

Zbigniew Piskorz

Psychologia przedsiębiorczości – sylwetka psychologiczna przedsiębiorcy

1. Wprowadzenie

Rozwój przedsiębiorczości traktowany jest powszechnie jako podstawa rozwoju gospodarczego. Małe i średnie przedsiębiorstwa są aktualnie głównymi czynnikami rozwoju gospodarczego i tworzenia miejsc pracy. Ponad 90% europejskich firm, to firmy małe i średnie. Dynamiczny rozwój przedsiębiorstw małej i średniej skali zapoczątkowany w latach osiemdziesiątych spowodował wzrost badań w tym obszarze. Badania te koncentrują się na poszukiwaniu determinant sukcesu przedsiębiorczego i prowadzone są w ramach wielu dyscyplin naukowych (ekonomia, nauki o zarządzaniu, socjologia, psychologia). Psychologia przedsiębiorczości koncentruje się na poszukiwaniu właściwości osobowych mogących być predykatorem sukcesu ekonomicznego przedsiębiorców. Badania te obejmują trzy kluczowe obszary. Po pierwsze ukierunkowane są one na poszukiwanie cech jednostki powiązanych z sukcesem przedsiębiorcy, po drugie analizowana jest rola kompetencji społecznych, jako zmiennych powiązanych ze skutecznością przedsiębiorcy. Trzeci obszar zainteresowań psychologii przedsiębiorczości, to poznawcze funkcjonowanie osób prowadzących firmy. Szczególnie intensywnie w tym obszarze rozwijają się badania nad mechanizmem wykrywania okazji biznesowych.

Prezentacja rezultatów empirycznych poszukiwań cech osobowości powiązanych ze skutecznością przedsiębiorczą jest celem opracowania.

2. Definicje przedsiębiorcy

Badania nad przedsiębiorczością prowadzone są z perspektywy wielu dyscyplin wiedzy: ekonomii, nauk o zarządzaniu, socjologii, psychologii. Mimo tak wielodyscyplinarnego podejścia występuje dość duży konsensus, co do tego, co stanowi istotę przedsiębiorczości. Najbardziej klasycznymi definicjami przedsiębiorcy są trzy poniższe:

- **Frank Knight (1925)** – przedsiębiorca, to osoba podejmująca ryzyko i skłonna do angażowania się w niepewne sytuacje.

- **Joseph Schumpeter (1935)** – przedsiębiorca, to osoba wnosząca nowe kombinacje, kreator, innowator.
- **I. Kirzner (1973)** – przedsiębiorca, to osoba wrażliwa (czujna) na korzystne okazy zmiany.

Definicje te, chociaż akcentują trochę inne aspekty stanowiące istotę przedsiębiorczości, są wobec siebie komplementarne. W pierwszej z nich akcentowany jest fakt, że przedsiębiorca to osoba skłonna do podejmowania ryzyka i radząca sobie z funkcjonowaniem w warunkach niepewności. Z kolei drugi z badaczy akcentuje, że istotą przedsiębiorczości jest innowacyjność. Przedsiębiorca więc to ktoś, kto wprowadza nowe produkty, usługi lub sposoby funkcjonowania na rynku. W ujęciu trzecim akcentuje się to, że w rolę przedsiębiorcy wcielają się jednostki charakteryzujące się specyficzną właściwością związaną z uwrażliwieniem na korzystne biznesowo zmiany. W świetle przedstawionych powyżej ujęć przedsiębiorca to osoba ukierunkowana na przeszukiwanie otoczenie z punktu widzenia korzystnych okazji biznesowych, charakteryzująca się postawą twórczą i innowacyjną oraz nie obawiająca się podejmować skalkulowanego ryzyka.

3. Co robi przedsiębiorca?

Charakterystykę specyfiki sytuacji, w której funkcjonuje przedsiębiorca, rozpoczniemy od przedstawienia kilku liczb. W roku 2006 w Polsce powstało około 300 tysięcy nowych firm, a uległo likwidacji około 250 tysięcy. Podobny trend obserwujemy we wszystkich krajach. W wypadku Polski, na każde 6 nowo powstałych likwidacji ulega pięć już funkcjonujących firm. Przedstawione dane wskazują na unikalność tego typu aktywności. Trudno byłoby znaleźć inny podobny przykład aktywności, w którym występują podobne tendencje. Co takiego specyficznego jest w aktywności przedsiębiorczej? Poszukując odpowiedzi na to pytanie, prześledźmy podstawowe zachowania angażujące przedsiębiorców. Charakterystyczne kategorie zachowań przedsiębiorców to:

- zakładanie przedsiębiorstw;
- aktywne przeszukiwanie środowiska w poszukiwaniu okazji;
- poszukiwanie nowych/innowacyjnych rozwiązań;
- samodzielne organizowanie zasobów i przekształcanie okazji biznesowych w produkty, usługi itp. i wprowadzanie ich na rynek;
- dążenie do osiągnięcia profitów i/lub wzrostu firmy;
- ponoszenie ryzyka związanego z tymi zachowaniami.

Każda z tych kategorii zachowań stawia przed przedsiębiorcą złożone i różnorodne wymagania. Spójrzmy na aktywność przedsiębiorcy z jeszcze innego punktu widzenia – cech sytuacji, w której musi on funkcjonować:

- brak jednostek wydających polecenia, wyznaczających cele i kontrolujących wyniki;
- występuje niepewność, wieloznaczność i zagrożenia;
- wymaga utrzymywania intensywnych kontaktów społecznych;
- zmieniające się otoczenie wymaga elastyczności i gotowości wypróbowywania nowych sposobów działania.

Nie wdając się w analizę źródeł niepewności, złożoności i dynamiki sytuacji, w której musi funkcjonować przedsiębiorca stwierdzić należy, że stawia ona duże wymagania przed osobą podejmującą się tej roli. Powodzenie odnieść mogą osoby, które skutecznie radzą sobie w tak złożonej sytuacji. Warto zaznaczyć, że wspomniane cechy sytuacji, w której znajduje się przedsiębiorca, są cechami immanentnymi, żadne regulacje prawne nie są w stanie ich znieść, a aktualne trendy rozwojowe (np. globalizacja) tylko je jeszcze wzmocniają i komplikują.

Popularne hasło liberalnych polityków „weźcie sprawy we własne ręce” zakłada, że sprawowanie osobistej kontroli nad własnym życiem zawodowym jest czymś, czego ludzie pragną w domyśle, że nie jest to takie trudne. Wystarczy, że państwo zrealizuje „ideę jednego okienka” i inne proste recepty. Oczywiście regulacje prawne mogą ułatwić i uprościć pewne obszary aktywności przedsiębiorców. Samodzielna aktywność gospodarcza powoduje, że jednostka sama musi sobie radzić z niepewnością i wieloznacznością. Przytoczone na wstępie liczby wskazują, że nie jest to rzecz łatwa.

