

Anna KWIOTKOWSKA
Politechnika Śląska
Wydział Organizacji i Zarządzania
Instytut Zarządzania, Administracji i Logistyki
anna.kwiatkowska@polsl.pl

WYMIARY ORIENTACJI PRZEDSIĘBIORCZEJ – WYNIKI BADAŃ EMPIRYCZNYCH

Streszczenie. Celem artykułu jest empiryczne sprawdzenie, czy istniejące w praktyce gospodarczej wymiary orientacji przedsiębiorczej pokrywają się z wymiarami przedstawionymi i zaproponowanymi w warstwie teoretycznej. Wyniki przeprowadzonych badań wskazują na istnienie pięciu wymiarów orientacji przedsiębiorczej: autonomii, innowacyjności, proaktywności, podejmowania ryzyka i konkurencyjnej agresywności.

Słowa kluczowe: przedsiębiorczość, orientacja przedsiębiorcza, analiza czynnikowa

THE DIMENSIONS OF ENTREPRENEURIAL ORIENTATION – THE RESULTS OF EMPIRICAL RESEARCH

Abstract. The aim of the paper is empirical verification of whether the existing business practice of entrepreneurial orientation dimensions correspond to the dimensions laid down and proposed theoretical layer. Findings indicate the existence of five dimensions of entrepreneurial orientation: autonomy, innovation, proactive, risk-taking and competitive aggressiveness.

Keywords: entrepreneurship, entrepreneurial orientation, factor analysis

1. Wprowadzenie

Przedsiębiorczość jest kluczowym nośnikiem rozwoju społeczno-gospodarczego współczesnych społeczeństw, głównym zaś wyróżnikiem przedsiębiorczych organizacji jest orientacja przedsiębiorcza. Jest ona uznawana za skuteczne narzędzie osiągnięcia i utrzymania

wania przewagi konkurencyjnej, przekształcania organizacji, rynków i sektorów, gdy podejmowane i wykorzystywane są szanse na przynoszące wartość innowacje¹. Podstawą do podjęcia niniejszego tematu badań naukowych była chęć konceptualizacji, operacjonalizacji i dogłębnego zbadania orientacji przedsiębiorczej, która wielokrotnie doczekała się rzetelnej analizy empirycznej, ale stosunkowo mało badań dotyczyło jej operacjonalizacji w warunkach polskich. Do pionierskich badań w tym obszarze na gruncie polskim można zaliczyć prace M. Bratnickiego² czy W. Dyducha³. Zwłaszcza stosunkowo niewiele badań wokół koncepcji orientacji przedsiębiorczej prowadzonych było na podstawie szczególnego typu czy formy przedsiębiorstw wywodzących się ze środowiska akademickiego, zwanych w literaturze polskiej przedsiębiorstwami odpryskowymi⁴. Warunkiem zaś podstawowym istnienia owych przedsiębiorstw, często określanych jako swoisty przypadek transferu technologii i kanał komercjalizacji badań naukowych, jest konstatacja, że jako firmy powstałe w duchu przedsiębiorczości akademickiej różnią się od innych, bowiem wykazują tendencje do podejmowania większego ryzyka niż pozostałe, proaktywnie szukają nowych szans czy przykładają uwagę do innowacji i nowych produktów, a zatem są to firmy przedsiębiorcze. Opierając się z kolei na argumentacji G.T. Lumpkina, G.G. Dessa⁵ czy J. Wiklunda, D. Shepherd⁶, do oceny poziomu przedsiębiorczości można wykorzystać wiodący konstrukt w teorii przedsiębiorczości – orientację przedsiębiorczą.

Głównym celem artykułu jest empiryczne sprawdzenie, czy istniejące w praktyce gospodarczej wymiary orientacji przedsiębiorczej pokrywają się z wymiarami przedstawionymi i zaproponowanymi w warstwie teoretycznej. Artykuł stanowi kontynuację badań prowadzonych wokół zagadnień orientacji przedsiębiorczej i jej wymiarów, których wyniki analiz teoretycznych omówiono w artykule M. Gębczyńskiej pt. Konstrukt i wymiary orientacji przedsiębiorczej – analiza teoretyczna, stanowiącym integralną część całości niniejszego

¹ Chadwick K., Barnett T., Dwyer S.: An empirical analysis of the entrepreneurial orientation scale. "Journal of Applied Management and Entrepreneurship", No. 13(4), 2008, p. 64-81.

² Bratnicki M.: Zarys kontekstualnej teorii przedsiębiorczości organizacyjnej. „Organizacja i Kierowanie”, nr 2(132), 2008, s. 7-21; Bratnicki M.: W poszukiwaniu treści strategii przedsiębiorczości. Perspektywa przedsiębiorczego rozwoju organizacji, [w:] Krupski R. (red.): Zarządzanie strategiczne. Strategie organizacji. Wydawnictwo Wałbrzyskiej Wyższej Szkoły Zarządzania i Przedsiębiorczości, Wałbrzych, 2010, s. 35-57.

