

WITOLD SZWAJKOWSKI

PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ A UMIEJĘTNOŚĆ KORZYSTANIA Z POMOCY

STEREOTYP POMOCY

Ludziom trudno zaakceptować to, że korzystają z pomocy. Starają się nazwać tę pomoc jakoś inaczej, zwłaszcza wtedy, gdy nie jest im ona niezbędnie potrzebna, lub wtedy, gdy nie była dla nich przeznaczona. Przykładem takiej właśnie tendencji jest powszechny wśród przedsiębiorców pogląd, iż nie można mówić o pomocy, jeżeli ktoś korzysta z pożyczki, którą musi spłacić, a na dodatek musi uiścić odsetki. Tymczasem – w pewnych okolicznościach – nawet oprocentowane pożyczki mogą być formą pomocy dla przedsiębiorców. Być może nawet powinny być postrzegane przez przedsiębiorców właśnie jako pomoc, jeżeli mają przyczyniać się do rozwoju ich przedsiębiorczości i poprawiać skuteczność ich działania. Aby to osiągnąć, trzeba przełamać u przedsiębiorców powszechny, uwarunkowany psychologicznie stereotyp pomocy, w wyjaśnieniu czego mogą być przydatne podanie niżej przykłady.

DARMOWY CHLEB – TANIA MAKA

Do odległej, trudno dostępnej wioski ktoś przywiózł chleb i rozdał go mieszkańcom za darmo. Mieszkańcy nie znali tej osoby i nie wiedzieli, dlaczego przywiozła im chleb. Czy znajdą się tacy ludzie, którzy odbiorą ten gest jako pomoc? Jeżeli tak, to zapewne będą to ci, których albo nie było stać na chleb, albo nie mogli dojechać do sklepu. Dla tych ludzi darmowy

chleb, przywieziony do domu, będzie znaczącą pomocą, i prawdopodobnie tak to odczują. Darmowy chleb wezmą też jednak ludzie, którzy mogliby go łatwo kupić w sklepie. Ci jednak znajdą sobie inne wyjaśnienie faktu, że wzięli coś za darmo. Pomyślą sobie: „To nie moja sprawa, po co ten ktoś przywiózł chleb i dlaczego go rozdaje. Daje, to biorę. Widocznie ma w tym jakiś swój cel. Może ma za dużo chleba i woli go rozdać niż wyrzucić?”.

Sytuacja wyglądałaby jednak inaczej, gdyby na samochodzie, którym przywieziono chleb, widniał duży napis: „DARMOWY CHLEB – POMOC DLA LUDZI W TRUDNEJ SYTUACJI, FINANSOWANA PRZEZ STOWARZYSZENIE «SYTOŚĆ»”. Trudniej byłoby wtedy stanąć w kolejce po chleb ludziom, którym się dobrze powodzi. Być może nawet nie cały transport udałoby się rozdać. Co wtedy z nim zrobić? Rozsądnie byłoby zawieźć go do innej wsi, gdzie też mogą być ludzie w trudnej sytuacji, ale pociągnęłoby to za sobą dodatkowe koszty, na ponoszenie których stowarzyszenia nie stać. Można by więc część chleba sprzedać, a z przychodów sfinansować dodatkowy wyjazd do innej wsi, ale wymagałoby to podjęcia, trudnych działań administracyjnych. W „interesie” kierowcy, który chleb przywiózł, jest więc tak ustawić samochód, aby napis ten nie był widoczny. Wtedy oprócz naprawdę potrzebujących wezmą go też chętnie ludzie, którzy nie chcą mieć świadomości korzystania pomocy. Kierowca szybko chleb rozda, wróci wcześniej do domu, a władze stowarzyszenia będą mogły ogłosić z dumą, iloma bochenkami wsparły potrzebujących.

Rozwińmy ten przykład. Czy można nazwać pomocą przywiezienie do wioski nie darmowego chleba, ale darmowej mąki? Surowej mąki zjeść się nie da, a więc ludzie korzystający z takiej formy pomocy muszą wykazać się nie tylko chęcią upieczenia z niej chleba lub zrobienia klusek, ale również odpowiednimi umiejętnościami w tym względzie. Mimo, że jest to forma pomocy, która wymaga lub wręcz skłania korzystających do pewnej aktywności, to nie można chyba zaprzeczyć, że jest to w dalszym ciągu pomoc.

