

Jacek Strojny

Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie

### **Kształtowanie postawy przedsiębiorczej – procesy socjalizacji i autokreacji**

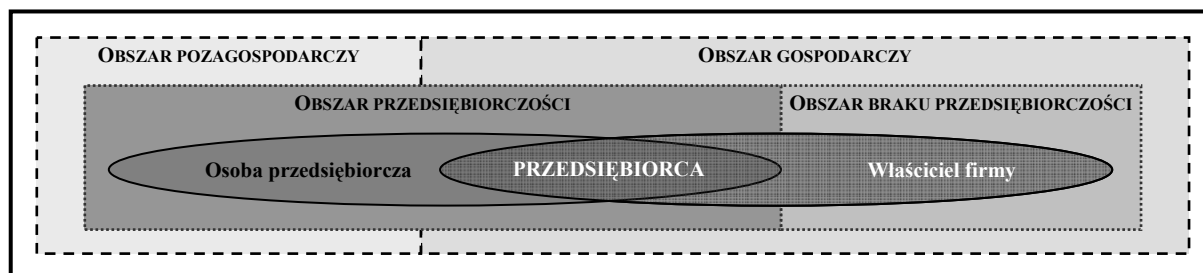
*Artykuł stanowi próbę uporządkowania wiedzy dotyczącej procesu kształtowania się postawy przedsiębiorczej. Zwrócono uwagę na proces socjalizacji, w ramach którego grupy odniesienia wpływają na kształtowanie się osobowości człowieka. Proces socjalizacji ma szczególne znaczenie w początkowej fazie rozwoju człowieka. Dorosła osoba również podlega socjalizacji, lecz dodatkowo należy uwzględniać proces autokreacji. Oba mechanizmy oddziałują wzajemnie na siebie, wpływając w konsekwencji na ukształtowanie się postawy przedsiębiorczej.*

Przystępując do omówienia zagadnień związanych z socjalizacją i autokreacją przedsiębiorczości, należy w pierwszym ustalić, w jaki sposób definiować osobę charakteryzującą się postawą przedsiębiorczą. W literaturze pojawia się bardzo licznie pojęcie przedsiębiorcy, które definiowane jest w różnorodny sposób. Przegląd literatury skłania autora do zaproponowania definicji, według której przedsiębiorcą jest osoba, która w postaci przedsięwzięć gospodarczych realizuje trwałą kompetencję do dynamicznego reagowania na zjawiska pojawiające się w otoczeniu, uzyskując efekt w postaci przejścia na wyższy poziom rozwoju<sup>1</sup>. Ujawnienie się owych kompetencji w sferze innej niż gospodarcza pozwala na określenie danej osoby mianem przedsiębiorczej. Pojęcie przedsiębiorcy powinno dotyczyć wyłącznie tych osób, które są właścicielami firmy i jednocześnie są osobami przedsiębiorczymi. Należy przyjąć, że tylko część osób prowadzących działalność gospodarczą charakteryzuje się postawą przedsiębiorczą. Pozostałych należy definiować jako właścicieli firmy, nie wykazują bowiem kompetencji przyjętych jako pewnego rodzaju wyróżnik przedsiębiorczości.

---

<sup>1</sup> J. Strojny, *Wielowymiarowość związku między przedsiębiorczością jako cechą osobowości przedsiębiorcy a działaniem małej i średniej firmy*, (maszynopis pracy doktorskiej), Akademia Ekonomiczna w Krakowie, Kraków 2006, s. 99.

**Rysunek 1. Granice pojęcia „przedsiębiorca” oraz pojęć pokrewnych.**



Źródło: J. Strojny, dz. cyt., s. 99

W niniejszym opracowaniu autor pozostaje w ramach zarysowanego na rysunku 1 obszaru przedsiębiorczości (pojęcia: przedsiębiorcy i osoby przedsiębiorczej). Przyjąć należy, że oba pojęcia odnoszą się do pewnego rodzaju, specyficznych ról społecznych. Człowiek jednocześnie odgrywa wiele takich ról, ujawniających się w różnych relacjach społecznych<sup>2</sup> oraz zmieniających się w czasie. Rola społeczna to zachowanie, jakiego inni oczekują od osoby zajmującej określoną pozycję<sup>3</sup>. Obejmuje ona nie tylko obowiązki i oczekiwany sposób zachowania, ale także prawa, stanowiące system względnie stabilny i wewnętrznie spójny<sup>4</sup>.

