecznych bodźców do działań przedsiębiorczych. Uwarunkowania przedsiębiorczości można podzielić na uwarunkowania osobowościowe, które koncentrują się wokół cech indywidualnych, osobowych oraz wyznaczonych systemów wartości, a także uwarunkowania lokalne i makroekonomiczne. Uwarunkowania lokalne przedsiębiorczości związane są z celami i realizacją polityki lokalnej oraz aktywnością danej społeczności w podejmowaniu działań przedsiębiorczych.

Warunki makrootoczenia, wpływające na charakter i poziom przedsiębiorczości, które są genezą przedsiębiorczości, związane są z warunkami prawnymi, politycznymi, ekonomicznymi, kulturowymi, społecznymi i komunikacyjnymi (Safin 2004). Potencjał wewnętrzny przedsiębiorczości charakteryzowany jest przez motywację do działań przedsiębiorczych, czyli motywację osiągnięć, chęć współpracy i dzielenie się wiedzą, zainteresowanie i zamiłowanie do pracy koncepcyjnej oraz motywację ekonomiczną ukierunkowaną na wartości materialne oraz technikę, technologię, jaką dysponuje przedsiębiorstwo, oraz właściwości intelektualne, czyli cechy potencjału zasobów ludzkich. Środowisko pracy tworzą m.in. struktura oraz kultura organizacyjna ukierunkowane na działania przedsiębiorcze. Zatem tak funkcjonujące przedsiębiorstwo stwarza swoim pracownikom możliwość angażowania znacznej części ich potencjału, zapewniając tym samym dogodne warunki dla rozwoju przedsiębiorczości wewnątrz przedsiębiorstwa. Przedsiębiorczość dużych podmiotów gospodarczych prowadzoną wewnątrz organizacji określa się mianem przedsiębiorczości wewnętrznej lub intraprzsiębiorczości. Należy ją rozumieć jako „konceptę wspomagania procesów innowacyjnych w bardzo dużej organizacji, we wszystkich obszarach jej działalności. Jej celem jest stymulowanie i realizacja procesów innowacyjnych, obejmujących identyfikację i wspomaganie przedsiębiorcy, tworzenie struktur innowacyjnych oraz sprzyjającego klimatu w przedsiębiorstwie. [...] Przedsiębiorczość wewnętrzna jest filozofią poszukiwania nowych możliwości rozwiązywania problemów strategicznych, związaną z przedsiębiorczą orientacją organizacji” (Hryń, Kmiotek, Piecuch 2002, s. 55).

Czynniki zewnętrzne rozwoju przedsiębiorczości to szereg uwarunkowań otoczenia oddziałujących na możliwości przedsiębiorstwa. Otoczenie wpływa na przedsiębiorcę, stwarza mu szanse i możliwości, ale jednocześnie stawia wymogi i ogranicza. Przez otoczenie przedsiębiorcy należy rozumieć wszystko to, co znajduje się poza organizacją i ma na nią wpływ, dlatego też przedsiębiorca powinien odznaczać się umiejętnością oceny środowiska, w którym funkcjonuje. W uwarunkowaniach zewnętrznych tkwią zarówno szanse zachęcające do podejmowania działań przedsiębiorczych, jak i zagrożenia zniechęcające do takich działań. Szczególnie ważną zatem wydaje się ocena szans i zagrożeń, które występują w otoczeniu. Każde istotne dla przedsiębiorstwa nowe wydarzenie lub nowy pojawiający się trend na rynku może być dla niego zarówno szansą, jak i zagrożeniem. Zależy to w dużej mierze od tego, jakimi danymi i informacjami dysponują pracownicy tego przedsiębiorstwa i czy podejmą właściwą decyzję. Dla działań przedsiębiorczych istotna jest umiejętność takiego wykorzystania informacji, które staną się szansą i sukcesem przedsiębiorstwa.

Otoczenie prawne jest to prawna regulacja działalności gospodarczej i stosunki między państwem a gospodarką. Można tu zaliczyć prawo gospodarcze, system podatkowy, rozporządzenia wykonawcze do ustaw, orzecznictwo sądów i interpretację przepisów przez urzędników. System prawny określa to, co przedsiębiorca może, a czego nie oraz jaką ma szansę prawnych warunków działania. Otoczenie polityczne kształtuje klimat dla przedsiębiorczości w kręgach

polityków. Ważne są tu takie czynniki, jak stabilność układów na szczeblu krajowym i lokalnym, koniunktura i zmiany nastawienia, zakres roszczeń i oczekiwań korupcyjnych, postawy etyczne, zmiany w swoim zakresie i w czasie (Korzeniowski 2004).

Zbyt rozbudowane i skomplikowane prawo o niskiej jakości w sposób istotny utrudnia procesy rozwojowe w gospodarce. Istniejące bariery, zwłaszcza biurokracja, ograniczają przedsiębiorczość polskich obywateli, utrudniają prowadzenie działalności biznesowej i zniechęcają zagranicznych inwestorów. Program „Lepsze Prawo” stanowi modyfikację działań określonych w Programie Reformy Regulacji. Intencją jest zwiększenie dynamiki poprawy otoczenia regulacyjnego, stąd realizację procesu podzielono na trzy okresy. Pierwszy okres zmian przewiduje działania związane z naprawą prawa. Zmiany te mają na celu zwiększenie wolności gospodarczej poprzez szybkie, jednostkowe zmiany, m.in. nowelizację ustawy o swobodzie działalności gospodarczej. Dodatkowo przewidziano przygotowanie ustawy derogacyjnej, usuwającej poszczególne przepisy, a nawet całe ustawy szkodzące rozwojowi przedsiębiorczości oraz przygotowanie ustawy deregulacyjnej usuwającej zbędne reglamentacje (zezwolenia, pozwolenia, licencje) działalności gospodarczej (*Przedsiębiorczość 2008*). Drugi okres zmian będzie dotyczył kontynuacji zmiany systemu stanowienia prawa. W tym zakresie przewidziano m.in.:

