

36. TYPY OSOBOWOŚCI A UMIEJĘTNOŚCI PRZEDSIĘBIORCZE



Z tego rozdziału dowiesz się:

- czym się różni bycie przedsiębiorczym od bycia przedsiębiorcą,
- co trzeba zrobić, żeby zostać skutecznym przedsiębiorcą,
- co nam może pomóc w byciu przedsiębiorcą,
- jakie są typy osobowości.

Najważniejsze pojęcia:
przedsiębiorczość, typy osobowości

Przedsiębiorczość i przedsiębiorca

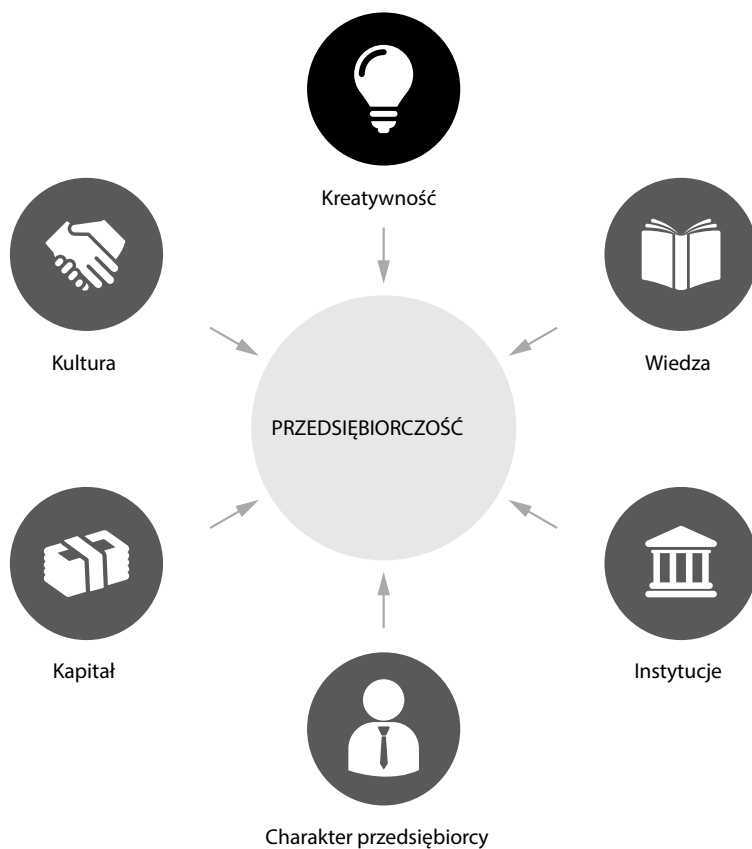
Czy każdy może zostać przedsiębiorcą? Wszystko zależy od tego, jak będziemy to pojęcie rozumieć. W rozdziale 30 stwierdziliśmy, że w każdej działalności człowieka kryje się element przedsiębiorczości: w swoich działaniach staramy się być przedsiębiorczy, czyli odkrywać trafne i skuteczne drogi postępowania. Jednocześnie przedsiębiorca (biznesmen) to pojęcie węższe, określające osobę, która ma pomysł na realizację konkretnego rynkowego planu – wytworzenie produktu pożądanego przez klientów. W tym znaczeniu nie każdy może być przedsiębiorcą i nie każdy przedsiębiorcą będzie bez względu na to, co sugerują poradniki.

Jak uczy nas teoria ekonomii i teoria przedsiębiorczości, przedsiębiorca to osoba, która działa w warunkach niepewności i próbuje wytworzyć nową wartość ekonomiczną – stworzyć dobro, które zostanie zakupione, a następnie z satysfakcją skonsumowane przez klientów (dzięki czemu będą oni gotowi znów nabyć dany produkt). Jest to w zasadzie jedyna miarodajna cecha, która charakteryzuje przedsiębiorcę. Pozwala mu bowiem odnajdywać takie produkty, które zainteresują klientów, a przynajmniej próbować to robić (ponieważ przedsiębiorca może również ponieść porażkę i straty).

