

## PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ, INNOWACYJNOŚĆ, ROZWÓJ GOSPODARCZY I INSTYTUCJA SOCJALIZUJĄCA – JAKO ŁAŃCUCH KATEGORII POWIĄZANYCH

### ENTREPRENEURSHIP, INNOVATION, ECONOMIC DEVELOPMENT AND A SOCIALIZING INSTITUTION – AS A CHAIN OF RELATED CATEGORIES

Magdalena Maria Zdun<sup>1(A-G)</sup>

<sup>1</sup>Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Polska

<sup>1</sup>Cracow University of Economics, Poland

Zdun, M. M. (2021). Przedsiębiorczość, innowacyjność, rozwój gospodarczy i instytucja socjalizująca – jako łańcuch kategorii powiązanych / Entrepreneurship, innovation, economic development and a socializing institution – as a chain of related categories, *Rozprawy Społeczne/Social Dissertations*, 15(1), 125-144. <https://doi.org/10.29316/rs/135383>

#### Wkład autorów/ Authors' contribution:

- A. Zaplanowanie badań/  
Study design
- B. Zebranie danych/  
Data collection
- C. Dane – analiza i statystyki/  
Data analysis
- D. Interpretacja danych/  
Data interpretation
- E. Przygotowanie artykułu/  
Preparation of manuscript
- F. Wyszukiwanie i analiza  
literatury/  
Literature analysis
- G. Zebranie funduszy/  
Funds collection

Tabele/Tables: 0

Ryciny/Figures: 1

Literatura/References: 55

Otrzymano/Submitted:  
30.06.2020

Zaakceptowano/Accepted:  
02.04.2021

#### Streszczenie

Celem artykułu jest zależnościowa diagnoza łańcuch pojęciowego: przedsiębiorczość – innowacyjność, rozwój – instytucja socjalizująca.

**Materiał i metody.** Metodą analizy jest znaczeniowa rekonstrukcja wyeksponowanego w tytule łańcucha pojęć. Artykuł ma charakter teoretyczny, a narzędziem diagnozy jest krytyczna dyskusja pojęć i koncepcji.

**Wyniki.** Wyniki analizy to diagnoza współzależności znaczeniowej, wyartykułowanych w tytule pojęć. W kolejnych, powiązanych ze sobą etapach, zaprezentowana zostaje obrona tezy głoszącej, że przedsiębiorczość i innowacyjność to kategorie powiązanie, a ostatnia z wymienionych jest sposobem wyrazu pierwszej. Jednocześnie analiza dowodzi, że kategorie te stanowią treść postaw i ról społecznych, za sprawą których aktorzy społeczni uczestniczą w rozwoju.

**Wnioski.** Analiza prowadzi do ustalenia, że gospodarka jest przestrzenią współtworzenia i refleksyjnego współuczestnictwa. Do udziału w niej przygotowuje uniwersytet

**Słowa kluczowe:** rozwój, przedsiębiorczość, socjalizacja, innowacyjność, wartości

#### Summary

The goal of this article is to determine the relationships between the related terms entrepreneurship – innovation, development – socialising institution

**Material and methods.** The related terms mentioned in the title will be subject to semantic reconstruction. The article is theoretical in nature, and relies on a critical discussion of those terms and concepts.

**Results.** The article confirms that the meanings of those terms are interrelated. The article follows logical steps to substantiate the claim that entrepreneurship and innovation are related concepts, and the latter is a way to express the former. In addition, the paper provides evidence to show that those concepts underlie social roles and attitudes through which social actors participate in development.

**Conclusions.** The analysis leads to a conclusion that economy is a space where people can create things together and compete in a reflective fashion. And universities should prepare people for this.

**Keywords:** development, entrepreneurship, socialization, innovation, values

**Adres korespondencyjny:** Magdalena Maria Zdun, Katedra Geografii Społeczno-Ekonomicznej, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, ul. Rakowicka 27, 31-510, Kraków, Polska; email: zdunm@uek.krakow.pl, ORCID: 0000-0002-3784-2098

**Copyright by:** Państwowa Szkoła Wyższa im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej, Magdalen Maria Zdun

Czasopismo Open Access, wszystkie artykuły udostępniane są na mocy licencji Creative Commons Uznanie autorstwa-użycie niekomercyjne-na tych samych warunkach 4.0 Międzynarodowe (CC BY-NC-SA 4.0, <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).

## Wstęp

Współcześnie o rozwoju gospodarczym mówi się bardzo wiele, często w odniesieniu do kategorii takich jak przedsiębiorczość, czy innowacyjność. Terminy te, jak i sam rozwój, nierzadko traktuje się jako pojęcia oczywiste, nie wymagające dalszego wyjaśnienia. Tymczasem nauka wciąż zgłasza zapotrzebowanie na ich aktualizację i dookreślenie. Jednocześnie w dyskusję nad gospodarką, nierzadko angażuje się instytucje socjalizujące, w tym uniwersytet. Bywa, że akademia występuje w roli oskarżonego. Winiona jest za niedostosowanie oferty naukowej i edukacyjnej do rynku pracy, brak reakcji na sygnały napływające z otoczenia, czy też inne formy odseparowania od rzeczywistości. Czy jednak racja jest po stronie oskarżycieli uniwersytetu?

Niniejszy artykuł próbuje znaleźć odpowiedź na tak postawione pytanie. Cel ten realizuje jednak na drodze rozstrzygnięć bardziej szczegółowych. Dotyczyć one będą następujących pytań:

1. Jakie jest sedno znaczeniowe przedsiębiorczości i innowacyjności? Czym można mówić o relacji między tymi pojęciami?
2. W jaki sposób kategorie te (innowacyjności i przedsiębiorczości) urzeczywistnią się w rzeczywistości społeczno-gospodarczej?
3. Czym jest rozwój i jakie wykazuje powiązanie z „innowacyjną przedsiębiorczością”?
4. Dlaczego do dyskusji o rozwoju angażowany jest uniwersytet?

Zależenie odpowiedzi na tak postawione pytania, pozwala ułożyć wyeksponowane w tytule artykułu pojęcia w łańcuch zależnościowy. Jego rekonstrukcja stanie się metodą poznania i sposobem na systematyzację analizy. Głównym zamierzeniem artykułu jest odkrycie sedna znaczeniowego dyskutowanych tu terminów i wykazanie ich zależnościowego powiązania. Tym samym, ambicją niniejszego wywodu staje obrona następującej tezy:

„Przedsiębiorczość i innowacyjność to kategorie powiązane, przy czym ostatnia z wymienionych jest sposobem wyrazu pierwszej. Kategorie te wspólnie, stanowią treść postaw i ról społecznych, za sprawą, których aktorzy społeczni uczestniczą w rozwoju. Postawy i role to przedmiot oddziaływań socjalizacyjnych, a ich ważnym ogniwem jest współczesny uniwersytet.”

Teza ta broniąca będzie w kilku, powiązanych ze sobą etapach. W pierwszym z nich, zdefiniowana zostanie przedsiębiorczość i innowacyjność. W drugim, wykazane zostanie ich wzajemne powiązanie. W etapie trzecim, przedmiotem analizy stanie się postawa i rola społeczna przedsiębiorcy. To zaś pozwoli zdefiniować rozwój jako proces współtworzenia i współuczestnictwa, w którym partycypacja wymaga odpowiednich kompetencji: praktycznych i refleksyjnych. Ich identyfikacja uzasadni ostatecznie zaangażowanie uniwersytetu w debatę nad gospodarką i pozwoli wykazać konceptualną spójność wyeksponowanego w tytule łańcucha pojęć.

## Introduction

Nowadays, a lot is said about economic development, often in relation to categories such as entrepreneurship or innovation. These terms, as well as the development itself, are often treated as obvious concepts that do not require further explanation. Meanwhile, science continues to report a need for their updates and clarification. At the same time, socialization institutions, including the university, are often involved in the discussion on the economy. Sometimes the academy acts as the accused. It is blamed for the failure to adapt the scientific and educational offer to the labor market, for not responding to signals from the environment, or other forms of separation from reality. However, is the accusers right on the side of the university?

This article tries to answer this question. However, it achieves this goal through more detailed decisions. They will concern the following questions:

1. What is the essence of entrepreneurship and innovation? What can be said about the relationship between these concepts?
2. How will these categories (innovation and entrepreneurship) become a reality in the socio-economic reality?
3. What is development and how does it relate to “innovative entrepreneurship”?
4. Why is the university involved in the development discussion?

Finding an answer to such questions allows to arrange the concepts displayed in the title of the article into a dependency chain. Its reconstruction will become a method of cognition and a way to systematize the analysis. The main aim of the article is to discover the essence of the meaning of the terms discussed here and to demonstrate their dependency. Thus, the ambition of this argument is to defend the following thesis:

“Entrepreneurship and innovation are related categories, the latter being a way of expressing the former. Together, these categories constitute the content of the attitudes and social roles through which social actors participate in development. Attitudes and roles are the subject of socialization influences, and their important link is the modern university.”

This thesis will be defended in several interrelated stages. In the first one, entrepreneurship and innovation will be defined. In the second, their mutual relationship will be demonstrated. In the third stage, the attitude and social role of the entrepreneur will be analyzed. This, in turn, will allow us to define development as a process of co-creation and participation in which participation requires appropriate competences: practical and reflective. Their identification will ultimately justify the university's involvement in the debate on the economy and will allow to demonstrate the conceptual coherence of the chain of concepts exposed in the title.

### Znaczeniowe sedno przedsiębiorczości: szlakiem najważniejszych szkół

Przedsiębiorczość jest terminem powszechnie używanym. Termin ten pojawia się zarówno w dyskusjach naukowych, jak i debatach eksperckich. Jest także przedmiotem codziennych rozmów i impulsem do wymiany poglądów na tematy gospodarcze. Pojęcie „przedsiębiorczy” stanowi nie tylko kategorię naukowej analizy. Daje się rozpoznać, jako przymiot przypisywany szczególnego rodzaju osobom, jak również rola społeczna, czy orientacja życiowa. Mówić też można o postawie przedsiębiorczej i różnych strategiach jej realizacji. Za wyjściowe w dyskusji nad przedsiębiorczością, uznać jednak trzeba kwalifikacje tegoż terminu do opisywania rzeczywistości. Jako kategoria opisowa pojęcie „przedsiębiorczość” realizować może się w dwóch podstawowych ontologiach: rzeczywistej lub ideacyjnej. W przypadku pierwszym, zbyt wiele od przedsiębiorczości wymagać nie można. Jest ona, bowiem rodzajem aktywności gospodarczej i niczym więcej. Wariant drugi, mobilizuje zaś do postawienia przed przedsiębiorczością konkretnych wymagań. Ontologia ideacyjna rozpisuje przed przedsiębiorczością warunki *sine qua non* jej istnienia. W ten też sposób pozwala zdefiniować (w znaczeniu weberowskim) typ idealny przedsiębiorczości. Staje się ona modelem, narzędziem diagnozy, służącym konfrontacji uobecniających się wzorców z wersją wzorcową.

Wersji modelowych przedsiębiorczości jest kilka. Dają się one wyprowadzić z konkretnych szkół myślenia: francuskiej, brytyjskiej, niemieckiej, austriackiej, czy wreszcie amerykańskiej (Nawojczyk 2009, s. 59-73). Richard Cantillon – przedstawiciel pierwszej z wymienionych – rezerwuje przedsiębiorczość dla aktywności gospodarczej ukierunkowanej na zysk. Dążenie do profitów staje się dla niego kwintesencją przedsiębiorczości. Osiągnięcie zysku, według Cantillona, możliwe jest jednak tylko za sprawą podejmowania się działań obarczonych pewną dozą ryzyka. Przedsiębiorcy to kupcy – przekonuje Kazimierz Doktor (2000, s. 227) – „którzy, kupowali po pewnej cenie, a sprzedawali po niepewnej.” Ryzyko ich działań łączyć może się nie tylko trudnością osiągnięcia równowagi ceny, ale również jest powiązane z nowatorstwem. Wątek innowacyjności wyeksponuje Nicolas Baudeau. Będzie on przekonywał, że sednem przedsiębiorczości jest zapał innowacyjny (Nawojczyk 2009, s. 60-61). Z kolei Brytyjczycy zaczynają wymagać od przedsiębiorcy kapitału. Szybko jednak wzmocnią zwoje wymagania względem przedsiębiorcy o racjonalność, maksymalizację profitów i zdolność poszukiwania nowych rozwiązań. Wątek wynagrodzenia głośno wybrzmiewa w diagnozach szkoły niemieckiej. Johan H. von Thünen dokonuje rozróżnienia pojęć zysku i kapitału oraz produkcji na zamówienia i produkcji na rynek (Nawojczyk 2009, s. 65). Szkoła niemiecka eksponuje jednocześnie znaczenie motywacji do podejmowania się przedsiębiorczej ini-

### The semantic core of entrepreneurship: following the trail of the most important schools

Entrepreneurship is a commonly used term. The term appears in both scientific discussions and expert debates. It is also the subject of everyday conversations and an impulse to exchange views on economic issues. The term “entrepreneurial” is not only a category of scientific analysis. It can be recognized as an attribute attributed to a specific type of person, as well as a social role or life orientation. You can also talk about an entrepreneurial attitude and various strategies for its implementation. The starting point in the discussion on entrepreneurship, however, should be considered the “qualifications” of this term to describe reality. As a descriptive category, the concept of “entrepreneurship” can be realized in two basic “ontologies”: real or ideational. In the first case, too much cannot be expected of entrepreneurship. It is a kind of economic activity and nothing more. The second option mobilizes to set specific requirements for entrepreneurship. The ideological ontology sets out *sine qua non* conditions for entrepreneurship to exist. In this way, it allows to define (in the Weberian sense) the ideal type of entrepreneurship. It becomes a model, a diagnostic tool, used to confront the emerging patterns with the model version.

