

Znaczenie motywacji osiągnięć i poczucia umiejscowienia kontroli w aktywności przedsiębiorczej. Sprawozdanie z badań

Anna Pawłowska

Autorka podejmuje problem psychologicznych uwarunkowań przedsiębiorczości. Koncentruje się na dwóch zmiennych psychologicznych – motywacji osiągnięć i wewnętrznym poczuciu kontroli. Analizuje dorobek naukowy dotyczący znaczenia tych cech w kontekście efektywności zachowań przedsiębiorczych. Prezentuje wyniki badań własnych, weryfikujących hipotezy o tym, że przedsiębiorcy posiadają je na wyższym poziomie niż osoby nieprowadzące działalności na własny rachunek. Wskazuje możliwości wykorzystania tej wiedzy do stymulowania postaw proprzedsiębiorczych.

1. Wprowadzenie

Celem niniejszego artykułu jest prezentacja wyników badań dotyczących psychologicznych uwarunkowań podejmowania działalności gospodarczej na własny rachunek. Przedstawione zostały obszary, w jakich wiedza psychologiczna może być wykorzystana do stymulowania aktywności przedsiębiorczej i pokonywania barier jej rozwoju, które nie mają charakteru prawno-ekonomicznego, lecz istnieją na poziomie jednostki. Tym samym pokazuje możliwości oddziaływania na ludzi i wspierania ich w zakresie przedsiębiorczej działalności, zwłaszcza na etapie podejmowania decyzji o jej podjęciu. Informacji na temat psychologicznych uwarunkowań aktywności przedsiębiorczej dostarczają przede wszystkim badania psychologii ekonomicznej (Tyszka 1997, 2004), w ramach której próbuje się udzielić odpowiedzi na pytanie, jakie cechy osobowościowe, temperamentalne, poznawcze itp. odróżniają przedsiębiorców od osób nieprowadzących samodzielnej działalności gospodarczej i decydują o ich skuteczności.

W tym artykule przedmiotem zainteresowania będą dwie zmienne psychologiczne: motywacja osiągnięć i wewnętrzne poczucie umiejscowienia kontroli. W wielu

badaniach wykazano, że przedsiębiorcy uzyskują wysokie wyniki w zakresie tych cech, co znacząco odróżnia ich od nie-przedsiębiorców. W artykule przedstawiono wyniki przeprowadzonych niezależnie badań weryfikujących hipotezy o znaczeniu tych cech.

2. Prezentacja badanych zmiennych

Psychologowie wyróżnili wiele rodzajów motywacji, które skłaniają człowieka do podejmowania określonej aktywności. Wśród nich znajdują się dwa przeciwstawne typy motywacji.

Pierwszy dotyczy sytuacji, gdy człowiek robi coś, aby zapobiec przykrej sytuacji, na przykład dezaprobacie społecznej czy problemom materialnym. Mamy wtedy do czynienia z motywacją unikania porażek, nazywaną także motywacją „od”.

Drugi typ – motywacja osiągnięć (ang. *achievement motivation*) został zidentyfikowany przez McClelland. Rozumie on ją jako motywację do ciągłego poprawiania poziomu własnego działania, silną koncentrację na zadaniach, dążenie do jak najlepszego wykonania tych zadań i dlatego nazywa się ją także motywacją „do”.

Rozróżnienie tych dwóch typów motywacji ma nie tylko znaczenie teoretyczne, porządkujące wiedzę o funkcjonowaniu człowieka. Okazuje się, że dostarcza ono także wielu informacji o charakterze praktycznym. Mianowicie badania porównawcze nad funkcjonowaniem osób z motywacją unikania porażek i motywacją osiągnięć pokazały, że różnią się one pod względem wzorców zachowań ujawnianych w określonych sytuacjach życiowych; co więcej, pod wieloma względami istotnych z punktu widzenia skutecznego rozwiązywania problemów, z jakimi styka się na co dzień osoba prowadząca własną działalność gospodarczą,

Na przykład osoby z wysoką motywacją osiągnięć preferują zadania o średnim stopniu ryzyka, racjonalizując w ten sposób podjęte decyzje i ograniczając prawdopodobieństwo porażki. Po sukcesie podnoszą poziom swoich aspiracji, a po niepowodzeniu obniżają.

Tymczasem osoby kierujące się motywacją unikania porażek wybierają zadania albo łatwe, albo zbyt trudne. Często postępują nielogicznie, gdyż po sukcesie obniżają swoje aspiracje, a po niepowodzeniu podwyższają. Ponadto mają tendencję do odkładania w czasie problemów do rozwiązania.