4. Dopasowanie właściwości osoby do wymagań środowisko jako warunek sukcesu

Banalnym jest stwierdzenie, że każdy z nas preferuje i/lub dobrze sobie radzi w określonych typach zadań, rodzajach aktywności. Te nasze preferencje i sukcesy uwarunkowane są przez wiele czynników wśród nich naszymi cechami osobowości lub wiedzą i doświadczeniem. Ogólna zasada rządząca naszymi preferencjami i skutecznym działaniem wiąże się z dopasowaniem właściwości jednostki do wymagań sytuacji. Wymagania te mogą odnosić się do naszych stałych dyspozycji (np. poziomu inteligencji), jak i bardziej zmiennych właściwości, takich jak nasza wiedza, określone umiejętności (Markman, Baron 2003). Osoba introwertywna, nie czerpiąca przyjemności z kontaktów z innymi ludźmi, ma małe szanse na odniesienie sukcesu w roli przedstawiciela handlowego, nawet przy doskonałej znajomości sprzedawanego produktu. W przypadku takiej osoby mamy do czynienia z niedopasowaniem jej właściwości do wymagań sytuacji – częstych kontaktów z innymi ludźmi. Opisane powyżej podstawowe cechy sytuacji przedsiębiorczych stawiają przed osobami podejmującymi rolę przedsiębiorcy określone wymagania. Przedsiębiorca samodzielnie musi wyznaczać sobie cele i wytrwale dążyć do ich realizacji w szybko zmieniającym się i konkurencyjnym otoczeniu.

Dla wyjaśnienia związku cech osobowości z sukcesem w roli przedsiębiorcy posłużyć się można zaproponowanym przez Schneidera (1987) modelem ASA (*attraction – selection- attrition*). Po pierwsze, dla jednostek o pewnych cechach osobowości bardziej atrakcyjne może być wejście w rolę przedsiębiorcy niż inne formy zatrudnienia. W drugim kroku mamy do czynienia z selekcją dokonywaną przez podmioty zewnętrzne – pracowników banków, dostawców, kluczowych potencjalnych pracowników, klientów. Wszyscy oni mogą faworyzować osoby posiadające określone cechy osobowości. I na koniec jednostki z pewnymi cechami mogą w aktywności przedsiębiorczej znajdować więcej satysfakcji niż posiadacze innych cech. Dzięki dopasowaniu cech do wymagań sytuacji mogą one skutecznie działać jako przedsiębiorcy.

5. Jak poszukiwano unikalnych właściwości przedsiębiorców?

Poszukiwanie właściwości jednostki dopasowanych do wymagań sytuacji przedsiębiorczych, to jeden z celów psychologii przedsiębiorczości. Badacze koncentrują się na poszukiwaniu odpowiedzi na dwa kluczowe pytania: 1) Czy przedsiębiorcy różnią się cechami osobowości od nieprzedsiębiorców, 2) Co różni przedsiębiorców, którzy odnieśli sukces od tych, którzy takiego sukcesu nie odnieśli? Celem poszukiwań w tych obszarach jest wykrycie cech gwarantujących funkcjonowanie z sukcesem w sytuacjach przedsiębiorczych.

Poszukując personalnych wyznaczników przedsiębiorczości analizuje się różnice w obrębie cech osobowości pomiędzy jednostkami zaangażowanymi w działalność przedsiębiorczą a różnymi grupami porównawczymi. Przedmiotem porównań są najczęściej charakterystyki osobowościowe:

- przedsiębiorców i nieprzedsiębiorców,
- przedsiębiorców – menedżerów,
- przedsiębiorców odnoszący sukces i przedsiębiorców nie odnoszący sukcesu,
- osób ujawniających intencje założenia firmy i osób nie mające takich zamiarów.

Tak wielorakie porównania mają na celu jak najprecyzyjniejsze uchwycenie cech związanych z sukcesem przedsiębiorczym. Szczególnie często w badaniach dokonuje się porównań przedsiębiorców z menedżerami pracującymi w korporacjach. Te dwie grupy wydawałoby się, że funkcjonują w tych samych sytuacjach. Menedżerowie funkcjonują jednak w ramach organizacji, które wyznaczają im obszary działania i dążą do redukcji niepewności, poprzez wyznaczanie celów i zadań do zrealizowania. To co odróżnia warunki, w których funkcjonują menedżerowie i przedsiębiorcy, to to, że ci pierwsi funkcjonują w bardziej ustrukturalizowanych sytuacjach. Przedsiębiorcy z natury rzeczy działają w warunkach słabo strukturalizowanych, w których sami podejmują próby ich strukturalizacji poprzez samodzielne wyznaczanie celów, lecz to z kolei wiąże się z koniecznością dokonywania przez nich ryzykownych wyborów.

Psycholodzy, poszukując unikalnych cech związanych z funkcjonowaniem w roli przedsiębiorcy, porównują również różne typy przedsiębiorców. Choć w literaturze funkcjonuje wiele typologii przedsiębiorców, badacze koncentrują się najczęściej na porównaniach dwóch typów – przedsiębiorców nastawionych na rozwój i przedsiębiorców nastawionych na dochód. Celem tych ostatnich jest przede wszystkim zapewnienie bezpieczeństwa ekonomicznego sobie i swojej rodzinie. Przedsiębiorcy pierwszego typu w aktywności przedsiębiorczej poszukują możliwości zaspokojenia wielu innych potrzeb, takich jak samorealizacja i inne. Ich celem nie jest jedynie sukces ekonomiczny, lecz to, co ich pociąga, to rozwój firmy poprzez wprowadzanie różnego typu innowacji.

W badaniach poszukujących osobowościowych uwarunkowań skuteczności przedsiębiorczej wykorzystuje się szereg metod badawczych – od analiz jakościowych do diagnoz ilościowych. Szczególne miejsce w poszukiwaniu odpowiedzi na pytanie czy istnieją unikalne cechy związane ze skutecznością przedsiębiorczą, zajmują badania wykorzystujące statystyczną metodę metaanalizy. Umożliwia ona dzięki porównaniu rezultatów dotychczasowych badań empirycznych określenie, jak istotne i powtarzalne są związki

pomiędzy badanymi zmiennymi. Metoda ta pozwala także na wykrycie czynników moderujących siłę tego związku.

6. Osobowościowe wyznaczniki przedsiębiorczości

Prowadzone od lat osiemdziesiątych XX wieku intensywne badania nad osobowościowymi wyznacznikami sukcesu w aktywności przedsiębiorczej obejmowały szerokie spektrum różnic indywidualnych. W dalszej części przedstawione zostaną te cechy osobowości, które z teoretycznego i empirycznego punktu widzenia charakteryzują się najsilniejszym związkiem z sukcesem przedsiębiorczym.

6.1. Potrzeba osiągnięć

W sytuacjach, gdy wynik działania może być oceniony jako sukces lub jako porażka u podstaw naszej motywacji leżą dwa konkurujące motywy – potrzeba odniesienia sukcesu i potrzeba uniknięcia porażki. Ludzie różnią się siłą każdej z tych potrzeb. Dla opisu różnic indywidualnych w tym zakresie McClelland zaproponował koncepcję potrzeby osiągnięć (patrz Boski 1975). Osoby, u których chęć odniesienia sukcesu góruje nad dążeniem do zabezpieczenia się przed porażką, to osoby o wysokiej potrzebie osiągnięć, czyli inaczej mówiąc to jednostki charakteryzujące się orientacją na sukces (Boski 1975). Krótką charakterystyką osób o różnym natężeniu potrzeby sukcesu zawarto w tabeli 1.