Czy można by jednak mówić o pomocy, gdyby Stowarzyszenie „Sytość” nie rozdawało mąki, ale sprzedawało ją po cenie, za którą kupiło ją w sklepie? Logika wskazuje, że tak. Mieszkańcy wioski płaciliby tylko za mąkę, ale nie ponosiliby kosztów jej transportu. Wydaje się jednak, że wtedy znacznie trudniej byłoby znaleźć takich, którzy odczuwaliby, że korzystają z pomocy. Wielu ludzi miałoby wrażenie, iż żadnej pomocy nie otrzymuje, ponieważ za mąkę płacą, więc „nikt im łaski nie robi”.

Jeszcze trudniej byłoby znaleźć osoby odczuwające, że korzystają z pomocy, gdyby stowarzyszenie doliczało do ceny mąki koszty transportu. Nawet wtedy, gdyby pobierało za mąkę takie opłaty, które tylko pokrywają koszty

jej zakupu, pensję kierowcy i koszty eksploatacji samochodu. Czy jednak takie stowarzyszenie, które oferuje coś, za co pobiera opłatę, ale świadomie rezygnuje z zysku, udziela pomocy tym, którzy korzystają z jego oferty? Jeżeli nie, to w jakim celu to robi?

Podobnie można interpretować pomoc w postaci pożyczek: Ktoś kupił za własne pieniądze samochód dostawczy i poinformował okolicznych przedsiębiorców, że będą go mogli wypożyczać za opłatę, która pokrywa tylko koszty eksploatacji samochodu i utratę jego wartości. Ten ktoś świadomie rezygnuje z zysku. Czy w ten sposób oferuje przedsiębiorcom pomoc? Osoba ta, zamiast kupować samochód, mogłaby przecież wpłacić te pieniądze na lokatę bankową i zarabiać na odsetkach. Świadomie jednak rezygnuje z tych odsetek i dodatkowo ryzykuje, iż nie odzyska zainwestowanych w samochód pieniędzy, jeżeli ktoś go rozbije. Robi to po to, aby ułatwić przedsiębiorcom prowadzenie biznesu. Można, oczywiście, nazwać takie działanie „wypożyczeniem samochodu po przystępnej cenie”, „stwarzaniem przedsiębiorcom nowych możliwości”, „dofinansowaniem wypożyczenia” lub „wspieraniem przedsiębiorczości”, ale są to eufemizmy będące wyrazem unikania nazywania rzeczy po imieniu. Dlaczego nie można po prostu powiedzieć, że jest to forma pomocy?

Należy też zauważyć, że ani sam fakt pobierania opłaty za wypożyczenie samochodu, ani jej wysokość nie może być kryterium oceny, czy jakieś działanie jest pomocą. Według *Wielkiego Słownika Języka Polskiego* pomoc to „praca, wysiłek, działanie (fizyczne lub moralne) podjęte dla dobra innej osoby w celu ulżenia w jej działaniu lub ratowania w niebezpieczeństwie”. Właściwym kryterium jest więc – w tym wypadku – intencja właściciela samochodu i pożytek beneficjenta. O pomocy nie można mówić, jeżeli intencją właściciela samochodu jest osiągnięcie zysku. Jeżeli okaże się, że nie osiąga on zysku, a mimo to opłata za wypożyczenie samochodu jest wyższa niż oferty innych, komercyjnych wypożyczalni, oferujących takie same warunki, to po prostu nikt nie będzie chciał z takiej pomocy korzystać. Jeżeli jednak właściciel nie stawia przy wypożyczaniu żadnych warunków, a wypożyczalnia komercyjna wypożycza samochody np. tylko tym, którzy posiadają majątek stanowiący zabezpieczenie pożyczki, to porównywanie wysokości opłat nie ma sensu, ponieważ dotyczą one zupełnie różnych ofert.