Czy takie odnajdywanie to umiejętność, której można się nauczyć niczym wzorów matematycznych? Niestety nie. Wbrew sugestiom prezentowanym podczas niektórych kursów czy w książkach skuteczna **przedsiębiorczość**

nie jest umiejętnością, której da się wyuczyć (zob. ramkę). Nie sposób jej nabyć nawet na studiach. W szkołach i na kursach możemy przyswoić sobie pewną część wiedzy sprzyjającej działaniom przedsiębiorczym, nie będzie ona jednak źródłem przedsiębiorczego sukcesu. Politechnika może wykształcić dobrego inżyniera, a uniwersytet medyczny – lekarza, próżno jednak szukać analogicznego przypadku w zawodzie przedsiębiorcy.

Diagram 17. Czynniki wpływające na przedsiębiorczość



Źródło: opracowanie własne.

Jakiej wiedzy sprzyjającej przedsiębiorczości jesteśmy w stanie się nauczyć? Możemy nauczyć się tego wszystkiego, co ułatwia prowadzenie biznesu i jego organizację, na przykład efektywnego zarządzania czasem. Trudno zaprzeczyć, że aby odnieść sukces, przedsiębiorca musi właściwie gospodarować zasobami, które posiada, zwłaszcza swoim czasem. Są różne metody, które pozwalają na poprawienie samoorganizacji. Można także

nauczyć się fachowej obsługi klienta, poznać zasady zarządzania procesami w przedsiębiorstwie oraz zarządzania ludźmi itd. (m.in. tego uczą firmy konsultingowe doradzające, jak skutecznie prowadzić biznes). Podobnie w pracy można zdobyć wiele korzystnych doświadczeń, które będą ułatwiać działalność przedsiębiorczą. Te doświadczenia, być może, usprawnią prowadzenie działalności, ale nigdy nie dadzą pewności, że odniesiemy sukces.

W mediach możemy współcześnie spotkać programy w rodzaju „Kuchennych rewolucji”, w których doświadczeni eksperci w danej dziedzinie doradzają przedsiębiorcom mającym problemy w prowadzeniu działalności. Są programy o prowadzeniu hoteli, zakładów fryzjerskich i restauracji. Podaje się tam wiele cennych wskazówek, które sugerują właścicielom biznesu, co w swojej działalności robią nie tak, jak powinni, i co muszą poprawić. Programy takie najczęściej kończą się opowieścią o znaczącej i zauważalnej poprawie jakości oferowanego produktu. W rzeczywistości połowa tych biznesów – według różnych szacunków – i tak potem upada, mimo ogromnych i efektownych transformacji, które możemy oglądać na ekranie.



Israel Kirzner [wym. izrael kircner], jeden z najwybitniejszych teoretyków przedsiębiorczości, otrzymał za swoją działalność Global Award for Entrepreneurship Research [wym. global ałord for on-troproniuszıp risercz, znaczenie: globalna nagroda za badania nad przedsiębiorczością] – nagrodę, którą przyznaje się m.in. za promowanie przedsiębiorczości i rozwiązań, sprzyjających przedsiębiorczości. W wykładzie, który wygłosił podczas uroczystości wręczenia nagrody, stwierdził:

„Moje prace nie mają nic do powiedzenia na temat skutecznej przedsiębiorczości. Moje prace analizowały nie naturę talentów potrzebnych do przedsiębiorczego sukcesu, nie wskazówki dla przyszłych skutecznych przedsiębiorców, lecz naturę procesu rynkowego, który uruchamiają przedsiębiorcze decyzje (te skuteczne i nieskuteczne!)”. Dlatego warto pamiętać, że nauczenie się tego, czym przedsiębiorczość jest, to jedna sprawa, ale wątpliwe twierdzenie, że przedsiębiorczości da się nauczyć, tak jak da się nauczyć biologii czy chemii, to sprawa zupełnie inna.

Źródło: Israel Kirzner, *The alert and creative entrepreneur: a clarification*, „Small Business Economics”, 32, 2 (2009), s. 145–146.

Przedsiębiorczość nie jest wobec tego wiedzą, której można się wyuczyć. Bycie skutecznym przedsiębiorcą nie jest też powiązane z inteligencją czy genami a niebagatelną rolę odgrywa także otoczenie przedsiębiorstwa i przyjazność instytucjonalna (zob. rozdział 33).

