

# Katarzyna Biegańska

---

## Przedsiębiorca i przedsiębiorczość : blaski i cienie sukcesu

---

Acta Universitatis Lodzianis. Folia Psychologica 8, 183-195

---

2004

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej [bazhum.muzhp.pl](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

KATARZYNA BIEGAŃSKA

Zakład Psychologii Pracy  
i Doradztwa Zawodowego  
Instytut Psychologii UŁ

**PRZEDSIĘBIORCA I PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ  
– BLASKI I CIENIE SUKCESU**

**WSTĘP**

Podejmując współcześnie w Polsce problem psychologiczny, należy mieć na uwadze możliwość jego zakorzenienia w makrosytuacji zwanej transformacją. Transformacja może być źródłem, przyczyną zaistnienia konkretnego stanu, zjawiska, a przynajmniej jednym z ważnych modyfikatorów. Dotyczy to z pewnością przedsiębiorczości i grupy przedsiębiorców oraz kształtów ich sukcesu.

Przedsiębiorczość jest owocem transformacji, a także warunkiem niezbędnym do jej sukcesu. W wymiarze życia konkretnego człowieka przedsiębiorczość jest koniecznym wyposażeniem, aby ten radził sobie w ciągle zmieniającej się sytuacji. Stąd aktualność i ważkość badań psychologicznych nad przedsiębiorczością i jej uwarunkowaniami. Zainteresowania psychologów i wyniki ich dociekań służą zatem transformacji jako takiej, jak i człowiekowi w sytuacji transformacji.

Transformacja zrodziła wielkie możliwości i wielkie zagrożenia w sferze psychicznego samopoczucia społeczeństwa. Realne stały się: utrata poczucia bezpieczeństwa socjalnego i zagrożenie ubóstwem, rozbicie poczucia „zbiorowego losu”, niepokoje aksjologiczne, instrumentalizacja norm i wartości (Marody 1998). Rozpowszechniła się apoteoza sukcesu ekonomicznego i człowieka efektywnego. Skuteczność i zysk stały się kategoriami, za pomocą których opisuje się przydatność człowieka w wielu wymiarach życia społecznego, a szczególnie w sytuacji pracy. Takie magiczne słowa, jak : „kariera”, „sukces”, „bogactwo”, zaczęły określać kształty szczęśliwości. Wycisnęły piętno

na codziennym życiu wielu ludzi, którzy świadomie bądź nieświadomie przyjmują nowe wzorce życia, kładąc na szali swoje dotychczasowe wartości i sposoby ich realizacji. Dążenie do dobrobytu zaczęło wiązać się z coraz to większym zaangażowaniem w pracę, wysiłkiem, narastającymi kosztami psychologicznymi w sytuacji pracy zawodowej. To kolejny ważki obszar, w którym psychologia winna wykazać się przydatna społecznie poprzez wkład na rzecz szeroko rozumianego zdrowia psychicznego społeczeństwa w okresie „wielkiej zmiany”.

### PRZEDSIĘBIORCA I PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ

Na gruncie ekonomii pierwsze definicje przedsiębiorcy i przedsiębiorczości sięgają swymi korzeniami końca XVIII w. W okresie tym francuski ekonomista R. Cantillon stworzył swoją teorię przedsiębiorczości. Według Cantillona jest ona „polowaniem na okazje”. Okazją może być np. lokalna nierównowaga na rynku, mogąca przynieść zysk nadzwyczajny. Przedsiębiorca jest „podmiotem ryzyka”, może działać na pożyczonym kapitale i działa po stronie podażowej – wychodzi naprzeciw istniejącym potrzebom.

Początek XX w. przyniósł nowe spojrzenie na przedsiębiorcę. Znanie z tego okresu są twierdzenia F. Knighta, J. Schumpetera, T. Kirznera (Gruszecki 1994; Piasecki 1997). Knight uważa za przedsiębiorcę każdego, kto spełnia warunek samozatrudnienia, kontroluje działalność firmy, ponosi odpowiedzialność za jej wynik. Może też działać w tradycyjnej dziedzinie i to różni jego poglądy od poglądów J. Schumpetera, który akcentował znaczenie innowacji, zerwania z rutyną, łącznie z burzeniem istniejących struktur. J. Schumpeter zakładał konieczność zmiany i rozwoju. On też wprowadził podział na imitatorów (tych, którzy imitują działania przedsiębiorcze) i innowatorów (tych, którzy mają nowe pomysły, produkują nowe wyroby, kreują nowe rynki). Sam element ryzyka, które ponoszą również imitatorzy, nie wystarcza, by być przedsiębiorcą i nie jest też warunkiem koniecznym. T. Kirzner natomiast podkreślał, że podstawowym pojęciem charakteryzującym działalność przedsiębiorcy jest niepewność, a najważniejszym zadaniem poszukiwanie okazji i nowych szans, których inni jeszcze nie spostregli.