³ Dyduch W.: Innowacyjność organizacji – istota, pomiar i powiązanie z efektywnością, [w:] Bogdanienko J., Kuzel M., Sobczak I. (red.): Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w warunkach globalnych. Adam Marszałek, Toruń, 2007, s. 30-38; Dyduch W.: Pomiar przedsiębiorczości organizacyjnej. Akademia Ekonomiczna, Katowice 2008.

⁴ Kwiotkowska A.: Konfiguracje organizacyjne akademickich przedsiębiorstw odpryskowych. Difin, Warszawa 2015.

⁵ Lumpkin G.T., Dess G.G.: Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. "Academy of Management Review", No. 21(1), 1996, p. 135-172.

⁶ Wiklund J., Shepherd D.: Knowledge-based resources, entrepreneurial orientation, and the performance of small and medium – sized businesses. "Strategic Management Journal", No. 24, 2003, s. 1307-1314; Wiklund J., Shepherd D.: Entrepreneurial orientation and small business performance: A configurational approach. "Journal of Business Venturing", No. 20, 2005, p. 71-91.

opracowania⁷. Zgodnie z założeniami poczynionymi w części teoretycznej w badaniach przyjęto pięciowymiarową koncepcję orientacji przedsiębiorczej obejmującą: innowacyjność – angażowanie się w nowe idee, eksperymentowanie i realizację procesów, w których powstają nowe produkty, usługi, rozpoznawanie i zaspokajanie nowych potrzeb klientów, proaktywność – działania wyprzedzające przyszłe potrzeby, problemy i zmiany, ryzyko działania – chęć podejmowania działań, których wynik nie jest pewny, autonomię, rozumianą jako niezależne działanie osoby lub zespołu w formułowaniu idei i doprowadzaniu do jej wykonania oraz agresywność wobec konkurencji, czyli skłonność do bezpośrednich, intensywnych wyzwań konkurentów w celu osiągnięcia wejścia na rynek, konkutowanie przez ceny, nowości, patentowanie wynalazków ect. Orientacja przedsiębiorcza została zatem konceptualizowana i operacjonalizowana w niniejszych badaniach jako „konstrukt strategiczny, którego domena konceptualna obejmuje pewne rezultaty pojawiające się na poziomie organizacji oraz dotyczące zarządzania preferencje, przekonania i zachowania kadry zarządzającej najwyższego szczebla”⁸. Mając na uwadze powyższe, w niniejszym artykule postawiono następującą hipotezę badawczą **H**: Na konstrukt orientacji przedsiębiorczej składa się pięć wymiarów: autonomia, innowacyjność, proaktywność, podejmowanie ryzyka i konkurencyjna agresywność.

W artykule kolejno przedstawiono opracowane narzędzie badawcze służące do pomiaru orientacji przedsiębiorczej, opisano dobór próby badawczej, wykorzystane metody analizy, ograniczenia przyjętego postępowania badawczego oraz zaprezentowano i omówiono wyniki przeprowadzonych badań.

2. Narzędzie badawcze

Treść poruszanych zagadnień została sformułowana na podstawie krytycznej analizy literatury przedmiotu. Do pomiaru orientacji przedsiębiorczej wykorzystano kwestionariusz stosowany w różnych wcześniejszych projektach badawczych⁹. Wymiary przedsiębiorczości organizacyjnej: innowacyjność, podejmowanie ryzyka oraz proaktywność zmierzono za pomocą skali opracowanej przez G.T. Lumpkina, G.G. Dessa¹⁰, która z kolei opierała się na

⁷ Gębczyńska M.: Konstrukt i wymiary orientacji przedsiębiorczej – analiza teoretyczna. Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej, s. Organizacja i Zarządzanie. Wydawnictwo Politechniki Śląskiej, Gliwice 2017, w druku.

⁸ Covin J.G., Green K.M., Slevin D.P.: Strategic process effects on the entrepreneurial orientation – sales growth rate relationship. “Entrepreneurship Theory & Practice”, No. 30, 2006, p. 57.

⁹ Na przykład Moreno A.M., Casillas J.C.: Entrepreneurial orientation and growth of SMEs: A causal model. “Entrepreneurship Theory & Practice”, No. 32, 2008, p. 507-528; Dyduch W.: Pomiar..., op.cit.

¹⁰ Lumpkin G.T., Dess G.G.: op.cit., p. 135-172.

skalach przedstawionych i przetestowanych przez: P. Khandwalla¹¹, który styl przedsiębiorczy określał jako orientację kadry zarządzającej na podejmowanie ryzyka, D. Millera, P.H. Friesena¹², wprowadzających rozróżnienie organizacji przedsiębiorczych i konserwatywnych według poziomu innowacji i podejmowania ryzyka, oraz J.G. Covina, D.P. Slevina¹³, którzy szczegółowo zoperacjonalizowali całość tego konstrukt. Co więcej, G.G. Dess, G.T. Lumpkin¹⁴ wprowadzili dwa dalsze wymiary orientacji przedsiębiorczej – agresywność konkurencyjną oraz autonomię, pojmowaną jako zdolność do niezależnego działania.