There are several models of entrepreneurship. They can be derived from specific “schools of thought”: French, British, German, Austrian, and finally American (Nawojczyk 2009, pp. 59-73). Richard Cantillon – a representative of the former – reserves entrepreneurship for profit-oriented economic activity. The pursuit of profits becomes the essence of entrepreneurship for him. According to Cantillon, gaining a profit is possible only by taking actions that involve a certain dose of risk. Entrepreneurs are buyers – convinces Kazimierz Doktor (2000, p. 227) – “who bought at a certain price and sold at an uncertain price.” The risk of their actions may be associated not only with the difficulty of achieving a price equilibrium, but also with innovation. The theme of innovation will be exposed by Nicolas Baudeau. He will argue that the essence of entrepreneurship is innovative enthusiasm (Nawojczyk 2009, pp. 60-61). In turn, the British will start demanding capital from the entrepreneur. However, they will quickly strengthen the scrolls requirements towards the entrepreneur for rationality, profit maximization and the ability to search for new solutions. The topic of salary is loud in the diagnoses of the German school. Johan H. von Thünen distinguishes between the concepts of profit and capital, as well as production for orders and production for the market (Nawojczyk 2009, p. 65). At the same time, the German school emphasizes the importance of motivation to undertake entrepreneurial initiatives and begins to look for the personality types of an entrepreneur.

cjatyw i zaczyna poszukiwać typów osobowościowych przedsiębiorcy. Joseph Schumpeter (1960) – oskarżony nawet o psychologizację tematyki – po przedsiębiorcach spodziewa się zaś szczególnych talentów. Zaznacza też, że są one właściwe bardzo wąskiej, elitarniej wręcz grupie.

Według Schumpetera, tylko elitarna część ludzkości wyposażona jest w zmysł gospodarczej inicjatywy i szczególne przymioty, „wyższe od normalnych zalety umysłu i woli” (Schumpeter 1960, s.130). Przedsiębiorców cechuje nie tylko umiejętność obracania kapitałem, ale również zdolność podejmowania się ryzyka, w tym zaciągania zbawiennych dla ich pomysłów kredytów. Sednem działania przedsiębiorcy jest brak rutyny i zuchwałość, wręcz łąpczywe sięganie po nowatorstwo. Zysk, w ujęciu prezentowanym przez Schumpetera, jest dla przedsiębiorcy motywacją pośrednią. Przedsiębiorca jest, bowiem kimś więcej aniżeli depozytariuszem kapitału. Musi się mierzyć nie tylko z ryzykiem rynkowym, ale również przecierać nowe szlaki, przełamywać opór społecznego środowiska. I do tego właśnie potrzebuje szczególnych przymiotów i właściwej motywacji. W rezultacie przedsiębiorca daje się poznać jako typ nadczłowieka, jednostka dysponująca talentem „odkrywania świata”, cechująca się wolnością ducha i siłą woli (Mikosik 1993, s. 141). To postać wielowymiarowa: z jednej strony zdolna do racjonalnego obrachunku, kalkulacji zysków i korzyści, kosztów oraz strat; z drugiej – to wychodzący poza wąskie granice materializmu homo creator – marzyciel i „twórca własnych królestw”, znajdujący satysfakcję w „zwyciężaniu nie dla owoców, lecz dla samego zwyciężania” (Mikosik 1993, s. 149). Schumpeterowski przedsiębiorca w konsekwencji staje się uosobieniem bergsonowskiej wizji człowieka. Spełnia się on w „radości tworzenia”, élan vital – pędzie życia, urzeczywistniającym się w rozmaitości kreowanych form (Kołakowski 2008, s. 73).

Wyjątkowość przedsiębiorcy, zdaniem Schumpetera, polega jednak jeszcze a czymś innym. Przedsiębiorca to człowiek „duchowej wolności”. To ona „zakłada dużą nadwyżkę siły w stosunku do wymagań dnia powszedniego (Schumpeter 1960, s. 63).” Oznacza to, że „szczególne talenty” czynią zeń prędzej pozytywistę aniżeli romantyka. W tym też sensie, schumpeterowska przedsiębiorczość jest antybohatera. Jej kwintesencją jest wolność zobowiązująca do zdyscyplinowanej pracy „w biurze wśród kolumn i liczb” (Schumpeter 1995, s. 158), a nie do ucieczki w świat sentymentalnego fantazmatu. Jednocześnie u podstaw zdiagnozowanej przez Schumpetera wolności tkwi osobliwy rodzaj wartościowania: przekonanie, że oparta na innowacyjności przedsiębiorczość jest rodzajem misji i powołania. Z tym ostatnim ustaleniem polemizuje też Werner Sombart – kolejny niemieckojęzyczny badacz. Zgadza się on z Schumpeterem, co do światopoglądowych stymulatorów przedsiębiorczości, ale jednocześnie odziera przedsiębiorcę z przymiotów

Joseph Schumpeter (1960) – even accused of psychologizing the subject – expects particular talents from entrepreneurs. He also points out that they are characteristic of a very narrow, even elite group.

According to Schumpeter, only the elite part of mankind is endowed with a sense of economic initiative and special qualities, “higher than normal qualities of mind and will” (Schumpeter 1960, p. 130). Entrepreneurs are characterized not only by the ability to turn capital, but also the ability to take risks, including taking out loans that are beneficial for their ideas. The essence of the entrepreneur’s actions is the lack of routine and the bold, even greedy reaching for innovation. Profit, as presented by Schumpeter, is an indirect motivation for an entrepreneur. The entrepreneur is more than a depository of capital. It has to face not only market risk, but also pave new paths, overcome the resistance of the social environment. And for this he needs special qualities and the right motivation. As a result, the entrepreneur appears to be a type of superman, an individual with the talent of “discovering the world”, characterized by freedom of spirit and willpower (Mikosik 1993, p. 141). It is a multidimensional figure: on the one hand, capable of rational inventory, calculation of profits and benefits, costs and losses; on the other – he is a homo creator who goes beyond the narrow limits of materialism - a dreamer and “creator of his own kingdoms”, who finds satisfaction in “winning not for the sake of fruit, but for the sake of winning” (Mikosik 1993, p. 149). The Schumpeterian entrepreneur consequently becomes the epitome of Bergson’s vision of man. It is fulfilled in the “joy of creation”, élan vital – the rush of life, realized in a variety of created forms (Kołakowski 2008, p. 73).

The uniqueness of an entrepreneur, according to Schumpeter, lies in something else. An entrepreneur is a man of “spiritual freedom.” It is she who “assumes a large excess of strength in relation to the demands of everyday life (Schumpeter 1960, p. 63).” This means that “special talents” make him a “positivist” rather than a “romantic”. In this sense, Schumpeterian entrepreneurship is anti-heroic. Its quintessence is the freedom obliging to disciplined work “in the office among columns and numbers” (Schumpeter 1995, p. 158), and not to escape into the world of sentimental phantasm. At the same time, the basis of the freedom diagnosed by Schumpeter is a peculiar kind of evaluation: the belief that entrepreneurship based on innovation is a kind of mission and vocation. Werner Sombart – another German-speaking researcher also argues with the latter finding. He agrees with Schumpeter on ideological stimulants of entrepreneurship, but at the same time robs the entrepreneur of the artist’s qualities. It requires consistency, boldness, perseverance and courage from him. He sees him as a traveling salesman of innovations rather than their creator (Sombart 2016, p. 836). At the

artysty. Wymaga od niego konsekwencji, śmiałości, wytrwałości i odwagi. Widzi go raczej w roli komiwożazera innowacji, aniżeli ich kreatora (Sombart 2016, s. 836). Jednocześnie analizy Wernera Sombarta eksponują wątek aksjologicznego uwarunkowania gospodarczej inicjatywy (Sombart 2010). Odnajdujemy w nich analizy wyznaniowych i narodowościowych stymulatorów przedsiębiorczości.

Sombart przekonuje, że motorem aktywności gospodarczej jest „kapitalistyczny duch”, właściwy poszczególnym nacjom, czy wyznaniom (Sombart 2004, 2010). „Przedsiębiorca – zauważy Sombart (2010, s. 159) – to człowiek, który ma pewne zadanie do wypełnienia”. Dlatego też zysk, choć niezmiernie ważny, staje się dlań wartością środkiem, a nie wartością celem. W rezultacie, przedsiębiorczość jest interpretowana przez Sombarta w kategoriach „stanu duszy”, jako wytwór kulturowych oddziaływań grupy etnicznej, wyznaniowej, czy narodowej (Zdun 2016, s.79). Ustalając to Sombart identyfikuje dwa laboratoria przedsiębiorczości. Są nim środowiska żydowskie (Sombart 2010) i amerykańskie (2004).

Podobnej argumentacji używa Max Weber, chociaż daje się poznać jako polemiczny dyskutant Sombarta. Rezerwuje on, bowiem przedsiębiorczość dla zwolenników Kalwina i Lutra. Najistotniejsze jednak wydaje się osadzenie przez Webera przedsiębiorczości w kulturowych współzrządnym protestantyzmu. Zdaniem Webera (1994) inicjatywa gospodarcza jest efektem socjalizacji w kulturze protestanckiej, w której do bogacenia mobilizuje idea predestynacji – przekonanie, że z efektów własnej pracy można odczytać zapisane człowiekowi przeznaczenie potępienia lub zbawienia. W rzeczywistości, przedsiębiorczości – jak przekonuje David Landes (2005) – sprzyjają pochodne nauk Kalwina i Lutra, a nie one same. Do stymulatorów przedsiębiorczości zalicza on indywidualizm i osobistą odpowiedzialność za działania i czyny.

Na tory pragmatyzmu pojęcie przedsiębiorczości sprowadzają z powrotem amerykańanie. Peter Ducker (1992:30) stwierdza nawet, że szkoła amerykańska zbanalizowała przedsiębiorcę i samą przedsiębiorczość. Za oceanem, zaczyna ona bowiem oznaczać po prostu prowadzenie jakiegokolwiek biznesu. Czołowi badacze, do których zaliczyć trzeba: Francis Waker, Fredericka Hawleya, Johna Beata Clarka i Franka Knighta podejmują kolejno kwestie: kwalifikacji przedsiębiorcy, jego znaczenia w gospodarce rynkowej, czy też umiejętnego podejmowania decyzji w biznesie (Nawojczyk 2009, s.71-73). Za szczególnie istotny uznać trzeba wątek ryzyka i niepewności, eksponowany w pracach Franka Knighta. W wydanej w 1923 roku książce, badacz ten, trafnie charakteryzuje środowisko, w którym działa przedsiębiorca. Zdaniem Knighta występuje w nim ryzyko lub niepewność, przy czym drugie z wymienionych zjawisk nie podlega jakiegokolwiek asekuracji, przez co jest niemierzalne (Knight 1921, s.168).

same time, Werner Sombart's analyzes highlight the topic of the axiological conditioning of the economic initiative (Sombart 2010). We find in them analyzes of religious and national stimulators of entrepreneurship.

Sombart argues that the engine of economic activity is the “capitalist spirit”, specific to individual nations or religions (Sombart 2004, 2010). “An entrepreneur,” Sombart (2010, p. 159) observes, “is a man with a task to fulfill. “Therefore, profit, although extremely important, becomes a value for him, a means, and not a value, an end. As a result, entrepreneurship is interpreted by Sombart in terms of the “state of the soul”, as a product of cultural influences of an ethnic, religious or national group (Zdun 2016, p. 79) In establishing this, Sombart identifies two entrepreneurship laboratories: Jewish (Sombart 2010) and American (2004).

Max Weber uses a similar argument, although he can be known as a polemical debater of Sombart. For he reserves entrepreneurship for the followers of Calvin and Luther. The most important, however, seems to be that Weber embeds entrepreneurship in the cultural coordinates of Protestantism. According to Weber (1994), economic initiative is the result of socialization in Protestant culture, in which the idea of predestination mobilizes to get rich – the conviction that the effects of one's own work can be used to read the destiny of condemnation or salvation written to a man. In fact, entrepreneurship – as argued by David Landes (2005) – is fostered by derivatives of Calvin and Luther, and not themselves. Among the stimulators of entrepreneurship, he includes individualism and personal responsibility for actions and deeds.