Tabela 1. Charakterystyka osób o różnym natężeniu potrzeby sukcesu

ORIENTACJA NA OSIĄGANIE SUKCESU	ORIENTACJA NA UNIKANIE PORAŻKI
<ul style="list-style-type: none"> • preferują zadania średnio trudne • realistyczny poziom aspiracji • zaufanie do własnych umiejętności • przewaga postawy dumy • odroczone gratyfikacja • wytrwałość w działaniu i rozwiązywaniu problemów • porażka interpretowana jako brak włożonego wysiłku • wyznaczanie sobie długoterminowych celów • kierowanie się zapałem i ambicją 	<ul style="list-style-type: none"> • preferują zadania łatwe lub trudne • nierealistyczny poziom aspiracji • brak wiary we własne siły • przewaga postawy wstydu • preferencje natychmiastowych nagród • łatwe zniechęcanie się i rezygnacja z kontynuacji działania • porażka interpretowana jako brak zdolności • wyznaczanie sobie celów krótkoterminowych • wycofywania się

Osoby charakteryzujące się realistycznym poziomem, wyznaczające sobie cele, w których sukces jest zależny przede wszystkim od ich kompetencji, potrafiące wyznaczać sobie odległe cele związane z odroczonymi korzyściami, to właściwości jednostki zorientowanej na osiągnięcie sukcesu. Skuteczne funkcjonowanie w roli przedsiębiorcy wymaga wyznaczania sobie celów możliwych do osiągnięcia, konstruktywnej reakcji na porażki oraz niejednokrotnie rezygnacji z szybkiego otrzymania korzyści na rzecz większych, lecz odlo-

zonych w czasie. Twórca koncepcji potrzeby osiągnięć mocno akcentował, że jest to kluczowa zmienna związana z sukcesem przedsiębiorcy. Teza ta uzyskała mocne potwierdzenie w wielu badaniach empirycznych. W jednym z badań dokonano porównania dwóch typów przedsiębiorców (nastawionych na rozwój i nastawionych na dochód) oraz menedżerów (Stewart i in. 1998). Rezultaty tych badań przedstawione zostały w tabeli 2.

Tabela 2. Porównanie natężenia potrzeby osiągnięć przedsiębiorców i menedżerów.

Potrzeba osiągnięć	<i>p</i>
Przedsiębiorca zorientowany na rozwój vs Menedżer	.0001
Przedsiębiorca zorientowany na dochód vs Menedżer	.10
Przedsiębiorca zorientowany na rozwój vs Przedsiębiorca zorientowany na dochód	.001

p – oznacza poziom istotności różnic.

Przedsiębiorcy zorientowani na rozwój charakteryzują się wyższym poziomem potrzeby osiągnięć niż przedstawiciele pozostałych porównywanych grup. Porównanie przedsiębiorców nastawionych na dochód i menedżerów ujawniło nieco wyższy poziom potrzeby osiągnięć u tych pierwszych, ale różnica ta znajduje się na pograniczu istotności statystycznej.

Przeprowadzone metaanalizy kilkudziesięciu badań nad związkiem potrzeby osiągnięć i przedsiębiorczością w dość spójny sposób wskazują, że potrzeba osiągnięć jest istotnym predykatorem sukcesu przedsiębiorcy i wykazuje zarazem, że przedsiębiorcy charakteryzują się wyższym poziomem tej właściwości niż menedżerowie i reszta populacji (Collins, Ganges, Locke 2004).

Dane empiryczne wskazują, że znaczące różnice w natężeniu tej potrzeby występują pomiędzy przedsiębiorcami a menedżerami, przedsiębiorcami odnoszącymi sukces i tymi bez sukcesu oraz różnymi typami przedsiębiorców. Dane empiryczne wskazują także, że osoby ujawniające intencje założenia firmy w przyszłości charakteryzują się wyższą potrzebą osiągnięć niż jednostki nie przewidujące takiej możliwości. Natężenie potrzeby osiągnięć mającej wpływ na funkcjonowanie w warunkach, gdy podjęte działanie ocenione może być jako sukces lub porażka, w świetle badań empirycznych jest ważnym predykatorem sukcesu przedsiębiorczego.

6.2. Poczucie kontroli

Zmienna ta została zaproponowana przez Rottera dla opisu różnic indywidualnych w zakresie ulokowania źródeł kontroli własnego działania (Kaufmann, Welsh, Bushmarin, 1996). Osoby o wewnętrznym poczuciu kontroli uważają, że rezultaty ich aktyw-

ności zależą przede wszystkim od ich zdolności, motywacji, zaangażowania. Odwrotnie rzecz się ma z osobami o zewnętrznym poczuciu kontroli. One mają poczucie, że to sytuacja zewnętrzna przede wszystkim ma wpływ na wyniki ich działania (np. szczęście, układy itp.). Zestawienie kluczowych właściwości osób wewnątrz- i zewnątrzsterownych zawiera tabel 3.

Tabela 3. Charakterystyka osób wewnątrzsterownych i zewnątrzsterownych

OSOBY WEWNĄTRZSTEROWNE	OSOBY ZEWNĄTRZSTEROWNE
<ul style="list-style-type: none"> • koncentracja na sobie • otwartość na doświadczenia • orientacja na osiągnięcie celu • duża pewność siebie • wytrwałość w działaniu • refleksyjność w podejmowaniu decyzji • analityczność myślenia • wysoki poziom zorganizowania 	<ul style="list-style-type: none"> • koncentracja na innych • dogmatyczność i konserwatyzm poznawczy • orientacja na uniknięcie porażki • lęklivość • podatność na frustracje • impulsywność w podejmowaniu decyzji • globalność myślenia • chaotyczność

Jednostki o wewnętrznym poczuciu kontroli mają przekonanie, że są zdolne do wpływu na swój przyszły rozwój poprzez podejmowane działania. Osoby o zewnętrznym poczuciu kontroli są przekonane, że ich własne działania mają mały wpływ na ich przyszłe wyniki, a sukces lub porażka w dużym stopniu zdeterminowane są przez czynniki losowe lub przez zewnętrzne otoczenie. Można więc przewidywać, że jednostki o wewnętrznym poczuciu kontroli mają większe szanse na sukces w roli przedsiębiorcy niż jednostki o zewnętrznym poczuciu kontroli. Wewnątrzsterowność sprzyja bowiem samodzielnemu wyznaczaniu celów, one zaś wpływają na zachowania poprzez:

- ukierunkowanie uwagi na istotne elementy zadania,
- opracowanie strategii działania,
- mobilizację do podjęcia wysiłku,
- zwiększenie wytrwałości.

Literatura psychologiczna dostarcza dowodów, że poczucie kontroli jest stabilną cechą osobowości o ważnych konsekwencjach behawioralnych. Właściwości osób wewnątrzsterownych to cechy osób, które mają szansę z powodzeniem funkcjonować w warunkach niepewności, samodzielnego wyznaczania sobie celów – czyli w roli przedsiębiorcy. Ogólnie mówiąc osoby zewnątrzsterowne preferują relatywnie bardziej ustrukturalizowane sytuacje i rutynowe zadania, podczas gdy wewnątrzsterowni bardziej angażują się w złożoną aktywność, w której sukces uzależniony jest od posiadanych umiejętności. Że tak jest rzeczywiście dowodzą badania wskazujące, iż przedsiębiorcy charakteryzują się wyższym poziomem wewnątrzsterowności niż przedstawiciele innych grup zawodowych – ilustruje to tabela 4 (Cromie 2001).