W badaniach, przyjmując pięciowymiarową koncepcję orientacji przedsiębiorczej, do jej pomiaru wykorzystano siedmiopunktową skalę likertowską. Na całość trzynastu zagadnień składają się dwie charakterystyki służące do pomiaru autonomii, zapożyczone z narzędzia opracowanego przez G.T. Lumpkina, G.G. Dess, trzy zaprojektowane w celu oszacowania innowacyjności zaadaptowane z prac J.G. Covina, D.P. Slevina oraz L. Naldi, M. Nordquista, K. Sjöberg, J. Wiklund¹⁵, trzy dla pomiaru proaktywności, opracowane przez J.G. Covina, D.P. Slevina oraz G.T. Lumpkina, G.G. Dess¹⁶ i kolejne trzy dla oceny podejmowanego ryzyka, pochodzące z prac J.G. Covina, D.P. Slevina oraz L. Naldi, M. Nordquista, K. Sjöberg, J. Wiklund oraz dwa do pomiaru konkurencyjnej agresywności, gdzie pierwszy został opracowany przez J.G. Covina, D.P. Slevina, a drugi przez G.T. Lumpkina, G.G. Dess. W pytaniach horyzont czasowy skrócono do trzech lat; uznany za bardziej właściwy w późniejszych badaniach orientacji przedsiębiorczej¹⁷. Wysoki wynik na skali oznacza duże nasilenie orientacji przedsiębiorczej, podczas gdy niski wskazuje na nasycenie orientacją konserwatywną. Kwestionariusz do badania orientacji przedsiębiorczej przedstawiono w tabeli 1.

Respondenci byli poproszeni o ocenę kolejnych charakterystyk orientacji przedsiębiorczej w wymiarze: autonomii, innowacyjności, proaktywności, podejmowania ryzyka oraz konkurencyjnej agresywności, posługując się siedmiopunktową skalą (od 1 – „zdecydowanie nie zgadzam się” do 7 – „zdecydowanie zgadzam się”).

¹¹ Khandwalla P.: *The design of organizations*. Harcourt, Bruce, Jovanowich, New York 1977.

¹² Miller D., Friesen P.H.: Innovation in conservative and entrepreneurial firms: Two models of strategic momentum. *“Strategic Management Journal”*, No. 3(1), 1982, p. 1-25.

¹³ Covin J.G., Slevin D.P.: Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *“Strategic Management Journal”*, No. 10, 1989, p. 75-87.

¹⁴ Dess G.G., Lumpkin G.T.: The role of entrepreneurial orientation in stimulating effective corporate entrepreneurship. *“Academy of Management Executive”*, No. 19, 2005, p. 147-156.

¹⁵ Naldi L., Nordqvist M., Sjöberg K., Wiklund J.: Entrepreneurial orientation, risk taking, and performance in family firms. *“Family Business Review”*, No. 20(1), 2007, p. 33-47.

¹⁶ Lumpkin G.T., Dess G.G.: Linking two dimensions of entrepreneurial orientation to firm performance: The moderating role of environment and industry life cycle. *“Journal of Business Venturing”*, No. 16, 2001, p. 429-451.

¹⁷ Lumpkin G.T., Dess G.G.: *Clarifying...*, op.cit.