The Americans bring the concept of entrepreneurship back to the tracks of pragmatism. Peter Ducker (1992: 30) even states that the American school has trivialized the entrepreneur and entrepreneurship itself. Overseas, it begins to mean simply running any kind of business. Leading researchers, including: Francis Waker, Frederick Hawley, John Beats Clark and Frank Knight, take up the following issues: the qualifications of the entrepreneur, his importance in the market economy, or skillful decision making in business (Nawojczyk 2009, pp. 71-73). The theme of risk and uncertainty, exhibited in the works of Frank Knight, should be considered particularly important. In a book published in 1923, this researcher accurately describes the environment in which the entrepreneur operates. According to Knight, there is a risk or uncertainty in it, the latter of which is not subject to any safeguard, which makes it immeasurable (Knight 1921, p. 168).

## Postawy i role jako formy urzeczywistnienia przedsiębiorczości świecie społeczno-gospodarczym

Przedsiębiorczość urzeczywistnia się w postaci konkretny postaw i ról. Przez to też staje się przedmiotem internalizacji w drodze procesu socjalizującego. Rola społeczna – jak zauważa George Mead (1976) – jest strategią interakcyjną, czy też: zestawem zadań do „odegrania przed innym”. Kategorię tę można ująć jeszcze w inny sposób – wkomponowując w system społeczny, którego sercem jest ład. W takim też kontekście rolę społeczną definiuje Talcott Parsons (1969). Według tego badacza, rola społeczna wpasowuje jednostkę w strukturę systemu społecznego. Jest ona zestawem zadań do wykonania, dzięki którym, całość społeczna funkcjonuje sprawnie. Rola pozwala jednostce realizować cele wyznaczone przez system społeczny, a jednocześnie wyznacza jej w systemie miejsce (Parsons 1971, s. 306). Poprzez rolę, jednostka uczestniczy w społeczeństwie i jego rozwoju. Dzięki niej wchodzi też w relacje z innymi aktorami społecznymi i jest dla nich czytelna. W rezultacie, rola daje się poznać jako rodzaj schematu, którego jednostka musi się nauczyć. Dlatego też staje się przedmiotem socjalizacji. Jej wykonanie zależy od osobistych „trosk” jednostki (Archer 2013). Oznacza to, że może być odegrana w sposób zindywidualizowany, mimo, że z natury rzeczy stanowi pewien schemat. Podobnie ma się sprawa z konkretnym rodzajem roli społecznej – rolą przedsiębiorcy. Z jednej strony, jest ona zestawem zadań przypisanym do konkretnych elementów w strukturze gospodarczej systemu; z drugiej – sama jest strukturą, która może być swobodnie modelowana. Oznacza to, że rola przedsiębiorcy kształtowana jest podwójnie: przez system, który ją dookreśla i jej wykonawcę, który ją indywidualizuje. Wykonawca wnosi do roli to, co jest jemu tylko właściwe (cechy, predyspozycje), jak również nabyte w drodze socjalizacji kompetencje, normy, zasady, systemy wartości.

Rola przedsiębiorcy kształtowana jest przez system na dwa sposoby: bezpośredni i pośredni. Na rolę przedsiębiorcy bezpośrednio wpływa struktura systemu, jego ustrój gospodarczy i kształt polityczny. System definiuje przedsiębiorcę, wymagając od niego tego, co w danym momencie istotne: kapitału, kompetencji, innowacyjności, czy też ważnych umiejętności i zasobów. Oczekiwania te zmieniają się z biegiem czasu. Z każdym kolejnym etapem rozwoju przed przedsiębiorczością stawiane są inne wyzwania, np. przejście od industrializmu do społeczeństwa wiedzy wymusiło rezygnację kapitału na rzecz kompetencji.

Z kolei w przypadku formacji pośredniej mamy do czynienia z oddziaływaniem kulturowym. Przedsiębiorca nabywa wówczas od systemu społecznego zasad, norm i wartości, socjalizując się w jego ładzie aksjono-normatywnym. Transfer kulturowy formuje habitus przedsiębiorcy. „Porządek społecz-

## Attitudes and roles as forms of realization of entrepreneurship in the socio-economic world

Entrepreneurship becomes real in the form of concrete attitudes and roles. As a result, it becomes the subject of internalization through the socialization process. A social role – as noted by George Mead (1976) – is an interactive strategy, or: a set of tasks to be ‘played in front of others’. This category can be formulated in other ways – by integrating it into the social system, the heart of which is order. In this context, the social role is defined by Talcott Parsons (1969). According to this researcher, the social role fits the individual into the structure of the social system. It is a set of tasks to be performed thanks to which the social whole functions efficiently. The role allows the individual to achieve goals set by the social system, and at the same time determines his place in the system (Parsons 1971, p. 306). Through his role, the individual participates in society and its development. Thanks to it, it also enters into relations with other social actors and is readable to them. As a result, the role becomes known as the kind of schema that the individual has to learn. Therefore, it becomes an object of socialization. Its performance depends on the individual’s personal ‘concerns’ (Archer 2013). This means that it can be played in an individualized way, even though it is a pattern by nature. The same applies to a specific type of social role – the role of the entrepreneur. On the one hand, it is a set of tasks assigned to specific elements in the economic structure of the system; on the other hand, it is itself a structure that can be freely modeled. This means that the role of the entrepreneur is shaped in two ways: by the system that specifies it and its performer, who individualizes it. The performer brings to the role what is only appropriate to him (features, predispositions), as well as competences, norms, principles and value systems acquired through socialization.

The role of the entrepreneur is shaped by the system in two ways: direct and indirect. The role of the entrepreneur is directly influenced by the structure of the system, its economic system and political shape. The system defines the entrepreneur, requiring from him what is important at a given moment: capital, competences, innovation, or important skills and resources. These expectations change over time. With each successive stage of development, entrepreneurship is faced with different challenges, for example, the transition from industrialism to the knowledge society has forced the abandonment of capital in favor of competences.

In the case of indirect formation, on the other hand, we are dealing with a cultural influence. The entrepreneur then acquires principles, norms and values from the social system, socializing in its axi-normative order. Cultural transfer forms the habitus of the entrepreneur. “The social order

ny – jak przekonuje Pierre Bourdieu (2006, s. 638) – stopniowo wpisuje się w umysły za pośrednictwem odróżnionych i odróżniających uwarunkowań związanych z różnymi warunkami egzystencji [...]”. Habitus – ten nieuświadomiony, przyswojony w drodze sformalizowanego procesu socjalizacyjnego schemat, czyni z przedsiębiorcy spadkobiercą dziedzictwa historycznego oraz uwarunkowań kulturowych. Jednostka – zauważa Norbert Elias (2006, s. 168) „przychodzi, [bowiem] na świat, zastając określony porządek oraz określone instytucje”. W pewnym sensie staje się ich niewolnikiem.

Nie oznacza to jednak, że rola społeczna jest całkowitym i wyłącznym produktem systemu. Habitus to, bowiem kategoria dwuwymiarowa; z jednej strony podlega „strukturacji”, z drugiej – wykazuje zdolność do „strukturyzowania” (Szacki 2012, s. 894). Oznacza to, że przedsiębiorca wchodząc w zastane schematy, poprzez refleksyjne w nich uczestnictwo może dokonywać zmian. Norbert Elias wyjaśnia to zjawisko za pomocą metafory tańca: określone układy i połączenia łączą jednostkę ze systemem społecznym. Te układy to figuracje – rodzaj tańca zbiorowego, wiążącego w sobie swobodę ekspresji z obowiązującą zasadą ruchu. W myśl tych założeń, przedsiębiorczość staje się wypracowanym przez system społecznym szablonem, który jednak podlega indywidualnemu opracowaniu. Jednocześnie przedsiębiorczość zaczyna nieco odrywać się od jednostki i realizuje się w konkretnych układach powiązań i instytucjach społecznych. W tym też kontekście Daron Acemoglu, Simon Johnson i James Robinson (2005) piszą o dobrych i złych instytucjach. Pierwsze z wymienionych są typowe dla społeczeństw oligarchicznych, a drugie dla inkubujących; pierwsze hamują wzrost gospodarczy, a drugie go stymulują. Przedsiębiorczość, według Amocoglu, wymaga, bowiem sprzyjającego jej środowiska normatywnego, jasnych i przejrzystych reguł gry. One właśnie są typowe dla „dobrych”, sprzyjających innowacyjności instytucji. W takich też urzeczywistnia się przedsiębiorczość, która nie jest już tylko indywidualną dyspozycją, ale również – jak nie przede wszystkim – kategorią o charakterze sieciowym, realizująca się w układzie międzyludzkich odniesień (Granovetter 1973).

Przy tym wszystkim pozostaje jednak nadal rolą, która do odegrania, potrzebuje sobie właściwych pobudek. Piotr Sztompka poszukuje ich w postawie. Dla badacza tego przedsiębiorczość „to postawa innowacyjna wyrażająca się w skłonności do podejmowania inicjujących i organizujących nowe przedsięwzięcia gospodarcze, zakładania firm, inwestowania, tworzenia miejsc pracy i podejmowania ról menadżerskich. Wiąże się z takimi cechami psychologicznymi jak: akceptacja ryzyka, motywacja sukcesu, zdolność do długofalowego planowania i konsekwentnego realizowania planów, łatwość wchodzenia w nowe relacje społeczne, asertywność (Sztompka 2020, s. 240)”. Sama postawa to z kolei „predyspozycja do określonego działania, opar-

– as argued by Pierre Bourdieu (2006, p. 638) – gradually becomes inscribed in minds through the different and distinctive conditions associated with various conditions of existence [...]”. Habitus – this unconscious pattern, assimilated through the formal process of socialization, makes the entrepreneur the heir of historical heritage and cultural conditions. An individual – noted Norbert Elias (2006, p. 168) “comes [because] into the world, finding a certain order and specific institutions”. In a way, it becomes their slave.

This does not mean, however, that the social role is a complete and exclusive product of the system. Habitus is a two-dimensional category; on the one hand, it is subject to “structuring”, and on the other hand, it has the ability to “structure” (Szacki 2012, p. 894). This means that the entrepreneur entering the existing patterns, through reflective participation in them, can make changes. Norbert Elias explains this phenomenon in terms of the dance metaphor: specific systems and connections link the individual to the social system. These arrangements are figurations – a kind of collective dance that combines freedom of expression with the applicable principle of movement. In line with these assumptions, entrepreneurship becomes a template developed by the social system, which, however, is subject to individual processing. At the same time, entrepreneurship begins to detach a bit from the individual and is realized in specific systems of connections and social institutions. Against this background, Daron Acemoglu, Simon Johnson and James Robinson (2005) write about good and bad institutions. The former are typical of oligarchic societies and the latter of inclusiveness; the former inhibit economic growth, while the latter stimulate it. Entrepreneurship, according to Amocoglu, requires a favorable normative environment, clear and transparent rules of the game. They are just typical of “good” institutions that foster innovation. In such also entrepreneurship is realized, which is not only an individual disposition, but also - and not primarily – a category of a network nature, realized in the system of interpersonal references (Granovetter 1973).

With all this, however, it still remains a role that needs the right motives to play. Piotr Sztompka looks for them in their attitude. For this researcher, entrepreneurship “is an innovative attitude expressed in the tendency to undertake initiating and organizing new economic ventures, establish companies, invest, create jobs and take managerial roles. It is associated with such psychological features as: risk acceptance, motivation for success, the ability to long-term planning and consistent implementation of plans, ease of entering into new social relationships, assertiveness (Sztompka 2020, p. 240)”. The attitude itself is “a predisposition to a specific action, based on beliefs [...] and recognized rules (Sztompka 2020, p. 228)”. This category can also be described as a permanent attitude based on

ta na przekonaniach [...] oraz uznanych regułach (Sztompka 2020, s. 228)". Kategoria ta, daje się również opisać jako trwałe ustosunkowanie, u podstaw, których leżą określone wartości (Wojciszke 2004, s. 178). Postawa podlega społecznemu modelowaniu i jest efektem socjalizacji. Jej struktura z przeważnie przedstawiana jest jako trójskładnikowa (Mądrzycki 1977, Nowak 1973). Ma on wymiar emocjonalny, poznawczy i behawioralny, przez co przejawia się kolejno: w afektywnym ustosunkowaniu wobec kogoś lub czegoś, przekonaniach oraz podejmowanych aktywnościach. Przedsiębiorczość, jak przekonuje Sztompka, to szczególny typ postawy, a jej sednem jest innowacyjne nastawienie.