Tabela 4. Poziom wewnętrznego poczucia kontroli w różnych grupach zawodowych

Grupy zawodowe	Wewnętrzna kontrola (max-12)	Odchylenie standardowe SD
Przedsiębiorcy	9,51	1,68
Wykładowcy	8,24	2,07
Nauczyciele	8,17	2,13
Kierownicy	8,06	2,13
Urzędnicy	7,50	2,37
Pielęgniarki	7,76	2,21
Studenci (licencjat)	7,61	2,12
Trenerzy sprzedaży	7,90	1,29

Na wewnątrzsterowność jako ważną cechę przedsiębiorcy wskazuje wiele innych badań, w których wykazano, że różnią się oni w sposób istotny w tym zakresie od menedżerów i nieprzedsiębiorców. (Stewart i in., 1998; Strzelecki, Kot 2000; Wesołowska 2003). Tyszka ze współpracownikami (1997) wykazał z kolei, że osoby o wewnętrznym poczuciu kontroli charakteryzują się bardziej prorynkowymi postawami. Wyższy poziom wewnętrznego poczucia kontroli wykazano także w badaniach nad menedżerami i przedsiębiorcami we wschodnich Niemczech (Utsch, Rauch, Rothfuss, Fresk 1999).

Przekonanie o sprawowaniu kontroli nad własnym działaniem jest więc ważnym predykatorem odniesienia sukcesu w aktywności przedsiębiorcy.

6.3. Poczucie własnej skuteczności

Właściwość ta odnosi się do tego, jak jednostka spostrzega swoją zdolność radzenia sobie w określonych sytuacjach lub zadaniach (Bandura 1982). Przekonania o własnej skuteczności wpływają na to, jakie rodzaje działań wybieramy i z jakim zaangażowaniem i wytrwałością je realizujemy. Bandura uważał, że poczucie własnej skuteczności zależne jest od konkretnej sytuacji czy zadania. Oznacza to, że spostrzegać możemy własną skuteczności w jednym typie zadań jako wysoką, w innym zaś jako niską.

Psychologowie przeprowadzili wiele badań nad poczuciem własnej skuteczności przedsiębiorczej. Chen ze współpracownikami (1999) wyodrębnił pięć obszarów związanych z funkcjonowaniem przedsiębiorstwa, a następnie dokonał porównania poczucia skuteczności przedsiębiorców i menedżerów. Zdefiniował on poczucie własnej skuteczności przedsiębiorczej, jako siłę przekonania jednostki, że jest zdolna z sukcesem pełnić rolę i wykonywać zadania stojące przed przedsiębiorcą. Rezultaty tego porównania przedstawione zostały w tabeli 5.

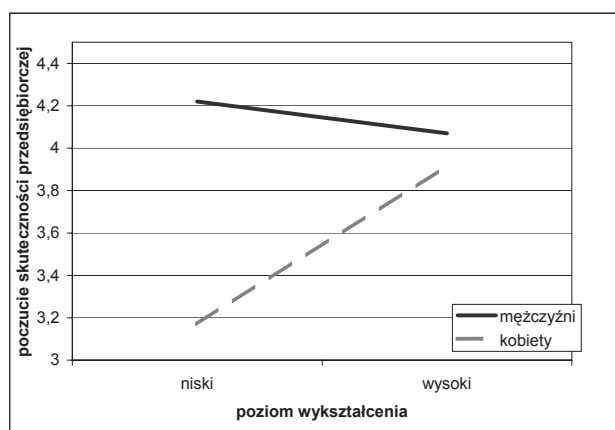
Tabela 5. Poczucie skuteczności przedsiębiorczej przedsiębiorców i menedżerów

Poczucie skuteczności przedsiębiorczej (PSP)						
	ogółem	marketing	innowacje	zarządza- nie	podejmo- wanie ryzyka	kontrola finansowa
przedsiębiorcy	3.94	3.66	4.02	3.85	4.47	3.71
menedżerowie	3.74	3.56	3.70	3.78	4.15	3.51
<i>p</i>	.01	n.i.	.001	n.i.	.001	n.i.

p – oznacza poziom istotności różnic.

Przedsiębiorcy charakteryzowali się, w porównaniu z menedżerami, wyższym poczuciem własnej skuteczności w obszarze innowacji i podejmowania ryzyka oraz syntetycznym wskaźnikiem poziomu własnej skuteczności przedsiębiorczej. W zakresie pozostałych trzech obszarów przedsiębiorcy i menedżerowie nie różnili się spostrzeganym poziomem własnej skuteczności. Badania nad wyznacznikami poczucia własnej skuteczności przedsiębiorczej wykazały, że zależy ono od płci, wykształcenia biznesowego i własnego doświadczenia zawodowego. Mężczyźni charakteryzują się wyższym poczuciem skuteczności przedsiębiorczej niż kobiety, także jednostki o wykształceniu biznesowym i te posiadające doświadczenie zawodowe charakteryzują się wyższym poziomem skuteczności przedsiębiorczej (Chen, Greene, Crick 1998; Markman, Balkin, Baron 2002; Markman, Baron, 2003). Badania ujawniły także ciekawą interakcję płci i poziomu wykształcenia. Została ona przedstawiona na rycinie 1.

Rycina 1. Związek poziomu wykształcenia z poczuciem skuteczności przedsiębiorców kobiet i mężczyzn.



Poczucie skuteczności przedsiębiorczej zależne jest od poziomu wykształcenia, ale tylko w grupie kobiet. Kobiety z wyższym wykształceniem mają istotnie wyższe poczucie tego typu skuteczności niż kobiety z niższym poziomem wykształcenia. W przypadku mężczyzn związek taki się nie ujawnił.

Mimo że Bandura początkowo akcentował dziedziczny charakter spostrzeganej własnej skuteczności, aktualnie coraz więcej badaczy reprezentuje pogląd, że poszczególne jednostki różnią się też ogólnym poczuciem skuteczności – czyli uogólnionym przekonaniem, że jest się w stanie poradzić sobie z różnego typu zadaniami i trudnościami (Scholz, Sud, Schwarzer 2002). Takie zgeneralizowane poczucie wpływa również na motywacje do podejmowania działań, wytrwałość i odporność na sytuacje trudne w trakcie ich realizacji. Badania nad przedsiębiorcami potwierdzają, że i w tym zakresie różnią się oni od ogółu populacji (Markman, Balkin, Baron, 2002). Ujawniono w nich związek ogólnego poczucia skuteczności z rocznym dochodem konstruktorów sprzętu medycznego prowadzących własne firmy. W skrajnych grupach tzn. 10% z najwyższym wskaźnikiem i 10% z najniższym wskaźnikiem ogólnego poczucia własnej skuteczności, różnica w rocznych zarobkach wynosiła ponad 35.000 dolarów.

6.4. Skłonność do ryzyka

Przedsiębiorca, aby odnieść sukces na rynku musi podejmować decyzje w warunkach niepewności, spowodowanej brakiem wystarczającej informacji oraz dużą ich złożonością i dynamiką. Gdy zastanawiamy się, co różni przedsiębiorców od innych ludzi, to zazwyczaj wskazujemy na skłonność do podejmowania ryzyka. Osoby przedsiębiorcze postrzegane są jako osoby bardziej skłonne do podejmowania ryzyka. W tabeli 6 przedstawiona została ogólna charakterystyka osób różniących się poziomem skłonności do podejmowania ryzyka.