Tabela 1

Kwestionariusz do pomiaru orientacji przedsiębiorczej

Orientacja przedsiębiorcza	Niewiele		Średnio			Dużo	
	Zdecydowanie nie zgadzam się	Nie zgadzam się	Raczej się nie zgadzam	Trudno powiedzieć czy tak czy nie	Raczej się zgadzam	Zgadzam się	Zdecydowanie zgadzam się
Autonomia							
1. W przedsiębiorstwie realizuje się bardzo wiele zmian sugerowanych przez pracowników.	1	2	3	4	5	6	7
2. W przedsiębiorstwie wspiera się niezależne działania prowadzące do rozwoju nowych produktów lub usług.	1	2	3	4	5	6	7
Innowacyjność							
3. Kadra zarządzająca przedsiębiorstwem kładzie nacisk na badania i rozwój, innowacje.	1	2	3	4	5	6	7
4. W ostatnich trzech latach przedsiębiorstwo wprowadziło na rynek nowe linie produktów/usług.	1	2	3	4	5	6	7
5. W ostatnich trzech latach zmiany w produktach/usługach były znaczące, rewolucyjne.	1	2	3	4	5	6	7
Proaktywność							
6. W stosunkach z konkurentami, przedsiębiorstwo najczęściej samo rozpoczyna działania, na które później odpowiadają konkurenci.	1	2	3	4	5	6	7
7. W stosunku z konkurentami, przedsiębiorstwo bardzo często jest pierwszą firmą wprowadzającą nowe produkty/usługi, techniki organizacyjne, technologie wytwarzania.	1	2	3	4	5	6	7
8. W stosunkach z konkurentami przedsiębiorstwo przyjmuje bardzo konkurencyjną postawę dążąc do ich pokonania.	1	2	3	4	5	6	7
Podejmowanie ryzyka							
9. Kadra zarządzająca przedsiębiorstwem prezentuje silną tendencję do podejmowania projektów o wysokim ryzyku (z szansą na bardzo wysoką rentowność).	1	2	3	4	5	6	7
10. Kadra zarządzająca wierzy, że ze względu na naturę otoczenia wskazane jest podejmowanie odważnych, szeroko zakrojonych działań, niezbędnych do realizacji celów przedsiębiorstw.	1	2	3	4	5	6	7
11. W sytuacji dużej niepewności, przedsiębiorstwo zazwyczaj przyjmuje śmiałą, agresywną postawę po to, aby zmaksymalizować prawdopodobieństwo wykorzystania potencjalnych szans.	1	2	3	4	5	6	7
Konkurencyjna agresywność							
12. Przedsiębiorstwo, by wzmocnić pozycję konkurencyjną jest skłonne spróbować nowych sposobów działania i poszukiwać nietypowych, nowych rozwiązań	1	2	3	4	5	6	7
13. Działania przedsiębiorstwa wobec innych konkurentów można określić jako agresywne	1	2	3	4	5	6	7

Źródło: Opracowanie na podstawie wskazanych źródeł.

3. Dobór próby, metody analizy i ograniczenia postępowania badawczego

Badania z uwagi na obszar zainteresowań naukowych¹⁸ zawężono i przeprowadzono na podstawie specyficznej grupy podmiotów – akademickich przedsiębiorstw odpryskowych (w skrócie APO). W ramach definicji APO przyjęto, że są to nowe przedsiębiorstwa mające odrębny status prawny, prowadzące działalność nastawioną na zysk, utworzoną przez osoby, które dotychczas pracowały (i nadal pracują bądź nie), w instytucji macierzystej (rozumianej jako uczelnie wyższe lub instytuty badawcze), wykorzystującą różne formy wiedzy/ technologii, które powstały w instytucji macierzystej, odgrywające ważną, a wręcz kluczową rolę w uzyskaniu przewagi konkurencyjnej nowego podmiotu¹⁹.

W pierwszym etapie postępowania badawczego, w 2013 roku przeprowadzono badania pilotażowe, które objęły grupę 23 menedżerów, przedstawicieli kadry zarządzającej najwyższego szczebla czy będący założycielami bądź właścicielami badanych przedsiębiorstw. Badania te miały na celu sprawdzenie poprawności konstrukcji kwestionariusza ankietowego, a także uzyskanie informacji zwrotnej co do jasności, przejrzystości i właściwego rozumienia stwierdzeń opisujących wymiary orientacji przedsiębiorczej. W drugim etapie, w celu sprawdzenia postawionej hipotezy badawczej, w 2014 roku przeprowadzono właściwe badania empiryczne na podstawie danych uzyskanych wśród 53 APO ulokowanych na terenie Polski. Podobnie kwestionariusz adresowany był do osoby zarządzającej jednostką. Co istotne z uwagi na brak istnienia danych statystycznych dotyczących populacji akademickich przedsiębiorstw odpryskowych w Polsce liczebność próby badawczej – 53 podmioty – była podyktowana wynikiem badań przeprowadzonych metodą CATI, w ramach realizacji projektu badawczego własnego nr N N115 004040, finansowanego przez Narodowe Centrum Nauki. Opierając się na opracowanej na ich podstawie bazie danych akademickich przedsiębiorstw odpryskowych w Polsce, pozyskano informacje na temat ich liczebności, która kształtowała się na poziomie próby badawczej.

Spośród 53 przedsiębiorstw włączonych do próby 60% stanowiły przedsiębiorstwa prowadzące działalność produkcyjno-usługową, 40% przedsiębiorstw prowadziła działalność usługową. Ponadto w grupie badanych przedsiębiorstw znalazły się młode przedsiębiorstwa, których średnia wieku wynosi około 5-6 lat. Z uwagi na rozmiar przedsiębiorstw, mierzony liczbą zatrudnionych pracowników, mikro- i małe przedsiębiorstwa stanowiły 91% badanej populacji, a pozostałe 9% to średniej wielkości organizacje, zatrudniające poniżej 250 pracowników. Co więcej w badanej populacji wyodrębniono przedsiębiorstwa zaliczane do sektora wysokiej technologii, gdzie jako kryterium selekcji przyjęto klasyfikację Eurostatu.

¹⁸ Badania prezentowane w artykule stanowią część szerszego opracowania i badań nad wymiarami przedsiębiorczości prowadzonych na przykładzie przedsiębiorstw kreujących i wdrażających innowacje.

¹⁹ Kwiotkowska A.: op.cit., s. 45.