Typy osobowości

Przedsiębiorczość nierzadko traktowana jest w historii gospodarczej jako pewna postawa, rola, którą ktoś odgrywa w procesie przemian społecznych. Dlatego rodzi się pokusa, aby taką postawę ściśle zaklasyfikować i odnieść do konkretnych ludzkich charakterystyk. Stąd pomysł odwołania się do podziału na **typy osobowości**. Pierwsze klasyfikacje osobowości, wywodzące się od praojca współczesnej medycyny – Hipokratesa, dzieliły ludzi na impulsywnych i głośnych choleryków, spokojnych i bez troskich sangwiników, rozważnych i niechętnych do działań flegmatyków oraz nerwowych i pesymistycznych melancholików.

Współcześnie stosuje się wiele różnych klasyfikatorów typów osobowości. Popularnym w świecie biznesu przykładem jest wskaźnik typu osobowości *Myers-Briggs Type Indicator* [wym. majers brigs tajp indikejtor] (MBTI). Wskaźnik ten został opracowany na podstawie prac wybitnego XX-wiecznego psychologa i psychiatry Carla Gustava Junga. MBTI ocenia preferencje ludzi w czterech kategoriach odbierania rzeczywistości. Każdą osobę można zaklasyfikować jako:

1. introwertyka (oznaczanego literą „I”), czerpiącego energię z pozostawania w samotności lub w wąskim kręgu najbliższych, albo ekstrawertyka („E”), preferującego duże zbiorowiska ludzi i lubiącego poznawać nowe osoby.

2. preferującą poznanie (*Sensing* – „S”) i opierającą się na twardych danych albo zwolennika intuicji (*Intuition* – „N”), czyli widoku z lotu ptaka i dalekosiężnych wizji.

3. myślącą (*Thinking* – „T”) i korzystającą przede wszystkim z logiki albo czującą (*Feeling* – „F”) i spoglądającą na harmonię emocji zainteresowanych stron.

4. osądzącą (*Judging* – „J”) i lubiącą planować (taka osoba chce przewidywać z góry różne scenariusze i być na nie przygotowana) albo obserwującą (*Perceiving* – „P”), czyli osobę, która woli na bieżąco modyfikować swoje zachowanie w miarę rozwoju wypadków.

Takie klasyfikacje pomagają nam w refleksji nad swoimi mocnymi i słabymi stronami. Są również przydatne w szacowaniu, jaki styl pracy

dana osoba będzie preferować. Nie ujawniają jednak, które cechy pozwalają na usprawnienie działań przedsiębiorczych. Dlaczego? Po pierwsze, dlatego że poszczególne cechy osobowości mogą być zarówno wadami, jak i zaletami (wszystko zależy od umiejętności panowania nad nimi). Po drugie, dlatego że w różnych branżach wymagane są różne podejścia (inaczej musi zachowywać się przedsiębiorca zarządzający fabryką samochodów, inaczej właściciel sklepu). Po trzecie, co istotne, badania pokazują, że osobowość człowieka może się zmieniać. Dlatego nie istnieje uniwersalny przepis na skutecznego przedsiębiorcę.

Mimo że ściśle doprecyzowanie nie jest możliwe, w literaturze spekuluje się na temat cech, które statystycznie mogą sprzyjać skutecznej działalności przedsiębiorczej. Wśród nich wymienia się chęć dążenia do realizacji wyznaczonego celu i dostateczne samozaparcie w tym działaniu, zdolność do adekwatnej interakcji z ludźmi wraz ze zdolnością rozpoznawania ich zachowań, gotowość do podjęcia odpowiedniego ryzyka, umiejętność uczenia się i rewizji nieudanych decyzji, pracowitość oraz obowiązkowość, pasję oraz zdolność zarażania nią innych.



Pytania i zadania

1. Czy można być przedsiębiorczym, nie będąc przedsiębiorcą? Uzasadnij odpowiedź.
2. Spróbuj ocenić swój typ osobowości.
3. Jakich rzeczy, które mogłyby pomóc w działalności przedsiębiorczej, można się nauczyć?
4. Czy przedsiębiorczości można się nauczyć? Uzasadnij odpowiedź.
5. Wymień kilku przykładowych przedsiębiorców z różnych dziedzin i zastanów się, jakie cechy osobowościowe są im przydatne.
6. Spróbuj się zastanowić, czy w swojej skrajnej postaci cechy powszechnie uznawane za pozytywne nie mogą się okazać wadami.
7. Przeanalizuj diagram 17. Spróbuj się zastanowić, na które z wymienionych tam czynników masz wpływ. Nad czym powinieneś/powinnaś pracować, gdybyś chciał/a zostać przedsiębiorcą?