B. Piasecki (1997) klasyfikuje definicje przedsiębiorcy i przedsiębiorczości spotykane w literaturze na trzy kategorie.

1. Definicje odnoszące się do działań ekonomicznych w gospodarce. Są to np. definicje wspomnianych wyżej – F. Knighta, J. Schumpetera, a także R. C. Ronstadta. R. C. Ronstadt jako funkcje przedsiębiorczości wymienia: inicjowanie jakiegoś działania, kierowanie społecznymi i ekonomicznymi

mechanizmami, w celu uzyskania efektu ekonomicznego, ponoszenie ryzyka i akceptacja niepewności.

2. Definicje odnoszące się do cech przedsiębiorców jako źródeł przedsiębiorczości. Mogą to być cechy o charakterze psychologicznym (np. potrzeba osiągnięć, skłonność do ryzyka) lub socjologicznym (środowisko: rodzina, edukacja, przynależność do klas czy mniejszości).

3. Definicje odnoszące się do przedsiębiorczości jako sposobu menedżerskiego zachowania. Przykładem takiego ujęcia jest behawiorystyczna teoria przedsiębiorczości H. Stewensona i wsp. Przedsiębiorczość to „pogoń za okazjami pomijając zasoby aktualnie kontrolowane” (za: Piasecki 1997). Ten sposób działania ujawnia się we wszelkich aktach zarządzania: formułowaniu strategii firmy, dostrzeganiu okazji i zaangażowaniu w nie, wykorzystywaniu zasobów, strategii zatrudniania, wynagradzania i motywowania i innych.

Istotnym rozróżnieniem, którego nie należy pominąć, to przedsiębiorca i menedżer. Menedżer może działać na sposób przedsiębiorczy, lecz nie spełnia innych istotnych warunków. Ten podział można przybliżyć przez analizę dwóch słów: *entrepreneur* i *intrapreneur*. *Entrepreneur* to przedsiębiorca, który zakłada firmę i sam nią kieruje, podejmując pełne ryzyko. *Intrapreneur* to ktoś, kto posiada szereg zdolności, cech charakterystycznych dla przedsiębiorcy, m. in.: zdolności kierownicze, inicjatywę i pomysłowość. Głównie wymaga się od niego profesjonalnych kwalifikacji w konkretnej dziedzinie, np. finansów czy marketingu.

Czynnikami, które charakteryzują indywidualnego przedsiębiorcę i w pełnym wymiarze odróżniają go od innych pracowników, pełniących jedynie podobne funkcje, są: indywidualna własność firmy i uzależnienie od niej kondycji finansowej przedsiębiorcy i jego rodziny, pełna niezależność w podejmowaniu decyzji, elastyczność wyrażająca się w „chwytaniu okazji”, pełne zaangażowanie, wykorzystywanie osobistych kontaktów w penetracji rynku, ścisłe kontakty z odbiorcami produktów i usług, holistyczny charakter zarządzania firmą i mało biurokratyczny system kontroli (Piasecki 1997).

Przedsiębiorczość jest także przedmiotem zainteresowań psychologii, a zwłaszcza psychologii ekonomicznej, której twórcą jest George Katona (Tyszka 1997).

Przedsiębiorczość to właściwość jednostki wyrażająca się w „zdolności i skłonności do inicjowania i podejmowania nowych działań” (Tyszka 1997). Są to działania, które wykraczają poza utarte schematy i ograniczenia. S. Tokarski (1998) definiuje przedsiębiorczość jako gotowość do podejmowania działań niepewnych, tzn. takich, które mogą być zwieńczone niepowodzeniem. Przedsiębiorczość to także poszukiwanie możliwości działania, bez względu na zasoby będące aktualnie w dyspozycji. Zależy ona od wielu czynników: cech podmiotowych i sytuacyjnych, wiedzy podmiotu na temat korzyści

plynących z przedsiębiorczości, chęci obrony cenionych wartości, chęci posiadania autorytetu, lęku przed niepowodzeniem i innych. Natężenie poszczególnych czynników może nasilać lub osłabiać przedsiębiorczość (Tokarski 1998).

Zasadniczym przedmiotem zainteresowań badaczy z różnych obszarów teoretycznych są źródła zachowań przedsiębiorczych. Wśród źródeł kulturowych najlepiej znana jest koncepcja Maxa Webera sięgająca początków XX w. Zasadnicza jej teza głosi, że etyka protestancka jest główną siłą napędzającą rozwój ekonomiczny w krajach o tym wyznaniu. Protestancka etyka pracy może być też ujmowana jako zmienna psychologiczna i jako taka ma zdolność modyfikowania efektywności ekonomicznej w skali makro- i mikrospołecznej (Gruszecki 1994; Witkowski 1994).

Źródła psychologiczne akcentują zatem rolę czynników podmiotowych jako uwarunkowań sukcesu przedsiębiorczego.