Tabela 6. Charakterystyka osób o wysokiej i niskiej skłonności do ryzyka

Osoby preferujące ryzyko	Osoby nie preferujące ryzyka
• spontaniczni	• systematyczni
• elastyczni	• powściągliwi
• skoncentrowani na pozytywnych wynikach	• skoncentrowani na negatywnych wynikach
• przekonani o posiadaniu kontroli nad sytuacją	• przekonani o braku kontroli nad sytuacją
• dążą do podejmowania konkurencji	• obawiający się porażki
• tolerują błędy	• nie tolerują błędów
• nastawieni na nowe informacje	• unikają zasady „prób i błędów”
• preferujący częste zmiany	• preferujący rutynę i stałość
• preferujący nowości	• preferujący stabilność i znane sytuacje

Charakterystyka osób bardziej skłonnych do podejmowania ryzyka wydaje się lepiej dopasowana do sytuacji, w których musi funkcjonować przedsiębiorca. Aby udzielić odpowiedzi, czy przedsiębiorcy rzeczywiście charakteryzują się ponadprzeciętną gotowością do podejmowania ryzyka przyjrzyjmy się wynikom badań empirycznych. W tabeli 7 przedstawiono podsumowanie badań nad skłonnością do podejmowania ryzyka w róż-

nych obszarach w zależności od płci, wieku (młodzi-starszy) i roli zawodowej (przedsiębiorca – przedsiębiorcy). (Nicholson, Soane, Fenton-O’Creevy, Willman, 2005).

Tabela 7. Skłonność do różnego rodzaju ryzyka a płeć, wiek i rola zawodowa

Rodzaj ryzyka	płeć	wiek	Rola zawodowa
Rekreacyjne/styl życia	M	Młodzi*	
Zdrowotne	M	Młodzi	
Kariera zawodowa	M	Młodzi*	Przedsiębiorcy*
Finansowe	M*	Młodzi*	Przedsiębiorcy
Niebezpieczne zachowania	M*	Młodzi	
Społeczne		Młodzi	Przedsiębiorcy
Ogółem	M	Młodzi	Przedsiębiorcy

* oznacza szczególnie duże różnice

Przedsiębiorcy charakteryzowali się wyższą skłonnością ryzyka niż inni ludzie w podejmowaniu ryzyka społecznego, finansowego i w zakresie kariery zawodowej. Nie różnili się od ogółu populacji gotowością podejmowania ryzyka w obszarze zachowań zdrowotnych, stylu życia i skłonności do niebezpiecznych zachowań.

W badaniach Stewarta i współpracowników (1998) porównano skłonność do ryzyka dwóch typów przedsiębiorców i menedżerów (patrz tabela 8).

Tabela 8. Porównanie skłonność do ryzyka przedsiębiorców i menedżerów.

Skłonność do ryzyka	<i>p</i>
Przedsiębiorca zorientowany na rozwój vs Menedżer	.0001
Przedsiębiorca zorientowany na dochód vs Menedżer	.0001
Przedsiębiorca zorientowany na rozwój vs Przedsiębiorca zorientowany na dochód	.05

p – oznacza poziom istotności różnic.

Oba typy przedsiębiorców w sposób zdecydowany charakteryzowały się wyższą skłonnością do podejmowania ryzyka niż menedżerowie. Różnica w preferencjach ryzyka między typami przedsiębiorców okazały się nieco mniej wyraziste, lecz statystycznie istotne. Przedsiębiorcy nastawieni na rozwój są bardziej skłonni angażować się w ryzykowną aktywność.

Ważnych danych związanych z pytaniem, czy przedsiębiorcy lubią ryzyko, dostarczają analizy przeprowadzone przez Stewarta i Ruth (2001). Badacze ci, posługując się

metodą metaanalizy, prześledzili wiele badań, chcąc sprawdzić, czy różnice w podejmowaniu ryzyka między przedsiębiorcami i menedżerami są wystarczająco częste. Uzyskane rezultaty wskazują, że w zdecydowanej większości badań ujawniono, że skłonność do podejmowania ryzyka w większym stopniu charakteryzuje przedsiębiorców niż menedżerów. Wnioski te zyskały potwierdzenie w badaniach nad poziomem testosteronu w porównywanych grupach. Związek testosteronu z preferowaniem ryzyka dowiedziony został w wielu badaniach. White, Thornhill i Hampton (2006) w przeprowadzonych badaniach wykazali, że przedsiębiorcy w porównaniu do menedżerów charakteryzują się zarówno wyższym poziomem testosteronu, jak i skłonnością do ryzyka.

6.5. Kreatywność

Znaczenie kreatywności dla przedsiębiorczości akcentował szczególnie J. Schumpeter (1995). Twierdził on, że przedsiębiorcy są przede wszystkim innowatorami, twórcami i poprzez to tworzą warunki dla rozwoju gospodarczego. Kreatywność i innowacyjność jako ważny wyznacznik sukcesu przedsiębiorczego wskazywana jest przez wielu badaczy (Drucker 2004; Ward 2004). Czym jest kreatywność? Badacze powszechnie akceptują definicję kreatywności jako zdolności do generowania nowych i użytecznych pomysłów. Badania z kolei wskazują, że jest ona ważną kategorią różnic indywidualnych. Ludzie różnią się łatwością tworzenia nowych pomysłów. Prześledźmy dane empirycznego dotyczące tego, czy przedsiębiorcy rzeczywiście przewyższają innych poziomem łatwości generowania nowych i użytecznych pomysłów. W jednym z badań porównywano poziom kreatywności mierzony popularną skalą *Kriton Adaptator/Inventor* (KAI) w różnych grupach grupach porównawczych. W tabeli 9 przedstawiono charakterystykę osób twórczych (innowatorów) i jednostek mniej twórczych (adaptatorów).

Tabela 9. Charakterystyka osób o wysokim i niskim poziomie kreatywności.

	Skala KAI – Kritona	
	Adaptator	Innowator
Rozwiązywanie problemu	Do zadanego problemu poszukuje sposobów jego najskuteczniejszego rozwiązania	Redefiniuje problem starając się przełamać wstępne, definicyjne założenia (ograniczenia) i dąży do rozwiązania lepsze
Rozwiązania	Podaje rozwiązania dobrze przemyślane, wystarczające do rozwiązania problemu, lecz często zawodzące w obliczu występujących przeszkód	Generuje nieoczywiste idee często nieakceptowane przez innych, lecz często zawierające rozwiązanie nierozwiązalnego problemu
Sposób postępowania	Preferuje dobrze ustrukturalizowane sytuacje, jest dobry we wprowadzaniu nowych elementów do istniejących sposobów postępowania	Preferuje słabo zdefiniowane sytuacje wymagające wykorzystania nowych informacji /zmiany, gotów jest zaakceptować duże ryzyko

Dopasowanie do organizacji	Sprawnie funkcjonuje w stabilnym otoczeniu, lecz ma trudności z funkcjonowaniem w sytuacji zmian	Zachowuje się elastycznie w czasie zmian, lecz miewa trudności z pracą w niezmiennych obszarach funkcjonowania organizacji
Percepcja przez innych	Postrzegany przez innowatorów jako solidny, konformistyczny, przewidywalny i ograniczany przez system	Przez adaptatorów postrzegany jako niesolidny, niepraktyczny, ryzykujący, tworzący dysonans i irytujący

W badaniach nad związkiem kreatywności z przedsiębiorczością uzyskano szereg ciekawych wyników (Buttner, Gryszkiewicz 1993). Po pierwsze wykazano, że przedsiębiorcy rzeczywiście uzyskują wyższe wyniki w tej skali, świadczące o ich wyższym poziomie kreatywności niż menedżerowie. „Nowi” przedsiębiorcy tzn. ci, którzy prowadzili firmy mniej niż dwa lata, charakteryzowali się wyższymi wynikami niż przedsiębiorcy „starzy”, którzy prowadzili tę samą firmą dłużej niż 8 lat. Także ci przedsiębiorcy, którzy byli założycielami więcej niż dwóch firm, osiągnęli wyższy wynik niż ci przedsiębiorcy, którzy byli założycielami tylko jednej firmy. Badacze porównując przedsiębiorców innowatorów (wysokie wyniki w skali KAI) i adaptatorów (niskie wyniki w KAI) stwierdzili, że ci pierwsi mieli przeciętnie dwukrotnie więcej założonych firm na swoim koncie.