- ujednoczenie obowiązków związanych z przygotowaniem projektu ustawy, bez względu na podmiot posiadający inicjatywę legislacyjną,
- usprawnienie planowania procesu legislacyjnego,
- zmianę przepisów dotyczących procesu legislacyjnego w ramach działania Sejmu i Senatu (m.in. zmiany zasad składania projektów ustaw i poprawek do projektów),
- usprawnienie konsultacji społecznych na etapie tworzenia założeń projektów ustaw,
- zapewnienie realizacji obowiązku dokonywania przed przygotowaniem założeń projektów ustaw znowelizowanej oceny skutków regulacji – OSR, w tym również dokonywania wyceny kosztów wprowadzania obowiązków administracyjnych dla adresatów prawa (*Przedsiębiorczość 2008*).

Równolegle będą realizowane programy edukacyjne i promocyjne polegające na edukacji społecznej i promocji zasad pozytywnego działania, np. poprzez:

- promocję przedsięwzięć realizowanych w formie partnerstwa publiczno-prawnego, w tym demonopolizacji administracji publicznej,
- promocję i wsparcie dla sądów polubownych i arbitrażu,
- promocję norm etycznych i moralnych w prowadzeniu biznesu (*Przedsiębiorczość 2008*).

Działania tego etapu obejmą również odejście od rozszerzania systemu nakazów, zakazów i kar na rzecz dialogu społecznego i konsultacji oraz realizacji projektów edukacyjnych dotyczących podnoszenia świadomości społecznej, np. w zakresie praw obywatelskich, praw przedsiębiorców oraz praw konsumenckich.

Przewagę konkurencyjną terytorium warunkują cechy środowiska rozwoju przedsiębiorczości i innowacji, wytwarzane przez to terytorium. W tradycyjnej teorii lokalizacji jako czynniki lokalizacyjne dla przedsiębiorstwa wskazywano przede wszystkim koszty uzyskania surowców, dostępu do rynku, różniczkowe koszty siły roboczej oraz czynniki dodatkowe, takie jak efekt aglomeracji i korzyści zewnętrzne (Gorzela, Jałowiecki 2000). Jak pisze M. Gancarczyk: „Obecnie kryteria lokalizacji firm oparte na tzw. prostych zasobach zostały zastąpione przez kryteria jakościowe, o charakterze niematerialnym. Na tę zmianę wpłynął z jednej strony wzrost mobilności czynników produkcji i spadek kosztów transportu, z drugiej zaś, rozwój przemysłów wiedzochłonnych, kosztem tradycyjnych, zasobochłonnych” (Gancarczyk 2001, s. 59). Bliskość geograficzna zapewnia korzystną koncentrację umiejętności oraz wiedzy przedsiębiorstw, instytucji i organizacji, a także klientów na danym terytorium. Do optymalnego wykorzystania

lokalnych zasobów i dużej elastyczności działania przedsiębiorstw przyczyniają się podobne warunki infrastruktury, uwarunkowania polityczno-prawne, bliskość kulturowa oraz wspólne wartości i obyczaje, co oznacza, że na danym terytorium (regionie, powiecie, gminie) uzyskuje się efekt synergii gospodarczej (Szymoniuk 2008).

Stan rozwoju infrastruktury transportowej w Polsce nie jest zadowalający. Braki w tym zakresie hamują rozwój przedsiębiorczości oraz negatywnie wpływają na wykorzystanie potencjału regionów, zwłaszcza peryferyjnych. Stan infrastruktury drogowej uważany jest za jedną z ważniejszych barier rozwoju przedsiębiorczości. Słabe strony sieci drogowej to brak kompleksowej sieci dróg i autostrad, niedostosowanie dróg do nośności 115 kN/oś, ruch odbywający się przez tereny zabudowane, bezpieczeństwo oraz niedostateczny stan techniczny dróg. Należy zauważyć, że niski przedział nośności dróg jest rezultatem prowadzenia polityki transportowej sprzed okresu transformacji, kiedy to zakładano, że polskie drogi będą służyły do obsługi ruchu osobowego i lekkiego ciężarowego, podczas gdy transport towarowy miał się odbywać drogą kolejową. Efektem takiego podejścia jest zmniejszenie bezpieczeństwa ruchu oraz wzrost kosztów ekonomicznych i społecznych. Transport kolejowy, pomimo znacznego zapóźnienia rozwojowego i w konsekwencji niskiej jego konkurencyjności, może stanowić niedrogi i szybki środek transportu ładunkowego. Jego plusy to możliwość przewozów masowych, niższe stawki, szczególnie przy znacznych odległościach, możliwość łączenia transportu (transport kombinowany). Istotnym argumentem na rzecz jego wykorzystania są kwestie ochrony środowiska. Długość eksploatowanych linii kolejowych wynosi obecnie 19 tys. km, tj. o ok. 3 tys. km mniej niż w 2000 r., przy czym zaledwie 2,3 tys. km linii dostosowanych jest do prędkości 120 km/h (i więcej). Każdy z 72 największych dworców kolejowych obsługuje rocznie około miliona pasażerów. W Ministerstwie Infrastruktury przygotowywany jest, w ścisłej współpracy z Komisją Europejską, *Master Plan* dla transportu kolejowego w Polsce do 2030 roku. Będzie on strategicznym dokumentem planistycznym, pozwalającym władzom państwa i podmiotom gospodarującym w polskim transporcie kolejowym podejmować zadania inwestycyjne oraz stworzyć harmonogram realizacji innych zadań, szczególnie w zakresie: projektowania i przygotowania inwestycji, budowy i modernizacji infrastruktury, likwidacji zbędnej części istniejącej infrastruktury, świadczenia usług przewozowych, zarządzania infrastrukturą kolejową i jej utrzymania. Działania te mają prowadzić do stworzenia sprawnego i efektywnego systemu transportu kolejowego, będącego konkurencyjną alternatywą wobec innych gałęzi transportu. Dokument będzie również podstawą do planowania i wydatkowania środków pochodzących z Unii Europejskiej, przewidzianych na modernizację infrastruktury kolejowej (*Przedsiębiorczość 2008*).