Dobrze znana jest koncepcja potrzeby osiągnięć D. McClellanda. Potrzeba osiągnięć ujmowana jest jako potrzeba nieustannego doskonalenia swego działania i poziomu wykonania. Jednostka o wysokiej potrzebie osiągnięć charakteryzuje się myśleniem dalekosiężnym, perspektywicznym. D. McClelland wysunął hipotezę, że wysoki poziom osiągnięć danego społeczeństwa owocuje rozwojem ekonomicznym państwa. Przeprowadził szeroko zakrojone badania w różnych krajach, udowadniając swą tezę i proponując treningi w zakresie tej cechy, jako sposób na zdynamizowanie wzrostu ekonomicznego (McClelland 1961; Tyszka 1997).

J. W. Atkinson (1964) w swej teorii motywacji osiągnięć wymienia znaczenie dwóch motywów – osiągnięcia sukcesu i uniknięcia porażki. J. W. Atkinson przyjął, że człowiek w sytuacji konkurencji czy jakiegokolwiek formy współzawodnictwa kieruje się następującymi czynnikami: motywem osiągnięcia sukcesu, motywem uniknięcia niepowodzenia, wielkością potencjalnego sukcesu i niepowodzenia oraz subiektywną oceną szansy na osiągnięcie sukcesu. Prowadzone badania potwierdziły ważność tendencji do unikania porażki. Wydaje się, że osoby w wysokim stopniu nastawione na sukces i o niskiej tendencji do unikania porażki są gotowe do podjęcia ryzyka, które wiąże się z działalnością w biznesie.

Do psychologicznych rozważań nad przedsiębiorczością i jej wyznacznikami wiele wnosi teoria poczucia kontroli rozwinięta przez I. E. Rottera (za: Drwał 1978). Poczucie kontroli rozumiane jest jako zgeneralizowane przekonanie, że wzmocnienia zależą od działania czy cech podmiotu, bądź – przeciwnie – zależą one od szczęścia, otoczenia społecznego lub innych czynników (Drwał 1978). Rotterowskim jednostkom o wewnętrznym i zewnętrznym poczuciu kontroli odpowiadają dwa typy wyróżnione przez D. Riesmann – typ wewnątrz- i zewnątrzsterowny (za: Siek 1993).

Poczucie umiejscowienia kontroli w istotny sposób kształtuje funkcjonowanie jednostki we wszelkich sferach życia. T. Tyszka (1997) uznaje, że jest to druga, obok potrzeby osiągnięć, cecha ważna dla postawy przedsiębiorczej. Istotnie – sprawne działanie w obszarze gospodarczym wydaje się niemożliwe dla osoby niemającej przekonania o swej władzy wpływu na ludzi, rzeczy i sprawy.

Kolejną koncepcją, wnoszącą istotne treści do psychologicznych rozważań nad przedsiębiorczością, jest koncepcja samosterowności zawodowej M. L. Kohn i C. Schoolera (1986). Autorzy przyjmują, że im większa złożoność pracy, większa niezależność w podejmowaniu decyzji i mniejsza rutynizacja pracy, tym wyższa samosterowność zawodowa (samodzielność). Samosterowność to działanie na podstawie własnego planu i osądu sytuacji, kierowanie się wewnętrzną dynamiką emocjonalno-motywacyjną.

Autorzy zwrócili uwagę, że samosterowność wymaga takich doświadczeń, które są dostępne osobom korzystnie usytuowanym w hierarchii społecznej. Im wyższa pozycja jednostki w systemie stratyfikacji, tym większe jej przekonanie, że samosterowność jest możliwa i skuteczna w realizacji celów. Im niższa pozycja, tym większy konformizm wobec zewnętrznych autorytetów i przekonanie, że jest on jedynym możliwym sposobem zachowania. Warto tu nawiązać do spostrzeżeń poczynionych na gruncie ekonomii odnośnie do pochodzenia społecznego ludzi prowadzących przedsiębiorstwa. Otóż bardzo często wywodzą się oni z rodzin, w których przedsiębiorczość była tradycją.

Teoria, która wprost odnosi się do przedsiębiorczości i jej cech to teoria J. L. Hollanda. Opracował on koncepcję osobowości zawodowych i wyróżnił sześć typów, a wśród nich typ przedsiębiorczy. Typ przedsiębiorczy – według J. L. Hollanda – preferuje pracę z ludźmi ukierunkowaną na korzyści materialne. Posiada szereg zdolności interpersonalnych, w tym perswazyjnych i przywódczych. Jest dominujący, ambitny, energiczny, impulsywny. Lubi przewodzić, organizować prace, administrować (Bańka 1995).

Użytecznego przeglądu badań nad psychologicznymi uwarunkowaniami przedsiębiorczości dokonał T. Witkowski (1994, 1998). Autor podsumował analizy różnych badaczy, które pozwoliły na utworzenie listy cech i sposobów zachowania pożądanych w roli przedsiębiorcy. Oto one: wysoka potrzeba osiągnięć, niska potrzeba siły/dominacji, wysoka samoświadomość, wysokie umiejętności społeczne, czyli wiedza o rynku i wiedza o pracownikach, wewnętrzne umiejscowienie kontroli, wiara w siebie, optymizm, umiarkowana skłonność do ryzyka, wola bycia niezależnym, pewność siebie, traktowanie sukcesu jako zadowolenia z tego co się robi, a nie z kumulacji dóbr materialnych, energiczne podejmowanie prób i wysiłków, lubienie pracy, zdrowy rozsądek, wytrwałość.