### **Innowacyjność jako kategoria osadzona w przedsiębiorczości**

Związek przedsiębiorczości z innowacyjnością najmocniej eksponuje Joseph Schumpeter (1960). Innowacyjność, to zdaniem tego badacza, podstawowa predyspozycja i sposób działania przedsiębiorcy. Schumpeter, w przeciwieństwie do Wernera Sombarta, nie zobowiązuje jednak przedsiębiorcy do rozpowszechniania innowacji na rynku. Wymaga za to od niego umiejętności wprowadzania novum do gospodarki. W ten też sposób, innowacyjność staje się sposobem na uczestnictwo w świecie pieniądza i formą realizacji roli społecznej przedsiębiorcy (Zdun 2016, s. 53). Nowatorstwo, według Schumpetera, realizować może się na wiele sposobów, m.in. poprzez:

- Wprowadzanie nowatorskich produktów na rynek,
- Implementowanie nowej metody produkcji,
- Stwarzanie nowych rynków,
- Znalezienie nowych źródeł surowca,
- Wprowadzenie nowych zasad organizacji pracy i produkcji.

Podjęcie się innowacyjności wymaga szczególnych talentów i predyspozycji. Stąd też Schumpeter opisuje przedsiębiorcę w jako nadczłowieka. W wydanym w 1912 roku dziele „Teoria rozwoju gospodarczego”, cytowany tu austriacki socjo-ekonomista, postawę przedsiębiorcy (Unternehmer), przeciwstawia życiowej orientacji gospodarza (Wirt). Jednocześnie, te dwa sposoby uczestnictwa w gospodarce przypisuje do zupełnie odmiennych światów: tradycji i kapitalizmu. Gospodarz (Wirt) jest wytworem społeczeństwa tradycyjnego, w którym gospodarka działa w obiegu zamkniętym, popyt równoważy się podażą, a najlepiej sprawdzającą się strategią jest rutyna – podążanie już raz sprawdzonymi szlakami (Schumpeter 1960, s.136). Z kolei przedsiębiorca dochodzi do głosu w stadium dynamicznym gospodarki, epoce kapitalizmu, którą, Werner Sombart, będzie definiował w kategoriach wytworu ludzkiego ducha (Sombart 1916, s. 836). Formujący się na zgliszczach feudalizmu kapitalizm uruchamia zupełnie nowe strategie działania. Rozluźniona i uelastyczniona struktura

certain values (Wojciszke 2004, p. 178). Attitude is subject to social modeling and is an effect of socialization. Its structure is usually presented as ternary (Mądrzycki 1977, Nowak 1973). It has an emotional, cognitive and behavioral dimension, which manifests itself successively: in an affective attitude towards someone or something, beliefs and undertaken activities. Entrepreneurship, as Sztompka argues, is a special type of attitude, and its core is an innovative attitude.

### **Innovation as a category embedded in entrepreneurship**

The relationship between entrepreneurship and innovation is most strongly emphasized by Joseph Schumpeter (1960). According to this researcher, innovation is the basic predisposition and method of operation of an entrepreneur. Schumpeter, unlike Werner Sombart, does not, however, oblige the entrepreneur to disseminate innovation in the market. Instead, it requires him to be able to introduce a novelty to the economy. In this way, innovation becomes a way to participate in the world of money and a form of fulfilling the social role of the entrepreneur (Zdun 2016, p. 53). According to Schumpeter, innovation can be realized in many ways, including through:

- Introducing innovative products to the market,
- Implementing a new production method,
- Creating new markets,
- Finding new sources of raw material,
- Introducing new rules for the organization of work and production.

Undertaking innovation requires special talents and predispositions. Hence, Schumpeter describes the entrepreneur as a superman. In the work “Theory of economic development” published in 1912, the Austrian socio-economist quoted here contrasts the attitude of the entrepreneur (Unternehmer) with the life orientation of the host (Wirt). At the same time, he attributes these two ways of participating in the economy to completely different worlds: tradition and capitalism. The host (Wirt) is a product of a traditional society in which the economy operates in a closed circuit, demand is balanced with supply, and the best strategy is routine – following proven routes (Schumpeter 1960, p. 136). In turn, the entrepreneur comes to the fore in the dynamic stage of the economy, the era of capitalism, which Werner Sombart will define in terms of a product of the human spirit (Sombart 1916, p. 836). Forming on the ashes of feudalism, capitalism launches completely new strategies of action. A relaxed and flexible social structure creates an incentive to go up (Schumpeter 1995: 158). The entrepreneur’s actions are additionally legitimized by the profit



społeczna stwarza motywację do pięcia się w górę (Schumpeter 1995: 158). Działania przedsiębiorcy dodatkowo uprawomocnia obietnica zysku, do której potrzebny jest kredyt. Ten zaś wymaga dwóch rzeczy: skrupulatnego obrachunku i odwagi myślenia w długich horyzontach czasowych. Mając to na uwadze, Lewis Mumford (2012, s. 401) przekonuje, że za datę przełomową dla przedsiębiorczości, uznać trzeba rok 1212. Wtedy też wydany zostaje *Liber acacci* – pierwszy traktat o arytmetyce, autorstwa Leonarda z Pizy.

Zdaniem Schumpetera obrachunkowość nie jest jednak warunkiem wystracającym dla uformowania roli przedsiębiorcy. Podstawowe zadanie, czy inaczej „misja” przedsiębiorcy wymaga umiejętności operowania pieniędzmi „przyszłości; pieniędzmi, których de facto się nie ma. Odwaga zaciągania kredytu i umiejętność nim operowania czyni z przedsiębiorcy społecznego bohatera. Ten rodzaj długu zamienia przedsiębiorcę w „rumaka galopującego po sukces” (Mikosik 1999, s. 82).

Zdolność do wprowadzania i tworzenia innowacji czyni z przedsiębiorcy wyjątkowego człowieka. Innowacje, bowiem odpowiadają za cywilizacyjny awans systemu. To za ich sprawą dochodzi do przejścia od równowagi do stadium dynamicznego gospodarki. Pojawienie się *novum* – tłumaczy Schumpeter – wprowadza system gospodarczy w turbulencję, wstrząs, który powoduje przesunięcie się wzwyż. I tak okazuje się, że innowacyjność jest rodzajem posłannictwa, które przedsiębiorca, jako aktor procesu rozwojowego zobowiązany jest wypełnić. To rodzaj heroizmu i misji, do wykonania której trzeba specjalnych predyspozycji i przymiotów. Ich posiadacze to ludzie, zsocjalizowani w określonej kulturze. Sombart i Schumpeter określają ją mianem kapitalizmu. Inni badacze zaangażują do wyjaśnienia zjawiska kultury przedsiębiorczości takie kategorie jak duch epoki, charakter, czy osobowość społeczna.

Za znaczeniem imponderabiliów kulturowych opowiada się Max Weber i Werner Sombart. To „duch kapitalizmu” – napisze Dorota Lachowska (2002, s. XXXIII) w Wstępie do wydania polskiego *Gospodarki i Społeczeństwa Webera* – wprowadza w miejsce „idei utrzymania” „ideę bogacenia” (Lachowska 2002, s. XXXIII). Z kolei amerykański badacz David McClelland zaczyna opisywać *entrepreneurial spirit* w kontekście typów motywacji, które formowane są w drodze procesu socjalizacyjnego. Wskazuje on na istnienie trzech rodzajów umotywowania: przynależności, władzy i osiągnięć. Innowacyjność typowa jest dla ostatniego z wymienionych. Zdaniem McClellanda w społeczeństwach, w których przekaz socjalizacyjny koncertuje się na idei osiągnięć, daje się zaobserwować dynamiczny wzrost gospodarczy (McClelland 1973, s. 162). Inni badacze wskazują zaś na typowe dla innowacyjności wzorce osobowościowe. Robert Brockhaus i Pamel Horwitz (1986) przekonują, że innowacyjna przedsiębiorczość potrzebuje trzech cech: moty-

promise, for which a loan is needed. This, in turn, requires two things: scrupulous inventory and the courage to think in long time horizons. With this in mind, Lewis Mumford (2012, p. 401) argues that the turning point for entrepreneurship should be considered the year 1212. It is then that *Liber acacci* is published – the first treatise on arithmetic by Leonard of Pisa.

In Schumpeter’s opinion, however, accounting is not a sufficient condition to form the role of an entrepreneur. The basic task or “mission” of an entrepreneur requires the ability to handle the money of the “future”; money that you de facto do not have. The courage to take out a loan and the ability to use it make him a social hero. This type of debt turns an entrepreneur into a “horse galloping to success” (Mikosik 1999, p. 82).

The ability to introduce and create innovations makes an entrepreneur an exceptional person. Innovations, because they are responsible for the civilization advancement of the system. It is thanks to them that the transition from equilibrium to the stage of a dynamic economy takes place. The appearance of a novelty – explains Schumpeter – brings the economic system into turbulence, a shock that causes it to shift upwards. And so it turns out that innovation is a kind of mission that an entrepreneur, as an actor in the development process, is obliged to fulfill. It is a kind of heroism and mission that requires special predispositions and qualities to accomplish. Their owners are people socialized in a specific culture. Sombart and Schumpeter will call it capitalism. Other researchers will use categories such as the spirit of the era, character, and social personality to explain the phenomenon of entrepreneurial culture.

Max Weber and Werner Sombart advocate the importance of cultural imponderables. This “spirit of capitalism” – writes Dorota Lachowska (2002, p. XXXIII) in the Introduction to the edition of the *Polish Weber Economy and Society* – introduces the “idea of enrichment” (Lachowska 2002, p. XXXIII) instead of the “idea of living” (Lachowska 2002, p. XXXIII). In turn the American researcher David McClelland begins to describe the *entrepreneurial spirit* in the context of types of motivations that are formed through the socialization process. He points to the existence of three types of motivation: belonging, power and achievement. Innovation is typical of the latter. According to McClelland, in societies where the socialization message focuses on the idea of achievements, dynamic economic growth can be observed (McClelland 1973, p. 162). Other researchers point to personality patterns typical of innovation. Robert Brockhaus and Pamel Horwitz (1986) argue that innovative entrepreneurship needs three characteristics: achievement motivation, internal control compulsion and a propensity to take risks. Meanwhile, Sexton and Bowman (1985) argue for the importance of such features: independence and the will to dominate,

wacji osiągnięć, wewnętrznego przymusu kontroli oraz skłonność do podejmowania ryzyka. Sexton i Bowman (1985) argumentują tymczasem za znaczeniem takich cech: niezależność i chęć dominacji, a Evett Hagen zauważa związek pomiędzy typem osobowości a lokalną kulturą. Dokonuje też on różnienia na osobowość autorytarną oraz innowacyjną, zauważając są one efektem wychowania w przeciwstawnych aksjologicznie środowiskach (Hagen 1962, s. 88). Do podobnych ustaleń dochodzi para badaczy, analizujących gospodarcze orientacje Indian – Erich From i Malcolm Maccoby. Zważają oni, że lokalna kultura, w tym dziedzictwo przeszłości, formuje charakter społeczny. Może on być określony jako produktywny nieproduktywny lub eksploratorski. Jednak tylko ostatni z wymienionych sprzyja innowacyjności. Jest efektem wychowania w świecie otwartym, zdemokratyzowanym, różnorodnym (Fromm, Maccoby 1976, s. 69-121).

Z wszystkich tych badań wypływa wspólny wniosek: kluczowa dla przedsiębiorczości innowacyjność wspiera się nie tylko na indywidualnych predyspozycjach, ale podlega „wycuczeniu”. W ślad za Everettem Rogersem zdefiniować ją można jako gotowość do wprowadzania, czy adoptowania nowatorskich rozwiązań (Rogers 1983, s. 242), która modeluje się w sposób kulturowy. To predyspozycja właściwa zarówno poszczególnym jednostkom, jak i całociom społecznym, w których aktorzy społeczni funkcjonują. To również kategoria wielowymiarowa z innej przyczyny: funkcjonuje ona na granicy świata gospodarki i kultury, techniki i społeczeństwa. Z jednej strony innowacyjność wymaga określonych kompetencji technicznych; z drugiej – potrzebuje właściwego klimatu kulturowego. Nowatorstwo z natury rzeczy łączy się, bowiem ryzykiem i powoduje rozwój systemu poprzez jego zaburzenie. Antropolog Ralph Linton (1936, s. 337) przekonuje, że innowacja szybko staje się dla systemu społecznego kłopotem. Wymusza na nim przebudowę i zmianę sposobu funkcjonowania. Klasyk tematyki – Everett Rogers – będzie zaś przekonywał, że akceptacja nowatorskich rozwiązań opiera się na trzech typach zgodności. Jest to zgodność: z poprzednim, znanym już rozwiązaniem, potrzebami użytkownika oraz kulturowymi wymogami systemu społecznego, do którego trafia. Zasada systemu społecznego tj. jego wewnętrzny ład może innowacyjność sprzyjać lub też ją hamować. System w rezultacie wychowuje, stwarza jednostki entuzjastycznie lub sceptycznie wobec nowatorstwa.