Rośnie rola portów regionalnych. Postępująca decentralizacja ruchu, jak również perspektywa wyczerpania się przepustowości największego portu lotniczego Warszawa-Okęcie wpłynęła na rozkwit portów regionalnych, z których w 2007 r. skorzystała ponad połowa pasażerów. W 2007 r. liczba pasażerów portów regionalnych wzrosła o ok. 36%, z czego najwięcej w portach Kraków-Balice, Katowice-Pyrzowice oraz Gdańsk-Rębiechowo. Wzrost obserwowano również w przypadku przesyłek (ponad 23%). Z kolei najprężniej rozwijającym się portem w ostatnich latach jest Łódź-Lublinek, który to z małego portu obsługującego ok. 6 tys. pasażerów w 2004 r. zwiększył ich liczbę do ponad 312 tys. w 2007 r. (*Przedsiębiorczość 2008*).

Jakość, ilość, przepustowość, bezpieczeństwo i dostępność infrastruktury w dużym stopniu wpływają na warunki prowadzenia działalności gospodarczej. Przedsiębiorstwa działające w Polsce, aby sprostać globalnej konkurencji, potrzebują dobrych połączeń transportowych i niezawodnych sieci informacyjno-telekomunikacyjnych. W Ministerstwie Gospodarki powstał projekt *Programu działań na rzecz wspierania elektronicznego handlu i usług*. Dokument

realizuje strategiczne cele działań państwa dla ułatwienia prowadzenia działalności gospodarczej przy wykorzystaniu Internetu i innych środków komunikacji elektronicznej, jak również tworzenia warunków prawnych wykorzystania narzędzi informatycznych i ułatwienia podnoszenia kwalifikacji zawodowych. Program będzie sprzyjać zmianie struktury rynku IT w Polsce w kierunku zwiększenia udziału usług informatycznych i wzrostu rynku produkcji oprogramowania. W drugiej połowie 2008 r. planowane jest przedłożenie projektu pod obrady Rady Ministrów (*Przedsiębiorczość 2008*).

Konkurencja globalna oraz coraz mniejsze znaczenie fizycznych granic państw sprzyjają tworzeniu się ponadnarodowego rynku. Funkcjonowanie przedsiębiorstwa na terenie obcego kraju zawsze wiąże się z pojęciem różnic kulturowych, które w większym lub mniejszym stopniu, ale zawsze będą miały wpływ na to przedsiębiorstwo. Im bardziej kulturowo kraje są zbliżone do siebie, tym łatwiej jest im prowadzić działalność. Kultura narodowa odgrywa istotną rolę w kształtowaniu wartości, postaw i zachowań w miejscu pracy i poza nim (Schroeder 2000). Przedsiębiorstwa działające na rynku globalnym powinny być szczególnie wrażliwe na kulturę narodów, których potrzeby pragną zaspokoić. Do szeroko rozumianych uwarunkowań kulturowych można zaliczyć religię, zwyczaje konsumpcyjne, poczucie estetyki, nastawienie do produktów zagranicznych, rolę języka, prawo, poziom wykształcenia, znaczenie symboli i kolorów (Oniszczyk-Jastrzębek 2004). Kultura narodowa jest to więc pewien zestaw wierzeń, wiedzy, prawa, motywacji, norm, zdolności i nawyków wyznawanych przez większość mieszkańców danego kraju i nabytych przez człowieka jako członka społeczności, odnoszących się do sposobu życia (Bennett 1999, Bartosik-Purgat 2006, Linton 2000). Kultura narodowa wpływa na kulturę organizacyjną przedsiębiorstwa, która uwzględniać powinna indywidualne zamierzenia, motywacje, normy i wartości, jakie ludzie akceptują jako te, które współtworzą organizacyjną rzeczywistość (Pocztowski 2002). Należy wyraźnie podkreślić, że kultura organizacyjna przedsiębiorstwa uwarunkowana jest cechami kultury narodowej. Ludzie stają się częścią przedsiębiorstwa, jednak posiadają już ugruntowane poglądy na życie zakorzenione w odpowiednim zbiorze norm i wartości (Masłowski 2005). Nośnikami kultury narodowej w przedsiębiorstwie są zatem jego pracownicy, klienci, dostawcy i inne przedsiębiorstwa działające w otoczeniu zewnętrznym, ale także przepisy administracyjne i prawne, zwyczaje czy obyczaje.

Jedną z najistotniejszych determinant przedsiębiorczości o charakterze społeczno-kulturowym jest problem postaw społecznych wobec zjawiska przedsiębiorczości. Czynnikiem ten określa poziom akceptacji społecznej dla przedsiębiorczości oraz identyfikuje istotne bariery społeczne oraz wyznacza społeczne cele, jakim powinna służyć przedsiębiorczość. Społeczeństwa tworzą gospodarkę, a gospodarki nie istnieją bez społeczeństw. Na postawy społeczne wobec zjawiska przedsiębiorczości składają się postawy wobec przedsiębiorców i bogactwa, które jest efektem działalności przedsiębiorcy. Postawy te wynikają z tradycyjnych, charakterystycznych dla danej kultury norm i wartości, które są konfrontowane z normami i wartościami przyjmowanymi z zewnątrz (Kisiel 1999). Polska tradycja opiera się na stosunkowo niskim wartościowaniu przedsiębiorczości jako formy aktywności zawodowej. W kulturze staropolskiej pomnażanie bogactwa, traktowane jako cel życia, było uznawane raczej jako zajęcie niegodne szlachetnego męża, a zajmowanie się handlem zostało zakazane szlachcie już w *Kodeksie Łaskiego* z 1505 r. Owa niechęć była kulturowana w kulturze polskiej, czego wyrazem jest chociażby literatura z tragiczną postacią Wokulskiego z *Lalki* czy karykaturalne przedstawienie Nikodema Dyźmy. W kulturze okresu socjalizmu, pomijając czynniki polityczne, brak akceptacji dla przedsiębiorczości spowodowany był kultem pracy fizycznej, której efektem było coś konkretnego, co wymagało fizycznego wysiłku. Wyższość pracy fizycznej nad intelektualną