Witkowski pogrupował wymienione cechy, tworząc trzy kategorie czynników:

- 1) czynniki związane z działaniem (np. inicjatywa – rozpoczynanie działania zanim zostanie ono sprowokowane przez okoliczności zewnętrzne),
- 2) czynniki związane z orientacją na osiągnięcia (np. koncentracja na jakości, informacjach zwrotnych o poziomie wykonania),
- 3) czynniki związane z nastawieniem na innych (np. umiejętność tworzenia dobrych kontaktów z innymi, dostrzeganie stosunków interpersonalnych jako podstawy biznesu).

W ostatnich latach badania nad osobowościowymi wymiarami przedsiębiorczości prowadził A. Strzałecki (Strzałecki, Kot 2000). Autor postawił tezę o podobieństwie osobowościowym ludzi, podejmujących twórczą działalność w biznesie, do osobowości ludzi twórczych i uznał współdziałanie dziedziny poznawczej, osobowościowej i aksjologicznej. Wypracował też model Stylu Twórczego Zachowania. Jego empiryczna walidacja na populacji twórczych przedsiębiorców doprowadziła do wyodrębnienia pięciu niezależnych czynników. Są to: aprobaty życia (m. in. radość życia wbrew niepowodzeniom, zdolność podejmowania decyzji, kierowania swoim systemem wartości), silne ego (m. in. aprobaty własnego ja, koncentracja na problemach i ich rozwiązywaniu, utrzymywanie podjętego działania), samorealizacja (m. in. gotowość i zdolność do stawiania sobie zadań i realizacji własnych aspiracji, umiejętność rezygnacji z tymczasowych satysfakcji), giętkość struktur poznawczych (m. in. oryginalność i elastyczność, innowacyjność), wewnętrzna sterowność (m. in. nonkonformizm, zdolność realizacji własnych zadań). W wyniku przeprowadzenia badań, dotyczących różnic osobowościowych, między przedsiębiorcami a pracownikami sfery budżetowej, otrzymano rezultaty, wskazujące na istotne różnice między badanymi grupami w zakresie: poczucia kontroli, siły ego i samorealizacji (Błotniak 1996; Strzałecki, Kot 2000).

Użyteczne treści do analizy zjawiska przedsiębiorczości wnoszą opracowania, dotyczące funkcjonowania menedżerów (Witkowski 1998; Nosal 2001). Zakresy działań tych dwóch grup nie są wprawdzie tożsame, ale mają wiele ze sobą wspólnego.

Podsumowując ten etap rozważań można stwierdzić, że psychologia przedsiębiorczości jest analizą efektywności i czynników jej sprzyjających, zaś osobowość przedsiębiorcy to osobowość efektywna.

#### SUKCES PRZEDSIĘBIORCY – ZYSK I JEGO NAGRADZAJĄCA ROLA

Słowo „sukces” zdomowiło się w wielu dziedzinach życia, jako synonim stanu idealnego czy docelowego. Wydaje się także, iż człowiek sukcesu i przedsiębiorca to słowa bliskoznaczne, niemalże tożsame. Owo powiązanie

jest ekonomicznie uzasadnione – przedsiębiorca bez zysku (sukcesu ekonomicznego) nie może istnieć.

Zatem działalność gospodarcza jest rodzajem aktywności nastawionej na zysk. Dochód i przyrost dochodu przedsiębiorcy należą do obiektywnych wskaźników jego sukcesu. Sukces ten ma charakter ekonomiczny, lecz wykracza również poza jego ramy. Gdy przedsiębiorca osiąga wyraźny zysk ekonomiczny cieszy się nim również, jako informacją o swej szeroko rozumianej kompetencji zawodowej. Skoro ma zyski, tzn. że trafnie ocenił sytuację rynkową i dokonał prawidłowego wyboru obszaru działania, dobrze wybrał współników, kooperantów, pracowników i prawidłowo motywuje tych ostatnich, dobrze ustalił cele i priorytety itd. Ponadto zysk ekonomiczny uwalnia przedsiębiorcę od konieczności minimalizowania wydatków przedsiębiorstwa i własnych, co umożliwia dalszy rozwój i inwestycje. To z kolei jest źródłem satysfakcji, szacunku ze strony otoczenia gospodarczego i społecznego oraz dalszych zysków. Zysk jest także zaprzeczeniem największego lękotwórczego obciążenia przedsiębiorców, jakim jest ryzyko straty.

Wszystkie wymienione okoliczności zyskują na swej ważności w sytuacji kryzysu ekonomicznego, któremu towarzyszy wysoka konkurencja na rynku przedsiębiorstw, słabe możliwości nabywcze odbiorców dóbr i usług oraz inne czynniki natury ekonomicznej i psychologicznej (asekuracyjne zachowanie uczestników rynku, ograniczenie inwestycji i konsumpcji), które pogarszają warunki funkcjonowania firm, a przez to warunki pracy przedsiębiorców.