W kształtowaniu się roli, należy brać pod uwagę nie tyle oddziaływanie całego społeczeństwa, co tzw. grup odniesienia, czyli takich, z którymi *osoba ma związek konieczny, ze względu na swoją pozycję społeczną*<sup>5</sup>. Grupa odniesienia może definiować oczekiwania, normy i sankcje, składające się na rolę przypisaną do danej pozycji. W przypadku osób przedsiębiorczych dość mocno ujawnia się zjawisko kreacji roli, czyli określania jej parametrów przez jednostkę. Rola kształtowana jest więc przez czynniki kulturowe oraz przez jednostkę<sup>6</sup>. Jest to możliwe dlatego, że na całokształt roli, składa się zarówno treść formalna (określona społecznie i egzekwowana), jak i pozostałe elementy, o charakterze zindywidualizowanym. Zatem ostateczny sposób realizacji roli, uzależniony jest od konkretnego człowieka. J.M. George i G.R. Jones, mówią o dwóch formach kształtowania

<sup>2</sup> R.K. Merton, *Zestawy ról, zestawy statusów społecznych i sekwencje statusów społecznych w czasie*, [w:] P. Sztompka, M. Kucia (red.), *Socjologia. Lektury*, Wydawnictwo Znak, Kraków 2005, s. 142.

<sup>3</sup> N. Sillamy, *Słownik psychologii*, Wydawnictwo Książnica, Katowice 1998, s. 253.

<sup>4</sup> J. Szczepański, *Elementarne pojęcia socjologii*, PWN, Warszawa 1970, s. 131, [za:] M. Pacholski, A. Słaboń, *Słownik pojęć socjologicznych*, AE w Krakowie, Kraków 1997, s. 153.

<sup>5</sup> R. Dahrendorf, *Grupy odniesienia i przypisywanie ról*, [w:] P. Sztompka, M. Kucia (red.), *Socjologia...*, dz. cyt., s. 539.

<sup>6</sup> E. Karpowicz, *Menedżerowie w nowych rolach*, „Zarządzanie zasobami ludzkimi” 2002, nr 2, s. 10.

roli: 1) *role-making* oraz 2) *role-taking*<sup>7</sup>. W pierwszym przypadku, jest to przyjmowanie tych zachowań czy uprawnień, które nie są przypisane do roli, ale wynikają np. z osobowości danego człowieka. W drugim przypadku, autorzy mają na myśli podejmowanie zachowań oczekiwanych społecznie. Człowiek przedsiębiorczy ma zdecydowanie większe możliwości kreowania realizowanych przez siebie ról. Dzieje się tak dlatego, że postawa przedsiębiorcza budowana jest w oparciu o specyficzne wymiary osobowości, dające szansę na odniesienie sukcesu we współczesnym świecie. Na podstawie badań zweryfikowano, że na osobowość przedsiębiorczą składają się:

- 1) potrzeby sukcesu,
- 2) wewnątrzsterowność,
- 3) duże zdolności intelektualne<sup>8</sup>.

Osoba posiadająca tego typu cechy dąży do kształtowania sytuacji, jest odporna na oddziaływanie innych osób oraz potrafi poradzić sobie ze złożonymi problemami, dzięki inteligencji, kreatywności i uczeniu się. Te przejawy osobowości przedsiębiorczej widoczne są podczas codziennej aktywności zawodowej (i poza nią), składając się łącznie na tzw. postawę przedsiębiorczą.