powodowała, że przedsiębiorca nie mógł cieszyć się uznaniem społecznym (Kisiel 1999). Przedsiębiorczość w Polsce nie jest postrzegana przez opinię publiczną w sposób, na jaki zasługuje. Przeciętni ludzie patrzą zwykle na przedsiębiorców z punktu widzenia osiąganych przez nich dochodów, a nie przez pryzmat korzyści ogólnospołecznych i gospodarczych, jakie przynosi podejmowanie przez kogoś działalności gospodarczej, stwarzanie nowych miejsc pracy czy rozbudzanie inicjatywy i uniezależnianie się od państwa. Nie bierze się również pod uwagę premii za ryzykowanie własnym kapitałem. Natomiast sukces innowacyjny Stanów Zjednoczonych spowodowany jest m.in. tradycją kulturową opartą na podejmowaniu ryzyka w duchu przedsiębiorczości oraz mocnej społecznej akceptacji innowacji (Pangsy-Kania 2007).

Na aktywność społeczeństw wpływają cztery grupy czynników. W pierwszej wymienia się cechy jednostek, czyli dominujące typy osobowości charakterystyczne dla osób twórczych, kreatywnych, nastawionych na osiągnięcia itp. Do drugiej grupy zalicza się warunki – struktury społeczne – do aktywności zachęca otwartość i akceptacja dla różnorodności i oryginalności, elastyczność i tolerancja. W następnej grupie czynników wymienia się stosunek danego społeczeństwa do własnej historii, z której społeczeństwa są dumne i czerpią siłę do dalszego rozwoju. W czwartej grupie znajdują się optymizm, nadzieja i przekonanie, że od ludzkich działań zależy to, co się stanie (Szczęśniak 2009).

Jak pisze K. Pająk, na poziomie indywidualnym może występować sprzężenie zwrotne między innowacyjnością a rodzajem kapitału społecznego, który opiera się na sieci kontaktów z innymi osobami. Natomiast na poziomie organizacji innowacyjność jest obecna pod postacią wartości tworzących daną kulturę organizacyjną, która wpływa na efektywność działania organizacji. Na poziomie społeczeństw i gospodarek krajowych kapitał społeczny oddziałuje na innowacyjność (B+R) pośrednio poprzez kapitał ludzki (Pająk 2006). Bardzo istotny jest zatem stan społeczeństwa jako całości, czyli jego życzliwość, mentalność, odpowiedzialność społeczna, czy też międzypokoleniowe podejście do przedsiębiorczości i innowacyjności. Kolejną cechą uwarunkowań społecznych jest liczba i jakość zasobów ludzkich w odniesieniu do pracochłonności i procesów gospodarczych oraz cechy osobowości członków społeczeństwa, ich kreatywność, ciekawość, otwartość i motywacja.

Jak pisze B. Karnat-Jasicka: „współcześnie w fazie gospodarki opartej na wiedzy, tradycyjne cechy kapitału społecznego, takie jak: pracowitość, przedsiębiorczość, odpowiedzialność, normy moralne i etyczne, kultura, a nawet altruizm społeczny mogą być niewystarczające. Potrzebne są specyficzne atrybuty, czyli: gotowość do ponoszenia ryzyka, otwartość na nowe idee i różnorodność, umiejętność współpracy, zorganizowanie i wykorzystywanie sieci powiązań. [...] Wzrasta znaczenie takich właściwości, jak: inwencja, pomysłowość i wynalazczość, znajomość metodyki poszukiwania twórczych rozwiązań i pobudzania twórczego myślenia we wszystkich dziedzinach. Nie oznacza to oczywiście, że tradycyjne cechy kapitału społecznego nie odgrywają swojej roli, ale raczej to, że ich istnienie staje się podłożem powstawania nowych wyznaczników tego kapitału” (Karnat-Jasicka 2007, s. 55).

Przedsiębiorczość jest nierozdzielnie związana z inwestycją kapitału, dlatego warto krótko omówić dostępność do źródeł jego pozyskiwania. Jednym z najważniejszych wydarzeń w gospodarce światowej, jakie miały miejsce w ciągu ostatnich kilkunastu lat, jest dynamiczny rozwój rynku finansowego. Rynek finansowy, w swojej definicji jest rynkiem, na którym przedmiotem wymiany jest kapitał w formie finansowej. Jego uczestnikami są: reprezentujący podaż kapitału w formie pieniężnej inwestorzy finansowi, reprezentujący popyt na ten kapitał inwestorzy rzeczowi (np. gospodarstwa domowe, przedsiębiorstwa, państwo i instytucje samorządowe) oraz pośrednicy finansowi – banki, fundusze inwestycyjne, towarzystwa ubezpieczeniowe, fundusze emerytalne, biura maklerskie (*Przedsiębiorczość* 2008). Przedsiębiorca może