Wiesław Gumuła (2008, s. 57-59), który zapisze innowacyjność pod hasłem osobliwości społecznej, będzie przekonywał, że innowacyjności służą systemy o wysokiej tolerancji. Z reguły cechują się one dużym stopniem uelastycznienia struktury społecznej i otwartością na obcy wzorzec. Systemy o wysokiej tolerancji kształtują się w określonych uwarunkowaniach historycznych, politycznych, gospodarczych. Ronald Inglehart wcześniej już zauważy, że rozbudzeniu innowacyjności sprzyjają

and Evett Hagen notices the relationship between the personality type and the local culture. He also makes a distinction between authoritarian and innovative personality, noting they are the result of upbringing in axiologically opposing environments (Hagen 1962, p. 88). Similar findings are made by a pair of researchers analyzing the economic orientations of the Indians – Erich Fromm and Malcolm Maccoby. They consider that local culture, including the heritage of the past, forms the social character. It can be defined as productive, unproductive or exploratory. However, only the last of the listed ones promotes innovation. It is the result of being brought up in an open, democratized and diverse world (Fromm, Maccoby 1976, pp. 69-121).

A common conclusion can be drawn from all these studies: innovation, which is crucial for entrepreneurship, is not only based on individual predispositions, but is also “learned”. Following Everett Rogers, it can be defined as a readiness to introduce or adopt innovative solutions (Rogers 1983, p. 242), which is modeled in a cultural way. It is a predisposition inherent in both individual individuals and social entities in which social actors function. It is also a multi-dimensional category for another reason: it functions on the border of the world of economy and culture, technology and society. On the one hand, innovation requires specific technical competences; on the other hand, it needs a proper cultural climate. By the very nature of things, innovation is connected with a risk and causes the development of the system by disrupting it. The anthropologist Ralph Linton (1936, p. 337) argues that innovation quickly becomes a problem for the social system. It forces it to rebuild and change the way it functions. The classic of the subject – Everett Rogers – will argue that the acceptance of innovative solutions is based on three types of compliance. It is a compliance: with the previous, already known solution, user needs and cultural requirements of the social system to which it ends up. The principle of the social system, i.e. its internal order, may favor or inhibit innovation. As a result, the system educates, creates individuals enthusiastic or skeptical of innovation.

Wiesław Gumuła (2008, pp. 57-59), who will write innovation under the banner of social peculiarity, will argue that innovation is served by systems with high tolerance. As a rule, they are characterized by a high degree of flexibility in the social structure and openness to a foreign pattern. High tolerance systems are shaped in specific historical, political and economic conditions. Ronald Inglehart has already noticed that the so-called cultures of expression that are the exact opposite of withdrawal cultures. Cultures of expression are based on democracy, trust, freedom and independence (Inglehart 2003, p. 146). It is a catalog of post-materialistic values.

Thus, it turns out that innovation is a special kind of competence. It is acquired largely through

tw. kultury ekspresji, stanowiące dokładne przeciwieństwo kultur wycofania. Kultury ekspresji bazują na demokracji, zaufaniu, wolności i niezależności (Inglehart 2003, s. 146). To katalog wartości posmaterialistycznych.

Tym samym okazuje się, że nowatorstwo jest szczególnego rodzaju kompetencją. Zostaje ona nabyta w dużej mierze w drodze socjalizacji i cechuje się aksjologicznym uwarunkowaniem. Do innowacyjność przysposabiało człowieka m.in. Aleksandryjskie Muzeum – wielkie przedsięwzięcie Straton, starożytne centrum nowatorstwa, w którym doszło do połączenia logiki liczb, alfabetycznego myślenia, zasady racjonalności z kalokagathią (ideą harmonizowania możliwości ciała i ducha) (Burke, Orstein, 1999, s.83). Nieco później innowacyjność znalazła wsparcie w zasadach klasztornych, stworzonych na bazie augustiańskich założeń przez Św. Benedykta z Nursji i Św. Bernarda z Clairvoux (Mumford 1966, s. 5). Następnie, nowatorstwu służył kartezjański sceptycyzm i utopijna wizja Nowej Atlantydy, w której Franciszek Bacon „jako pierwszy wyobraził sobie organizację, która mogłaby zmienić [...] sny w rzeczywistość [...]” (Mumford 2012, s.182).

Współcześnie nowatorstwo jest wspierane ideą rozwoju zrównoważonego i inteligentnego, które wprowadzająca człowieczeństwo w epokę czwartej rewolucji przemysłowej. Etap ten wymaga inwestowania w wiedzę i nowe technologie, ale z zachowaniem zasady poszanowania interesu przyszłych pokoleń, w tym jego środowiska naturalnego. Na innowacyjność nałożone zostają, zatem obostrzenia wynikające ze społecznej odpowiedzialności. Z jednej strony, nowatorstwo sprostać musi wymaganiom automatyzacji i cyfryzacji przemysłu; z drugiej – nie może przybierać formy ekspansywnej. Oznacza to, że podporządkować musi się regule samoograniczenia. Ta zaś jest sednem aksjologii nowatorstwa.

### Struktura współczesnej postawy przedsiębiorczej

Innowacyjność jest rodzajem współczesnej przedsiębiorczości. Dlatego też znajduje przełożenie na wszystkie komponenty postawy przedsiębiorczej. Opisać można je w następujący sposób.

**Komponent poznawczy** – to kompetencje techniczne, ekonomiczne, etyczne nabyte w drodze edukacji formalnej, nieformalnej i szeroko rozumianego procesu socjalizacyjnego. Na komponent ten składają się zarówno wiedza na temat sposobów uczestnictwa w gospodarce, instrumentów finansowych niezbędnych do realizacji poszczególnych przedsięwzięć u umiejętność korzystania z możliwości technologicznych współczesnego świata, jak również znajomość prawa, reguł procedowania spraw przed organami administracyjnymi. Ważną częścią komponentu poznawczego są kompetencje moralne, w tym etos innowacyjności. To one są podsta-

socialization and is characterized by axiological conditioning. Man was prepared to innovate, among others The Museum of Alexandria – Straton's great enterprise, an ancient center of innovation where the logic of numbers, alphabetical thinking, the principle of rationality and kalokagathia (the idea of harmonizing the possibilities of body and spirit) were combined (Burke & Orstein, 1999, p. 83). A little later, innovation found support in the monastic principles, created on the basis of Augustinian assumptions by St. Benedict of Norcia and St. Bernard of Clairvoux (Mumford 1966, p. 5). Then, the innovation was served by Cartesian skepticism and the utopian vision of New Atlantis, in which Francis Bacon “was the first to imagine an organization that could change [...] dreams into reality [...]” (Mumford 2012, p. 182).

Today, innovation is supported by the idea of sustainable and intelligent development, which introduces humanity to the era of the fourth industrial revolution. This stage requires investing in knowledge and new technologies, but respecting the interests of future generations, including its natural environment. Therefore, the restrictions resulting from social responsibility are imposed on innovation. On the one hand, innovation must meet the demands of industrial automation and digitization; on the other hand, it cannot take an expansive form. This means that the rule of self-limitation must obey. This, in turn, is the core of the axiology of innovation.

### The structure of the contemporary entrepreneurial attitude

Innovation is a kind of contemporary entrepreneurship. Therefore, it translates into all components of an entrepreneurial attitude. They can be described as follows.

**The cognitive component** – technical, economic and ethical competences acquired through formal, informal education and the broadly understood socialization process. This component consists of both knowledge of the methods of participation in the economy, financial instruments necessary for the implementation of individual projects and the ability to use the technological possibilities of the modern world, as well as knowledge of the law, rules of handling cases before administrative authorities. An important part of the cognitive component are moral competences, including the ethos of innovation. They are the basis of the unwritten

wą niepisane go ładu (Bartnik 1995, s. 201). Na ich podstawie formuje przestrzeń moralna gospodarki, przestrzeń utkana ze społecznych cnót: uczciwości, odpowiedzialności, pracowitości, służebności.

**Komponent emocjonalny** – to nastawienia o charakterze afektywnym, przejawiające się w entuzjazmie lub lęku wobec kogoś lub czegoś. Komponent ten podlega również kulturowo-społecznemu modelowaniu. Jego treść, przynajmniej w części, jest efektem internalizacji w wzorca w drodze procesu socjalizacyjnego. Dowodzą tego badania Ericha Fromma i Malcolma Maccoby'ego nad mieszkańcami meksykańskiej wsi Morelos. Zauważają oni, że strach przed innowacjami technologicznym, jest efektem wychowania w post-feudalnej kulturze hiszpańskiej hacjendy. Komponent emocjonalny może przyjmować formę uprzedzeń, fobii, jak również pozytywnie nacechowanych upodobań. Komponent ten konfrontuje się z ryzykiem i równego typu niepewnościami: rynkową, inwestycyjną, technologiczną. Odpowiada za chęć angażowania się w dane przedsięwzięcie lub też zachowanie ostrożności, a nawet niechęci. Znajduje jednocześnie wyraz w odwadze, otwartości, gotowości na zmianę. Przejawia się w techno-entuzjazmie, szukaniu wyzwań, nowych obszarów działania, otwartości i zaufaniu, miarą, którego jest kapitał społeczny przedsiębiorcy.

**Komponent behawioralny** – to zachowania i aktywności przedsiębiorcy. Realizuje się on w czynie. W myśl schumpeterowskich założeń, to w nim urzeczywistnia się misja przekształcania świata. W czynie dokonuje się niezbędna dla innowacyjnych przedsięwzięć transgresja (Kozielecki 2002). Poprzez czyn jednostka uczestniczy w gospodarce, staje się aktorem procesu rozwojowego. Komponent behawioralny odpowiada bezpośrednio za włączenie jednostki w system gospodarczych zależności i upodmiotawia gospodarkę. Dzięki komponentowi behawioralnemu przedsiębiorczość zostaje wkomponowana w sieć relacji międzyludzkich, system wzajemnych odniesień. Jej rdzeniem jest aktywność, działanie, odnoszenie się do innych. „Komponent behawioralny” wykazuje bezpośrednie powiązanie z kapitałem społecznym – siecią kontaktów, w których rozgrywa się gra o rozmaite zasoby. Jest sposobem na jego uwidocznienie, ale nie jego przyczyną. Komponent behawioralny to odbicie i sposób realizacji przyswojonych w drodze socjalizacji wartości. W postawie przedsiębiorczej realizuje się on na dwa zasadnicze sposoby: w akcie kreacji novum (wprowadzanie innowacji do produkcji, na rynek, do zarządzania przedsiębiorstwem) oraz poprzez aktywność w sieci relacji międzyludzkich.

### **Przedsiębiorczość – innowacyjność – rozwój – jak ogniwa łańcucha pojęciowego**

Rdzeniem postawy przedsiębiorczej jest innowacyjność. Rola społeczna i postawa to z kolei narzędzia i sposoby urzeczywistnienia przedsiębior-

order (Bartnik 1995, p. 201). On their basis, it forms the moral space of the economy, a space woven of social virtues: honesty, responsibility, diligence, and servitude.

**Emotional component** – these are affective attitudes, manifested in enthusiasm or fear towards someone or something. This component is also subject to cultural and social modeling. Its “content”, at least in part, is the result of internalization into a pattern through the process of socialization. This is evidenced by the research of Erich Fromm and Malcolm Maccoby on the inhabitants of the Mexican village of Morelos. They note that the fear of technological innovation is the result of the upbringing of the Spanish hacienda in post-feudal culture. The emotional component can take the form of prejudices, phobias, as well as positive preferences. This component is confronted with the risk and uncertainties of equal type: market, investment and technological. Responsible for the willingness to get involved in a given project or for being cautious or even reluctant. At the same time, it finds expression in courage, openness and readiness to change. It manifests itself in techno-enthusiasm, looking for challenges, new areas of activity, openness and trust, the measure of which is the entrepreneur’s social capital.

**Behavioral component** – these are the behavior and activities of the entrepreneur. It is realized in “deed”. According to Schumpeter’s assumptions, it is in him that the mission of transforming the world is realized. The transgression necessary for innovative undertakings takes place in action (Kozielecki 2002). Through an “act”, an individual participates in the economy and becomes an actor in the development process. The behavioral component is directly responsible for including the individual in the system of economic dependencies and empowering the economy. Thanks to the behavioral component, entrepreneurship is integrated into the network of interpersonal relations, a system of mutual references. Its core is activity, action, relating to others. The “behavioral component” is directly related to social capital – a network of contacts in which the game for various resources is played. It is a way to make it visible, but not its cause. The behavioral component is a reflection and a way of implementing the values assimilated through socialization. In an entrepreneurial attitude, it is implemented in two basic ways: in the act of creating a novelty (introducing innovations to production, to the market, to business management) and through activity in the network of interpersonal relations.