Tabela 10. Różnice w poziomie kreatywności w różnych grupach porównawczych

	Przedsiębiorca	Menedżer	<i>p</i>
Skala KAI	113.2	96	.001
	Przedsiębiorca „Nowy” < 2 lat	Przedsiębiorca „Stary” > 8 lat	
Skala KAI	118.3	110.8	.05
	Założyciel tylko jednej firmy	Założyciel 2 lub więcej firm	
Skala KAI	110.7	122.6	.01
	Niski wynik w KAI Adaptator	Wysoki wynik w KAI Innowator	
Ilość założonych firm	1.2	2.4	.03

p – oznacza poziom istotności różnic.

Podobne zależności wykazano w badaniach nad jednym z podstawowych wymiarów ludzkiej osobowości – otwartością na doświadczenia (Ciavarella, i in. 2004). Otwartość na nowe doświadczenia traktowana jest jako bazowy wymiar ludzkiej natury (McCrae, Costa 2006). Ciavarella i współpracownicy (2004) w swoich badaniach uzyskali wyniki wskazujące na to, że przedsiębiorcy otwarci na nowe doświadczenia, byli założycielami większej liczby firm niż ci o małej otwartości. Poszukiwanie nowości powoduje, że przedsiębiorcy o tej cesze, po założeniu firmy i jej zorganizowaniu tracą zainteresowanie nią, nie pociąga ich funkcjonowanie w warunkach dobrze ustrukturalizowanych. Podobnie rzecz się ma, jak już wspomnieliśmy powyżej, z osobami o innowacyjnym stylu funkcjonowania poznawczego.

Rezultaty wskazujące na to, że przedsiębiorców charakteryzuje wysoki poziom kreatywności uzyskano w badaniach z wykorzystaniem także innych wskaźników kreatywności. Ames i Runco (2005) wykazali, że przedsiębiorcy osiągają wyższe wyniki niż menedżerowie w skalach mierzących łatwość generowania różnorodnych pomysłów, charakteryzuje więc ich wyższy poziom myślenia dywergencyjnego. Z kolei Stewart i in. (1998) w swoich badaniach wykazali, że tylko przedsiębiorcy nastawieni na rozwój są zdecydowanie bardziej innowacyjni niż menedżerowie. Ci przedsiębiorcy, którzy nastawieni są na dochód, a więc zapewnienie sobie bezpieczeństwa fizycznego, co prawda osiągnęli wyższy wynik niż menedżerowie w skalach innowacyjności, lecz różnica ta jest na granicy istotności statystycznej. Okazali się też oni mniej innowacyjni niż przedsiębiorcy nastawieni na rozwój swojej firmy.

Tabela 11. Poziom innowacyjności różnych typów przedsiębiorców i menedżerów.

Innowacyjność	<i>p</i>
Przedsiębiorca zorientowany na rozwój vs Menedżer	.0001
Przedsiębiorca zorientowany na dochód vs Menedżer	.10
Przedsiębiorca zorientowany na rozwój vs Przedsiębiorca zorientowany na dochód	.01

p – oznacza poziom istotności różnic.

Dane empiryczne wskazują także, że założyciele firm kierujący nimi, charakteryzują się wyższym poziomem kreatywności od swoich podwładnych (Engle, Mah, Sadri, 1997). W świetle przedstawionych danych kreatywność to ważna właściwość odróżniająca przedsiębiorców nie tylko od ogólnej populacji, ale i od menedżerów.

6.6. Wielka piątka – podstawowe cechy osobowości

Model pięciu wymiarów osobowości jest powszechnie aprobowanym podejściem do opisu osobowości. Zgodnie z nim fundamentem ludzkiej osobowości jest pięć czynników (McCrae, Costa 2005). Charakterystykę tych dwubiegunowych wymiarów zawiera tabela 12.

Biorąc pod uwagę wymiary sytuacji, w których funkcjonują przedsiębiorcy i menedżerowie oraz charakterystykę podstawowych cech osobowości, można sformułować szereg przypuszczeń o ich związku z każdą z tych dwóch ról. W dalszej części krótko przedstawimy kierunek postulowanych związków.

Neurotyczność. Menedżerowie funkcjonując w ramach organizacji w swojej aktywności wspierani są poprzez różnego rodzaju reguły i procedury organizacyjne oraz ponoszą odpowiedzialność tylko za określone aspekty funkcjonowania firmy. Z kolei przed-

siębiorky funkcjonują w relatywnie gorzej ustrukturalizowanym otoczeniu, ponosić pełną odpowiedzialność za całość prowadzonego przedsiębiorstwa. Wiąże się z tym z reguły wyższy poziom presji czasu i związany z nią stres. Można więc przewidywać, że przedsiębiorcy w porównaniu z menedżerami powinni charakteryzować się niższym poziomem neurotyczności, charakteryzować ich powinna stabilność emocjonalna.

Tabela 12. Charakterystyka pięciu podstawowych wymiarów osobowości

CZYNNIK	OPIS
Neurotyzm – odnosi się do emocjonalnego reagowania, realizmu w myśleniu i odporności na stres	
Neurotyczność (niestabilność)	Osoby neurotyczne są podatne na irracjonalne pomysły, wykazujące niepewność. Reagują silnie lekiem, łatwo zniechęcają się i załamują w trudnych sytuacjach.
Stabilność emocjonalna	<i>Osoby zrównoważone są emocjonalnie stabilne, spokojne, zrelaksowane i odporne na stres, realistycznie myślące</i>
Ekstrawersja – dotyczy społecznego funkcjonowania, określa jakość i intensywność interakcji społecznych	
Ekstrawersja	Ekstrawertycy to osoby przyjacielskie i serdeczne, towarzyskie i rozmowne, są optymistyczni. Wykazują tendencje do dominowania, są aktywne i pełne wigoru.
Introwersja	<i>Introwertycy to osoby wykazujące rezerwę w kontaktach społecznych, brak optymizmu, chłód i przebywanie na uboczu.</i>
Otwartość – odzwierciedla tendencję do poszukiwania i tolerancji nowych doświadczeń	
Otwartość na nowe doświadczenia	Osoby otwarte są ciekawe zjawisk, kreatywne, mają żywą i twórczą wyobraźnię oraz wykazują ciekawość intelektualną. Skłonne są do kwestionowania autorytetów, są niezależne w sądach.
Zamkniętość	<i>Osoby zamknięte są konwencjonalne w zachowaniu i konserwatywne w poglądach. Preferują uznane społecznie sposoby działania.</i>
Ugodowość – związana jest z jakością ustosunkowań do ludzi - od współczucia do postaw antagonistycznych	
Duża ugodowość	Osoby o dużej ugodowości są sympatyczne, opiekuńcze w kontaktach z innymi. Można je określić jako prostopolne, prostopolne, szczere i altruistyczne.
Mała ugodowość	<i>Osoby mało ugodowe są egocentryczne, podejrzliwe, krytyczne wobec innych. Nastawione przede wszystkim rywalizacyjnie, agresywnie.</i>
Sumiennosc – odnosi się do zadaniowej sfery życia człowieka	
Duża sumiennosc	Osoby sumienne opisywane są jako zorganizowane, skrupulatne, odpowiedzialne, wytrwałe w dążeniu do celów. Duże nasilenie tej cechy wiąże się z pracoholizmem, skłonnością do utrzymywania porządku i perfekcjonizmem.
Mała sumiennosc	<i>Osoby małej sumiennosci, są mało skrupulatne, leniwe w wypełnianiu obowiązków, hedonistycznie nastawione do życia przy jednoczesnym braku jasno sprecyzowanych celów życiowych.</i>

Ekstrawersja. Zarówno rola menedżera jak i przedsiębiorcy związana jest z funkcjonowaniem w różnych kontekstach społecznych. Jakość i intensywność relacji społecznych w obu przypadkach różni się jednak. Przedsiębiorca musi utrzymywać zdecydowanie bardziej różnorodne kontakty społeczne np. z pracownikami banków, dostawcami, klientami pracownikami. Przedsiębiorca, który musi utrzymywać intensywne bezpośrednie kontakty społeczne z podmiotami wewnątrz jak i na zewnątrz organizacji, powinien charakteryzować się wyższym poziomem ekstrawersji niż menedżer zatrudniony w dużym przedsiębiorstwie.