finansować swoją działalność, pozyskując środki z wielu różnorodnych źródeł. Wybór zależy od takich czynników, jak forma działania przedsiębiorstwa, stopień jego rozwoju czy pożądana struktura i koszt kapitału. W początkowym okresie działalność przedsiębiorstwa finansowana jest najczęściej ze środków własnych założycieli oraz z wypracowywanych zysków. W miarę rosnących potrzeb inwestycyjnych źródła te okazują się jednak niewystarczające i właściciele muszą podjąć decyzję o pozyskaniu środków zewnętrznych. Wśród instrumentów rynku kapitałowego najczęściej wykorzystywanych przez przedsiębiorców i służących pozyskaniu kapitału z rynku finansowego pozostają: akcje, prawa do akcji, prawa do poboru, obligacje. Coraz większego znaczenia nabierają także krótkoterminowe papiery dłużne przedsiębiorstw (KPDP). Są to instrumenty finansowe z terminem zapadalności poniżej jednego roku, należące do rynku papierów pozaskarbowych. Najbardziej powszechnym sposobem finansowania działalności przez przedsiębiorstwo jest zaciągnięcie kredytu bankowego. Alternatywne instrumenty rynku finansowego to: *leasing*, *forfeiting* i *factoring*, proces sekurytyzacji, fundusze *private equity* i *venture capital*, Business Angel Investing (*Przedsiębiorczość* 2008).

Jednocześnie w działaniach prowadzonych przez Ministerstwo Gospodarki w ramach Reformy Regulacji planowane jest uproszczenie regulacji istniejących na rynku finansowym. Zakłada się, iż obecne uwarunkowania prawne determinujące procesy inwestycyjne są zbyt skomplikowane i niezrozumiałe dla przedsiębiorców (głównie tych z sektora MŚP). W celu poprawy jakości otoczenia regulacyjnego w odniesieniu do MŚP realizowane działania na rynku finansowym będą zmierzały do ułatwienia przedsiębiorcom dostępu do zewnętrznego kapitału inwestycyjnego. Szczególna uwaga zostanie poświęcona podmiotom, które w naturalny sposób wspomagają ten proces ekonomiczny, tj. funduszom wysokiego ryzyka i warunkom ich działalności. Po identyfikacji barier nastąpi przejście do etapu, na którym zostaną wypracowane możliwe rozwiązania dla pojawiających się postulatów rynkowych. Po rozpoznaniu rynku i przeprowadzeniu analizy zostanie stworzony raport, w którym znajdą się konkretne postulaty zmian w prawie (*Przedsiębiorczość* 2008).

Jedną z zasadniczych zmian z ostatnich lat, która w znacznym stopniu wpłynęła na wzrost inicjatyw przedsiębiorczych, jest rozwój sektora wiedzy i edukacji (Dylak 2006). Działania na rzecz przedsiębiorczości podejmowane są znacznie częściej w społeczeństwach, w których przeciętny poziom wykształcenia jest relatywnie wysoki, ponieważ pozwala on m.in. łatwiej zrozumieć otaczającą rzeczywistość, sprzyja powstawaniu nowych pomysłów oraz zmniejsza poczucie ryzyka, a tym samym redukuje lęk przed niepowodzeniem. Tworzenie i wprowadzanie na rynek innowacji wymaga od ludzi ciągłego podnoszenia poziomu wykształcenia, kompetencji oraz przyswajania nowej wiedzy. Jak piszą M. Klonowska-Matynia i A. Sałek-Imińska: „W gospodarce opartej na wiedzy priorytetami dla państwa są inwestycje wspierające tworzenie wiedzy przez mieszkańców, m.in. wydatki na edukację i naukę, upowszechnianie nowoczesnych technologii i stymulowanie innowacyjności przedsiębiorstw” (Klonowska-Matynia, Sałek-Imińska 2009, s. 108). Tak więc inwestycje w edukację i inne formy wspierające rozwój kapitału ludzkiego mają duży wpływ na wzrost gospodarczy danego państwa. Nie ulega wątpliwości, że duże znaczenie w procesie tworzenia społeczeństwa opartego na wiedzy ma edukacja. Przez prowadzenie badań naukowych szkoły wyższe wnoszą istotny wkład w rozwój zasobów wiedzy społeczeństwa. Instytucje edukacyjne zdobywają, gromadzą i rozpowszechniają wiedzę, a przez związki z praktyką, jak pisze M.B. Wojnarowska: „między innymi przez wdrażanie badań i dbałość o rozwój przedsiębiorczości, biorą udział w procesie wykorzystania wiedzy” (Wojnarowska 2007, s. 149).

Globalizacja, dynamiczne zmiany ekonomiczno-społeczne oraz narodziny gospodarki opartej na wiedzy wymuszają głębokie zmiany w dziedzinie nauki, edukacji i szkolnictwa wyższego. Wzrost znaczenia wiedzy jako czynnika wytwórczego aktywizuje rozwój nowych form

współpracy nauki i gospodarki. Powszechnym kierunkiem rozwoju instytucji naukowych i edukacyjnych w wielu krajach i regionach staje się szerokie otwarcie na współpracę z biznesem (głównie lokalnymi, małymi firmami) oraz na stymulowanie zdolności przedsiębiorczych wśród studentów, doktorantów i pracowników naukowych. Dotychczasowy model szkoły wyższej oparty na edukacji i badaniach naukowych zostaje poszerzony o przygotowanie do przedsiębiorczości rozumianej jako kształtowanie aktywnych zachowań umożliwiających samodzielne działanie na rynku (Guliński, Zasiadły (red.) 2005). Wewnętrzne i zewnętrzne uwarunkowania przedsiębiorczości należy zatem postrzegać jako wzajemnie uzupełniające się elementy determinujące kreowanie zachowań przedsiębiorczych.