Osoby z motywacją osiągnięć mają bardzo ważną z punktu widzenia przedsiębiorczości cechę, polegającą na tym, że potrafią odraczać gratyfikację, czyli pracować długo i intensywnie bez otrzymywania na bieżąco nagród. Ponadto skłonne są do kierowania się odległymi celami, tj. myślą perspektywnie, wykazują niezależność poglądów i szybko awansują społecznie (Skarżyńska 2005).

Warto podkreślić, że „potrzeba osiągnięć nie jest tożsama z nastawieniem na szybki sukces finansowy i gromadzeniem dóbr materialnych. Pogoń za zyskiem nie sprzyja indywidualnym sukcesom materialnym, zawodowym” (Skarżyńska 2005: 35). Mechanizm tego jest stosunkowo prosty. Wynikające z motywacji „do” osiągnięcia (a właściwie osiągnięcie) wyznaczonego celu samo w sobie dostarcza gratyfikacji wewnętrznej, związanej z zadowoleniem z samej aktywności i rozwoju własnego. Dzięki temu jest mniej prawdopodobne, że aktywność jednostki zostanie przerwana pod wpływem niepowodzeń. Tymczasem dla osób z motywacją unikania porażek ważniejsze niż zadania są relacje międzyludzkie. Są one skłonne do uległości i reprezentują postawy zachowawcze, wykazując minimalistyczne zadowolenie z istniejącej sytuacji.

Drugą cechą, na którą zwracają uwagę badacze, dotyczy percepcji przez przedsiębiorców otoczenia i tego, co się w nim dzieje, oraz przekonania, na ile mogą oni wpływać na przebieg zdarzeń. W psychologii kwestie te obejmuje pojęcie wprowadzone przez Rottera – poczucie umiejscowienia kontroli. Rotter jest twórcą teorii zakładającej, że jednostka może mieć postawę wskazującą na wewnętrzne poczucie umiejscowienia kontroli (ang. *internal*

locus of control), kiedy uważa, że to, co się dzieje w jej życiu, zależy wyłącznie od niej lub zewnętrzne poczucie umiejscowienia kontroli, gdy ma przekonanie, że jej życie zależy od przypadku, szczęścia, losu, czyli czynników od niej niezależnych.

Według Rottera poczucie umiejscowienia kontroli jest zmienną ciągłą. Inni badacze, jak na przykład Lefcourt (za: Litunen, Storhamar 2000: 344) proponują, aby analizować poczucie umiejscowienia kontroli jako oddzielne cechy zwłaszcza, że w wielu aspektach funkcjonowanie osób o odmiennym poczuciu umiejscowienia kontroli jest różne.

Według X. Gliszczyńskiej (1990) osoby z wewnętrznym poczuciem umiejscowienia kontroli aktywnie poszukują informacji, a zwłaszcza takich, które ułatwiają im osiągnięcie celu działania, postrzegając przy tym wiele możliwości jego realizacji. Potrafią uczyć się na własnych doświadczeniach, są mniej konformistyczne i skutecznie radzą sobie ze stresem. Ich zachowania są bardziej realistyczne.

3. Podejście badawcze. Hipotezy

Mika (1996), Stewart, Rauch, Freese (za: Zaleskiewicz 2004: 68) potwierdzają badaniami, że efektywni przedsiębiorcy są bardziej niż reszta populacji zorientowani na osiągnięcia. Nabiera to szczególnego znaczenia już na etapie podjęcia decyzji o założeniu własnej firmy. Wyraźnie lepiej funkcjonują na rynku firmy, których założyciele kierowali się właśnie motywacją osiągnięć. Ich aktywność ukierunkowana jest bowiem na rozwój własny, zdobywanie doświadczenia i realizację własnych pomysłów. Tym samym są bardziej odporni na niepowodzenie.

Osoby z motywacją unikania porażek zwykle zakładają firmę, kierując się strachem przed bezrobociem czy problemami finansowymi, co, jak wynika z badań, zwiększa prawdopodobieństwo, że poniosą porażkę w biznesie.

Podobnie jest w przypadku drugiej cechy – poczucia umiejscowienia kontroli. Z badań Miki (1996) wynika, że przedsiębiorcy uważają, iż sami kierują własnym życiem. Posiadają więc wewnętrzne poczucie umiejscowienia kontroli. Efektywni przedsiębiorcy niewiele sytuacji uzależniają od szczęścia, losu czy przypadku, jak ma to miejsce w przypadku osób z zewnętrznym

umiejscowieniem kontroli. Co więcej, starają się maksymalizować swój wpływ na to, co się dzieje w ich otoczeniu.