Proces formowania się osobowości przedsiębiorczej jest procesem złożonym i dynamicznym. Wiadomym jest, że funkcjonowanie w ramach społeczności wymaga od jednostki podporządkowania się interesom całości. Każdy nowy członek społeczeństwa kształtowany jest w ten sposób, aby przyswoił sobie normy regulujące działanie. Społeczeństwo oddziałuje na jednostki poprzez kulturę, czyli zbiór zachowań ludzkich, które mieszczą się w obrębie wzorców społecznych oraz zbiór efektów tych zachowań<sup>9</sup>. Podobną definicję podaje R. Linton, używając również terminów „zachowanie” oraz „efekty zachowań”<sup>10</sup>. Można więc mówić o trzech wymiarach kultury, którymi są:

- 1) zachowania jawne (aspekt kinetyczny – działanie),
- 2) zachowania ukryte (aspekt psychologiczny – postawy i wartości),
- 3) aspekt materialny (rezultaty działania).

W efekcie tworzy w wymiarze jawnym tworzy się wzorzec kulturowy, czyli pewien zakres zachowań, stanowiących akceptowaną społecznie reakcję na daną sytuację. W wymiarze

---

<sup>7</sup> J.M. George, G.R. Jones, *Understanding and Managing Organizational Behavior*, Addison-Wessley Pub. Comp., Nowy Jork 1996, s. 312.

<sup>8</sup> Szerzej o badaniach weryfikujących istnienie wymiarów przedsiębiorczości w: J. Strojny, *Wielowymiarowość...*, dz. cyt., s. 141 i nast.

<sup>9</sup> A. Kłoskowska, *Kultura masowa. Krytyka i obrona*, PWN, Warszawa 1980, [za:] M. Pacholski, A. Słaboń, dz. cyt., s. 89.

<sup>10</sup> R. Linton, *Kulturowe podstawy osobowości*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2000, s. 47-53.

psychologicznym zaś powstaje osobowość podstawowa, czyli *jądro postaw i uczuć wspólnych wszystkim członkom jakiegoś społeczeństwa*<sup>11</sup>. Jest to osobowość modalna, tj. taka, która występuje najczęściej w danej zbiorowości<sup>12</sup>.

Kultura jest na początku rozwoju narzucana człowiekowi. W ten sposób staje się ona częścią jego własnej tożsamości, stając się podstawą dalszego rozwoju, w którym coraz większą rolę odgrywa sama jednostka i wewnętrzne procesy myślowe<sup>13</sup>. Można zatem mówić o dwóch poziomach kształtowania rozwoju osobowości przez kulturę. Jest to oddziaływanie bezpośrednie, pojawiające się w postaci kształtowania odpowiednich zachowań, akceptowanych z punktu widzenia społeczeństwa. Drugi typ wpływów ma charakter pośredni. Odbywa się bowiem za pomocą procesu percepcji pewnych wzorców. Tutaj jednak jednostka występuje jako podmiot aktywny, świadomie decydując, jakie elementy przyswoić. W pewnym stopniu proces ten jest kształtowany przez właściwości jednostki (np. jej intelekt, zdolności), w pewnym zaś przez podstawę kulturową nabytą we wczesnych fazach rozwoju<sup>14</sup>.

Mechanizm oddziaływania kultury na jednostkę, poprzez socjalizację, którą należy rozumieć jako *proces przyswajania przez jednostkę wiedzy, umiejętności i dyspozycji, czyniący ją zdolną do życia w społeczeństwie. Oddziaływania ze strony środowiska zmierzają do przekazania jednostce wzorów zachowań, norm, wartości oraz zdolności do samodzielnego utrzymania się i wykonywania określonych ról społecznych*<sup>15</sup>. Dzięki temu procesowi, człowiek może przystosować się do funkcjonowania w obszarze określonej kultury<sup>16</sup>. Socjalizacja jest więc aktywnym i zindywidualizowanym<sup>17</sup> *procesem rozwijania przez jednostkę zdolności do świadomej adaptacji*<sup>18</sup>, który trwa przez całe życie<sup>19</sup>. W okresie dzieciństwa występuje socjalizacja pierwotna, zaś po osiągnięciu pewnej dojrzałości osobistej – socjalizacja wtórna<sup>20</sup>. Oczywiście granice między tymi dwoma etapami nie są ostre. Okres pierwszych kilku lat życia, jest niesłychanie ważny – tworzą się bowiem w ramach osobowości, generalne systemy wartości i postaw. Dziecko nie dysponuje jeszcze na tyle rozwiniętymi zdolnościami poznawczymi, aby samodzielnie interpretować, oceniać i dobierać