### **Entrepreneurship – innovation – development – like links in a conceptual chain**

The core of an entrepreneurial attitude is innovation. Social role and attitude, in turn, are the “tools” and “ways” of making entrepreneurship

czości. Dzięki tym konstrukcjom możliwa staje się partycypacja jednostki gospodarce i procesie rozwojowym. Rola zawiera w sobie „część systemową” i „część biograficzną”. Z jednej strony jest zestawem zadań, przydzielonych jednostce przez system, sposobem na bezimiennie uczestnictwo w gospodarce; z drugiej – odtworzona może być w sposób zindywidualizowany. Przez to też staje się częścią indywidualnych biografii, na których ostatecznie wspiera się gospodarka. Postawa tymczasem pozwala zidentyfikować warstwy uczestnictwa, które umożliwiają partycypację w procesie rozwoju gospodarczego na trzech poziomach:

**Poznawczym** – poziom ten eksponuje kwestię świadomości uczestnictwa. Świadomość ta – jak przekonuje Anthony Giddens – może realizować się w dwóch formach: praktycznej i refleksyjnej (Giddens 2008, s. 667). Pierwsza z wymienionych sprowadza się do wykonywania przydzielonych do roli społecznej zadań i osiągania w ten sposób wyznaczonych celów. Tego typu aktywność cechuje się rutyną i dużym stopniem podporządkowania. Świadomość praktyczna to wiedza techniczna, kwalifikacje i kompetencje potrzebne do wykonywania powierzonych przez gospodarkę obowiązków. Za pomocą tego typu świadomości gospodarka sprowadza jednostkę do pozycji trybiku, obracającego się w konstrukcji wielkiej maszyny. Wyżej opisanym restrykcjom przeciwstawia się drugi typ świadomości – świadomość refleksyjna. Stanowi ona ważną część komponentu poznawczego, a przejawia się w postaci samoświadomości uczestnictwa. Ten typ świadomości pozwala jednostce nie tylko uczestniczyć w gospodarce w sposób zastępczy (per procura), ale również umożliwia de facto jej tworzenie. „Cechą istoty ludzkiej – zauważa Giddens (2008, s. 667) – jest działanie celowe, umotywowane. Motywy te potrafi ona dyskursywnie rozważać.” Dyskursywne rozważania legitymizuje udział jednostki w aktywnym współtworzeniu gospodarki, określaniu jej zasad, reguł, a nie tylko wykonywanie zleconych przez nią zadań i poleceń.

**Afektywnym** – poziom ten unaocznia emocjonalne powiązanie jednostki z gospodarką. Pozwala zidentyfikować zapał, chęć poświęcenia się czemuś, zapisania się swoją działalnością konkretnym dziełem. Nikt bardziej nie eksponował tego poziomu uczestnictwa w gospodarce aniżeli bazujący na romantycznych ideach propagatorzy pracy organicznej. Jak zauważa Barbara Skarga, nurt pracy organicznej odwoływał się do kategorii duchowych, „konsumowanych” na poziomie odczuć i emocji, takich jak naród, czy niepodległości i na ich bazie budowała program racjonalnej reformy, której miało być gospodarcze zaangażowanie (Skarga 1962). Metafizyka romantyzmu, w myśl tych założeń, służyła rozpaleniu zapału do pracy, przedsiębiorczości, innowacyjnej inicjatywy. Poziom afektywny również we czasach współczesnych podtrzymuje aktywność przedsiębiorcy. Pozwala mu wierzyć w sensowność jego działań, czerpać z nich satysfakcję i radość.

a reality. Thanks to these structures, the participation of an individual in the economy and the development process becomes possible. A role includes a “system part” and a “biographical part”. On the one hand, it is a set of tasks assigned to an individual by the system, a way of “nameless” participation in the economy; on the other hand – “reconstructed” can be individualized. It also becomes part of the individual biographies on which the economy is ultimately supported. Meanwhile, the attitude allows to identify “layers of participation” that enable participation in the process of economic development on three levels:

**Cognitive** – this level highlights the issue of awareness of participation. This awareness – as argued by Anthony Giddens – can be realized in two forms: practical and reflective (Giddens 2008, p. 667). The first of these comes down to performing the tasks assigned to the social role and achieving the goals in this way. This type of activity is characterized by routine and a high degree of subordination. The practical awareness is the technical knowledge, qualifications and competences needed to perform the duties entrusted by the “economy”. By means of this type of awareness, the economy reduces the individual to the position of a cog, rotating in the construction of a great machine. The restrictions described above are opposed by the second type of consciousness – reflective consciousness. It is an important part of the cognitive component and manifests itself in the form of self-awareness of participation. This type of consciousness allows the individual not only to participate in the economy in a vicarious way (per procura), but also enables its de facto creation. “The quality of a human being,” notes Giddens (2008, p. 667), is a deliberate, motivated action. She can consider these motives discursively. “Discursive considerations legitimize the participation of an individual in the active co-creation of the economy, defining its principles and rules, and not only the performance of tasks and orders commissioned by him.

**Affective** – this level shows the emotional connection of an individual with the economy. It allows you to identify enthusiasm, willingness to devote yourself to something, to enroll in your activity with a specific work. Nobody has exposed this level of participation in the economy more than propagators of organic work based on romantic ideas. As Barbara Skarga points out, the trend of organic work referred to the categories of spiritual, “consumed” at the level of feelings and emotions, such as the nation or independence, and on their basis the program of rational reform was built, which was to be economic involvement (Skarga 1962). The metaphysics of romanticism, according to these assumptions, served to ignite the enthusiasm for work, entrepreneurship and innovative initiative. The affective level also keeps the entrepreneur active in modern times. It allows

Znajduje też wyraz w eksponowanej przez Bergsona i Schumpetera „radości tworzenia”.

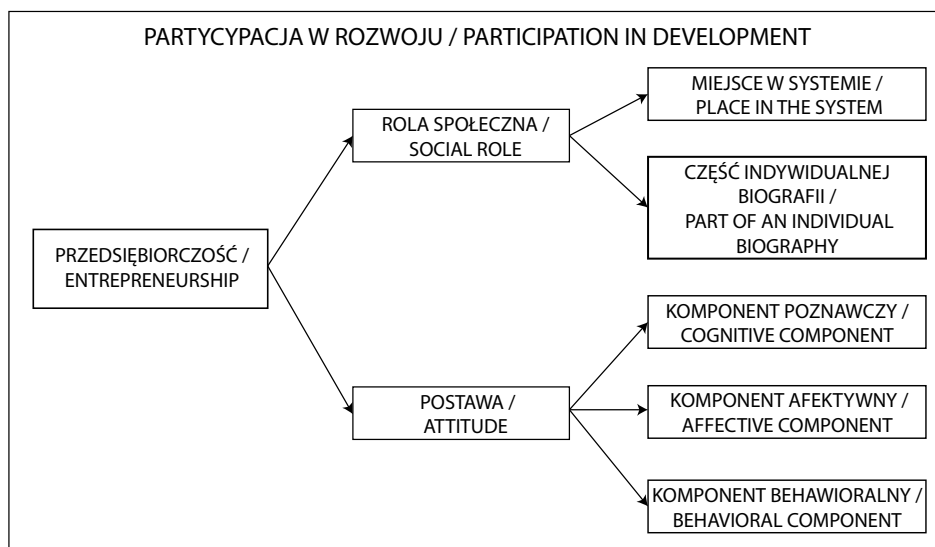
**Behavioralnym** – poziom ten bezpośrednio dokumentuje partycypację jednostki w gospodarce. Realizuje się w formie różnego typu działań społecznych, określanych przez Maxa Webera mianem celowo- lub wartości-racjonalnych. Pierwsza odmiana działania bazuje na kategorii racjonalności, umożliwiającej ocenę rzeczywistości w perspektywie obrachunkowej, kalkulacji zysków i korzyści, kosztów oraz strat. Z kolei działanie wartości- racjonalne wprowadza w zyskowy model przedsiębiorczości aksjologiczną korektę. Dzięki niej rola przedsiębiorcy daje się opisać w kontekście społecznych cnót takich jak: uczciwość, odpowiedzialność, czy służebność wobec innych. Staje się w konsekwencji działalnością aksjologicznie dookreśloną i przymuszoną do konfrontacji z oczekiwaniami otoczenia, obowiązującymi zasadami, normami, obyczajem.

Tak skomponowana przedsiębiorczość jest kwintesencją procesu rozwojowego i sposobem na indywidualną partycypację w gospodarce. Opisany tu układ zależności przedstawia poniższy schemat:

him to believe in the sense of his actions, derive satisfaction and joy from them. It is also expressed in the “joy of creation” displayed by Bergson and Schumpeter.

**Behavioral** – this level directly documents the participation of an individual in the economy. It is realized in the form of various types of social activities, defined by Max Weber as purposeful or value-rational. The first type of action is based on the category of rationality, which enables the assessment of reality in the financial perspective, calculation of profits and benefits, costs and losses. In turn, value-rational action introduces an axiological correction into the profitable model of entrepreneurship. Thanks to it, the role of an entrepreneur can be described in the context of social virtues such as: honesty, responsibility or servitude towards others. As a consequence, it becomes an axiologically defined activity forced to confront the expectations of the environment, the applicable rules, norms, and customs.

Entrepreneurship composed in this way is the essence of the development process and a way of individual participation in the economy. The system of dependencies described here is presented in the following diagram:



**Schemat 1.** Przedsiębiorczość – innowacyjność – rozwój – jako ogniwa łańcucha zależnościowego.

**Scheme 1.** Entrepreneurship – innovation – development – as links in the dependency chain.

Źródło: opracowanie własne.  
Source: own study.

## Rozwój jako proces współtworzenia i uczestnictwa

Identyfikacja łańcucha zależnościowego: przedsiębiorczość – innowacyjność – rozwój, ostatecznie pozwala odpowiedzieć na pytanie o to, czym jest proces rozwojowy i dlaczego dyskutować o nim warto w kontekście wyzwań dla współczesnego uniwersytetu. Jak się okazuje, rozwój ostatecznie

## Development as a process of co-creation and participation

Identification of the dependency chain: entrepreneurship – innovation – development, ultimately allows to answer the question of what the development process is and why it is worth discussing in the context of challenges for a modern university. As it turns out, development can

daje się opisać jako proces współtworzenia i współuczestnictwa. Jest on kreowany przez aktorów społecznych, którzy podejmują się indywidualnych aktywności o charakterze celowym i racjonalnych. Materia współtworzenia są nie tylko wytwory materialne, ale również działania i wartości.

Uczestnictwo w gospodarce możliwe jest za sprawą wyznaczonych przez system ról. Jedną z nich jest rola przedsiębiorcy, a współczesną formą jej realizacji – innowacyjność. Partycypacja w procesie rozwoju gospodarczego jednak nie sprowadza się jedynie do mechanicznego wykonywania zadań. Wykonawca roli wchodzi w interakcje z innymi, tworząc rozmaite konfiguracje i relacje powiązań. To w tych powiązaniach – jak chce tego Karl Polanyi – toczy się życie gospodarcze. Gospodarka to, bowiem „proces interakcji pomiędzy człowiekiem a jego otoczeniem” (Polanyi 2001, s. 34). Źródłem jej rozwoju jest proces wymiany, opierający się na relacji międzyludzkich powiązań. W jego toku wytwarzają się instytucje. To one są sercem gospodarki (Polanyi 1957). Według Karla Polanyiego życie gospodarcze ma charakter multirelacyjny. Nie jest ono odseparowane od innych sfer życia. Wręcz przeciwnie: przeplata się z pozostałym porządkami: politycznym, religijnym, czy kulturowym i jest instytucjonalnie zakorzenione, bazuje na obowiązujących wzorcach relacji (Grzesiuk 2015:88). To w tych usankcjonowanych relacjach, instytucjach realizują się poszczególne role i postawy.

Instytucje – jak zauważa Douglass C. North – to przyjęte „reguły gry”, które regulują sposób załatwiania spraw (North 1991, s. 61-112). Marcin Piątkowski przekonuje, że od ich kształtu zależy gospodarka (Piątkowski 2019, s. 27). „Instytucje polityczne – kontynuuje tenże badacz, powołując się na ustalenia Daroba Acemoglua, Simona Johnsona i Jamesa Robinsona (2005) – wywierają wpływ na instytucje gospodarcze i vice versa.” To one kształtują postawy przedsiębiorcze i modelują role. Określają to, co warte inwestowania, podpowiadają jak kształcić się, czy lokować kapitał. Dobre instytucje – przekonuje dalej Piątkowski (2019, s. 28) – sprzyjają wzrostowi gospodarzowi; złe – odpowiadają za zacofanie i patologie w obrębie życia gospodarczego, stwarzając model przedsiębiorcy cwaniaka, oszusta, czy karierowicza. Gwarantują też przestrzeganie prawa i obowiązywania umowy, umożliwiają szeroki udział we władzy warstw społecznych, zapewniają otwartość rynku, swobodę zawierania umów, dostęp do edukacji i równość szans obywateli (Piątkowski 2019, s. 34).

Instytucje są pewnego rodzaju dziedzictwem. Kształtują się w określonej kulturze. W ten też sposób mogą stanowić obciążenie lub wsparcie dla ról i postaw przedsiębiorczych. Janusz Hryniewicz (2004) przekoduje, że współczesna polska kultura gospodarcza wciąż mierzy się z dziedzictwem przeszłości. Jego zdaniem, przynależność do wschodnioeuropejskiego kompleksu gospodarczo-kulturowego stworzyło i uformowało instytucję

ultimately be described as a process of co-creation and participation. It is created by social actors who undertake individual activities of a purposeful and rational nature. The matter of co-creation are not only material products, but also actions and values.