Do sektora wysokiej technologii, przy uwzględnieniu jedynie podstawowej działalności badanych przedsiębiorstw, zaliczono 87% badanej populacji. Na rynku krajowym swoją działalność prowadziło prawie 57% przedsiębiorstw, na rynku międzynarodowym/europejskim 13%, zaś na rynku światowym około 30%.

Zebrane dane poddano analizie, w której wykorzystano metody i narzędzia statystyczne. W celu sprawdzenia postawionej hipotezy badawczej i odpowiedzi na pytanie, czy istniejące w praktyce gospodarczej wymiary orientacji przedsiębiorczej pokrywają się z wymiarami zaproponowanymi w warstwie teoretycznej, zastosowano analizę czynnikową. Jest to zbiór procedur pozwalających na zredukowanie dużej liczby zmiennych do kilku wzajemnie nieskorelowanych czynników lub składowych głównych. Redukcja wyjściowego zbioru cech do kilku wzajemnie niezależnych czynników odbywa się bez istotnej straty zawartych w nich informacji. Punktem wyjścia analizy czynnikowej jest macierz korelacji pomiędzy cechami pierwotnymi. Jeżeli pomiędzy nimi występują wysoko skorelowane grupy zmiennych, to oznacza, że powtarzają one te same informacje. W tym przypadku każda taka grupa może zostać zastąpiona przez pojedynczy czynnik lub składową główną. Analiza czynnikowa umożliwia sprawdzenie poprawności budowy zmiennych agregowanych lub ewentualnie konstrukcję nowych wymiarów. W związku z tym w badaniu analiza czynnikowa będzie pełniła rolę funkcji poznawczej, weryfikacyjnej oraz deskryptywnej²⁰. W analizie czynnikowej można wyodrębnić dwie zasadnicze grupy metod²¹: głównych składowych oraz klasyczną analizę czynnikową. Pierwsza z metod przyjmuje główne składowe jako liniowe kombinacje cech wyjściowych, druga analizuje ukrytą strukturę przyczynową będącą podstawą związków między cechami, traktując zmienną jako liniową kombinację czynników, obciążoną błędem. Obydwie te grupy są traktowane jako odmiany tej samej procedury badawczej, choć nimi nie są; dają jednak podobne wyniki. Przed przystąpieniem do analizy czynnikowej należy sprawdzić przydatność wybranych zmiennych. Do tego celu służy statystyka Keisera-Meyera-Olkina (KMO). Statystyka ta ma wartości z przedziału [0, 1]. Im bliżej jedności, tym lepiej będzie wyjaśniona struktura macierzy korelacji. Przyjmuje się, że wartość statystyki KMO powinna być większa od 0,7²².

Ogólny algorytm analizy czynnikowej można przedstawić w następujących etapach²³: (1) wyznaczenie macierzy korelacji liniowej między zestandaryzowanymi cechami pierwotnymi, (2) oszacowanie wartości ładunków czynnikowych (metodą klasycznej analizy czynnikowej lub metodą głównych składowych), (3) rotacja czynników oraz ich interpretacja. W wyniku zastosowania powyższej procedury można otrzymać pewną liczbę czynników głównych. W przypadku metody głównych składowych ich liczba jest równa liczbie rozpatrywanych cech, a w przypadku klasycznej analizy czynnikowej – jest mniejsza.

²⁰ Zeliaś A. (red.): *Ekonometria przestrzenna*. PWE, Warszawa 1991, s. 158.

²¹ Gatnar E.: *Analiza czynnikowa – teoria i zastosowanie*. Akademia Ekonomiczna, Katowice, 1998, s. 6.

²² Nunally J.C., Bernstein I.H.: *Psychometric Theory*. McGraw-Hill, New York 1994.

Do dalszych analiz nie jest konieczne ujmowanie wszystkich wyodrębnionych czynników, gdyż kilka pierwszych wyjaśnia większą część wariancji wspólnej. Problem wyboru liczby czynników jest najbardziej subiektywnym elementem analizy. Do najczęściej stosowanych kryteriów wyboru liczby czynników zalicza się: kryterium osypiska – liczbę czynników uzyskuje się przez analizę wykresu wartości własnych (uporządkowanych malejąco), gdzie zachowuje się tyle czynników, ile tworzy strome „zbocze”, kryterium wartości własnej Keisera, gdzie tylko czynniki o wartości własnej większej od jeden powinny być ujmowane, czynniki o wartościach mniejszych od jednościami nie są lepsze od pojedynczych zmiennych, a także kryterium Jolliffe oraz wyjaśnionej wariancji.