---

<sup>11</sup> N. Sillamy, dz. cyt., s. 193.

<sup>12</sup> E. Nowicka, *Świat człowieka - świat kultury*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1997, s. 101.

<sup>13</sup> B. Bjerke, *Kultura a style przywództwa*, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2004, s. 34.

<sup>14</sup> R. Linton, dz. cyt., s. 167.

<sup>15</sup> M. Pacholski, A. Słaboń, dz. cyt., s. 162.

<sup>16</sup> G. Hofstede, *Kultury i organizacje*, PWE, Warszawa 2000, s. 377.

<sup>17</sup> Ł. Sułkowski, *Czy kultury organizacyjne zmierzają do unifikacji?*, „Zarządzanie zasobami ludzkimi” 2002, nr 3-4, s. 12.

<sup>18</sup> J. Szacki, *Historia myśli socjologicznej*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2005, s. 572.

<sup>19</sup> A.S. Reber, *Słownik psychologii*, Scholar, Warszawa 2000, s. 685.

<sup>20</sup> M. Pacholski, A. Słaboń, dz. cyt., s. 163.

czynniki, modyfikujące osobowość<sup>21</sup>. W opinii niektórych psychologów zauważa się przekonanie, iż osobowość kształtuje się przed osiągnięciem 21 roku życia<sup>22</sup>. Z całą pewnością istnieją już wtedy trwałe systemy wartości, a człowiek ma rozbudowane zdolności poznawcze i wnioski. Jednak w dalszym ciągu podlega wpływom otoczenia, które ewolucyjnie, a w wyniku traumatycznych zdarzeń, nawet rewolucyjnie mogą powodować zmiany osobowości. Jean Piaget mówi o nabywaniu pewnych schematów, które pozwalają człowiekowi na zrozumienie otaczającego świata, a wynikają z doświadczenia i wiedzy nabytych w trakcie rozwoju<sup>23</sup>. Zwraca się tutaj uwagę na rolę superego, które spełnia rolę wewnętrznej instytucji nagradzająco-karzącej<sup>24</sup>. Powstaje w ten sposób mechanizm autodyscyplinujący, który pozwala utrzymać zachowania zgodne z przyjętym wzorcem kulturowym.

Prócz autodyscypliny jednostka dyscyplinowana jest również przez oddziaływanie norm społecznych. Jest to pewnego rodzaju dyrektywa, wskazująca, jak członek społeczności powinien się zachować<sup>25</sup>. Normy *wyrażają praktyczne sposoby realizacji przyjętych wartości określają np., co wolno, a czego nie wolno robić, czego należy unikać, do czego dążyć*<sup>26</sup>. Społeczeństwo posiada także odpowiedni system nagród i kar (system wzmocnień), które zwiększają skuteczność oddziaływania na jednostkę<sup>27</sup>. Według teorii wzmocnienia, proces uczenia się wspomagany jest właśnie przez bodźce, które mają charakter wzmocnień pozytywnych bądź negatywnych (albo inaczej nagród i kar). W związku z tym, wzmocnieniem można nazwać wszystko, co skłania do podjęcia bądź zaniechania danego działania<sup>28</sup>. Człowiek zachowuje się więc w taki sposób (przyswaja i powiela zachowania), aby uzyskać nagrodę i unikać kary. Ważnym zatem elementem całego systemu, są oczekiwania. Wiążą się one z oceną prawdopodobieństwa, że wystąpi wzmocnienie, jeśli pojawi się określone zachowanie<sup>29</sup>. Znaczenie ma także wartość wzmocnienia. Powoduje ona, że człowiek zwraca uwagę, jakie wzmocnienia są dostępne w otoczeniu i wybiera takie zachowanie, które pociąga za sobą wzmocnienie o wartości relatywnie największej.