Sukces ekonomiczny i gratyfikacja finansowa, jaką uzyskuje przedsiębiorca prowadzący firmę, wiążą się także na dwa sposoby z jego jakością życia. Po pierwsze: wielkość gratyfikacji finansowej (dochód – bezwzględna ilość zarabianych pieniędzy, przyrost dochodu – wskaźnik dynamiki rozwoju ekonomicznego przedsiębiorcy, i satysfakcja z dochodu – psychologiczne odzwierciedlenie sukcesu ekonomicznego) jest informacją o efektywności zawodowej i przyczynkiem do wniosku o dalszej skuteczności w roli przedsiębiorcy. Po drugie: czerpie on liczne korzyści z tytułu posiadania pieniędzy, podobnie jak inni ludzie. Zyskuje poczucie bezpieczeństwa ekonomicznego, możliwość realizacji wszelkich potrzeb uwarunkowanych posiadaniem pieniędzy itd.

Przedsiębiorca, który odniósł sukces dysponuje środkami finansowymi, używając języka potocznego, ma pieniądze. Ludzie zaś łączą wielkość posiadanych pieniędzy z rozmiarem własnego szczęścia. Szczęście zaś jest jedną z najważniejszych wartości ludzkich, która pobudza do codziennych wysiłków.

Wielu badaczy próbowało empirycznie rozstrzygnąć problem związków statusu materialnego z odczuwanym szczęściem (Czapiński 1994). Przebadano tysiące osób, po czym zestawiano wskaźniki dobrobytu i dobrostanu; często otrzymywano słabe związki, a różni badacze dochodzili do odmiennych



wniosków. Dopatrzone są jednak pewnych prawidłowości. Relacjonuje je literatura psychologiczna, sprowadzając do następujących twierdzeń: dochód i status finansowy jest jednym z czynników wpływających na zadowolenie i szczęście; wpływ jest tym większy im niższy jest status materialny, zatem to niskie dochody decydują o poziomie doświadczanego zadowolenia (Kulig 1993; Veenhoven 1984); przekroczenie progu ekonomicznego, który umożliwia zaspokojenie potrzeb podstawowych nie powoduje radykalnego zwiększenia dobrostanu; związek dochodu i statusu materialnego ze szczęściem jest niejednakowy w różnych populacjach – badania w populacji amerykańskiej wykazały, że np. u mężczyzn jest silniejszy niż u kobiet (Czapiński 1994).

Obserwacja rzeczywistości społecznej, niezależnie jakby od zaprezentowanych prawidłowości, dostarcza przykładów ludzi bogacących się wciąż, chociaż wspomniany próg ekonomiczny został już przez nich przekroczony. Prawdopodobna jest teza, że nadrzędnym motywem ich działań nie jest wcale maksimum szczęścia przy optimum dobrobytu, lecz sam dobrobyt w jak największej obfitości. Nie wdając się w rozważania nad stopniem uświadamiania sobie własnych motywów przez ludzi czy refleksji wobec trafności ich wyboru, bez wahania można stwierdzić, że pieniądz jest zarówno celem jak i środkiem do celu, motywatorem o olbrzymiej sile, regulującym plany i działania ludzkie.

Na gruncie psychologii powstały koncepcje odpowiadające na pytanie: dlaczego pieniądze pobudzają do wysiłków z tak wielką siłą. Kilka z nich przedstawił R. L. Opsahl i M. D. Dunnette (1983):

1. **Pieniądze jako uogólnione wzmocnienie wtórne.** W sposób regularny pojawiają się wraz ze wzmocnieniami pierwotnymi. Zgodnie z poglądami B. Skinnera, takie uogólnione wzmocnienie ma dużą wartość i jest skuteczne ze względu na wciąż obecny stan jakiejś deprivacji, dla którego to wzmocnienie będzie odpowiednie.

2. **Pieniądze jako pobudka warunkowa.** Współwystępowanie pieniędzy i pobudek pierwotnych (przedmiotów czy sytuacji mogących zaspokoić wzbudzony motyw) powoduje nabycie – drogą uczenia się – nowego popędu do pieniędzy.

3. **Pieniądze jako czynnik redukujący lęk.** Jest to niezwyfikowana empirycznie koncepcja wywodząca się od J. Browna i sięgająca lat 60. Głosi, że człowiek uczy się lęku w obecności sygnałów oznaczających brak pieniędzy i ma to miejsce już w dzieciństwie poprzez zestaw sygnałów nadawanych przez rodziców. Otóż rodzice, w obliczu sytuacji związanych z brakiem pieniędzy, wysyłają komunikaty identyczne bądź bardzo podobne do tych wysyłanych w okolicznościach zagrożenia dla dzieci, a kojarzonych przez nie np. z bólem. Obecność pieniędzy jest wskazówką powodującą ustanie lęku.

