

## **Komunikacja partnerska i satysfakcja ze związku a sukces przedsiębiorczy- mediacyjna rola poczucia własnej skuteczności i motywacji osiągnięć**

### **Streszczenie popularnonaukowe**

Dotychczasowe badania naukowe są zgodne w tym, że czynnik psychologiczny odgrywa istotną rolę w wyjaśnianiu sukcesu przedsiębiorczego. Biorąc pod uwagę, że cechy psychologiczne mają najczęściej swoje „źródło” w systemie rodzinnym, zasadnym wydaje się by modele wyjaśniające sukces przedsiębiorczy uwzględniały w swej strukturze także czynnik rodzinny. Istotne wydaje się zatem prześledzenie znaczenia rodziny, z której pochodzi przedsiębiorca, ale zasadnym wydaje się także przeanalizowanie wpływu jaki na osiąganie sukcesu przedsiębiorczego może wywierać pozostawanie w związku partnerskim (małżeństwo/ kohabitacja). Czy czynnik relacyjny (partnerstwo) jest istotną zmienną w mechanizmie wyjaśniającym sukcesu przedsiębiorczy? A jeśli tak, to czy należy go (czynnik relacyjny) traktować jako „facylitator” czy też przeszkodę w osiąganiu sukcesu przedsiębiorczego? Pytania te stały się inspiracją do opracowania modelu, którego weryfikacja pozwoli na pełniejsze zrozumienie mechanizmu oddziaływania relacji partnerskiej na sukces przedsiębiorczy. W proponowanym modelu założono, że relacja partnerska (tj. jakość/satysfakcja ze związku, komunikacja partnerska) wzmacniać lub osłabiać może te cechy psychologiczne, które są istotne dla osiągania sukcesu przedsiębiorczego. Przez cechy te rozumie się poczucie własnej skuteczności oraz motywację osiągnięć, a więc zmienne, których wartość predykcyjną dla sukcesu przedsiębiorczego wykazano w wielu publikacjach. Pisząc precyzyjniej w modelu założono, że komunikacja (wsparcie, zaangażowanie ze strony partnera) wraz z satysfakcjonującą relacją partnerską wzmacniają przekonania dotyczące własnej skuteczności, a to z kolei zwiększa może motywację osiągnięć, co finalnie prowadzić może do większych osiągnięć biznesowych (sukces przedsiębiorczy). Badaniami objęci zostaną przedsiębiorcy z sektora SME, którzy prowadzą działalność gospodarczą na terenie Polski i którzy pozostają w związku partnerskim (małżeństwo/kohabitacja). Wybór tej grupy badanej podyktowany jest przede wszystkim faktem dużej upadłości małych przedsiębiorstw pomimo różnego rodzaju wsparcia (szkolenia, dofinansowywanie itp.).

Reasumując, realizacja niniejszego projektu (a zatem porównanie różnych „dróg” oddziaływania relacji partnerskiej) przyczyni się do lepszego i pełniejszego rozumienia mechanizmu osiągania sukcesu przedsiębiorczego, co w dobie aktualnej sytuacji kryzysu pandemicznego (a co za tym idzie ekonomicznego) jest szczególnie istotne i naglące. Dodatkowo poznanie znaczenia czynnika relacyjnego dla osiągania sukcesu przedsiębiorczego pozwoli projektować warsztaty psychologiczne, na których rozwijane by były te „elementy” funkcjonowania diadycznego, które są istotne z punktu widzenia kształtowania/wzmacniania tych cech psychologicznych, które przyczyniają się istotnie do większych osiągnięć na płaszczyźnie przedsiębiorczej. Interdyscyplinarny charakter projektu przyczynia się zatem do pogłębienia wiedzy tak z zakresu przedsiębiorczości jak i psychologii.