---

<sup>21</sup> K. Kálin, P. Müri, *Kierować sobą i innymi: psychologia dla kadry kierowniczej*, Wydawnictwo Profesjonalnej Szkoły Biznesu, Kraków 1998, s. 75.

<sup>22</sup> M. Holstein-Beck, *Być albo nie być menedżerem*, Infor, Warszawa 1997, s. 123.

<sup>23</sup> Ch.R. Lévy, *W jaki sposób nabywamy pojęcia i wartości ekonomiczne*, [w:] T. Tyszka (red.), *Psychologia ekonomiczna*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2004, s. 284-285.

<sup>24</sup> C.S. Hall, G. Lindzey, *Teorie osobowości*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1994, s. 220.

<sup>25</sup> M. Pacholski, A. Słaboń, dz. cyt., s. 113.

<sup>26</sup> J. Szaban, *Miękkie zarządzanie. Ze współczesnych problemów zarządzania ludźmi*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Przedsiębiorczości i Zarządzania im. Leona Koźmińskiego, Warszawa 2003, s. 3.

<sup>27</sup> A.S. Reber, dz. cyt., s. 330.

<sup>28</sup> W. Domachowski, dz. cyt., s. 75.

<sup>29</sup> B. Szmigielska, *Spoleczno-uczeniowa teoria osobowości Juliana B. Rottera*, [w:] A. Gałdowa (red.), *Współczesne koncepcje osobowości*, UJ, Kraków 1995, s. 15.

Mechanizm wzmocnień nie jest jednak jedynym. Naukowcy dostrzegają rolę obserwacji i naśladowania. Mają one duże znaczenie w przypadku przyswajania wartości społecznych. Ujawniają się jednak również, jako wzorce do naśladowania. Waldemar Domachowski, słusznie zauważa, że nie wszyscy z otoczenia społecznego stają się modelami, które dana jednostka gotowa jest naśladować. Oczywiście, poziom świadomości w tym zakresie wzrasta w miarę rozwoju osobowego człowieka. W każdym razie, naśladuje się te osoby, które są pożądane jako źródło aprobaty<sup>30</sup>.

Aby możliwy był wpływ czynnika socjalizacyjnego na osobowość człowieka, musi pojawić się zjawisko percepcji. Percepcja jest procesem, który pozwala zbudować obraz świata zewnętrznego (świadomość ekstraspekcyjna), a także obraz siebie (świadomość introspekcyjna)<sup>31</sup>. Składa się ona z procesów, pozwalających na odbiór i interpretację informacji z zewnątrz<sup>32</sup>. Można opisowo stwierdzić, że polega na formułowaniu hipotez i ich weryfikowaniu w oparciu o pozyskiwane informacje<sup>33</sup>. Procesy poznawcze, leżące u podstaw percepcji, występują pod dwiema podstawowymi postaciami. Są to mianowicie wrażenia i spostrzeżenia<sup>34</sup>. Wrażenie pojawia się w wyniku oddziaływania elementarnych bodźców na pojedyncze receptory, natomiast spostrzeżenia mają formę znacznie bardziej złożoną i wynikają z oddziaływania złożonych bodźców na różne narządy zmysłów. Człowiek nie przyswaja jednak wszystkich informacji wynikających z otoczenia. Zachodzi natomiast zjawisko percepcji selektywnej, która ma charakter intencjonalny, tzn. kierunkowana jest przez danego człowieka<sup>35</sup>. Widoczna jest nawet pewnego rodzaju organizacja percepcji, która bazuje na systemach wyobrażeń, pojęć i wartości i kształtuje sposób interpretacji otoczenia<sup>36</sup>. Czesław Sikorski mówi nawet o istnieniu kulturowo zdeterminowanych i subiektywnych wzorów percepcji, które powodują, że człowiek ma skłonność do odbierania rzeczywistości zgodnie z przyjętym wzorcem, a nie z rzeczywistością<sup>37</sup>.