Autorka opracowania, prowadząc badania dotyczące konkurencyjności polskich podmiotów gospodarczych, skupiła swoją uwagę na czynnikach wynikających ze zmian w następujących sferach działalności gospodarczej: inwestycje, personel, wartości niematerialne i prawne, organizacja i zarządzanie, finanse, logistyka, produkcja, badanie i rozwój, jakość oraz marketing. Ankietowani odpowiadali na pytania związane z tymi czynnikami, określając wpływ poszczególnych elementów z tych sfer na konkurencyjność przedsiębiorstwa w skali: bardzo duży, duży, mały, bardzo mały, nie ma wpływu, nie mam zdania. Z uwagi na tytuł opracowania przedstawione zostały jedynie wyniki badania dotyczące warunków otoczenia, które mają lub mogłyby mieć wpływ na dane przedsiębiorstwo. Jak wynika z badania – zdaniem respondentów warunki otoczenia, które w największym stopniu wpływają na prowadzenie działalności to: ulgi w podatkach związane z wprowadzaniem nowych technologii (57,14%), wysokość podatków, nieelastyczne prawo pracy, niejasność i zmienność przepisów prawnych, bariery w dostępie do kapitału (28,57%) oraz wysokość obciążeń składkowych kosztów pracy (14,29%), które ograniczają siłę konkurencyjną przedsiębiorstw. Zmniejszają one bowiem zdolności przedsiębiorstwa, a tym samym skłonność do inwestowania i zwiększania zatrudnienia, co jest działaniem ograniczającym możliwości rozwoju. Istotne znaczenie w opinii badanych przedsiębiorstw mają również rozwój sektora wiedzy i edukacji (28,57%), działania na rzecz poprawy jakości i stanowienia prawa, wzmacnianie przyjaznego przedsiębiorcom systemu otoczenia, ulgi w podatkach związane z rozpoczęciem własnych badań (14,29%).

W badaniu, prowadzonym od lipca 2010 r., 14,29% ankietowanych stanowiły spółki z ograniczoną odpowiedzialnością, 42,86% to osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą jednoosobowo, 14,29% – spółki akcyjne, 28,57% – spółki jawne, 14,29% – nie określono (brak odpowiedzi). Z grupy tej największy odsetek stanowili przedsiębiorcy (podmioty gospodarcze) zatrudniający do 10 osób – 57,14%, od 11 do 49 osób – 28,57%, brak odpowiedzi – 14,29%. Na koniec 2009 r. 57,14% ankietowanych dysponowało aktywami netto na poziomie do 2 mln euro, 28,57% – od 2 do 10 mln euro, 14,29% – brak odpowiedzi. Charakterystyka obrotów netto respondentów przedstawiała się następująco: 57,14% – do 2 mln euro, 28,57% – od 2 do 10 mln euro, 14,29% – brak odpowiedzi.

Bogactwo instytucji wspierających rozwój przedsiębiorczości oraz świadczonych przez nie form pomocy niewątpliwie wpływa na zdolność i skłonność przedsiębiorstw do ponoszenia ryzyka związanego z działaniami przedsiębiorczymi. Instytucje wspierające przedsiębiorstwa są cennym partnerem administracji publicznej we wdrażaniu publicznych programów wsparcia. W Polsce działają ośrodki wspierania przedsiębiorczości, których zadaniem jest ułatwienie tworzenia małych przedsiębiorstw i pomoc w rozwoju już istniejących. Instytucje te prowadzą również szkolenia osób bezrobotnych, poradnictwo prawne oraz doradztwo dla MŚP. Kolejną instytucją wspierającą MŚP są fundusze rozwoju przedsiębiorczości, które przejmują od banków ciężar ryzyka związanego z udzielaniem kredytów dla tych przedsiębiorstw. Oferta funduszy

jest skierowana również do osób bezrobotnych oraz małych przedsiębiorstw, które funkcjonują nie dłużej niż dwa lata (Gierczycka 2007).

Poprzez wspieranie przedsiębiorczości, innowacji i transferu technologii Parki Naukowo-Technologiczne stały się globalnie uznanym narzędziem promocji ekonomicznego rozwoju regionalnego na drodze wspierania przedsiębiorczości i wzrostu przedsiębiorstw. System gospodarczy jest sprawny wówczas, gdy sprzyja przedsiębiorczości poprzez tworzenie stabilnych warunków prawnych i makroekonomicznych dla prowadzenia działalności, redukujących ryzyko, minimalizujących koszty podejmowania i prowadzenia działalności, pobudzających konkurencję oraz przyjaznych harmonizacji działalności gospodarczej (Gierczycka 2008).

