

Uwarunkowania rodzinne sukcesu przedsiębiorczego-mediacyjna rola obrazu siebie i motywacji osiągnięć

Streszczenie popularnonaukowe

Jak dotąd proponowane modele wyjaśniające sukces przedsiębiorczy koncentrowały się na znaczeniu czynników ekonomicznych (m.in. kapitał) i psychologicznych (m.in. zdolność planowania, podejmowania decyzji, motywacja), marginalizując znaczenie rodziny pochodzenia dla kształtowania się efektywności biznesowej. Niewiele zatem wiadomo na temat związków jakie łączyć mogą czynniki rodzinne z sukcesem przedsiębiorczym. Wychodząc tym ograniczeniom naprzeciw, za cel projektu przyjęliśmy przeanalizowanie i porównanie trzech ścieżek wpływu rodzinnego (postawy rodzicielskie, komunikacja, proces modelowania) na sukces przedsiębiorczy u osób, prowadzących na terenie Polski działalność gospodarczą w sektorze małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP). Zakłada się, że zależności łączące sukces przedsiębiorczy z rodziną pochodzenia nie są bezpośrednie i mediowane przez te cechy psychologiczne, których wartość predykcyjną dla efektywności biznesowej wykazano w licznych badaniach (np. cechy osobowości, motywacja). W proponowanym modelu za zmienne pośredniczące przyjmujemy obraz siebie i motywację osiągnięć. Zakładamy zatem, że rodzina pochodzenia wpływać może na osiąganie sukcesu przedsiębiorczego, poprzez jej udział w kształtowaniu się obrazu siebie i motywacji osiągnięć.

Badania będą miały charakter ilościowy i prowadzone będą na przedsiębiorcach z sektora MŚP. Koncentracja na mikroprzedsiębiorstwach ma swoje uzasadnienie w statystykach obrazujących wysoki odsetek nowopowstałych i jednocześnie szybko upadających przedsiębiorstw. Okazuje się, że wkład „ekonomiczny” w tym przypadku może być niewystarczający dla przetrwania przedsiębiorstwa, co każe przyjrzeć się dogłębniej cechom osobowym przedsiębiorcy. A ich źródeł w pierwszej kolejności poszukiwać należy właśnie w rodzinie pochodzenia.

Projekt badawczy ma istotne znaczenie dla rozwoju wiedzy z zakresu zarządzania i psychologii. Z jednej strony, pozwoli na lepsze poznanie mechanizmu kształtowania się sukcesu przedsiębiorczego, a z drugiej, proponuje bardziej ujednoczone spojrzenie na sukces przedsiębiorczy. Dotychczasowe (pojedyncze) badania koncentrowały się raczej na analizach korelacyjnych, w których sprawdzano bezpośrednie związki pomiędzy pojedynczymi czynnikami rodzinnymi a sukcesem przedsiębiorczym. Prezentowany model oferuje natomiast bardziej złożone spojrzenie na uwarunkowania rodzinne sukcesu przedsiębiorczego. Owa złożoność przejawia się pod postacią jednoczesnego analizowania znaczenia trzech ścieżek wpływu rodzicielskiego a także za pomocą wprowadzenia do modelu dwóch mediatorów (obrazu siebie i motywacji osiągnięć). Weryfikacja modelu może zatem rzucić więcej światła na te drogi rodzicielskiego oddziaływania, których znaczenie nie były wcześniej rozpatrywane w odniesieniu do sukcesu przedsiębiorczego. Przykładowo niewiele wiadomo na temat znaczenia komunikacji w rodzinie czy postaw rodzicielskich dla sukcesu przedsiębiorczego. Zatem weryfikacja modelu ma swoje implikacje teoretyczne – przyczyni się w znaczącym stopniu do rozszerzenia wiedzy na problematykę przedsiębiorczości. Od strony praktycznej, poznanie rodzinnego mechanizmu sukcesu przedsiębiorczego pozwolić może na wzmacnianie tych „oddziaływań” rodzicielskich, które wzmacniać mogą przyszlą efektywność biznesową potencjalnego przedsiębiorcy.