Wskazane postępowanie badawcze ma pewne ograniczenia wynikające z przyjętej techniki badawczej, narzędzia badawczego i próby. Po pierwsze, operacjonalizacja zmiennych polegająca na przypisaniu stwierdzeń opisujących zidentyfikowane zjawiska jest obciążona subiektywizmem. Po drugie, wykorzystanie kwestionariusza ankiety do oceny nieobserwowalnych bezpośrednio zjawisk organizacyjnych powoduje, że oceny stwierdzeń dotyczących wymiarów orientacji przedsiębiorczej są w sposób naturalny subiektywne. Wreszcie, po trzecie, ograniczenie stanowi sama liczebność próby badawczej. Pomimo przyjęcia określonej procedury zbierania i weryfikacji danych, liczba podmiotów – APO, z uwagi na ograniczony dostęp i niepełne dane, a także zaistniałe zakłócenia (m.in. odmowa udziału w badaniu, brak informacji zwrotnej, nieudane, liczne próby kontaktu) jest wielkością szacunkową, w przybliżeniu określającą liczebność badanej populacji w Polsce.

Mimo tych zasadniczych ograniczeń należy podkreślić zasadność postępowania badawczego i użytych metod. Wykorzystanie kwestionariusza ankiety w badaniu zjawisk organizacyjnych bezpośrednio niemierzalnych ma swoje uzasadnienie gdyż chodzi o subiektywną ocenę zachowań w przedsiębiorstwie na temat procesów zachodzących na szczeblu strategicznym. Kwestionariusz ankiety pozwala na nadanie wartości liczbowej zjawisku bezpośrednio niemierzalnemu, wraz z subiektywnym odczuciem co do atrybutów tego zjawiska, zaś oceny z ankiety odzwierciedlają przyszłe dążenia kadry zarządzającej, dopełniając przez to obraz organizacji²⁴.

4. Wyniki badań

W celu sprawdzenia, czy istniejące w praktyce gospodarczej wymiary orientacji przedsiębiorczej pokrywają się z wymiarami zaproponowanymi w warstwie teoretycznej zastosowana została analiza czynnikowa. Wartość statystyki KMO wynosi 0,709, co jest

²³ Gatnar E.: op.cit.

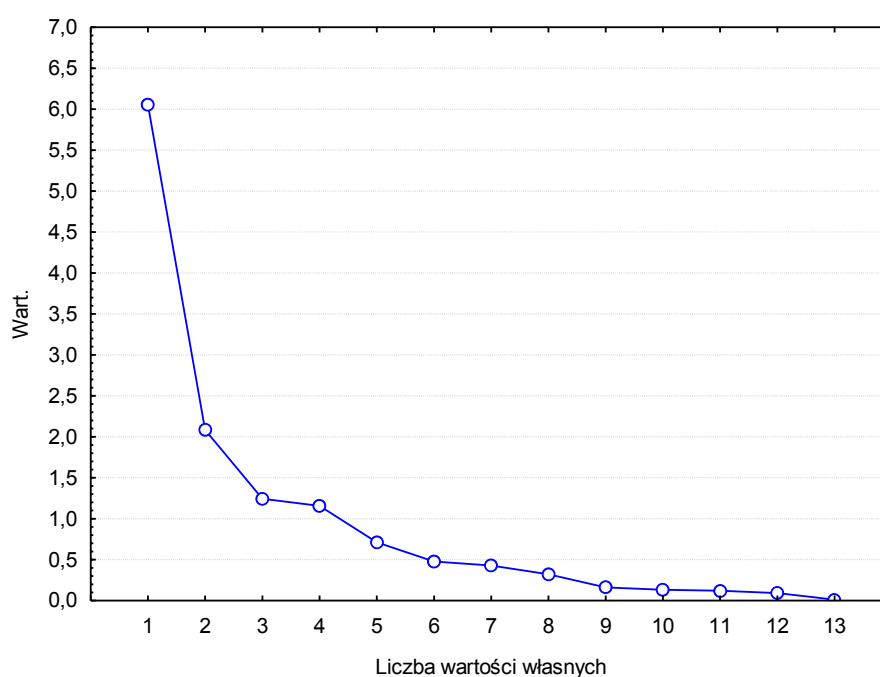
²⁴ Dyduch W.: Twórcza strategia organizacji. Uniwersytet Ekonomiczny, Katowice 2013.

wynikiem akceptowalnym i oznacza, że dla danych opisujących ten wymiar można zastosować analizę czynnikową. Struktura korelacji między zmiennymi opisanymi za pomocą stwierdzeń od 1 do 13 (tabela 2) jest wyjaśniona w stopniu wystarczającym (rys. 1).

Tabela 2

Struktura korelacji między zmiennymi opisanymi za pomocą stwierdzeń od 1 do 13

Czynnik	Wartość własna	% wyjaśnienia wariacji	Skumulowana wartość własna	Skumulowany % wyjaśnienia wariacji
1	6,115	40,767	6,115	40,767
2	2,440	16,270	8,556	57,037
3	1,848	12,319	10,403	69,355
4	1,218	8,118	11,621	77,473
5	0,964	6,428	12,585	83,901



Rys. 1. Analiza czynnikowa

Źródło: Opracowanie własne.