Znaczenie tej cechy potwierdzają także badania Nelsona (za: Littunen, Storhammar 2000: 343), który zauważył, że kobiety, podejmujące działalność gospodarczą w porównaniu z kobietami z generalnej populacji mają szczególnie wysokie wewnętrzne poczucie umiejscowienia kontroli.

Na znaczenie poczucia umiejscowienia kontroli zwracają też uwagę H. Littunen i E. Storhammar (2000: 348) – autorzy badań nad finlandzkimi przedsiębiorcami zakładającymi własne firmy.

W podobnych badaniach W. Wong, H. Cheung, P. Venuninod (2005: 227) analizowali znaczenie motywacji osiągnięć i poczucia umiejscowienia kontroli wśród absolwentów studiów inżynierskich rozpoczynających działalność gospodarczą z wykorzystaniem nowoczesnych technologii w ramach inkubatorów przedsiębiorczości na uniwersytecie w Hong-Kongu. Według nich szczególnie istotnym czynnikiem decydującym o sukcesie początkującego przedsiębiorcy okazała się motywacja osiągnięć. Tymczasem tym, co decydowało o potencjalnej porażce podjętej działalności było zewnętrzne poczucie umiejscowienia kontroli wykazywane przez założyciela firmy. Osoby o takim nastawieniu nie potrafią działać niezależnie i mają niską odporność na frustrację, zwłaszcza gdy środowisko, w którym działają, jest trudne.

Warto zauważyć, że pojawia się też nurt badań poszukujących kulturowych różnic w zakresie poziomu tych zmiennych. Na przykład K. Tajeddini i S.L. Mueller (2009: 3) w badaniach wykazali, że Brytyjcy przedsiębiorcy z branży high-tech w porównaniu z przedsiębiorcami szwajcarskimi wykazują wyższe poczucie umiejscowienia kontroli, a niższą motywację osiągnięć.

W badaniach podkreśla się więc znaczenie motywacji osiągnięć i wewnętrznego poczucia umiejscowienia kontroli w zachowaniach przedsiębiorczych, zwłaszcza na etapie podejmowania decyzji o założeniu firmy.

Bardzo dobrą okazją do weryfikacji tego stał się realizowany w latach 2006-2008 na Wydziale Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego projekt ZPORR 2.5 *Przedsiębiorczość – zakładamy własną firmę*, w któ-

rym uczestnicy otrzymywali jednorazową dotację inwestycyjną na założenie własnej działalności gospodarczej. Przebadało dziewiętnastu uczestników projektu. Oczekiwano, że osoby, które zgłosiły swój udział, uzyskają wyniki powyżej średniej dla motywacji osiągnięć i wysoki wynik wskazujący na wewnętrzne poczucie umiejscowienia kontroli – hipoteza 1.

Drugim podejściem badawczym weryfikującym prezentowane w literaturze wyniki badań było przeprowadzenie analizy porównawczej między nieprowadzącymi własnej działalności gospodarczej studentami a przedsiębiorcami pod względem tych cech. W tym celu w marcu 2007 roku przeprowadzono badanie na próbie 80 studentów Wydziału Zarządzania UW i 22 przedsiębiorców¹. Przewidywano, że przedsiębiorcy będą istotnie statystycznie różnić się od studentów pod względem motywacji osiągnięć i wewnętrznego poczucia umiejscowienia kontroli – hipoteza 2.

W przypadku obu badań zastosowano te same narzędzia badawcze. W celu diagnozy motywacji osiągnięć posłużono się kwestionariuszem M. Wierszal-Bazyl (1979). Poczucie umiejscowienia kontroli zdiagnozowane zostało Kwestionariuszem Z-W (Sierpińska 1993).

4. Wyniki badania

W badaniach potwierdzone zostały obie stawiane hipotezy, dostarczając tym samym argumentów na rzecz tego, że motywacja osiągnięć i wewnętrzne poczucie umiejscowienia kontroli to istotne cechy przedsiębiorców.

Uczestnicy projektu *Przedsiębiorczość – zakładamy własną firmę* wykazali wyraźnie wysoką motywację osiągnięć i wewnętrzne poczucie umiejscowienia kontroli, co potwierdza hipotezę 1. W badanej grupie średni wynik dla motywacji osiągnięć wyniósł 72,56 punktów, czyli był wyższy od średniej (50 punktów). Podobnie osoby badane wykazały się wewnętrznym poczuciem umiejscowienia kontroli, gdyż średni wynik w badanej grupie wyniósł 11,28 punktów (przy średniej 7 punktów).

