

**Grażyna Mendecka**

**Katedra Psychologii Górnośląskiej Wyższej Szkoły Handlowej  
im. Wojciecha Korfantego w Katowicach**

---

# **PSYCHOLOGICZNE ASPEKTY PRZEDSIĘBIORCZOŚCI**

---

**Warszawa 31 styczeń 2017**



# ISTOTA PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

---

- Fenomen przedsiębiorczości można rozpatrywać z perspektywy ekonomicznej, społecznej i psychologicznej. Pierwotnie był to termin ekonomiczny – w tym wykładzie analizowany zostanie w ujęciu psychologicznym.
- W psychologii zapożyczono szereg terminów z ekonomii (np. bilans życiowy, zasoby intelektualne człowieka, koszty psychologiczne określonego działania), w tym również pojęcie przedsiębiorczości.
- Przedsiębiorca to osoba fizyczna posiadająca własną firmę i prowadząca działalność gospodarczą na własny rachunek , przyjmująca związane z tym faktem ryzyko T.Tyszka (2004).



## DWA UJĘCIA PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

---

- Przedsiębiorca to podmiot, człowiek który dzięki swoim zasobom osobowościowym (Bańka, 2012) podejmuje aktywność, której celem jest osiągnięcie zysków.
- Przedsiębiorca obok wymiernych materialnych zysków, otrzymuje również psychiczne gratyfikacje w postaci dumy z siebie, uznania ze strony innych, radości z uzyskanych rezultatów, osobistych korzyści w postaci materialnego dobrobytu (Zaleśkiewicz, 2004).
- Przedsiębiorcom zawdzięczamy ekonomiczny i cywilizacyjny rozwój każdego kraju dlatego przedsiębiorczość przestała być odnoszona wyłącznie do produkcji, a zaczęto ją odnosić do każdej sfery działania człowieka nastawionej na cel.



# PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ A FUNKCJONOWANIE CZŁOWIEKA

---

- Przymiotnika „przedsiębiorczy” używa się dla określenia osoby, której cechy pozwalają na konstruktywne i skuteczne osiąganie celów i umożliwiają optymalne funkcjonowanie we współczesnym świecie szans i zagrożeń (Klimas-Kuchtowa, 2012).
- Przedsiębiorczość to dziś jedna z najbardziej pożądanых cech człowieka, świadczących o jego dobrym przystosowaniu do życia. Jest utożsamiana z ogólną zaradnością życiową (Ratajczak, 2012) i traktowana jako przeciwieństwo ludzkiej słabości, niezaradności i braku przystosowania do życia ( Zaleśkiewicz, 2004).
- Przedsiębiorczość ma interakcyjny charakter. Warunkiem jej rozwoju w wymiarze makroekonomicznym jest istnienie gospodarki wolnorynkowej i odpowiednie prawo gospodarcze, finansowe i polityczny klimat sprzyjający indywidualnej aktywności gospodarczej (Stasiakiewicz, 2011)



# INTERAKCYJNE CECHY PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

---

- Przedsiębiorczość potrafi funkcjonować nawet w warunkach niesprzyjających, przy opresyjnym prawie, braku kapitału i bezwzględnych barierach biurokratycznych, czego doświadczali polscy przedsiębiorcy w minionym ustroju (Ratajczak, 2012)
- Klimat dla działalności przedsiębiorczej tworzą wzorce zachowań i systemy wartości dominujące w danej społeczności. Zysk, który jest podstawową wartością w przedsiębiorczości może być społecznie naganny, pozostając w sprzeczności ze społecznie cenionym egalitaryzmem a przedsiębiorczość utrudniać roszczeniowe oczekiwania pod adresem państwa (Stasiakiewicz, 2011)
- Nie sprzyja przedsiębiorczości klimat braku zaufanie społecznego, zwłaszcza w stosunku do przedsiębiorców, którzy uzyskują znaczny zysk



# PSYCHOLOGICZNA POLEMIKA Z MITAMI DOTYCZĄCYMI PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

---

- **Przedsiębiorcą można zostać spontanicznie** bez tracenia czasu na zastanawianie. Taki mit może dotyczyć wyłącznie przedsiębiorców, którzy ponieśli rynkowe porażki. Każde udane przedsięwzięcie biznesowe jest starannie przemyślane i w szczególach zaplanowane.
- **Przedsiębiorcą trzeba się urodzić** – błędność tego twierdzenia jest oczywista – by nim być trzeba wiedzy i kompetencji niezbędnych dla przedsiębiorcy, to obok predyspozycji może się rozwinąć tylko w procesie uczenia się.
- **Pieniądze są konieczne dla bycia przedsiębiorcą** – błędny pogląd, bo wiele osób osiągnęło sukces w przedsiębiorczości dzięki temu, że podjęło tę aktywność z braku zasobów finansowych.