Literatura

1. *Annual Economic Report for 1997*, European Commission, „European Economy”, nr 63.
2. Ardichvili A., Cardozo R., 2000, *A Model of Entrepreneurial Opportunity Process*, „Journal of Enterprising Culture”, nr 2 (8), London.
3. Bartosik-Purgat M., 2006, *Otoczenie kulturowe w biznesie międzynarodowym*, PWE, Warszawa.
4. Baruk J., 2006, *Zarządzanie wiedzą i innowacjami*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń.
5. Bennett R., 1999, *International Business*, Pitman Publishing, London.
6. Bieniok H., Kraśnicka T., 2000, *Przedsiębiorczość pracowników jako instrument podnoszenia produktywności firmy* [w:] *Strategie wzrostu produktywności firmy*, A. Stabryła (red.), AE, Kraków.
7. *Commission of the European Communities, Green Paper. Entrepreneurship in Europe*, Brussels, 21.01.2003. Document based on Com.
8. Drucker P.F., 2004, *Natchnienie i fart, czyli innowacja i przedsiębiorczość*, Wydawnictwo Studio Emka, Warszawa.
9. Dyduch W., 2007, *Innowacyjność organizacji – istota, pomiar i powiązanie z efektywnością* [w:] *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w warunkach globalnych*, J. Bogdanienko, M. Kuzela, I. Sobczak (red.), Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń.
10. Dylak M., 2006, *Główne zmiany uwarunkowań przedsiębiorczości w Polsce* [w:] *Przedsiębiorczość i innowacyjność. Wyzwania współczesności*, A. Kaleta, K. Moszkowicz, L. Woźniak (red.), AE, Wrocław.
11. Eckhardt J.T., Shane S., 2003, *Opportunities and Entrepreneurship*, „Journal of Management”, nr 29, Portland.
12. Gancarczyk M., 2001, *Środowisko dla rozwoju przedsiębiorczości i innowacji jako kapitał intelektualny terytorium* [w:] *Kapitał intelektualny. Dylematy i wyzwania*, A. Poczowski (red.), WSB, Nowy Sącz.
13. Gibb A.A., 1990, *Entrepreneurship and Intrapreneurship – Exploring the Differences* [w:] *New Findings and Perspectives in Entrepreneurship*, R. Donckels, A. Miettinen (ed.), Aldershot.
14. Gierczycka J., 2007, *Znaczenie konkurencyjności dla rozwoju sektora małych i średnich przedsiębiorstw w warunkach globalizacji i integracji europejskiej (ze szczególnym uwzględnieniem gospodarki Polski)* [w:] *Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości. Determinanty i narzędzia zdobywania przewagi konkurencyjnej*, H.G. Adamkiewicz-Drwiłło (red.), PWN, Warszawa.
15. Gierczycka J., 2008, *Rola innowacyjności w kształtowaniu konkurencyjności małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce* [w:] *Europejskie wymiary przedsiębiorczości*, H. Kruk, K. Skrzyszewska (red.), AM, Gdynia.
16. Gierszewska G., Wawrzyniak B., 2001, *Globalizacja. Wyzwania dla zarządzania strategicznego*, Poltext, Warszawa.
17. *Globalizacja. Mechanizmy i wyzwania*, 2002, B. Liberska (red.), PWE, Warszawa.
18. Gorzelak G., Jałowiecki B., 2000, *Konkurencyjność regionów*, „Studia Regionalne i Lokalne”, nr 1, vol. 1.
19. Górka K., 2004, *Czynniki rozwoju przedsiębiorczości i innowacyjności w przemyśle* [w:] *Uwarunkowania przedsiębiorczości*, K. Jaremczuk (red.), PWSZ, Tarnobrzeg.

20. Hryń B., Kmiołek K., Piecuch T., 2002, *Przedsiębiorczość szansą rozwoju przedsiębiorstw przyszłości* [w:] *Stan i perspektywy rozwoju teorii i praktyki zarządzania na progu XXI wieku*, „Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu”, Nr 940, Wrocław.
21. *Innowacyjna przedsiębiorczość akademicka – światowe doświadczenia*, 2005, J. Guliński, K. Zasiały (red.), Wydawnictwo Edit Sp. z o.o., Warszawa.
22. *Innowacyjność 2006. Stan innowacyjności, metody wspierania, programy badawcze. Raport*, 2006, A. Żołnierski (red.), PARP, Warszawa.
23. Janasz W., 2004, *Przedsiębiorczość w świetle uwarunkowań działalności gospodarczej* [w:] *Innowacje w rozwoju przedsiębiorczości w procesie transformacji*, W. Janasz (red.), Difin, Warszawa.
24. Karnat-Jasicka B., 2007, *Kapitał społeczny w regionie a rozwój gospodarki opartej na wiedzy* [w:] *Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości. Determinanty i narzędzia zdobywania przewagi konkurencyjnej*, H.G. Adamkiewicz-Drwiłło (red.), PWN, Warszawa.
25. Kisiel P., 1999, *Spoleczne uwarunkowania przedsiębiorczości – postawy społeczne wobec przedsiębiorczości* [w:] *Przedsiębiorczość a lokalny i regionalny rozwój gospodarczy. Materiały konferencji naukowej*, J. Targalski (red.), AE, Kraków.
26. Klonowska-Matynia M., Sałek-Imińska A., 2009, *Rola morskiego szkolnictwa wyższego w kształtowaniu kapitału ludzkiego w kontekście realizacji założeń gospodarki opartej na wiedzy w Polsce* [w:] *Przedsiębiorstwo w otoczeniu globalnym*, O. Dębicka, A. Oniszczyk-Jastrząbek, T. Gutowski, J. Winiarski (red.), UG, Gdańsk.
27. Korzeniowski L., 2004, *Przedsiębiorczość a prawne i polityczne otoczenie organizacji gospodarczych* [w:] *Problemy bezpieczeństwa ekonomicznego wobec procesów globalizacji*, S. Piocha (red.), PTE, Koszalin.
28. Koziół L., 2005, *Determinanty, obszary i pomiar przedsiębiorczości* [w:] *Sukces organizacji. Strategie i innowacje*, UG, Sopot.
29. Krajewski M., 2007, *Podstawowe zasoby decydujące o funkcjonowaniu przedsiębiorstwa* [w:] *Przedsiębiorstwo – zasady działania, funkcjonowanie, rozwój*, J. Żurek (red.), UG, Gdańsk.
30. Krupski R., 2008, *Okazje w rozwoju przedsiębiorstw. Aspekt empiryczny* [w:] *Europejskie wymiary przedsiębiorczości*, H. Kruk, K. Skrzyszewska (red.), AM, Gdynia.
31. Kuciński K., 2002, *Nasza ziemia – gospodarka globalna*, AE, Poznań.
32. Kwiatkowski S., 2000, *Przedsiębiorczość intelektualna*, PWN, Warszawa.
33. Lebenstein H., 1995, *The Supply of Entrepreneurship. Leading Issues in Economic Development*, Oxford University Press, New York.
34. Linton R., 2000, *Kulturowe postawy osobowości*, PWN, Warszawa.
35. *Managing creativity and innovation*, 2003, Harvard Business School Publishing.
36. Masłowski A., 2005, *Kultura organizacyjna wobec zmian otoczenia* [w:] *Rozwój regionalny w warunkach globalizacji*, A. Gomółka (red.), Warszawa.
37. Miller D., 1983, *The Correlates of Entrepreneurship In Tree Types of Firms* [in:] *Management Science*, no.7 (29), Hanover.
38. OECD, *Fostering Entrepreneurship*, Paryż 1998, October.
39. Oniszczyk-Jastrząbek A., 2004, *Globalizacja a produkt w marketingu międzynarodowym* [w:] *Rynki międzynarodowe i gospodarka globalna*, K. Misztal (red.), UG, Gdańsk.
40. Oniszczyk-Jastrząbek A., Gutowski T., 2008, *Funkcjonowanie polskich małych i średnich przedsiębiorstw w gospodarce globalnej* [w:] *Instytucjonalne i rynkowe uwarunkowania rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce*, E. Michalski, S. Piocha (red.), PTE, Koszalin.
41. Pająk K., 2006, *Innowacyjność a kapitał społeczny* [w:] *Innowacyjność w teorii i praktyce*, M. Strużycki (red.), SGH, Warszawa.
42. Pangsy-Kania S., 2007, *Polityka innowacyjna państwa a narodowa strategia konkurencyjnego rozwoju*, UG, Gdańsk.
43. Penc J., 1999, *Innowacje i zmiany w firmie. Transformacja i sterowanie rozwojem przedsiębiorstwa*, Placet, Warszawa.
44. Piasecki R., 2003, *Rozwój gospodarczy a globalizacja*, PWE, Warszawa.
45. Poczowski A., 2002, *Międzynarodowe zarządzanie zasobami ludzkimi*, Oficyna Ekonomiczna, Kraków.