4. **Pieniądze jako „czynnik higieny”**. Jest to koncepcja F. Herzberga i wsp. z 1959 r. Pieniądze nie powodują satysfakcji, lecz ich brak może doprowadzić do niezadowolenia. Główna wartość pieniędzy polega na tym, że dzięki nim unika się deprywacji ekonomicznej i poczucia niesprawiedliwości. Używając przerośni – dzięki pieniądzom unika się choroby (ból i niezadowolenia), ale nie nabywa się zdrowia (satysfakcji). F. Herzberg w odniesieniu do pieniędzy używa określenia „dysatisfaktry”: jeśli już wywołują pozytywny stosunek do pracy jest to wpływ krótkotrwały, a gdy wywołują negatywny stosunek do pracy, jest to działanie długotrwałe.

5. **Pieniądze jako środek do uzyskania pożądanых korzyści**. Motywacyjny model H. Vrooma i S. W. Gellermana, wedle których pieniądze są instrumentalne względem innych korzyści i symbolizują inne cele.

Ta funkcja w sposób najpełniejszy oddaje istotę zastosowań pieniądza. Pieniądz umożliwia dostęp do różnorodnych dóbr. Wedle koncepcji A. Daun konsumpcja tychże dóbr ma swoje funkcje wykraczające poza potrzebę spełnienia potrzeb na najniższym poziomie. Otóż **konsumpcja materialna daje poczucie sensu życia**, dostarczając określonych konkretnych celów ludzkim staraniom. Ponadto pieniądz jest warunkiem materialnego posiadania. To z kolei **daje poczucie kontroli, władzy i wolności**, co kompensuje ograniczenia wolności i wpływu w innych sferach życia. Posiadanie pieniędzy, wydawanie ich oraz **konsumpcja dóbr integruje rodzinę**, jest okolicznością wyrażania więzi wobec jej członków oraz dystansu wobec świata (za: Adamiec, Kulig 1993).

Inną koncepcją odnoszącą się do pieniądza jako środka do uzyskania pożądanых korzyści jest koncepcja E. C. Hirschman. Autorka na podstawie twórczości artystycznej i publicystycznej, ujmującej ideologię bogactwa i konsumpcji w Stanach Zjednoczonych, wyprowadziła wniosek, iż to pragnienie świeckiej nieśmiertelności powoduje człowieka, gdy ten zabiega o wciąż więcej pieniędzy i majątku, dysponując już wielką ich ilością. Nie będąc w stanie skosztować obfitości swych dóbr, czynią z nich użytek dla społeczeństwa, zakładając fundacje, przyznając nagrody czy stypendia. Osiągają w ten sposób status legendy i przechodzą do historii, jako darczyńcy wielkiego formatu. Taką w ich przypadku pełni funkcję pieniądz (za: Adamiec, Kulig 1993).

Inną korzyścią płynącą z faktu posiadania pieniędzy jest uzyskanie szacunku i prestiżu. Informacja o statusie majątkowym jest często łączona z oceną cech podmiotu. Człowiek bogaty jest postrzegany jako zdolny, pracowity, wytrwały.

Powyższe teorie odnoszące się do związku dobrobytu z dobrostanem psychicznym wskazują na „sukces” jako sposób osiągnięcia szczęścia.

**MAENDRY SUKCESU: KIEDY PIENIĄDZE ZABIERAJĄ SZCZĘŚCIE**

Obserwacja rzeczywistości społecznej dostarcza następującej informacji: nadmiar dobrobytu może być również przyczyną, bądź okolicznością, sprzyjającą obniżeniu dobrostanu.

W samym procesie zarobkowania tkwi już zarodek pogorszenia jakości życia. Trafnie zostało to ujęte przez Z. Ratajczak (red. 1993), która analizowała koszty psychiczne człowieka podejmującego walkę o podwyższenie poziomu życia. Otóż człowiek „w pogoni za dobrobytem ulega zmęczeniu, ogranicza aktywność w innych sferach swego życia, marnuje zasoby, traci przyjaciół, popada w niesławę” (Ratajczak, red. 1993). Większość ludzi cieszących się wysokim stanem posiadania musiała zmagać się z któryś z wymienionych problemów. Bogactwo jest najczęściej następstwem ciężkiej długotrwałej pracy, rezygnacji z innych cenionych wartości, jednorodnej aktywności życiowej. Pomnażanie dóbr wiąże się zatem z ponoszeniem psychologicznych kosztów. Gdy rozmiar owych kosztów przekroczy określony próg, poziom zmęczenia może być tak wysoki, że dobrobyt przestaje cieszyć i pojawiają się różnorodne niespełnienia, związane z brakiem aktywności na innym polu czy zaniechaniem realizacji innych ważnych dla podmiotu wartości.