## MITY DOTYCZĄCE PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

---

- Przekonanie, że **szczęście decyduje o powodzeniu w przedsiębiorczości** jest mitem, chyba że uwzględni się fakt, że szczęściu trzeba pomagać.
- **Przedsiębiorcy są wolni, są panami siebie** twierdzenie pomija fakt uwikłania ich autonomicznych poczynań w kontekst społeczny - zabieganie o kredyty, poszukiwanie klientów i kooperantów, eliminowanie konkurentów, zawieranie szeregu kontraktów, konieczność negocjowania cen z odbiorcami i pracownikami



# ZASOBY OSOBOWOŚCIOWE WARUNKUJĄCE SKUTECZNOŚĆ DZIAŁANIA

---

Każdy człowiek posiada osobiste zasoby, które wykorzystuje przy podejmowaniu jakiejkolwiek działalności, w tym także przedsiębiorczej. Są to:

- **Zasoby biologiczne** – a więc stan zdrowia i kondycja fizyczna, życiowy wigor. Zdolność do długotrwałego wysiłku, odporność na zmęczenie, siła fizyczna, sprawność zmysłów, brak przewlekłych chorób, silny układ immunologiczny itp.
- **Zasoby psychiczne** - inteligencja i sprawności intelektualne (pamięć, spostrzegawczość, wyobraźnia, uwaga) kreatywność, , pozytywna samoocena, wiara we własną skuteczność działania, optymizm, wiedza, doświadczenie, mądrość życiowa itp.
- **Zasoby społeczne** – trwałe pozytywne relacje społeczne, dobre środowisko rodzinne, koleżeńskie i sąsiedzkie, bogata sieć wsparcia społecznego





# ZASOBY A PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ

---

Każdy człowiek posiada właściwą sobie konfigurację zasobów, które może wykorzystać w przedsiębiorczej działalności, na którą składają się (Dubiel, 2012) :

- Elastyczne działania adekwatne do nieustannie zmieniającej się rzeczywistości
- Czujne rozpoznawanie szans i okazji do rozwoju
- Kreatywne dokonywanie zmian w zgodzie z normami moralnymi, obyczajowymi i prawnymi.
- Działanie z pełnym zaangażowaniem dającym wrażenie „uskrzydlenia”
- Poszukiwanie pozytywnych stron w doznawanych porażkach
- Samokontrola emocji i pozytywne wykorzystanie emocji negatywnych
- Rozwijanie własnych mocnych stron i umiejętne zarządzanie zasobami.



# CZYNNIKI PSYCHOLOGICZNE UTRUDNIAJĄCE PRZEDSIĘBIORCZE DZIAŁANIE

---

Obok sprzyjających przedsiębiorczości istnieją również cechy psychiczne stanowiące bariery w przedsiębiorczości, do których należą (Klimas-Kuchtowa, 2012)

- Niska samoocena i niska ocena własnej skuteczności działania
- Przekonanie o braku własnego wpływu na szereg sytuacji
- Wyuczona bezradność
- Niska kreatywność
- Kapitulanctwo („i tak nic to nie da”) i krytykanctwo („to zbyt trudne dla mnie”)
- Tendencja do niewłaściwego wnioskowania o zdarzeniach, nad uogólnianie („to zawsze tak się kończy”, „teraz zawsze już tak będzie”)