W przypadku badania porównawczego uzyskane wyniki były zgodne z oczekiwaniami. Przeprowadzona analiza wariancji ANOVA wykazała na poziomie istotności 0,05, że przynależność do grupy deter-

minowała wynik uzyskany przez osoby badane w kwestionariuszu motywacji osiągnięć i poczuciu umiejscowienia kontroli, czyli przedsiębiorcy różnią się pod względem tych cech od studentów. Jednocześnie w obu przypadkach grupa przedsiębiorców uzyskała średnie wartości wyższe niż w przypadku studentów. Tym samym potwierdzona została hipoteza druga.

5. Wnioski

Zgodnie z oczekiwaniami, poczucie umiejscowienia kontroli i motywacja osiągnięć okazały się cechami wyróżniającymi przedsiębiorców w porównaniu ze studentami nie prowadzącymi własnej działalności gospodarczej. Również uczestnicy projektu realizowanego przez WZ UW *Przedsiębiorczość – zakładamy własną firmę* posiadali te cechy na poziomie powyżej średniej.

Wyniki te skłaniają do poparcia pewnej sugestii sformułowanej przez W. Wong, H. Cheung, P. Venuvinod (2005: 227). Zwracają oni uwagę, że tradycyjne podejście dotyczące wyboru uczestników inkubatorów przedsiębiorczości zakłada podejmowanie decyzji na podstawie analizy biznesplanów. Tymczasem zalecają oni, aby rozszerzyć proces selekcji kandydatów do tego rodzaju projektów o diagnozę poziomu motywacji osiągnięć i poczucie umiejscowienia kontroli. Ich zdaniem można dzięki temu uniknąć sytuacji, w której wsparcie kapitałowe zostanie przekazane osobom o niskim z perspektywy psychologicznej potencjale przedsiębiorczym.

W szerszym kontekście podejście to nawiązuje do wykorzystania psychologii zachowań ekonomicznych człowieka w celu stymulowania przedsiębiorczości. Wskazują na to także R. Hisrich, J. Langan-Fox, S. Grant (2007: 575), podkreślając jej rolę w kształtowaniu proprzedsiębiorczych cech osobowościowych i rozwoju szeroko pojętej edukacji ekonomicznej.

Informacja o autorze

Dr Anna Pawłowska – Zakład Socjologii Organizacji, Wydział Zarządzania UW.

Przypisy

- 1 Wyniki są częścią bardziej rozbudowanego badania. Więcej na ten temat w: Pawłowska, Szałański, Ochowski (2007).

Bibliografia

- Gliszczyńska, X. 1990. *Skala I-E w pracy. Technika pomiaru poczucia kontroli w sytuacji pracy*, Warszawa: PTP.
- Hisrich, R., Langan-Fox, J., Grant, S. 2007. Entrepreneurship Research and Practice. A Call to Action for Psychology. *American Psychologist*, Vol. 62, No. 6, s. 575-589.
- Littunen, H., Storhammar, E. 2000. The Indicators of Locus of Control in The small Business Context. *Journal of Enterprising Culture*, Vol. 8, No. 4, s. 343-360.
- Mika, S. 1996. *Portret przedsiębiorcy: teoria i praktyka, sugestie rozwiązań, przykłady, ćwiczenia*, Warszawa: INFOR.
- Pawłowska, A., Szałański, M., Ochowski, T. 2007. *Psychologiczne aspekty przedsiębiorczości – badania w regionie płockim*, Warszawa: Wydawnictwo Wydziału Zarządzania UW.
- Sierpińska, H. 1993. *Podręcznik dla liderów klubów aktywnego poszukiwania pracy*, Warszawa: Fundacja Akcji Demokratycznej.
- Skarżyńska, K. 2005. Czy jesteśmy prorozwojowi? Wartości i przekonania ludzi a dobrobyt i demokracja kraju. w: Drogosz M. (red.) *Jak Polacy przegrywają? Jak Polacy wygrywają?*. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Tajeddini, K., Mueller, S.L. 2009. Entrepreneurial Characteristics in Switzerland and the UK: A Comparative Study of Techno-Entrepreneurs. *Journal of International Entrepreneurship*, Vol. 7, Iss. 1.
- Tyszka, T. 1997. *Psychologia zachowań ekonomicznych*, Warszawa: WN PWN.
- Widerszal-Bazył, M. 1979. *Ukierunkowanie motywacji osiągnąć a poziom wykonania pracy*, Warszawa: Ossolineum.
- Wing-Ki Wong, Hong-Man Cheung, Venuvinod, P.K. 2005. Individual Entrepreneurial Characteristics and Entrepreneurial Success Potential. *International Journal of Innovation and Technology Management*, Vol. 2, No. 3, s. 277-292.
- Zaleśkiewicz, T. 2004. Przedsiębiorczość i podejmowanie ryzyka. w: Tyszka T. (red.) *Psychologia ekonomiczna*. Gdańsk: GWP.