Najbardziej złożoną czynnością poznawczą jest myślenie. Według J.F Terelaka, pojęcie to należy definiować jako proces obejmujący: planowanie, przewidywanie, ocenianie,

---

<sup>30</sup> W. Domachowski, *Przewodnik po psychologii społecznej*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1998, s. 77.

<sup>31</sup> J.F. Terelak, *Psychologia menedżera Wybrane zagadnienia psychologii organizacji i zarządzania*, Difin, Warszawa 1999, s. 49.

<sup>32</sup> R.W. Griffin, *Podstawy zarządzania organizacjami*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1999, s. 567; Zob. także: S.P. Robbins, *Zachowania w organizacji*, PWE, Warszawa 1998, s. 75.

<sup>33</sup> A. Grabowska, W. Budohoska, J. Kozielecki, *Procesy percepcji. Myślenie i rozwiązywanie problemów. Podejmowanie decyzji*, tom 1 *Psychologii ogólnej*, pod red. T. Tomaszewskiego, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1995, s. 10.

<sup>34</sup> J.F. Terelak, dz. cyt., s. 50.

<sup>35</sup> S.P. Robbins, dz. cyt., s. 79.

<sup>36</sup> M. Holstein-Beck, dz. cyt., s. 89.

<sup>37</sup> Cz. Sikorski, *Dysonanse kulturowe w organizacji*, „Zarządzanie zasobami ludzkimi” nr 3-4/2002, s. 35-36.

rozumienie, wnioskowanie oraz następujące operacje umysłowe: analizę, syntezę, porównywanie, abstrahowanie i uogólnianie<sup>38</sup>. Pierwszy z wymienionych procesów umysłowych – analiza, pozwala na rozdzielanie jakiegoś zagadnienia na części składowe, aby można je było lepiej zrozumieć. Synteza jest procesem odwrotnym, polegającym na łączeniu w całość składowych jakiegoś zjawiska. Dzięki porównaniu można obserwować podobieństwa i różnice między zjawiskami. Abstrahowanie wyodrębnia istotę problemu, przy pomijaniu innych cech, natomiast uogólnianie jest poszukiwaniem cech wspólnych dla jakiejś grupy zjawisk. Powyższe operacje wykorzystywane są szczególnie w przypadku najbardziej złożonych czynności myślowych, czyli w procesie rozumowania (myślenia pojęciowego). Pojęcia stanowią reprezentację rzeczywistości w umyśle człowieka. Odnoszą się zatem, do ogólnych właściwości zjawisk, budujących tę rzeczywistość.

Podsumowując dotychczasowe rozważania, pokusić się można o skonstruowanie pewnego rodzaju schematu, obrazującego przebieg procesu socjalizacji i autokreacji w kontekście kształtowania się postawy przedsiębiorczej. Społeczeństwo, poprzez dostępne instrumenty, takie jak wartości, normy, wzorce czy też mechanizmy wzmocnienia, wychowuje i socjalizuje jednostkę. Kształtują się w ten sposób indywidualne zbiory wartości, ujawniają się potrzeby. Człowiek wykazuje także określone postawy. Wszystko to znajduje, przynajmniej w części swoje odzwierciedlenie w działaniach jednostki. W miarę rozwoju psychicznego, coraz większego znaczenia nabierają procesy myślowe i autokreacji, które ujawniają się w postaci przyjmowania i realizowania konkretnych ról społecznych. Proces autokreacji opiera się o intencjonalne (świadome) kreowanie przemian wewnętrznych<sup>39</sup>. Jest to szczególnie widoczne właśnie w przypadku osób przedsiębiorczych, są nastawione raczej na ekspansywne kształtowanie innych niż bierne poddawanie się wpływom socjalizacyjnym. Właśnie dzięki takiej aktywnej postawie, jednostka zyskuje możliwość (instrument) kształtowania otoczenia, w którym funkcjonuje. Jak słusznie zauważa L. Gajos, poszerza się w ten sposób kulturowy dorobek grupy, w której osoba przedsiębiorcza funkcjonuje<sup>40</sup>.