# MOTYWY PODJĘCIA DZIAŁALNOŚCI PRZEDSIĘBIORCZEJ

---

- Część przedsiębiorców wchodzi w tę rolę kontynuując tradycję rodzinną i jest to naturalne, że nie chcą zaprzepaścić dorobku przeszłych pokoleń.
- Obok tej oczywistej motywacji w polskich realiach działalność przedsiębiorczą podejmują osoby, które są do niej przyciągane przez swoje zainteresowania, potrzeby i predyspozycje.
- Oprócz tego na rynku pracy w Polsce znajdują się przedsiębiorcy, którzy do tej roli zostali „wepchnięci” z powodu braku możliwości alternatywnego zatrudnienia (Stasiła-Sieradzka i Turska, 2015).
- Obecnie z powodu konieczności podejmowanych jest w Polsce 41 % aktywności związanych z prowadzeniem działalności gospodarczej, a z chęci wykorzystania szansy tylko 30 % (Gołębiowski, 2014)



# STYMULOWANIE PRZEDSIĘBIORCZOŚCI W POLSCE

---

- Przewaga firm zakładanych w Polsce z konieczności oznacza ich niski poziom ambicji rozwojowych a niejednokrotnie wręcz brak rozwoju i planów na dalszą przyszłość.
- Istotny wpływ na sukces działań przedsiębiorców mają lokalne i geopolityczne warunki, stworzone by służyć ich aktualnemu powstawaniu i rozwojowi na przyszłość.
- Z danych zawartych w raporcie *Global Entrepreneurship Monitor – Polska 2012* wynika, że eksperci nisko ocenili politykę rządu polskiego i stosowane instrumenty, które mają wspierać przedsiębiorczość.
- Raport powstał pięć lat temu, ale chociaż jest to dość znaczny dystans czasowy, to aktualnie nie widać przełomu i rewolucyjnych zmian w tym zakresie.



# POJĘCIE INTENCJI PRZEDSIĘBIORCZYCH

---

- Problem przedsiębiorczości jest przedmiotem zainteresowania psychologii stosunkowo niedawno, gdyż dopiero w latach 80. tych XX wieku zaczęto badać ten fenomen (Łaguna, 2011).
- Najnowsze badania psychologiczne dotyczące przedsiębiorczości dotyczą **intencji przedsiębiorczych** jako ważnego czynnika objaśniającego zarówno motywy podejmowania działalności gospodarczej jak i warunkujące odniesienie w niej sukcesu (Kurczewska, 2013).
- Czym jest intencja? „To świadomy stan umysłu poprzedzający działanie”. Zanim coś zrobimy musimy nasze działanie poprzedzić myśleniem. W pojęciu „intencja” zawarte jest „chcę”, ale nie tylko, bo oprócz tego zawiera przekonanie „zrobię to” i także plan działania „jak” Czyli :

**chcę + zrobię to + wiem jak = intencja**



# ZNACZENIE INTENCJI PRZEDSIĘBIORCZYCH

---

- Intencje przedsiębiorcze są predyktorem nie tylko podjęcia aktywności przedsiębiorczej ale także powodzenia w tej aktywności.
- Nie wszystkie intencje skutkują założeniem firmy ale bez intencji nie ma możliwości jej powstania
- Intensywność intencji przedsiębiorczych może zmieniać się w czasie i może się rozwijać
- Aby intencja przedsiębiorcza przekształciła się w konkretne działanie musi zaistnieć sytuacja o charakterze bodźcowym, która doprowadzi do realizacji intencji
- Bodźcem może być zmiana sytuacji życiowej lub zachęta ze strony innych osób



## MODELE INTENCJI PRZEDSIĘBIORCZYCH

---

- Zainteresowanie psychologów problemem spowodowało powstanie szeregu modeli intencji uwzględniających czynniki demograficzne, osobowościowe i sytuacyjne wpływające na ich powstawanie.
- Dzięki tym modelom powstały narzędzia do badania poziomu intencji przedsiębiorczych.
- Wśród wielu modeli dużą popularność zyskała Teoria Planowanego Zachowania (TPZ), która pierwotnie była teorią psychologiczną odnoszącą się do zachowania jednostki. W jej ujęciu dane zachowanie jednostki jest wynikiem wcześniejszych intencji, które pozostają pod wpływem przekonań i nastawienia.
- Ponieważ przedsiębiorczość stanowi przykład planowanego zachowania modele intencji, w tym także TPZ zaczęto wykorzystywać do analizowania przedsiębiorczości.