Wątek popadnięcia w niesławę też jest istotnie zagrażający. Znane są przypadki nagłych karier „finansowych szczęściarzy”, dla których bogactwo stało się wyzwaniem zbyt trudnym. Nagła zmiana statusu majątkowego jest bowiem jednym z czynników stresogennych. Wiąże się z nią zmiana stylu życia, zmiana pozycji społecznej, a to rodzi liczne problemy adaptacyjne i społeczne w obszarze bliższych i dalszych relacji międzyludzkich.

Cytowana wyżej autorka zaproponowała ogólną prawidłowość oddającą krzywoliniowy charakter związku między zadowoleniem, dobrym samopoczuciem, będącym wynikiem określonego poziomu kosztów psychicznych, a stanem posiadania. Gdy deficyt potrzebnych dóbr maleje, czyli wzrasta dobrobyt, maleją też psychiczne koszty związane z odczuwanymi brakami. Towarzyszy temu wzrost dobrego samopoczucia. Utrzymuje się ono aż do niewielkiego poziomu nadmiaru, po czym spada. Zatem wysoki nadmiar dóbr powoduje bądź sprzyja spadkowi zadowolenia. Koszty psychiczne w sytuacji deficytu dóbr są związane z poczuciem pokrzywdzenia na skutek niesprawiedliwego podziału dóbr i braku perspektyw na przyszłość. Natomiast koszty w sytuacji nadmiaru uwarunkowane są lękiem przed ich utratą na drodze kradzieży czy konfiskaty (Ratajczak, red. 1993). Oddzielną kwestią jest poczucie winy opływającego w dobra bogacza. Problem ten dotyczy prawdopodobnie niewielkiej populacji wrażliwych na problemy społeczne i przejawiających potrzebę sprawiedliwości ekonomicznej w społeczeństwie, mających jednocześnie poczucie wpływu na te obszary.

Jednym z możliwych następstw dobrobytu jest uzależnienie od niego i materializm, a te z kolei – jak wykazują badania – ujemnie korelują ze szczęściem. Realna jest pokusa ograniczenia swych pragnień i potrzeb do świata rzeczy, które można nabyć za pieniądze i świata doznań, których można dzięki nim doświadczyć. Stąd krok już tylko do konsumpcjonizmu, a przy spełnieniu kilku warunków do uzależnienia od konsumpcji. Owocem tegoż ostatniego jest nieustanna frustracja z powodu braku świadomości i możliwości zaspokojenia rzeczywistych potrzeb. Trwanie w błędnym kole nabywania i zużywania dóbr materialnych wzmacnia mechanizm uzależnienia, rozi depresję, poczucie winy i rozczarowanie (Adamic, Kulik 1993).

Inną okolicznością towarzyszącą sukcesowi i posiadaniu wielkiej ilości dóbr jest możliwość powstrzymania się od pracy. Wiadome jest, że człowiek potrzebuje naturalnego wydatkowania energii. Sprzyja to szeroko rozumianemu zdrowiu. Natomiast brak zorganizowanej aktywności, zwłaszcza tej zorientowanej na realne cele, jest szkodliwe dla dobrostanu psychicznego. Problem ten dotyczy oczywiście tych jednostek, którym brak umiejętności wytyczania innych celów i organizowania swego działania. Potwierdzeniem tych twierdzeń są wyniki badań prowadzonych na gruncie psychologii pracy. Otóż człowiek doświadcza uszczerbku w sferze psychicznego funkcjonowania nie tylko w sytuacji przeciążenia, lecz także niedociążenia pracą. Niedociążeniu pracą towarzyszy nuda, poczucie monotonii i braku przydatności.

Jeszcze radykalniejsze stanowisko w kwestii podtrzymywania się od pracy i konsekwencji unikania wszelkiej przykrości prezentuje K. Lorenz. Podkreśla on z wielką mocą, że człowiek „musi ponieść uczciwą cenę goryczy w postaci znoјnej pracy”, aby móc poznać czym jest prawdziwa radość. Życie bez pracy, cierpienia i przykrości „przemienia góry i doliny ludzkiego życia, dyktowane przez naturę, w nudną, sztucznie zniwelowaną płaszczyznę jednolitej szarzyzny bez kontrastów światła i cieni. Mówiąc krótko rodzi nudę” (Lorenz 1986).

Podsumowując: sukces ekonomiczny i duża ilość posiadanych pieniędzy w różnych okolicznościach i na różne sposoby może obniżać dobrostan psychiczny. Gdy podmiot dużo pracuje, aby dalej pomnażać majątek, ulega przeciążeniu, zamykając się w świecie pracy rezygnuje z innych wartości. Gdy nagle wszedł w posiadanie dużego majątku zmienia się jego pozycja społeczna, co pociąga zazwyczaj zmianę stylu życia i zmianę w relacjach międzyludzkich. Gdy nie pracuje może doświadczać bólącek deficytu aktywności.

Prowadzenie działalności gospodarczej i zarządzanie firmą jest sytuacją, w której stykają się ze sobą: przedsiębiorca – człowiek o określonej osobowości, z jego emocjami, motywami, wartościami i możliwościami, oraz jego otoczenie – pracownicy, sprawy, potencjał firmy, wymogi rynku, stan ekonomiczny państwa. Z owego zetknięcia mogą wynikać zarówno satysfakcje, spełnienia,

jak i dyskomfort, przeciążenie, porażka. Stosunek owych pozytywów do negatywów rozstrzyga o wartości sukcesu.