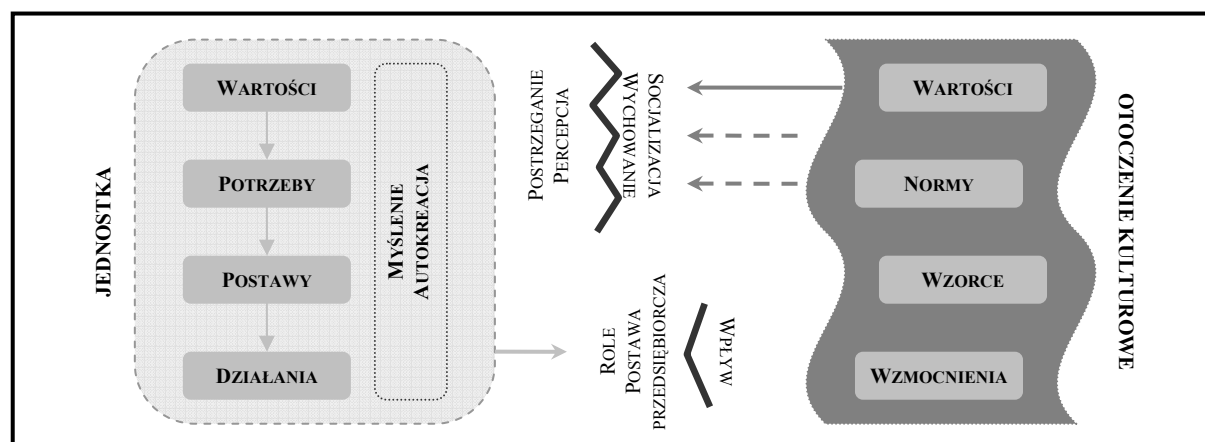
---

<sup>38</sup> J.F. Terelak, dz. cyt., s. 59.

<sup>39</sup> A. Miś, *Wybrane teorie rozwoju jednostki w praktyce zarządzania personelem*, „Zeszyty Naukowe” nr 466, AE w Krakowie, Kraków 1996, s. 14.

<sup>40</sup> L. Gajos, *Etos ludzi biznesu*, [w:] J. Dietl, W. Gasparski (red.), *Etyka biznesu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1997, s. 110.

**Rysunek 2. Proces kształtowania się postawy przedsiębiorczej**



Źródło: Opracowanie własne

W oparciu o rozważania przedstawione w niniejszym artykule, można się pokusić o sformułowanie kilku wniosków o charakterze praktycznym:

1. Postawy przedsiębiorcze kształtować można, dobierając taki zestaw wzmocnień, który umocni wewnątrzsterowność i dążenie do sukcesu;
2. W kształtowaniu przedsiębiorczości dużą rolę mogą odgrywać zdolności intelektualne, które determinują możliwości autokreacji;
3. Postawa przedsiębiorcza powstaje na gruncie kultury narodowej (osobowości podstawowej) i podlega z tego powodu ograniczeniom bądź wzmocnieniom;
4. Kształtowanie osobowości i postaw przedsiębiorczych łatwiej przebiega w przypadku osób młodych, jednak jest możliwe również przez całe życie. W związku z tym należy w organizacjach dobierać taki system wzmocnień, by mogła się ona pojawić.

## Bibliografia

- B. Bjerke, *Kultura a style przywództwa*, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2004.
- J. Dietl, W. Gasparski (red.), *Etyka biznesu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1997.
- W. Domachowski, *Przewodnik po psychologii społecznej*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1998.
- A. Gąłdowa (red.), *Współczesne koncepcje osobowości*, UJ, Kraków 1995.
- J.M. George, G.R. Jones, *Understanding and Managing Organizational Behavior*, Addison-Wesley Pub. Comp., Nowy Jork 1996.