# CZYNNIKI ZWIĄZANE Z INTENCJĄ DANEGO ZACHOWANIA

---

Trzy czynniki wg Ajzena (1991, za Kurczewską 2013) decydują o intencji związanej z planowanym zachowaniem, mianowicie:

- Postrzegana atrakcyjność czynności, którą zamierzamy podjąć
- Postrzegane normy społeczne tj przeświadczenia o akceptacji lub braku akceptacji społecznej wobec danego zachowania
- Postrzeganą możliwość kontroli danego zachowania czyli poczucie możliwości i ograniczeń związanych z danym zachowaniem (jego łatwości i trudności)

Trzeci z wymienionych czynników odnosi się do oceny przez jednostkę własnej skuteczności w zakresie podjętej czynności. Poczucie własnej skuteczności wpływa na przekonanie, czy jesteśmy w stanie zrealizować wyznaczony sobie cel.



# BADANIA INTENCJI PRZEDSIĘBIORCZYCH

---

- Badania takie prowadzono w kilku krajach i dzięki można było stwierdzić, co ma wpływ na powstawanie takich intencji.
- 2003 – Kennedy i inni – badania studentów I roku w Australii i Nowej Zelandii – wykazały wpływ na intencje przedsiębiorcze kontaktu studentów z bezrobociem oraz wpływ zobowiązań rodzinnych
- 2004 – Franke i Lüthje – badania intencji przedsiębiorczych studentów kierunków biznesowych w Niemczech, Austrii i USA. Niższy poziom intencji u studentów niemieckich i austriackich w porównaniu z amerykańskimi. Różnice szczególnie widoczne w percepcji otoczenia – Monachium i Wiedeń uznane za słabo sprzyjające rozwojowi biznesu.
- 2009 – Nasurdin i inni - wpływ otoczenia na intencje przedsiębiorcze Malejczyków- docenianie przedsiębiorczości wpływało na intencje

# BADANIA INTENCJI PRZEDSIĘBIORCZYCH

---

- 2009 – Liñán i Chen – porównanie intencji w Hiszpanie i na Tajwanie – podobne wyniki. Na intencje wpływają podobne oceny przedsiębiorczości
- 2003 – Lena i Wong – badania amerykańskie grupy 1500 studentów oceniających odbywane studia w zakresie przedsiębiorczości. Im wyżej oceniali te studia tym więcej zgłaszali intencji przedsiębiorczych.
- 2000 – Rasheed – studenci amerykańscy, którzy przeszli szkolenie z przedsiębiorczości zgłaszali więcej intencji przedsiębiorczych
- Badania norweskie Kolvereid i Moen (1997) wykazały pozytywny związek wykształcenia z zakresu przedsiębiorczości z intencjami i rzeczywistym podjęciem działalności gospodarczej
- Badania Lee i innych (2005) prowadzone w USA i Korei wykazały, że edukacja ma większy wpływ na intencje w krajach słabiej rozwiniętych

# BADANIA INTENCJI PRZEDSIĘBIORCZYCH W POLSCE

---

- Problem intencji przedsiębiorczych w Polsce jest stosunkowo rzadko podejmowany. Można tutaj wymienić Mariolę Łagunę z KUL (2006), która prowadziła tego rodzaju badania również z psychologami hiszpańskimi (2008).
- Badania dotyczące intencji prowadziła również Agnieszka Kurczewska (2013) z Uniwersytetu Łódzkiego.
- Badaniami objęła grupę liczącą 232 studentów ( 90 mężczyzn i 138 kobiet) różnych kierunków Wydziału Ekonomiczno-Socjologicznego UŁ.
- Połowa badanych uczęszczała na zajęcia z przedsiębiorczości.
- Ojcowie 38% badanych byli przedsiębiorcami, 7% badanych miało matki posiadające firmy, 13% rodziców osób badanych prowadziło firmy.