Participation in the economy is possible due to the roles designated by the system. One of them is the role of the entrepreneur, and the modern form of its implementation – innovation. Participation in the process of economic development, however, does not only come down to the mechanical performance of tasks. The role performer interacts with others to create a variety of configurations and relationships. It is in these connections – as Karl Polanyi wants it – that economic life unfolds. The economy is “the process of interaction between man and his environment” (Polanyi 2001, p. 34). The source of its development is the process of exchange, based on interpersonal relationships. Institutions are created in its course. They are the heart of the economy (Polanyi 1957). According to Karl Polanyi, economic life is multirelative. It is not separated from other spheres of life. On the contrary: it is intertwined with other orders: political, religious or cultural, and is institutionally rooted, it is based on the existing patterns of relations (Grzesiuk 2015: 88). It is in these sanctioned relationships and institutions that particular roles and attitudes are realized.

“Institutions – as Douglass C. North observes – are accepted “rules of the game” that regulate the way in which matters are handled (North 1991, pp. 61-112). Marcin Piątkowski argues that the economy depends on their “shape” (Piątkowski 2019, p. 27). “Political institutions – the same researcher continues, citing the findings of Darob Acemoglua, Simon Johnson and James Robinson (2005) – have an impact on economic institutions and vice versa.” They shape entrepreneurial attitudes and model roles. They define what is worth investing, suggest how to educate yourself or how to invest capital. Good institutions – convinces Piątkowski (2019, p. 28) – are conducive to the growth of the host; bad – they are responsible for backwardness and pathologies within economic life, creating the model of a dodger, fraudster or careerist entrepreneur. They also guarantee compliance with the law and the validity of the agreement, enable broad participation in the power of social classes, ensure market openness, freedom to conclude contracts, access to education and equal opportunities for citizens (Piątkowski 2019, p. 34).

Institutions are a kind of heritage. They are shaped in a specific culture. In this way, they can be a burden or support for entrepreneurial roles and attitudes. Janusz Hryniewicz (2004) reiterates that contemporary Polish economic culture is still facing the legacy of the past. In his opinion, belonging to the Eastern European economic and cultural complex created and formed the institution of a farm – a system of economic relations based on allegiance, servility, lack of motivation and the

folwarku – systemu relacji gospodarczych opartych na wiernopoddańczości, służalczości, braku motywacji i możliwości awansu. Typowy dla folwarku układ pan – poddany, zdaniem Hryniewicza, przetrwał, choć sam folwark już od dawien dawna nie istnieje (Hryniewicz 2004, s. 144). Przejawia się on w postaci postaw anty-innowacyjnych i anty-przedsiębiorczych, zamkniętych, zachowawczych, pokazowo-konsumpcyjnych. Model ten stał się częścią polskiej kultury ekonomicznej. Ta zaś – przekonuje Jacek Kochanowicz (2010, s. 18) – uobecnia się na dwóch poziomach: socjalizacyjnym (w procesie internalizacji wzorca, formowani habitusów) i na poziomie ideowym (w obowiązujących narracjach, sposobach opisywania świata).

### **Uniwersytet jako ogniwo wieńczące łańcuch pojęciowy**

Kultura ekonomiczna kształtuje habitusy, które z kolei wpływają na treść ról i postaw realizujących się w gospodarce. Dlatego też z przedsiębiorczością, innowacyjnością i rozwojem powiązane są placówki socjalizujące, w tym uniwersytet. Rzecz jasna nie można funkcji uniwersytetu w zakresie innowacyjności sprowadzić jedynie do kwestii socjalizacji. Wszak on właśnie jest miejscem powstawania wiedzy, inwencji, kreowania technologicznego novum. To także naturalny inkubator, laboratorium służące przynajmniej w założeniach łączeniu badań z rozwojem. Jednak podjęta w niniejszej analizie dyskusja uprawomocnia koncentrację na aspekcie socjalizacyjnym. Tu, bowiem uniwersytet traktowany jest jako środowisko o charakterze formacyjnym, odpowiedzialne za nie tylko za prowadzenie badań, przekazywanie wiedzy, ale również kształtowanie określonych habitusów gospodarczych. To poprzez ich kreowanie wpisać może się w łańcuch powiązań z rozwojem, innowacyjnością i przedsiębiorczością.

Uniwersytet to, bowiem instytucja pomostowa; łącznik pomiędzy obszarem teorii i praktykowania, zbioru idei i ich urzeczywistnienia, czy wreszcie kształcenia się i gospodarczego zaangażowania. Uniwersytet z jednej strony daje się poznać od strony dziedzictwa, które w swej historii gromadzi; z drugiej, jest organizacją społecznie zaangażowaną, zmuszoną do odpowiadania na sygnały napływające z otoczenia. Jednym z tych sygnałów jest zapotrzebowanie rynku na ludzi przygotowanych intelektualnie i ideowo do prowadzenia innowacyjnej działalności gospodarczej.

Oczywistym wydaje się stwierdzenie, że uniwersytet z tak przypisanego zadania wywiązywać może w sposób różny. Tak też do łańcucha powiązań dołączyć może albo w postaci wsparcia albo obciążenia. Pożądanym społecznie i gospodarczo jest rzecz jasna pierwszy przypadek. Mobilizuje on wykreślenia modelu w tym zakresie, opartego o życzeniową konstrukcję „powinien”.

W myśl przedstawionych założeń, przekaz uniwersytecki, zatem powinien odbywać się na dwóch

możliwościach. Według Hryniewicza, system pan-subject, typowy dla folwarku, przetrwał, choć sam folwark już od dawien dawna nie istnieje (Hryniewicz 2004, p. 144). On manifestuje się w postaci postaw anty-innowacyjnych i anty-entrepreneurial, zamkniętych, zachowawczych, konsumpcyjnych. Ten model stał się częścią polskiej kultury ekonomicznej. Ta zaś – przekonuje Jacek Kochanowicz (2010, p. 18) – jest obecna na dwóch poziomach: socjalizacyjnym (w procesie internalizacji wzorca, formowani habitusów) i na poziomie ideowym (w obowiązujących narracjach, sposobach opisywania świata).

### **University as the crowning link of the notional chain**

Economic culture shapes habituses, which in turn influence the content of roles and attitudes realized in the economy. Therefore, socialization institutions, including the university, are related to entrepreneurship, innovation and development. Of course, the university's innovative function cannot be reduced to the question of socialization only. After all, it is precisely the place where knowledge, invention and technological novelty are created. It is also a natural incubator, a laboratory that serves at least in terms of combining research with development. However, the discussion undertaken in this analysis validates the focus on the socialization aspect. Here, the university is treated as a formative environment, responsible not only for conducting research, transferring knowledge, but also for shaping specific economic habits. It is through their creation that it can become part of the chain of links with development, innovation and entrepreneurship.

The university is a bridge institution; a link between the area of theory and practice, a set of ideas and their implementation, and finally learning and economic involvement. On the one hand, the University can be recognized from the heritage it accumulates in its history; on the other hand, it is a socially engaged organization, forced to respond to signals coming from the environment. One of these signals is the market demand for people intellectually and ideologically prepared to run innovative business activities.

It seems obvious that the university can fulfill the tasks assigned in this way in various ways. So it can join the chain of connections either in the form of a support or a load. Of course, the first case is socially and economically desirable. It mobilizes the drawing of a model in this regard, based on the wishful “should” structure.

According to the presented assumptions, the university message should take place on two levels. They correspond to the types of consciousness identified by Giddens. It is: a practical message



poziomach. Odpowiadają one typom świadomości, wskazanym przez Giddensa. Jest to: przekaz praktyczny (koncentrujący się na kształtowaniu odpowiednich kompetencji, przekazie wiedzy i umiejętności) oraz przekaz refleksyjny, który, określić można by również mianem ideowego. Drugi z wymienionych, wydaje się szczególnie istotny i warty osobnego omówienia. Odwołuje się on, bowiem do aksjologicznego rdzenia akademii i kluczowych dlań wartości. Zdaniem Władysława Stróżewskiego (1992, s. 23), uniwersytet, bez względu na uwarunkowania pozostaje zna zawsze „królestwem wartości”. Jest wspólnotą, w której „ludzie wychowują się nawzajem” (Stróżewski 1992, s. 24). Nie może przez to dać się zredukować do fabryki, produkujących odpowiednio wykwalifikowanych absolwentów. Jest zobowiązany do „czegoś więcej”: do formowania postaw społecznie użytecznych, służących idei państwa demokratycznego oraz zrównoważonej i innowacyjnej gospodarce. Transfer tego typu „kompetencji” jest zobowiązaniem wynikającym z aksjologicznej konstrukcji uniwersytetu. Jej rdzeniem są wartości kluczowe również dla samej przedsiębiorczości. Zaliczyć doń trzeba: wolność, uczciwość, racjonalność, zobowiązanie względem kolejnych pokoleń (Bobko i Gałkowski, 2002).

Uniwersytet, poprzez posiadanie tych wspólnych z przedsiębiorczością aksjologicznych fundamentów, jest naturalnym środowiskiem formowania habitusu przedsiębiorczości, pozostaw i rolę, związanych z inicjatywą gospodarczą. W ten też sposób staje się ważnym uczestnikiem gospodarczej gry. W celu podtrzymania w niej udziału, nie musi jednak redukować swoich funkcji i przekształcać się w fabrykę, realizującą techniczne zlecenia otoczenia zewnętrznego. Nie musi też, a właściwie nie powinien, koncentrować się jedynie na kompetencyjnym wyposażeniu absolwenta. Współczesna akademia ma, bowiem centralną pozycję i duże znaczenie w formowaniu symbolicznego zaplecza kultury gospodarczej regionu. Jest ona ważnym ogniwem w transferze aksjologicznym, którego treścią są wartości dla innowacyjnej przedsiębiorczości i rozwoju gospodarczego kluczowe. Wolność, uczciwość, racjonalność, odpowiedzialność, jako budulce uniwersyteckiego ładu i fundamenty innowacyjnej przedsiębiorczości, winny być eksponowane nie tylko na poziomie prowadzenia badań, ale również w akademickich relacjach międzypodmiotowych, podejmowanych inicjatywach obywatelskich i społecznych na uniwersytecie. Wtedy też jest szansa, że w środowisku uniwersyteckim zaczynają formować się sprzyjające wzrostowi gospodarczemu habitusy, kształtujące pro-innowacyjne postawy i role. Warunkiem sine qua non takiego stanu rzeczy jest jednak przetransformowanie epistemologii uniwersytetu (Johnson, 2002). Jej wyrazem byłoby przejście od nastawienia kontemplatywnego do nastawienia performatywnego, które jednak wystrzegłoby się szkodliwego dla akademii materialistycznego redukcjonizmu. Z jednej, bowiem strony uniwersy-

(focusing on shaping appropriate competences, transfer of knowledge and skills) and a reflective message, which could also be described as ideological. The latter seems particularly important and deserves a separate discussion. It refers to the axiological core of the academy and its key values. According to Władysław Stróżewski (1992, p. 23), the university, regardless of its conditions, always remains known as a “kingdom of values”. It is a community in which “people bring up each other” (Stróżewski 1992, p. 24). It cannot therefore be reduced to a factory producing suitably qualified graduates. It is obliged to “do something more”: to form socially useful attitudes that support the idea of a democratic state and a sustainable and innovative economy. The transfer of this type of “competence” is an obligation resulting from the axiological structure of the university. Its core values are key values also for entrepreneurship itself. These include: freedom, honesty, rationality, commitment to the next generations (Bobko and Gałkowski, 2002).

The university, by having these axiological foundations shared with entrepreneurship, is a natural environment for forming the habitus of entrepreneurship, and the roles associated with economic initiative. Thus, it becomes an important participant in the economic game. In order to maintain its participation in it, however, it does not have to reduce its functions and transform the factory, implementing the technical orders of the external environment. It also does not have to, and actually should not, focus only on the competences of the graduate. The modern academy has a central position and great importance in shaping the symbolic background of the region's economic culture. It is an important link in the axiological transfer, the content of which are key values for innovative entrepreneurship and economic development. Freedom, honesty, rationality, responsibility, as the building blocks of the university order and foundations of innovative entrepreneurship, should be exposed not only at the level of conducting research, but also in academic inter-entity relations, as well as civic and social initiatives undertaken at the university. Then there is also a chance that the university environment will begin to form habituses favoring economic growth, shaping pro-innovative attitudes and roles. However, a sine qua non condition for such a state of affairs is the transformation of university epistemology (Johnson, 2002). Its expression would be a shift from a contemplative attitude to a performative attitude, which would, however, avoid materialistic reductionism, which is harmful to the academy. On the one hand, the university is obliged to react to signals coming from the environment; on the other hand, it cannot be placed in a servant position. Its strength, paradoxically, lies in traditionalism, its value in heritage, for itself and the key contemporary economy. As a result, he is obliged to maintain

tet zobowiązany zostaje do reagowania na sygnały napływające z otoczenia; z drugiej nie może dać się osadzić na pozycjach służebnych. Jego siła paradoksalnie tkwi tradycjonalizmie, w dziedzictwie wartości, dla niego samego i współczesnej gospodarki kluczowych. Jest on przez to zobowiązany podtrzymywania odziedziczonej aksjologii, bo za jej sprawą tworzyć może silne środowisko socjalizacyjne, w którym kształtować się będą właściwe schumpeterowskiej przedsiębiorczości habitusy, dyspozycje, które warunkują przedsiębiorczość realizującą się również w sieciach powiązań (Granovetter 1973) i wiążą ją kapitałem społecznym, przesadzającym o sile współczesnych gospodarek.