Pożyczanie samochodu tylko tym osobom, które dysponują majątkiem oznacza, że wypożyczalnia komercyjna działa przy niższym ryzyku, dzięki czemu ma niższe koszty, więc może pobierać niższe opłaty i jeszcze na tym zarabiać. Celem oferty pomocowej jest – w tym wypadku – umożliwienie wypożyczenia samochodu tym przedsiębiorcom, którzy majątku nie posiadają.

Porównanie wysokości opłat nie może być więc użyte do kwestionowania pomocowego charakteru oferty, nawet jeżeli jest ona „na pierwszy rzut oka” droższa. Porównywanie miałyby jakiś sens tylko wtedy, gdy pozostałe warunki wypożyczenia samochodu byłyby dokładnie takie same.

Finansowy wymiar pomocy uzyskanej przez przedsiębiorcę wypożyczającego samochód na przedstawionych w przykładzie warunkach łatwo określić. Jest to różnica pomiędzy wszystkimi kosztami związanymi z wypożyczeniem samochodu w ramach oferty pomocowej a kosztami, które musiałby ponieść, gdyby taki sam samochód, na takich samych warunkach musiał pożyczyć na wolnym (czarnym) rynku. Mowa o kosztach, a nie o cenie oferty, ponieważ w wielu wypadkach pomocowy charakter oferty wynika nie z jej niskiej ceny, ale z tego, iż jej beneficjent nie musi ponosić jakichś ukrytych kosztów, np. kosztu wyceny zabezpieczenia, które musiałby ponieść, gdyby korzystał z oferty komercyjnej.

PRAWNA INTERPRETACJA PUBLICZNEJ POMOCY DLA PRZEDSIĘBIORCÓW

Przedstawiona wyżej interpretacja pomocy jest zgodna z obowiązującą ustawą o warunkach dopuszczalności i nadzorowania pomocy publicznej dla przedsiębiorców. W rozumieniu ustawy, pomocą jest „przysporzenie korzyści finansowych określonego przedsiębiorcy w zakresie prowadzonej przez niego działalności gospodarczej”. Jako jedną z form takiej pomocy ustawa wymienia „pożyczki lub kredyty udzielane na warunkach korzystniejszych niż oferowane na rynku”. Ustawa nie mówi o cenie pożyczek, lecz o ich warunkach, na które oprócz ceny składa się przecież wiele innych aspektów, jak np. koszt ustanowienia zabezpieczenia, koszt przygotowania dokumentacji czy koszt pozyskania odpowiednich zaświadczeń.

Rozporządzenie Rady Ministrów, wydane w ramach delegacji tej ustawy, precyzuje zagadnienie pomocy w postaci pożyczek jeszcze dokładniej. Zgodnie z nim udzielenie kredytu lub pożyczki uznaje się za pomoc w następujących przypadkach:

1. Ich oprocentowanie jest korzystniejsze niż oferowane p r z e d s i ę b i o r c y na rynku. [podkr. moje – W. Sz. Nie chodzi więc o jakieś przeciętne, rynkowe oprocentowanie pożyczek, ale takie, na które mógłby liczyć konkretny przedsiębiorca].

2. Są one niezabezpieczone lub niewystarczająco zabezpieczone i udzielone przedsiębiorcy, który nie uzyskałby takiego kredytu lub pożyczki na rynku ze względu na brak zdolności kredytowej.