Otwartość na nowe doświadczenia. Jak już wcześniej wspominaliśmy, rola przedsiębiorcy nieodłącznie wiąże się z wprowadzaniem innowacji. Zakładanie firmy wymaga od założyciela poszukiwania nowych idei i wykorzystania swojej kreatywności w rozwiązywaniu problemów organizacyjnych oraz poszukiwaniu innowacyjnych produktów, usług czy też strategii. Menedżer funkcjonuje w oparciu o reguły i procedury organizacyjne. W jego wypadku nawet mimo gwałtownych zmian otoczenia, organizacyjne procedury i reguły zapewniają pewną względną stabilność. Dlatego też przedsiębiorcy powinni charakteryzować się wyższym poziomem otwartości na nowe doświadczenia, taka bowiem postawa stanowi istotną przesłankę sukcesu.

Ugodowość. Właściwość ta wyznacza jakość ustosunkowań osoby wobec innych ludzi. Osoby o wysokiej ugodowości charakteryzuje nadawanie wysokiej wartości współdziałaniu oraz preferencji pozytywnych relacji interpersonalnych. Osoby o niskim poziomie ugodowości charakteryzuje tendencja do manipulowania, koncentracja na sobie i krytyczność wobec innych. Badania empiryczne wskazują, że skuteczne kierowania innymi wymaga relatywnie niższego poziomu ugodowości. Menedżer zmuszony jest podejmować nieraz trudne decyzje naruszające dobre relacje z podwładnymi. Biorąc pod uwagę różnorodność złożonych kontaktów społecznych przedsiębiorcy, można oczekiwać, że będą oni charakteryzowali się jeszcze niższym poziomem ugodowości niż menedżerowie.

Sumienność. Cecha ta jest wskaźnikiem stopnia zorganizowania, wytrwałości i zaangażowania w osiągnięcie celów. Niektórzy z badaczy uważają, że właściwość ta jest wręcz wskaźnikiem zdolności do ciężkiej pracy. Wiele danych empirycznych wskazuje, że jest to istotny predyktor sukcesu w wielu zawodach i na licznych stanowiskach. Biorąc pod uwagę cechy sytuacji, w której działa przedsiębiorca i menedżer, można przypuszczać, że przedsiębiorcy, aby odnieść sukces, powinni charakteryzować się wyższą sumiennością niż menedżerowie.

Zhao i Seibert (2006) przeprowadzili metaanalizę ponad dwudziestu badań, w których wykorzystano koncepcje „wielkiej piątki” w badaniach porównawczych przedsiębiorców i menedżerów. Przeprowadzone przez nich porównania umożliwiają weryfikację sformułowanych powyżej hipotezy. Analiza związków omówionych pięciu podstawowych cech osobowości z pełnieniem roli menedżera i przedsiębiorcy dostarcza ważnych informacji, co do cech związanych z sukcesem przedsiębiorczym. W tabeli 13 przedstawiono syntetyczne rezultaty wspomnianej powyżej metaanalizy.

Tabela 13. Osobowość przedsiębiorców i menedżerów
– podsumowanie rezultatów metaanalizy.

Cechy osobowości	przedsiębiorcy	menedżerowie
Neurotyzm	-	+
Ekstrawersja	0	0
Otwartość na nowe doświadczenia	+	-
Ugodowość	-	+
Systematyczność	+	-

oznaczenia: (-) - mniejsze natężenie cechy; (0) - brak różnic; (+) - wyższe natężenie cechy

Dane zawarte w tabeli 13 wskazują, że znaczące różnice pomiędzy przedsiębiorcami i menedżerami występują w przypadku czterech fundamentalnych cech osobowości. Przedsiębiorcy charakteryzują się wyższym niż menedżerowie poziomem otwartości na nowe doświadczenia i sumienności. W przypadku dwóch kolejnych cech – neurotyzmu i ugodowości – charakteryzuje ich niższy poziom tych właściwości niż menedżerów. Wbrew sformułowanym powyżej oczekiwaniom nie ujawniono różnic między przedsiębiorcami i menedżerami w natężeniu piątej cechy ekstrawersji. Okazało się, że wysoki poziom ukierunkowania na kontakty społeczne i czerpanie z nich przyjemności jest jednakowo ważny dla sukcesu menedżerskiego jak i przedsiębiorczego.

7. Podsumowanie – sylwetka psychologiczna przedsiębiorcy

Wśród omówionych atrybutów przedsiębiorcy wyróżnić możemy dwie ich kategorie. Pierwszą z nich stanowią podstawowe cechy osobowości, wpływające na funkcjonowanie w roli przedsiębiorcy w sposób pośredni. To na ich bazie kształtują się właściwości mające bezpośredni związek ze skutecznym funkcjonowaniem przedsiębiorcy. Do tej kategorii należą czynniki wielkiej piątki: stabilność emocjonalna, ekstrawersja, otwartość na nowe doświadczenia, relatywnie niska ugodowość i skrupulatność. Druga kategoria właściwości ma bardziej bezpośredni wpływ na aktywność przedsiębiorcy. Kreatywność ma związek z rozwiązywaniem problemów otwartych, słabo zdefiniowanych. Z kolei potrzeba osiągnięć współdeterminuje poziom i jakość wyznaczanych sobie przez przedsiębiorcę celów. Dwie kolejne cechy – poczucie kontroli i poczucie własnej skuteczności – mają również ważne konsekwencje behawioralne. Decydują one o poczuciu sprawowaniu kontroli nad sytuacją, zdarzeniami. To poczucie sprawowania kontroli umożliwia przedsiębiorcy sprawne funkcjonowanie w złożonych i zmiennych warunkach. Mają one także wpływ na wytrwałość i intensywność zachowaniach, czyli poziom zaangażowania w podejmowaną działalność. Ostatnia z omówionych cech – skłonność do podejmowania ryzyka – powoduje, że osoby o takiej charakterystyce nie unikają angażowania się w sytuacje niepewne. Niepewność jest bowiem nieodłącznie związana z aktywnością przedsiębiorcy. Profil psychologiczny przedsiębiorców to profil charakterystyczny dla jednostek mających poczucie wpływu na otaczającą ich rzeczywistość. Syntetyczny opis sylwetki psychologicznej przedsiębiorcy przedstawiony został w tabeli 14.