- A. Grabowska, W. Budohoska, J. Koziński, *Procesy percepcji. Myślenie i rozwiązywanie problemów. Podejmowanie decyzji*, [w:] T. Tomaszewski (red.), *Psychologia ogólna*, tom 1, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1995.
- R.W. Griffin, *Podstawy zarządzania organizacjami*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1999.
- C.S. Hall, G. Lindzey, *Teorie osobowości*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1994.
- G. Hofstede, *Kultury i organizacje*, PWE, Warszawa 2000.
- M. Holstein-Beck, *Być albo nie być menedżerem*, Infor, Warszawa 1997.
- K. Kälin, P. Müri, *Kierować sobą i innymi: psychologia dla kadry kierowniczej*, Wydawnictwo Profesjonalnej Szkoły Biznesu, Kraków 1998.
- E. Karpowicz, *Menedżerowie w nowych rolach*, „Zarządzanie zasobami ludzkimi” 2002, nr 2.
- R. Linton, *Kulturowe podstawy osobowości*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2000.
- A. Miś, *Wybrane teorie rozwoju jednostki w praktyce zarządzania personelem*, „Zeszyty Naukowe” nr 466, AE w Krakowie, Kraków 1996.
- E. Nowicka, *Świat człowieka - świat kultury*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1997.
- M. Pacholski, A. Słabą, *Słownik pojęć socjologicznych*, AE w Krakowie, Kraków 1997.
- A.S. Reber, *Słownik psychologii*, Scholar, Warszawa 2000.
- S.P. Robbins, *Zachowania w organizacji*, PWE, Warszawa 1998.
- Cz. Sikorski, *Dysonanse kulturowe w organizacji*, „Zarządzanie zasobami ludzkimi” 2002, nr 3-4.
- N. Sillamy, *Słownik psychologii*, Wydawnictwo Książnica, Katowice 1998.
- J. Strojny, *Wielowymiarowość związku między przedsiębiorczością jako cechą osobowości przedsiębiorcy a działaniem małej i średniej firmy*, (maszynopis pracy doktorskiej), Akademia Ekonomiczna w Krakowie, Kraków 2006.
- Ł. Sulkowski, *Czy kultury organizacyjne zmierzają do unifikacji?*, „Zarządzanie zasobami ludzkimi” 2002, nr 3-4.
- J. Szaban, *Miękkie zarządzanie. Ze współczesnych problemów zarządzania ludźmi*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Przedsiębiorczości i Zarządzania im. Leona Kosińskiego, Warszawa 2003.
- J. Szacki, *Historia myśli socjologicznej*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2005.
- P. Sztompka i M. Kucia (red.), *Socjologia. Lektury*, Wydawnictwo Znak, Kraków 2005.
- J.F. Terelak, *Psychologia menedżera Wybrane zagadnienia psychologii organizacji i zarządzania*, Difin, Warszawa 1999.
- T. Tyszka (red.), *Psychologia ekonomiczna*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2004.

## **Abstract**

*The paper is an attempt to systematize the knowledge of shaping entrepreneurial attitudes. The process of socializing which includes influence of reference groups on shaping human*

*personality has been pointed out. The socializing has a particular meaning in the early phase of human development. An adult can also be liable to socializing but in such a situation also the process of self creation has to be taken into account. Both mechanisms affect each other influencing as a result on shaping the entrepreneurial attitude.*

#### **Nota o autorze**

Autor jest adiunktem w Zakładzie Procesu Zarządzania w Wyższej Szkole Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie. Wcześniej przez 5 lat był Specjalistą ds. Badań i Analiz Instytutu Gospodarki WSiIZ w Rzeszowie. W pracy badawczej koncentruje się na zagadnieniach przedsiębiorczości w kontekście psychologii osobowości, socjologii organizacji, zarządzania oraz rozwoju lokalnego