KORZYSTANIE Z POMOCY A DYSONANS POZNAWCZY

Zrozumienie istoty oferty pomocowej nie jest raczej wyzwaniem intelektualnym, lecz problemem czysto psychologicznym. Przeważająca większość ludzi, którzy wypożyczyliby samochód na warunkach z opisanego wyżej przykładu, nie odczułaby wcale, że skorzystała z pomocy. Zjawisko to dobrze tłumaczy teoria dysonansu poznawczego, potwierdzona doświadczalnie przez badania psychologii społecznej (A r o n s o n, W i l s o n, A k e r t, *Psychologia Społeczna – Serce i umysł*). Zgodnie z tą teorią ludzie chcą postrześć siebie jako przyzwoitych i uczciwych, a gdy robią coś, co może kłócić się z takim wizerunkiem, próbują znaleźć dla swojego działania takie wyjaśnienie, które ten dysonans tłumaczy. Korzystanie z pomocy w nagłych lub bezradnych sytuacjach nie wywołuje takiego dysonansu. Ludzie nie mają przecież oporów. by wołać o pomoc, gdy grozi im niebezpieczeństwo, lub prosić o pomoc, gdy znajdują się w naprawdę trudnej sytuacji. Gdy jednak korzystają z pewnych możliwości i ułatwień, które nie są im niezbędnie potrzebne, wypierają ze świadomości poczucie, że korzystają z pomocy, nawet jeżeli są świadomi, że ktoś musiał za stworzenie tych możliwości zapłacić i że miał w tym jakiś cel. Przyznanie się do korzystania z pomocy może bowiem świadczyć o słabości i braku samodzielności.

Nie jest też przyjemnie dopuścić do siebie myśl, że skorzystaliśmy z pomocy, której ktoś inny mógł bardziej potrzebować, ale nie skorzystał, ponieważ my pierwsi się po nią zgłosiliśmy i na dodatek wykorzystaliśmy ją niezgodnie z intencją pomocodawcy. Jeżeli wypożyczyliśmy samochód, zapłaciliśmy tyle, ile wypożyczalnia sobie zażyczyła, i pojechaliśmy nim na weekend, to wygodniej jest nie myśleć w ogóle o tym, że intencją jego właściciela było udostępnienie samochodu tym, którzy wykorzystają go jako środek transportu dla swoich firm, i że wypożyczania dopłaca do niego tylko po to, aby pomóc przedsiębiorcom, a nie dofinansowywać nasz wypoczynek.

Ludzie, którzy znajdują się w podobnych sytuacjach, będą podświadomie szukać takich wyjaśnień swojego postępowania, które pozwolą im stłumić dysonans poznawczy i podtrzymać dobrą samoocenę. W przykładzie z wypożyczeniem samochodu takie właśnie wyjaśnienia mają wręcz „podane na tacy”. Po pierwsze – nie dostają samochodu za darmo, tylko go pożyczają i muszą oddać. Po drugie – płacą za benzynę i dodatkowo za samo wypoży-

czenie. Po trzecie – mogą porównać opłatę za wypożyczenie z cenami oferowanymi przez wypożyczalnię komercyjną i utwierdzić się w przekonaniu, że płacą cenę rynkową, a nawet wyższą.

Porównywanie wysokości opłat bez uwzględnienia innych czynników nie jest wynikiem braku zdolności analitycznych samych zainteresowanych. Wielu z nich w innych sytuacjach, np. ubezpieczając swój samochód, potrafiłoby dokładnie przeanalizować wszystkie aspekty różnych ofert, aby wybrać najkorzystniejszą dla siebie kombinację warunków, a nie tylko kierować się najniższą ceną polisy. Ograniczenie analizy tylko do porównania wysokości opłat jest – w tym wypadku – uproszczeniem, wynikającym z podświadomego poszukiwania takiego argumentu, które utwierdza ludzi w przekonaniu, że nie korzystają z pomocy.

W przykładzie z samochodem dodatkowym czynnikiem tłumiącym dysonans poznawczy jest to, że z inicjatywą wypożyczenia samochodu wystąpił jego właściciel. Łatwiej nam wyprzeć ze świadomości fakt korzystania z pomocy wtedy, gdy ktoś ją nam zaoferował, niż wtedy, gdy musieliśmy sami o nią poprosić. Jeżeli na dodatek właściciel samochodu poinformuje o swojej ofercie poprzez płatne ogłoszenie w gazecie, to już nikt mu nie uwierzy, że robi to z pobudek innych niż chęć zarobienia pieniędzy.