Kryterium ospiska, a także kryterium wartości własnej Keisera wskazują, że jest pięć wymiarów orientacji przedsiębiorczej (tabela 3). Pogrubione wyniki pokazują na te czynniki, które się grupują i wspólnie mogą opisać dany wymiar.

Tabela 3

Analiza czynnikowa dla kryterium osypiska i wartości własnych Keisera

	Czynnik 1	Czynnik 2	Czynnik 3	Czynnik 4	Czynnik 5
Stwierdzenie 1	0,188	0,054	0,465	0,636	0,267
Stwierdzenie 2	0,020	0,168	-0,027	0,927	0,079
Stwierdzenie 3	0,346	0,153	0,841	0,139	-0,148
Stwierdzenie 4	0,281	0,291	0,835	-0,006	0,207
Stwierdzenie 5	0,092	0,319	0,863	0,094	-0,093
Stwierdzenie 6	0,309	0,863	0,031	0,133	0,164
Stwierdzenie 7	-0,004	0,718	0,133	0,108	0,614
Stwierdzenie 8	0,051	0,698	0,195	0,102	0,595
Stwierdzenie 9	0,285	0,095	-0,028	0,178	0,843
Stwierdzenie 10	0,156	-0,028	0,160	0,010	0,926
Stwierdzenie 11	0,914	0,094	0,196	0,020	-0,005
Stwierdzenie 12	0,681	0,380	0,239	0,085	0,257
Stwierdzenie 13	0,720	0,334	0,387	0,281	0,189
Wariancja wyjaśniona	3,099	2,907	2,051	1,449	1,746
Udział	0,238	0,224	0,158	0,111	0,134

Źródło: Opracowanie własne.

Przedstawione wyniki (tabela 3) wskazują na układ czynników bardzo zbliżony do zaproponowanego w części teoretycznej. Bez zmian pozostaje: wymiar autonomii (czynnik 4), który opisują dwa pierwsze stwierdzenia zawarte w narzędziu badawczym (tabela 1), wymiar innowacyjności (czynnik 3), skonstruowany przez stwierdzenia 3-5, a także wymiar proaktywności (czynnik 2) obejmujący stwierdzenia 6-8. Natomiast wymiar konkurencyjnej agresywności (czynnik 1) został powiększony i zawiera oprócz skłonności organizacji do nowych sposobów działania i poszukiwań nietypowych, nowych rozwiązań, a także agresywnych działań wobec innych konkurentów również przyjęcie śmiałej, agresywnej postawy, aby zmaksymalizować prawdopodobieństwo wykorzystania potencjalnych szans w sytuacji dużej niepewności. Z kolei wymiar odnoszący się do podejmowania ryzyka został ograniczony do dwóch stwierdzeń 9-10, a więc – silnej tendencji do podejmowania projektów o wysokim ryzyku, ale z szansą na bardzo wysoką rentowność oraz podejmowania odważnych, szeroko zakrojonych działań niezbędnych do realizacji celów organizacji. Pomimo jednak pewnych przesunięć zmiennych opisujących dane czynniki, żaden z pięciu koncepcyjnych wymiarów orientacji przedsiębiorczej nie został zredukowany.

Dodatkowo przeprowadzona została analiza rzetelności wymiarów orientacji przedsiębiorczej. Wartości współczynnika alfa Cronbacha wyniosła odpowiednio dla wymiaru: autonomii 0,819, innowacyjności 0,756, proaktywności 0,853, podejmowania ryzyka 0,858 oraz konkurencyjnej agresywności 0,875. Wszystkie wartości mieszczą się powyżej wartości akceptowalnej – 0,7, niektórzy autorzy podają także przedział 0,6-0,8²⁵. Można zatem stwierdzić, że skale pomiaru wymiarów orientacji przedsiębiorczej są rzetelne. Wysokie współczynniki alfa Cronbacha dla stwierdzeń opisujących poszczególne wymiary orientacji

²⁵ Nunally J.C., Bernstein I.H.: op.cit.

przedsiębiorczej potwierdzają zatem także istnienie pięciu jednorodnych wymiarów badanej orientacji.

5. Podsumowanie

Na podstawie przeprowadzonych badań można wywnioskować, że nie ma podstaw do odrzucenia postawionej hipotezy mówiącej, że na konstrukt orientacji przedsiębiorczej składa się pięć wymiarów: autonomii, innowacyjności, proaktywności, podejmowania ryzyka i konkurencyjnej agresywności. Zatem, jak wskazują wyniki empirycznej weryfikacji orientacja przedsiębiorcza może być rozpatrywana jako konstrukt pięciowymiarowy, a istnienie wyprowadzonych teoretycznie wymiarów zostało potwierdzone empirycznie.