Stabilność istnienia firmy, uznanie otoczenia gospodarczego, zysk i dynamiczny jego wzrost – wszystko to stanowi o sukcesie ekonomicznym. Perspektywa psychologiczna wymaga jednak szerszego spojrzenia na sukces – spojrzenia przekraczającego granicę ekonomicznej czy społecznej użyteczności podmiotu.

Ekonomiczny sukces przedsiębiorcy, z psychologicznego punktu widzenia, okaże się iluzją sukcesu, jeśli w istotny sposób zostaną naruszone inne istotne dla człowieka wartości.

#### BIBLIOGRAFIA

- Adamiec M., Kulig R. (1993), *Dobrobyt jako forma uzależnienia*, [w:] Z. Ratajczak (red.), *Zmiany społeczne. Zagrożenia i wyzwania dla jednostki*, PAN, Warszawa, 143–158
- Atkinson J. W. (1964), *Introduction to Motivation*, Van Nostrand, Princeton (NY)
- Bańka A. (1995), *Zawodownawstwa, doradztwo zawodowe, pośrednictwo pracy*, Print B, Poznań
- Blotniak A. (1996), *Osobowościowe wyznaczniki twórczej działalności w biznesie*, „Studia z Psychologii”, **7**, 238–260
- Czapiński J. (1994), *Psychologia szczęścia*, PTP, Warszawa
- Drwal R. (1978), *Poczucie kontroli jako wymiar osobowości – podstawy teoretyczne, techniki badawcze i wyniki badań*, „Materiały do nauczania psychologii”, **3**, 307–347
- Gruszecki T. (1994), *Przedsiębiorca w teorii ekonomii*, Cedor [b.m.w.]
- Kohn M. L., Schooler C. (1986), *Praca a osobowość*, PWN, Warszawa
- Kulig R. (1993), *Pomyślność finansowa a poczucie szczęścia*, [w:] Z. Ratajczak (red.), *Człowiek w procesie przemian gospodarczych*, Uniwersytet Śląski, Katowice, 41–50
- Lorenz K. (1986), *Regres człowieczeństwa*, PWN, Warszawa
- McClelland D. C. (1961), *The Achieving Society*, N. I. Van Nostrand, Princeton
- Marody M. (1998), *Zmiana systemowa jako źródło stresu społecznego*, „Promocja zdrowia. Nauki Społeczne i Medycyna”, **15**, 9–25
- Nosal, C. (2001), *Psychologia myślenia i działania menedżera*, AKADE, Kraków
- Opsahl R. L., Dunnette M. D. (1983), *Rola wynagrodzenia pieniężnego w motywacji do pracy*, [w:] W. E. Scott, L. L. Cummings, *Zachowanie człowieka w organizacji*, PWN, Warszawa
- Piasecki B. (1997), *Przedsiębiorczość i mała firma*, WUŁ, Łódź
- Ratajczak Z. (red.), (1993), *Zmiany społeczne. Zagrożenia i wyzwania dla jednostki*, PAN, Warszawa
- Siek S. (1993), *Wybrane metody badania osobowości*, Wydawnictwo ATK, Warszawa
- Strzałecki A., Kot D. (2000), *Osobowościowe wymiary twórczej przedsiębiorczości*, „Przegląd Psychologiczny”, **3**, 351–360
- Tokarski S. (1998), *Przedsiębiorczość kierownika w sytuacji trudnej*, „Prace Psychologiczne”, **47**, 145–159
- Veenhoven R. (1984), *Conditions of Happiness*, Reidel, Dordrecht
- Witkowski T. (red.) (1998), *Nowoczesne metody doboru i oceny personelu*, Profesjonalna Szkoła Biznesu, Kraków

- Witkowski T. (1994), *Cud ekonomiczny a motywacja osiągnięć*, „Przegląd psychologiczny”, **1-2**, 139-148
- Tyszką T. (1997), *Psychologia zachowań ekonomicznych*, PWN, Warszawa
- Zaniewski Z. (1984), *Menedżer – to charakter, czyli osobowościowe wyznaczniki sukcesu menedżera*, TNOiK, Warszawa

KATARZYNA BIEGAŃSKA

#### ENTREPRENEUR AND ENTERPRISE – THE UPS AND DOWNS OF SUCCESS

The current article contains two basic themes. The first one constitutes a review of psychological and economic definitions and concepts of determinants of enterprise. The second theme is an analysis of the essence of an entrepreneur's success. The author presents views on the gratifying role of money and economic profit, and also considers its relations with life-satisfaction and happiness. The author points at the possibility of negative relationships between economic success and life-satisfaction, and the necessity of studying work hygiene and the quality of life of entrepreneurs.

**Key words:** entrepreneur and enterprise, success and economic profit, satisfaction and life-contentment.