Trudno dziwić się przeciętnemu człowiekowi, że wypiera ze świadomości fakt korzystania z pomocy, wtedy kiedy jej koniecznie nie potrzebuje lub gdy nie jest dla niego przeznaczona. Prawdopodobnie znaleźliby się nawet tacy ludzie, którzy pożyczwszy od znajomego samochód z pełnym bakiem, oddaliby mu go z bakiem pustym i „zapomnieli” o tym, że samochód w ogóle zużywa jakąś benzynę i że benzyna kosztuje. Nie poczuliby wcale, że skorzystali z pomocy, ponieważ musieliby żyć z poczuciem zobowiązania, którego większość ludzi u siebie nie toleruje. Zamiast więc myśleć o tym, jak się zrewanżować, woleliby wytłumaczyć sobie, że samochód i tak nie był w tym czasie właścicielowi potrzebny, a benzyna, zużycie, fakt, że właściciel ryzykował swój majątek – to są drobiazgi nie warte uwagi... Czy jednak fakt tłumienie dysonansu poznawczego przy korzystaniu z pomocy może iść w parze z przedsiębiorczością?

ŚWIADOMOŚĆ KORZYSTANIA Z POMOCY A PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ

Powyższe pytanie można rozwinąć i zastanowić się, czy osoba, która wypiera ze świadomości oczywiste i wyliczalne, ekonomiczne fakty, aby stłumić

dysonans poznawczy wynikający z korzystania z pomocy, może być skutecznym przedsiębiorcą? Idąc dalej tym tropem, można zastanowić się nad prawdopodobieństwem wystąpienia u takiej osoby podobnego mechanizmu w innych sytuacjach. Są to ważne kwestie, ponieważ w działalności przedsiębiorstwa może wystąpić wiele innych zjawisk, które będą dla jego właściciela nieprzyjemne i przez to będą skłaniać go do wypierania ze świadomości ich obiektywnej interpretacji.

Zjawiskiem takim może być np. dyskomfort wynikający z podjęcia nietrafionej decyzji inwestycyjnej. Poczucia takiego dyskomfortu można jednak uniknąć, gdy nie podejmie się rzetelnej oceny nieudanego przedsięwzięcia i nie obliczy strat, które błędna decyzja spowodowała. Na podstawie obserwacji można stwierdzić, że tak właśnie postępuje większość mikroprzedsiębiorców, którzy „nie mają zwyczaju” obliczania ani potencjalnych korzyści, ani strat wynikających z decyzji, które podejmują. Wolą posługiwać się tylko intuicją.

Obserwacja ta rodzi kolejne pytania: Czy ograniczanie się do intuicji wynika tylko z faktu, że przedsiębiorcom brakuje wiedzy ekonomicznej? Jeżeli tak jest, to dlaczego jej nie pogłębiają? Czy dlatego, że nie mają takich możliwości? Co zrobią, gdy ktoś im takie możliwości stworzy? Co ciekawe, ci sami ludzie często potrafią precyzyjnie oszacować straty, które ponieśli w wyniku czyjegoś działania lub działania żywiołu, jak np. powodzi. Być może ich postawa wynika nie z braku wiedzy, ale z tego, że lepiej i bezpieczniej czują się w świecie iluzji ekonomicznej, który sami sobie podświadomie tworzą, dążąc do stłumienia dysonansu poznawczego?

Innym częstym przykładem tłumienia dysonansu poznawczego przez przedsiębiorców jest sytuacja, w której twierdzą, że nie mogą się wywiązać ze zobowiązania spłaty pożyczki. W praktyce oznacza to najczęściej, że brakuje im gotówki na spłatę pożyczki, a nie jakiegokolwiek możliwości wywiązania się ze zobowiązania. Przedsiębiorca, który mógłby spłacić pożyczkę, gdyby np. wymienił swój samochód na tańszy lub zrezygnował z wyjazdu na zaplanowane wakacje, często w ogóle nie bierze takiej możliwości pod uwagę. Zamiast przyznać uczciwie, że niespłacanie pożyczki wynika z jego decyzji, znajduje inne wyjaśnienia, takie jak: „spadły mi obroty, czego nie mogłem przewidzieć”, „pożyczkodawca do tej pory tyle na mnie zarobił, że mógłby mi część zobowiązania umorzyć”, „moi kontrahenci też mi zalegają ze spłatą” lub po prostu „spłaciłbym pożyczkę, gdybym miał z czego, ale nie mam...”.