### Podsumowanie

Analiza wskazanego w głównej tezie artykułu łańcucha pojęć: przedsiębiorczość – innowacyjność – rozwój – uniwersytet pozwala ostatecznie stwierdzić, że gospodarka, nie jest zewnętrzną wobec aktorów społecznych kategorią. Jest raczej przestrzenią działania, przedmiotem współtworzenia i refleksyjnego współuczestnictwa. Współuczestnictwo to wymaga określonych kompletacji i motywacji. Kompetencje mogą mieć charakter praktyczny i ideowy. Wymagają przez to nie tylko transferu umiejętności w procesie edukacji formalnej i nieformalnej, ale również zgłaszają zapotrzebowanie na udrożnienie kanałów komunikacji aksjologicznej. Przedsiębiorczość, wraz ze swoim głównym narzędziem – innowacyjnością, wymaga dobrego zaplecza instytucjonalnego i wsparcia we właściwej motywacji. Obie formy zasobów związane są z kulturą gospodarczą regionu. Bazują na zinternalizowanych w drodze socjalizacji wartościach i realizują się poprzez obowiązujące wzory interakcji. Wzory te stanowi efekt wzajemnego odnoszenia się aktorów społecznych do siebie. Z jednej strony, formują kluczowe dla gospodarki postawy i role; z drugiej – mogą być poprzez refleksyjne uczestnictwo w życiu społeczno-gospodarczym przekształcane. Za to szczególnie ważne dla rozwoju „urefleksyjnienie” odpowiada m. in. uniwersytet: „królestwo wartości” dla gospodarki kluczowych.

### Źródła finansowania:

Publikacja została dofinansowana ze środków subwencji przyznanej Uniwersytetowi Ekonomicznego w Krakowie. Program Potencjał: Rozwój społeczno-gospodarczy w analizach teoretycznych i diagnostyce empirycznej – Potencjał 2020. Umowa numer:51/GGG/2020/POT

### Literatura / References:

1. Acemoglu D., Johnson S., Robinson J.(2005). *Institution as the Fundamental Case of Long-Run Growth*. W: P. Anghion, S. Durlau (red.). *Handbook of Economic Growth*, vol. 1 Amsterdam, San Diego: Elsevier – North – Holland, s. 385-472.
2. Amitai Etzioni (red.), *Social change. Sources, Patterns, and Consequences*, New York: Basic Books Inc. Publishers, s. 161-174.
3. Archer M. (2013). *Człowieczeństwo. Problem sprawstwa*, przekł. A. Dziuban. Kraków: Zakład Wydawniczy Nomos.

the inherited axiology, because thanks to it, he can create a strong socialization environment in which the habituses characteristic of Schumpeter's entrepreneurship will be shaped, dispositions that condition entrepreneurship, which is also realized in networks of connections (Granovetter 1973) and bind it with social capital, exaggerating about the power of modern economies.

### Summary

The analysis of the chain of concepts indicated in the main thesis of the article: entrepreneurship – innovation – development – university allows to conclude that the economy is not a category external to social actors. Rather, it is a space for action, an object of co-creation and reflective participation. This participation requires specific completion and motivation. Competences can be practical and ideological. As a result, they not only require the transfer of skills in the process of formal and informal education, but also report the need to improve axiological communication channels. Entrepreneurship, along with its main tool – innovation, requires a good institutional background and support in the right motivation. Both forms of resources are related to the economic culture of the region. They are based on values internalized through socialization and are realized through the applicable interaction patterns. These patterns are the result of how social actors relate to each other. On the one hand, they form attitudes and roles of key importance for the economy; on the other hand, they can be transformed through reflective participation in socio-economic life. For this, especially important for the development of “reflection” is responsible, among others. university: “kingdom of values” for the key economy.

4. Bobko, A. i Gałkowski, S. (2002). *Uniwersytet – tradycja i współczesne wyzwania*. W: M. Żardecka-Nowak, J. Skrzypek-Faluszczyk (red.), *Idea uniwersytetu dziś. Perspektywa filozoficzna*. Rzeszów: Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, s. 52-66.
5. Bourdieu P., Wacquant L. (2006). *Logika pol*, przeł. A. Stawisz. W: A. Jasińska-Kania, L.M. Nijakowski, J. Szacki, M. Ziołkowski, *Współczesne teorie socjologiczne*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar, s. 651–662.
6. Burke J., Orstein R. (1999). *Ostrze geniuszu. Obosieczne skutki rozwoju cywilizacji*, przeł. M. Sachnowski, Warszawa: Philip Wilson.
7. Doktor K. (2000). *Przedsiębiorstwo*. W: H. Domański, W. Morawski, J. Mucha, M. Ofierska, J. Szacki, M. Ziołkowski (red.), *Encyklopedia socjologii*, t. 3, Warszawa: Oficyna Naukowa, s. 226–231.
8. Elias N. (2006). *Przymus społeczny jako przymus wewnętrzny*, przeł. T. Zabłudowski. W: A. Jasińska-Kania, L. M. Nijakowski, J. Szacki, M. Ziołkowski (red.), *Współczesne teorie socjologiczne*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar, s. 1068–1082.
9. Fromm, E. i Maccoby M. (1970). *A Social Charakter in Mexican Village. A SocioPsychoanalytic Study*. New Jersey: PrenticeHall, Inc., Englewood Cliffs.
10. Giddens A. (2008). *Elementy teorii strukturacji*, przeł. S. Amsterdamski. W: A. Jasińska-Kania i in. (red.), *Współczesne teorie socjologiczne*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar, s. 663–696.
11. Granovetter Mark, 1973, The Strength of Weak Ties, „*American Journal of Sociology*” nr 78(6), s. 1360–1380.
12. Grzesiuk K. (2015). *Zakorzenie społeczne gospodarki. Koncepcja Marka Granovettera*. Lublin: Katolicki Uniwersytet Lubelski.
13. Gumuła W. (2008). *Teoria osobliwości społecznych. Zaskakująca transformacja w Polsce*.
14. Hagen, E. (1962). *On the Theory of Social Change. How Economic Growth Begins*. Illinois: The Dorsey Press. INC.
15. Hryniewicz J. (2004). *Polityczny i kulturowy kontekst rozwoju gospodarczego*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
16. Inglehart, R. (2003). *Kultura a demokracja*, przekł. S. Dymczyk. W: L.E. Harrison i S.P. Huntington (red.), *Kultura ma znaczenie. Jak wartości wpływają na rozwój społeczeństw*. Poznań: Wydawnictwo Zysk i S-ka, 146-168.
17. Johnson, R. (2002). *Spółczeństwo ryzyka – implikacje dla uniwersytetów*. W: A. Ładyżyński i J. Raińczuk (red.), *Uniwersytet – między tradycją a wyzwaniami współczesności*. Kraków: Oficyna Wydawnicza Impuls, 11-21.
18. Knight F. (1921). *Risk, Uncertainty, and Profit*. Boston MA: Hart, Schaffner and Marx Houghton Mifflin.
19. Kochanowicz J. (2010). *Duch kapitalizmu na polskiej peryferii. Perspektywa historyczna*. W: J. Kochanowicz, M. Marody (red.), *Kultura i gospodarka*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar, s. 21–51.
20. Kołakowski L. (2008). *Bergson*. Krakow: Znak.
21. Kozielecki J. (2002). *Transgresja i kultura*. Warszawa: Wydawnictwo Akademickie Żak.
22. Lachowska D. (2002). *Wstęp do wydania polskiego: M. Weber, Gospodarka i społeczeństwo. Zarys socjologii rozumiejącej*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
23. Landes D. S. (2005). *Bogactwo i nędza narodów. Dlaczego jedni są tak bogaci, a inni tak ubodzy*, przeł. Hanna Jankowska. Warszawa: Wydawnictwo Literackie Muza SA.
24. Linton R. (1936). *The Study of Man*, New York: Appleton-Century-Crofts.
25. Mądrzycki T. (1977). *Psychologiczne prawidłowości kształtowania się postaw*. Warszawa: Wydawnictwo Szkolne i Pedagogiczne.
26. McClelland D. (1961). *The Achieving Society*. Princeton: Van Nostrand.
27. McClelland D. (1973). *Business Drive and National Achievements*. W: Eva Etzioni-Halevy,
28. Mead G. (1975). *Umysł, osobowość i społeczeństwo*, przeł. Z. Wolińska. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
29. Mikosik S. (1999). *Teoria rozwoju gospodarczego Josepha A. Schumpetera*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
30. Mumford L. (2012). *Mit maszyny. Pentagon wiedzy*, t. 1, przeł. M. Szczubiałka. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
31. Mumford L. (1966). *Technika a cywilizacja. Historia rozwoju maszyny i jej wpływ na cywilizację*, przeł. Ewa Danecka. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
32. Nawojczyk M. (2009). *Przedsiębiorczość. O trudnościach w aplikacji teorii*, Kraków: Nomos.
33. Parsons T. (1969). *Struktura społeczna a osobowość*, przeł. M. Tabin. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne.
34. Parsons T. (1971). *The Systems of Modern Societies*, Englewood Cliffs: Prentice Hall.
35. Piątkowski M. (2019). *Europejski lider wzrostu. Polska droga od ekonomicznych peryferii do gospodarki dobrobytu*. Warszawa: Wydawnictwo Poltext.

36. Polanyi K. (1957). *The great transformation. The Political and Economic Origins of Our Time*. Beacon Press, Boston.
37. Polanyi K. (2001). *The Economy as Instituted Process*. W: M. Granovetter, R. Swedberg (red.), *The Sociology of Economic Life*, Cambridge: Westview Press.
38. Rogers E. (1983). *Diffusion of Innovation*. New York: The Free Press.
39. Schumpeter, J. (1960). *Teoria rozwoju gospodarczego*, przekł. J. Grzywicka. Warszawa: PWN.
40. Schumpeter, J. (2009). *Kapitalizm, socjalizm, demokracja*, przekł. M. Rusiński. Warszawa: PWN.
41. Sexton D., Bowman N. (1985). *The Entrepreneur. A Capable Executive and More*. „Journal of Business Venturing” nr 1(1), s. 129–140.
42. Skarga B. (1962). *Praca ogranicza a filozofia narodowa i konserwatywna katolicka przed 1864 r.* „Archiwum Historii Filozofii i Myśli Społecznej” T. 8.
43. Sombart W. (2010). *Żydzi i życie gospodarcze*, przekł. M. Brokmanowa. Warszawa: IFiS PAN.
44. Sombart W. (1916). *Der moderne Kapitalismus. Historisch-systematische Darstellung des gesamte europäischen Wirtschaftsleben von seinen Anfängen bis zur Gegenwart*, Munchen: Duncker & Humblot.
45. Sombart, W. (2004). *Dlaczego nie ma socjalizmu w Stanach Zjednoczonych?*, przekł. K. Krzemieniowa. Warszawa: IFiS PAN.
46. Stróżewski, W. (1992). *W kręgu wartości*. Kraków: Znak.
47. Szacki J. (2012). *Historia myśli socjologicznej. Wydanie nowe*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
48. Sztompka P. (2020). *Słownik pojęć socjologicznych*. Kraków: Horyzont Znak.
49. Sztompka, M. Kucia (red.). *Socjologia. Lektury*, Kraków: Znak, s. 46–59.
50. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
51. Weber Max, 2002, *Gospodarka i społeczeństwo. Zarys socjologii rozumiejącej*, przeł. Dorota Lachowska, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
52. Weber Max, 2005, *Pojęcie działania społecznego*, przekł. Dorota Lachowska, [w:] Piotr Sztompka, Marek Kucia (red.), *Socjologia. Lektury*, Kraków: Znak, s. 46–59.
53. Weber M. (2005). *Pojęcie działania społecznego*, przekł. D. Lachowska, [w:] P.
54. Weber Max, 1994, *Etyka protestancka a duch kapitalizmu*, przeł. J. Miziński, Lublin: Wydawnictwo Test.
55. Wojciszke B. (2004). *Człowiek wśród ludzi. Zarys psychologii społecznej*. Warszawa: Scholar. Nowak S. (1973). *Pojęcie postawy w teoriach i stosowanych badaniach społecznych*. W. S. Nowak (red.). *Teorie Postaw*, Warszawa: PWN.