46. *Przedsiębiorczość w Polsce*, 2008, Ministerstwo Gospodarki, Warszawa.
47. Safin K., 2004, *Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości – próba systematyzacji* [w:] *Uwarunkowania przedsiębiorczości*, K. Jaremczuk (red.), PWSZ, Tarnobrzeg.
48. Schroeder J., 2000, *Zarządzanie kadrami w przedsiębiorstwie międzynarodowym*, AE, Poznań.
49. Schumpeter J., 1960, *Teoria rozwoju gospodarczego*, PWN, Warszawa.
50. Shane S., Venkataraman S., 2000, *The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research*, „Academy of Management Review”, nr 1 (25).
51. *Słownik języka polskiego*, t. II, 1998, PWN, Warszawa.
52. Strużyński M., *Przedsiębiorczość w warunkach globalizacji rynków* [w:] *Przedsiębiorczość a zarządzanie przedsiębiorstwem*, J. Rokita, W. Grudzewski (red.), GWSH, Katowice 2003.
53. Szcześniak A., 2009, *Praktyczna użyteczność nauki* [w:] *Przedsiębiorczy uniwersytet. Praktyczna użyteczność badań naukowych i prac badawczo-rozwojowych. Projektowanie i prowadzenie badań naukowych we współpracy z gospodarką*, M. Bąk, P. Kulawczuk (red.), Instytut Badań nad Demokracją i Przedsiębiorstwem Prywatnym, Warszawa.
54. Szulich P., 2004, *Wolność jako prawo przedsiębiorczości* [w:] *Uwarunkowania przedsiębiorczości*, K. Jaremczuk (red.), PWSZ, Tarnobrzeg.
55. Szymoniuk B., 2008, *Korzyści lokalizacji w budowaniu globalnej przewagi konkurencyjnej. Doświadczenia polskich klastrów gospodarczych* [w:] *Regionalizacja globalizacji. Tom 2*, J. Rymarczyk, B. Drelich-Skulska, W. Michalczyk (red.), AE im. O. Langego, Wrocław.
56. Śliwa J., Wymysłowski S., 2001, *Podstawowe czynniki warunkujące rozwój przedsiębiorczości w Polsce* [w:] *Przedsiębiorstwo na przełomie wieków*, B. Godziszewski, M. Haffer, M.J. Stankiewicz (red.), UMK, Toruń.
57. Wojnarowska M. B., 2007, *Bariery w procesie zarządzania wiedzą na przykładzie instytutu naukowo-dydaktycznego (wyniki badań)* [w:] *Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości. Determinanty i narzędzia zdobywania przewagi konkurencyjnej*, H.G. Adamkiewicz-Drwiłło (red.), PWN, Warszawa.
58. Wyżnikiewicz B., 2009, *Konkurencyjność MŚP* [w:] *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2007–2008*, Wydawnictwo Naukowe Instytutu Technologii Eksploatacji – PIB, Radom.
59. Zorska A., 1998, *Ku globalizacji? Przemiany w korporacjach międzynarodowych i w gospodarce światowej*, PWN, Warszawa.
60. Żurek J., 2008, *Globalizacja wyzwaniem dla polskich przedsiębiorstw* [w:] *Przedsiębiorstwo w otoczeniu globalnym*, O. Dębicka, A. Oniszczuk-Jastrzębek, T. Gutowski, J. Winiarski (red.), UG, Gdańsk.

Environment and Entrepreneurship under Global Conditions

The functioning of the enterprise in a constantly changing environment means that they should make the necessary transformation, meet challenges, thus anticipate and shape the reality. Each company should be the instigator of continuous change, particularly innovative projects which success depends largely on the mobilization of all employees, on creative thinking, action and learning. Strużyński M. writes: “the contemporary processes of globalization create new conditions for flexible and rapid action on the use of various forms of organized business to gain competitive advantage on specific markets” (Strużyński 2003). Globalization can promote and restrict entrepreneurship, especially the individual one. It is written more often, however, that globalization offers the most professional conditions for the great inspiration in the field of entrepreneurship, and it is the source of modern technology and efficient management methods.