Teoria dysonansu poznawczego wyjaśnia również, dlaczego tak wielu przedsiębiorców przerzuca odpowiedzialność za wyniki swojej firmy wyłącznie na okoliczności zewnętrzne i ogranicza się do formułowania roszczeń pod adresem

innych, nie dostrzegając własnych słabości ani braków. Jeżeli tak jest, to trzeba zapytać, czy przedsiębiorca może się rozwijać i skutecznie działać, jeżeli unika obiektywnej analizy skutków swoich błędnych decyzji lub rzetelnej oceny swoich możliwości w imię komfortu psychicznego? Czy podobne mechanizmy wypierania nie działają też wtedy, gdy przedsiębiorca jest nieuczciwy wobec swoich klientów i partnerów lub łamie prawo w inny sposób, ale znajduje dla swoich działań przekonujące dla siebie wyjaśnienia?

Zgodnie z wynikami badań psychologów większość ludzi ma tendencje do usprawiedliwiania swoich obiektywnie niestosownych lub nawet nieetycznych działań, aby podtrzymać dobre zdanie na swój temat. Być może dlatego liczba dobrych, rzetelnych przedsiębiorców jest tak mała. Może tę stosunkowo niewielką grupę stanowią ci ludzie, którzy potrafią widzieć rzeczy takimi, jakie one rzeczywiście są, bez względu na skutek, jaki rodzi to dla ich samooceny? Gdy korzystają z pomocy, to robią to świadomie. Fakt ten nie wywołuje u nich dysonansu poznawczego, ponieważ akceptują to, że z przyjęciem pomocy wiąże się zobowiązanie do jej odwzajemnienia, z którego są gotowi się wywiązać. Pomoc traktują jako szansę rozwinięcia swojego potencjału i chcieliby w przyszłości – w ramach rewanżu – stworzyć podobną szansę komuś innemu.

Warto byłoby zbadać, czy jest ta sama grupa przedsiębiorców, którzy podjęciem decyzji inwestycyjnej dokładnie obliczają spodziewane korzyści, szacują ryzyko, a w razie niepowodzenia rzetelnie analizują jego przyczyny i określają straty. Rozumieją, że nie ma niczego złego w podejmowaniu ryzyka, nawet gdy prowadzi to do błędnych decyzji, pod warunkiem, że na błędach czegoś się nauczą. Być może są to też ci sami przedsiębiorcy, którzy zawierając jakiegokolwiek transakcje handlowe, robią to z intencją, aby korzyść z nich odnosiły obydwie strony, a nie jedna kosztem drugiej, ponieważ rozumieją, że kluczem do sukcesu przedsiębiorstwa jest budowanie jego wiarygodności i znalezienie jak największej liczby zadowolonych klientów.

PRAKTYKA UDZIELANIA POMOCY W FORMIE POŻYCZEK

Organizacje mikrofinansowe działające na świecie – głównie w krajach jeszcze mniej rozwiniętych niż Polska – traktują mikropożyczki raczej jako narzędzie transferu środków publicznych do najbiedniejszych grup społecznych, a nie jako narzędzie rozwoju przedsiębiorczości. W Polsce, z uwagi na inny poziom, wymiar i źródła biedy, mikrofinansowanie w formie pożyczek powinno stwarzać nowe możliwości rozwoju dla najbardziej utalentowanych przedsiębiorców, którzy nie mają dostępu do rynkowych źródeł kapitału.

Niestety, wiele działających w Polsce organizacji udzielających subsydiowanych mikropożyczek nie widzi potrzeby, aby beneficjentom wyjaśniać charakter swojej oferty. Ograniczają się do określenia formalnych kryteriów przyznania pożyczki, co może wywoływać u przedsiębiorców wrażenie, że korzystają z oferty rynkowej. Dystrybutorzy takich pożyczek rozliczani są zwykle z wyników ilościowych. Z ich punktu widzenia uświadamianie przedsiębiorcom, iż korzystają z pomocy, może być nawet niepożądane. Może bowiem zniechęcić wielu potencjalnych pożyczkobiorców (ludzie nie lubią mieć zobowiązań ani czuć, że potrzebna im pomoc), a tym samym – podważyć rację bytu jej dystrybutora.