# POLSKIE BADANIA INTENCJI PRZEDSIĘBIORCZYCH

---

- Autorka badań przy pomocy specjalnie opracowanego i wystandaryzowanego kwestionariusza dokonała pomiaru następujących cech osób badanych:
  - Postrzegane chęci
  - Postrzeganą wykonalność
  - Skłonność do działania
  - Doświadczenia przedsiębiorcze
  - Edukacja w zakresie przedsiębiorczości.
- Celem jej badań było określenie wpływu tych zmiennych na intensywność intencji przedsiębiorczych

# WYNIKI POLSKICH BADAŃ INTENCJI PRZEDSIĘBIORCZYCH I WNIOSKI

---

- Badania wykazały, że poziom intencji przedsiębiorczych jest istotnie większy u studentów, których przynajmniej jedno z rodziców prowadzi działalność gospodarczą.
- Zamożność rodziny również wysoko korelowała z intencjami przedsiębiorczymi
- Największy poziom chęci czyli motywacji do założenia własnej firmy miały osoby, których rodzice byli przedsiębiorcami.
- Wyniki badań wskazały jednoznacznie że czynnikiem najsilniej skorelowanym z intencjami jest znajomość specyfiki pracy przedsiębiorcy
- Zatem ważna jest konkretna edukacja w tym zakresie i kreowanie pozytywnego wizerunku przedsiębiorcy

# PSYCHOLOGICZNE POJĘCIE SPOSOBNOŚCI PRZEDSIĘBIORCZYCH

---

- Pojęcie sposobności przedsiębiorczych jest dzisiaj przedmiotem badań i szczególnego zainteresowania nauk dotyczących przedsiębiorczości, w tym także psychologii.
- **W ekonomii sposobność** rozumie się jako sytuację, w której nowe dobra, usługi czy materiały mogą być sprzedane po cenie wyższej, niż wynosi cena ich produkcji. Ekonomiczne ujęcie sposobności traktuje je jako element procesu rynkowego.
- W psychologii sposobności ujmuje się z punktu widzenia procesów psychicznych przedsiębiorcy polegających na identyfikacji, ocenie i wdrażaniu sposobności.
- Sposobności powstają z pomysłów. Pojęcie pomysłu i sposobności są ze sobą silnie powiązane.

# ATRYBUTY SPOSOBNOŚCI PRZEDSIĘBIORCZYCH

---

- Pomysłów każdy człowiek ma wiele, ale tylko niektóre są sposobnościami
- Sposobność przedsiębiorczą od zwykłego pomysłu na biznes różni atrakcyjność, pozytywna ocena wykonalności oraz przewidywalna korzyść.
- Pomysł biznesowy staje się sposobnością gdy zostaje wdrożony.
- Sposobność zależy zarówno od przedsiębiorcy jak i otoczenia, które umożliwia wprowadzanie na rynek nowego produktu lub usługi.
- Posiadane przez przedsiębiorcę zasoby (wiedza, doświadczenie, sieć społeczna) sprzyjają wdrażaniu sposobności.
- Szybkość wprowadzenia – ważna, ze względu na zmienność oczekiwań klientów i aktywność konkurencji

# PRZEDSIĘBIORCA A SPOSOBNOŚCI PRZEDSIĘBIORCZE

---

- W teoriach odnoszących się do sposobności przedsiębiorczych kluczową rolę odgrywa osoba przedsiębiorcy
- W teoriach tych przedsiębiorczość definiuje się jako sposób myślenia, w którym wykorzystanie sposobności przeważa nad obawami (Kreuger, 2000)
- W ekonomicznej teorii Kirznera koncepcja gotowości i czujności czyli zdolność jednostki do odkrywania sposobności, których inni nie zauważyli lub zignorowali to podstawa działalności przedsiębiorczej.
- Przedsiębiorca jest źródłem uaktywnienia się procesu sposobności i nadaje mu sens.
- Uważa się również przedsiębiorcę za twórcę sposobności (Holcombe, 2003)



# CZYNNIKI WPLYWAJĄCE NA IDENTYFIKACJĘ SPOSOBNOŚCI

---

- Wiek – im większe doświadczenie życiowe tym łatwiejsza identyfikacja
- Pozycja społeczna – osoby z wyższą pozycją społeczną mają większą szansę na wdrożenie sposobności, łatwiej przekonują do nich
- Wykształcenie – wiedza ułatwia identyfikowanie sposobności
- Doświadczenie zawodowe – bogatsze doświadczenie zawodowe sprzyja dostrzeganiu sposobności przedsiębiorczych
- Stan cywilny – wdrażanie sposobności wiąże się z ryzykiem, osoby w związkach małżeńskich mają większą odwagę podejmować ryzyko
- Cechy intelektu: inteligencja, wyobraźnia, spostrzegawczość, kreatywność
- Cechy osobowości : optymizm, odwaga, wiara we własne siły, brak nadmiernego krytycyzmu.