Tabela 14. Sylwetka psychologiczna skutecznego przedsiębiorcy

	Opis
Podstawowe cechy osobowości	
Stabilność emocjonalna	Zrównoważony emocjonalnie i odporny na stres
Ekstrawersja	Czerpiący przyjemność z kontaktów społecznych, towarzyski lecz równocześnie asertywny.
Otwartość na nowe doświadczenia	Nastawiony na poszukiwanie nowych doświadczeń, charakteryzujący się ciekawością intelektualną.
Ugodowość relatywnie niska	W kontaktach z innymi skoncentrowany relatywnie bardziej na sobie, nie starający się dążyć przede wszystkim do pozytywnych relacji interpersonalnych. Dzięki temu może być skuteczny w negocjacjach handlowych.
Sumienność	Dobrze zorganizowany, potrafiący ciężko pracować, zaangażowany w realizację celów, wytrwały w dążeniu do celu.
Specyficzne cechy osobowości	
Potrzeba osiągnięć	Dążący przede wszystkim do osiągnięcia sukcesu, a nie uniknięcia porażki, ustalający realistyczne cele, w których sukces jest zależny głównie od własnych kompetencji.
Wewnętrzne poczucie kontroli	Przekonany, że może kontrolować sytuację, upatrujący uwarunkowań wyników swoich działań we własnych zdolnościach, motywacji itp.
Poczucie skuteczności przedsiębiorczej	Przekonany, że potrafi skutecznie radzić sobie z zadaniami obejmującymi podstawowe obszary funkcjonowania przedsiębiorcy: marketing, zarządzanie, wprowadzanie innowacji, kontrola finansowa i podejmowaniem decyzji ryzykownych w warunkach niepewności.
Poczucie skuteczności ogólnej	Charakteryzuje się także zgeneralizowanym poczuciem skuteczności w wielu innych obszarach aktywności.
Kreatywność	Potrafi identyfikować i tworzyć innowacje, znajduje rozwiązanie w sytuacjach słabo strukturalizowanych.
Słonność do ryzyka	Jest osobą skłoną do funkcjonowania w warunkach niepewności, ograniczonych informacji i podejmować ryzyko.

Przedstawione rezultaty badań empirycznych wskazują, że sylwetka psychologiczna przedsiębiorcy (zbiór cech) jest istotnym predykatorem skuteczności przedsiębiorcy. Obok czynników wewnętrznych (związanych z osobą przedsiębiorcy) powodzenie w aktywności przedsiębiorczej współwyznaczone jest przez czynniki zewnętrzne (np. regulacje prawne, aspekty społeczno-gospodarcze). Lecz najbardziej nawet sprzyjające warunki zewnętrzne (przejrzyste przepisy) nie zagwarantują jednostce sukcesu w samodzielnej działalności gospodarczej, jeżeli nie będzie ona posiadała zespołu cech dopasowanych do wymiarów sytuacji (niepewność, zmienność), w której będzie musiała funkcjonować.

Literatura

- Ames, M., Runco, M. A. (2005). Predicting entrepreneurship from ideation and divergent thinking. *Creativity and Innovation Management*, 14, 311-315.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: the exercise of control*. New York: Freeman & Co.
- Boski, P. (1975). Potrzeba osiągnięć jako psychologiczny czynnik rozwoju społeczno-ekonomicznego. [w:] J. Reykowski (red.). *Osobowość a społeczne zachowanie się ludzi*. Warszawa: Książka i Wiedza.
- Buttner, E. H., Gryskiewicz, N. (1993). Entrepreneurs' problem-solving styles: an empirical study using the Kriton Adaption/Innovation theory. *Journal of Small Business Management*, 1, 22-31.
- Chen, C. C., Greene, P. G., Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 13, 295-316.
- Ciavarella, M. A., Buchholz, A. K., Riordan, C. M., Gatewood, R. D. & Stokes, G. S. (2004). The big five and venture survival: is there a linkage? *Journal of Business Venturing*, 19, 465-483.
- Collins, C. J., Hanges, P. J., Locke, E. A. (2004). The relationship of achievement motivation to entrepreneurial behavior: a meta-analysis. *Human Performance*, 17, 95-117.
- Drucker, P. (2004). *Natchnienie i fart, czyli innowacja i przedsiębiorczość*. Studio Emka.
- Engle, D., Mah, J. J., Sadri, G. (1997). An empirical comparison of entrepreneurs and employees: implication for innovation. *Creativity Research Journal*, 10, 45-49.
- Kaufmann, P., Welsh, D., Bushmarin, N. V. (1996). Locus of control and entrepreneurship in the Russian republic. *Entrepreneurship Theory and Practice*, fall, 43-56.
- Kirzener, I. M. (1973). *Competition and entrepreneurship*. Chicago: University Of Chicago Press.
- Knight, F. H. (1925/1971). *Risk, Uncertainty and Profit*. Chicago: University Of Chicago Press.
- McCrae, R. R., Costa, P. T. Jr. (2005). *Osobowość dorosłego człowieka*. Kraków: Wydawnictwo WAM.
- Markman G. D., Baron, R. A. (2003). Person-entrepreneurship fit: why some people are more successful as entrepreneurs than other. *Human Resource Management Review*, 13, 281-301.
- Markman G. D., Balkin, D. B., Baron, R. A. (2002). Investors and new venture formation: the effects of general self-efficacy and regretful thinking. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Winter, 149-165.
- Nicholson, N., Soane, E., Fenton-O'Creevy, P., Willman, P. (2005). Personality and domain-specific risk taking. *Journal of Risk Research*, 8, 157-176.
- Palich, L. E., Bagby D. R. (1995). Using theory to explain entrepreneurial risk-taking: challenging conventional wisdom. *Journal of Business Venturing*, 10, 425-438.
- Scholz, U., Sud, S., Schwarzer, R. (2002). Is general self-efficacy a universal construct. *European Journal of Psychological Assessment*, 18, 242-251.
- Schumpeter, J. (1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge Mass. : Harvard University Press.
- Shane, S., Vankataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as field of research. *Academy of Management Review*, 25, 217-226.
- Stewart, W. H., Roth, P. L. (2001). Risk propensity differences between entrepreneurs and managers: a meta-analytic review. *Journal of Applied Psychology*, 86, 145-153.
- Stewart, W. H., Watson, W. E., Carland, J. C., Carland, J. (1998). A proclivity for entrepreneurship: a comparison of entrepreneurs, small business owners, and corporate managers. *Journal of Business Venturing*, 14, 189-214.
- Strzałecki, A., Kot, D. (2000). Osobowościowe wymiary twórczej przedsiębiorczości. *Przegląd Psychologiczny*, t. 43, 351-360.
- Tyszka, T. (1997). *Psychologia zachowań ekonomicznych*. Warszawa: PWN
- Utsch, A., Rauch, A., Rothfuss, R., Frese, M. (1999). Who becomes a small scale entrepreneur in a post-socialist environment: on the differences between entrepreneurs and managers in East German. *Journal of Small Business Management*, July, 31-42.
- Ward, T. B. (2004). Cognition, creativity, and entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 19, 173-188.

Wesołowska, E. (2003). *Psychologiczny portret prywatnego przedsiębiorcy*. Olsztyn: Wydawnictwo Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego.

White, R. E., Thornhill, S., Hampson, E. (2006). Entrepreneurs and evolutionary biology: the relationship between testosterone and new venture creation. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 100, 21-34.

Zaleśkiewicz, T. (2004). Przedsiębiorczość i podejmowanie ryzyka. (W) T. Tyszka (red.) *Psychologia ekonomiczna* (303-333): Gdańsk. GWP.

Zhao, H., Seibert, S. E. (2006). The big five personality dimensions and entrepreneurial status: a meta-analytical review. *Journal of Applied Psychology*, 91, 259-271.