Wśród działających na świecie organizacji mikrofinansowych powszechny jest też pogląd, iż celowe maskowanie przed beneficjentami faktu, że korzystają z pomocy, poprawia ich samoocenę i wywołuje poczucie samodzielności ekonomicznej (*empowerment*). Podejście takie może jednak budzić wątpliwości natury etycznej, gdyż żadna organizacja nie powinna przyznawać sobie prawa do decydowania za beneficjentów, czy informacja o pomocowym charakterze jej oferty jest im potrzebna czy nie, a tym bardziej nie powinna tego faktu przed nimi ukrywać. Przedsiębiorcy mają prawo wiedzieć, czy korzystają z oferty pomocowej czy rynkowej, nawet jeżeli przeważająca większość z nich nie potrafiłaby lub nie chciała zrobić z tej informacji żadnego użytku. Wysyłanie do przedsiębiorców fałszywych sygnałów ekonomicznych i protekcyjnalne lekceważenie ich prawa do pełnej informacji zamiast rozwijania ich przedsiębiorczości prowokuje postawy roszczeniowe.

Dobrym przykładem jest postawa polskich rolników, którym zafundowano „program mikrofinansowy” w postaci dopłat do skupu żywca wieprzowego. Widocznie nie odebrali tego działania jako tymczasowej pomocy pochodzącej ze środków publicznych, której celem było umożliwienie przestawienia się na inną produkcję, lecz jako sygnał do zwiększenia produkcji wieprzowiny, co spowodowało kolejny kryzys i nowe roszczenia pod adresem podatników. Trudno byłoby jednak znaleźć rolnika, który przyznałby, że korzysta z pomocy państwa. Wśród rolników panuje przekonanie, że żądają tego, co im się należy.

Niestety, obecna atmosfera, w której działają polskie mikroprzedsiębiorstwa, sprzyja raczej rozwojowi „przedsiębiorczości cwaniackiej” polegającej na osiąganiu korzyści czymś kosztem, np. kosztem oszukanego klienta, i „przedsiębiorczości roszczeniowej”, która nie mogłaby istnieć bez pomocy ze źródeł publicznych, wzmacniającej postawę roszczeniową. Uprawnione wydaje się więc pytanie, czy nie przyczyniają się do tego programy pomocy dla przedsiębiorców, które boją się nazwać tego, co robią, po imieniu w

obawie przed utratą „klientów” i zachowują się tak, jak kierowca dowożący darmowy chleb z naszego przykładu? Najważniejsze jednak, aby sami przedsiębiorcy zdawali sobie sprawę z tego, kiedy korzystają z pomocy, i umiejętnie ją wykorzystywali, nie ulegając jednocześnie pokusie wejścia na ścieżkę roszczeń, która jest zgubna dla ich przedsiębiorczości a przez to, dla całej gospodarki.

ENTERPRISE
AND SKILL IN TAKING ADVANTAGE OF ASSISTANCE

S u m m a r y

This article is dedicated to the influence help may have on entrepreneurs and how it is perceived by them as affecting the effectiveness of their operations. This analysis is based on examples illustrating the various forms of assistance and how these are perceived by their beneficiaries. The article suggests criteria for judging whether a given activity is of a helpful nature, regardless of how a beneficiary may see it. It also attempts to explain the commonly observed phenomenon of entrepreneurs banishing from their minds all recognition of the fact that they are taking advantage of assistance, based on the well-known theory from social psychology called the „Theory of cognitive dissonance”. This points to the possibly negative effect of the tendency by the businessman to banish from his mind objective facts on the various aspects of his firm’s operations, such as assessment of investment decisions or the fulfillment of obligations. This article also applies to practices applied by many organizations specializing in the distribution of assistance for entrepreneurs that fail to attach any importance to their beneficiaries understanding the assistance nature of their offer, thus fostering an incorrect and harmful interpretation by entrepreneurs.

Słowa kluczowe: pomoc finansowa, finansowanie rozwoju przedsiębiorczości, dysonans poznawczy.

Key words: financial assistance, financing the enterprise development, cognitive dissonance.