# PSYCHOLOGICZNE DADANIA SPOSOBNOŚCI PRZEDSIĘBIORCZYCH

---

- Badania 102 studentów (71 kobiet i 31 mężczyzn) z Wydziału Ekonomiczno-Socjologicznego Uniwersytetu Łódzkiego, z których tylko jedna kobieta i czterej mężczyźni mieli firmy (Kurczewska, 2013). Badani pisali esej na temat tego, jak realizują swoje pomysły. Istotne czynniki ich wypowiedzi wskazywał program komputerowy, a więc:
  - Studenci boją się odważnych projektów, wolą korzystać ze sposobności mniej ryzykownych
  - Rozważając daną sposobność więcej uwagi poświęcają barierom i trudnościom niż walce o wdrożenie pomysłu: *„Jeśli wpadnie mi do głowy jakiś pomysł, to zazwyczaj zapala mi się w głowie czerwona lampka, która stawia mi wiele pytań”*

# POLSKIE BADANIA SPOSOBNOŚCI

---

- Inspiracje są weryfikowane w internecie : *„Gdy wpadam na pewien pomysł najprościej jest przeczytać o podobnych kwestiach w internecie.”*
- Brak korzystania z pomocy specjalistów, odwołania się do akademickiej wiedzy, sięgania do fachowych pism i książek.
- Wdrożenie pomysłu budzi niepokój, potrzebne jest wsparcie : *„Zwykle jestem pełna wątpliwości, najlepiej skonsultować jeszcze z kimś”*
- Zwykle konsultują się z rodzicami, potrzebują stałej zachęty z ich strony *„Nigdy nie skaczę na głęboką wodę i nie podejmuję pochopnych decyzji. Jeżeli nie jestem przekonana o słuszności działania, to go nie podejmuję. Rodzice wpoili mi działania asekuracyjne i bez zbędnego ryzyka”*
- Studenci deklarowali, że nie chcą aktywności gospodarczej prowadzić w zespole, wolą podjąć ją sami.

# OSOBOWOŚCIOWE UWARUNKOWANIA PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

---

- Nie każdy może być przedsiębiorcą, podobnie jak nie każdy może być pilotem, kombajnistą w kopalni czy pracować na wysokości.
- Osoby prowadzące własną działalność gospodarczą muszą być przedsiębiorcze, a pojęcie „przedsiębiorczość” to konstrukt złożony, na który składa się wiele cząstkowych cech.
- Badania psychologiczne dotyczące osobowościowych uwarunkowań powodzenia w biznesie prowadzone są od niedawna (Łaguna, 2011).
- Zaczęto je prowadzić w momencie, gdy zauważono że cechy osobiste przedsiębiorcy tak jak czynniki ekonomiczne i makrosystemowe wpływają na siłę jego intencji przedsiębiorczych, zdolność odkrywania i tworzenia sposobności przedsiębiorczych i pomyślnym rozwoju firmy

# OSOBOWOŚCIOWE UWARUNKOWANIA PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

---

- Początkowo badania osobowości przedsiębiorców spotkały się z krytyką, zwłaszcza że wyniki badań były sprzeczne.
- Obecnie prowadzi się metaanalizy, które wykazały zdecydowane różnice w poziomie cech osobowości między np. przedsiębiorcami a managerami (Stewart i Roth, 2001, 2004).
- Aktualnie istnieje potwierdzona zależność między intencjami i sukcesem założonej firmy, a następującymi cechami osobowości :
  - **Gotowość do podejmowania ryzyka**
  - **Potrzeba osiągnięć** zdecydowanie wyższa u przedsiębiorców niż u pracowników i managerów
  - **Innowacyjność** – niezbędna dla zaistnienia i rozwoju firmy

# OSOBOWOŚCIOWE CECHY PRZEDSIĘBIORCÓW

---

- **Proaktywność** - działania wyprzedzające zmiany, zdolność tworzenia alternatywnych planów.
- **Przekonanie o własnej skuteczności** - pewność, że daną czynność potrafię i mogę wykonać. Nie oznacza przekonania, że wykonam ją perfekcyjnie, czy lepiej od innych.
- **Potrzeba autonomii** – jest to potrzeba wolności, samodzielności i niezależności
- **Wewnętrzne umiejscowienie kontroli** – przekonanie, że na wszystko co mnie spotyka mam wpływ poprzez włożony wysiłek, sumienność, w przeciwieństwie do zewnętrznego umiejscowienia kontroli.
- **Odporność na stres** – przedsiębiorcy mają znaczną przewagę w zakresie tej cechy.