Interesującym pomysłem wydaje się podjęcie próby wykorzystania przyjętej skali pomiarowej do dalszych, pogłębionych badań i pomiaru przedsiębiorczości organizacyjnej w badaniach innego typu podmiotach. Należy podkreślić, że badania przeprowadzono na podstawie specyficznej grupy przedsiębiorstw, którzy w znacznej mierze są biegli w identyfikowaniu szans, rozpoznawaniu możliwości i tworzeniu warunków sprzyjających ich wykorzystywaniu i kultywowaniu. Dla nich odniesienie sukcesu czy nawet przetrwanie w rzeczywistości gospodarczej wymaga orientacji przedsiębiorczej, kreatywności, pomysłowości, działań innowacyjnych, podejmowania przedsiębiorczego ryzyka oraz innych zachowań i działań przedsiębiorczych.

Należy także zwrócić uwagę na to, że część badaczy prowadzących badania dotyczące zagadnień z zakresu przedsiębiorczości wykorzystuje tylko niektóre wymiary orientacji przedsiębiorczej – zwłaszcza wymiar: innowacyjności, proaktywności i podejmowania ryzyka – zwiększając przy tym spójność i rzetelność narzędzia badawczego. Co więcej, koncepcja orientacji przedsiębiorczej jest często wykorzystywana w teorii, jej operacjonalizacja stosowana jest do pomiaru orientacji przedsiębiorczej organizacji i niewątpliwie dalej będzie wykorzystywana do badań. Podejmowane zaś ciągłe wysiłki jej pomiaru zwiększają wiedzę na temat konstrukcji i wymiarów orientacji przedsiębiorczej, a także bezpośredniego czy moderującego jej wpływu na zmienne zależne, a tym samym istnieje możliwość porównywania wielu badań i wyciągania szerszych czy bardziej dogłębnych wniosków.

Bibliografia

1. Bratnicki M.: W poszukiwaniu treści strategii przedsiębiorczości. Perspektywa przedsiębiorczego rozwoju organizacji, [w:] Krupski R. (red.): Zarządzanie strategiczne. Strategie organizacji. Wydawnictwo Wałbrzyskiej Wyższej Szkoły Zarządzania i Przedsiębiorczości, Wałbrzych 2010.
2. Bratnicki M.: Zarys kontekstualnej teorii przedsiębiorczości organizacyjnej. „Organizacja i Kierowanie”, No. 2(132), 2008.
3. Chadwick K., Barnett T., Dwyer S.: An empirical analysis of the entrepreneurial orientation scale. “Journal of Applied Management and Entrepreneurship”, No. 13(4), 2008.
4. Covin J.G., Green K.M., Slevin D.P.: Strategic process effects on the entrepreneurial orientation – sales growth rate relationship. “Entrepreneurship Theory & Practice”, No. 30, 2006.
5. Covin J.G., Slevin D.P.: Strategic management of small firms in hostile and benign environments. “Strategic Management Journal”, No. 10, 1989.
6. Dess G.G., Lumpkin G.T.: The role of entrepreneurial orientation in stimulating effective corporate entrepreneurship. “Academy of Management Executive”, No. 19, 2005.
7. Dyduch W.: Innowacyjność organizacji – istota, pomiar i powiązanie z efektywnością, [w:] Bogdanienko J., Kuzel M., Sobczak I. (red.): Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w warunkach globalnych. Adam Marszałek, Toruń 2007.
8. Dyduch W.: Pomiar przedsiębiorczości organizacyjnej. Akademia Ekonomiczna, Katowice 2008.
9. Dyduch W.: Twórcza strategia organizacji. Uniwersytet Ekonomiczny, Katowice 2013.
10. Gatnar E.: Analiza czynnikowa – teoria i zastosowanie. Akademia Ekonomiczna, Katowice 1998.
11. Kwiotkowska A.: Konfiguracje organizacyjne akademickich przedsiębiorstw odpryskowych. Difin, Warszawa 2015.
12. Lumpkin G.T., Dess G.G.: Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. “Academy of Management Review”, No. 21(1), 1996.
13. Lumpkin G.T., Dess G.G.: Linking two dimensions of entrepreneurial orientation to firm performance: The moderating role of environment and industry life cycle. “Journal of Business Venturing”, No. 16, 2001.
14. Miller D., Friesen P.H.: Innovation in conservative and entrepreneurial firms: Two models of strategic momentum. “Strategic Management Journal”, No. 3(1), 1982.
15. Moreno A.M., Casillas J.C.: Entrepreneurial orientation and growth of SMEs: A causal model. “Entrepreneurship Theory & Practice”, No. 32, 2008.
16. Nunally J.C., Bernstein I.H.: Psychometric Theory. McGraw-Hill, New York 1994.

17. Wiklund J., Shepherd D.: Entrepreneurial orientation and small business performance: A configurational approach. "Journal of Business Venturing", No. 20, 2005.
18. Wiklund J., Shepherd D.: Knowledge-based resources, entrepreneurial orientation, and the performance of small and medium – sized businesses. "Strategic Management Journal", No. 24, 2003.
19. Zeliaś A. (red.): Ekonometria przestrzenna. PWE, Warszawa 1991.