# STRES –POJĘCIE I MECHANIZMY

---

- Stres – jest to proces wywołany sytuacją otoczenia, która powoduje u jednostki poczucie nadmiernego obciążenia, poważnie przekraczającego jej możliwości. Czynnikiem wywołującym stres nazywa się stresorem.
- Stres powoduje u jednostki zwiększone zapotrzebowanie na energię. W takiej sytuacji organizm sam powoduje zwiększenie energii dzięki autonomicznej pracy nerwowego systemu wegetatywnego, który składa się z dwóch układów : sympatycznego i parasympatycznego. Obsługują one wszystkie narządy wewnętrzne organizmu.
- Jeśli organizm odczuwa potrzebę zwiększenia wydatkowania energii – a tak jest w sytuacji stresu – autonomicznie włącza się układ sympatyczny, który zwiększa liczbę oddechów, przyspiesza akcję serca, podnosi ciśnienie krwi, zwiększa wydzielanie glukozy i adrenaliny, przerywa procesy trawienne.

# STRES I JEGO MECHANIZMY

---

- Gdy działanie stresora ustaje automatycznie wyłącza się układ sympatyczny a włącza układ parasympatyczny.
- Układ sympatyczny przywraca równowagę organizmu: zmniejsza liczbę oddechów i ciśnienie krwi, spowalnia akcję serca, wznowia procesy trawienia zmniejsza wydzielanie adrenaliny, odbudowuje rezerwy glukozy.
- Współcześnie człowiek z powodu liczby bodźców, zadań i możliwości jest chronicznie narażony na stres. Stres jest pożądanym, gdyż pod jego wpływem – jeśli nie jest za duży – lepiej mobilizujemy się do działania – ten pozytywnie wpływający na efektywność działania nazywa się **eustresem**.
- Zbyt wysoki poziom stresu powoduje dezorganizację działania i jest szkodliwy – nazywa się **dysstresem**.



# STRES W DZIAŁALNOŚCI PRZEDSIĘBIORCZEJ

---

- Przedsiębiorcy są chronicznie narażeni na stres, w tym także na jego szkodliwą formę – dysstres.
- Ponieważ stres obciąża poważnie organizm, gdy jest chroniczny rujnuje zasoby biologiczne człowieka, uruchamia wtedy „spiralę strat”, której organizm nie jest w stanie zrekompensować „spiralą zysków”
- Skutkiem takiego stanu rzeczy jest szereg chorób takich jak zawał serca, wrzody żołądka, cukrzyca, nadciśnienie – i szereg innych o charakterze psychosomatycznym.
- Narażony na stres człowiek stosuje różne strategie radzenia sobie z nim. Dla przedsiębiorczych osób jest to koncentrowanie się na zadaniu – plan rozwiązania problemu.
- Strategie nieskuteczne to koncentracja na emocjach, unikanie, czynności zastępcze, poszukiwanie kontaktów towarzyskich.

# ETYKA PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

---

- Przedsiębiorcę można rozpatrywać nie tylko w kategorii „jaki jest” ale także w kategorii „co robi” aby jego wysiłek przyniósł oczekiwane rezultaty (Ratajczak, 2012).
- Przedsiębiorczość zatem jest nastawiona na zysk – bez wątplenia przedsiębiorca chce mieć więcej.
- Zysk jest dla przedsiębiorcy źródłem satysfakcji, daje mu też zadowolenie dumę z własnych osiągnięć i chociaż często zysk przewyższa to, czego człowiek realnie potrzebuje pomnażanie zasobów jest pozytywnie wartościowane nie tylko w warunkach gospodarki rynkowej.
- Rosnący zysk jest miarą sukcesu przedsiębiorcy, ale jaką cenę i kto płaci za osiągnięte zyski. Są to pytania o charakterze etycznym i one również są ważne dla psychologii.

**DZIĘKUJĘ PAŃSTWU ZA  
UWAGĘ**

