

Jacek Strojny
Bogusław Stankiewicz
Katedra Ekonomii
Politechnika Rzeszowska

Wielowymiarowa analiza przedsiębiorczości – metodologia, narzędzia i znaczenie dla społeczeństwa informacyjnego

Znaczenie przedsiębiorczości w dobie społeczeństwa informacyjnego

Wchodzenie cywilizacji w erę postindustrialną jest faktem niepodlegającym dyskusji. Świadczą o tym zjawiska powszechnie już znane i obserwowane na wielką skalę w różnych obszarach życia: gospodarczym, społecznym, technicznym i technologicznym, psychologicznym itd. Zmiany dotyczą każdej niemal sfery ludzkiej aktywności; wprowadzają nieznany dotąd porządek, oparty na nowych wartościach. Jednocześnie wszystkie podmioty uczestniczące w zmianach napotykać wyzwania zaskakujące i wymagające innowacyjnej i szybkiej reakcji. Ogólnie rzecz ujmując, wszystkie te procesy można określić bardzo często używanym pojęciem globalizacji. Zjawisko to oznacza nową strukturę społeczno-ekonomiczną, wciąż transformującą się pod wpływem niezliczonej ilości bodźców o różnorodnym charakterze – od politycznego po technologiczny (Flejterski, Wahl 2003).

Wprowadzenie pojęcia globalizacji do tych rozważań nie jest zbyt uogólnieniem problemu podanego w tytule. Chodzi raczej o zarysowanie kontekstu, na tle którego należy opisywać relacje pomiędzy przedsiębiorczością a społeczeństwem informacyjnym. Oba wymienione zjawiska są chętnie eksplorowane przez naukowców, co znajduje wyraz w liczbie pozycji książkowych, badań czy konferencji poświęconych ich wyjaśnieniu. Ta duża aktywność intelektualna z całą pewnością wpisuje się w swojego rodzaju modę na globalizację i zjawiska z nią związane. Mimo że efektem ubocznym tak dużego zainteresowania jest m.in. chaos pojęciowy, to jednak nie można odmówić wagi procesom, które silnie determinują funkcjonowanie wszystkich bez wyjątku podmiotów życia społeczno-gospodarczego. Jest zatem głębokie uzasadnienie wysiłków podejmowanych w celu zrozumienia, opisanie i upowszechnienia wiedzy użytecznej w nowej erze rozwoju cywilizacyjnego.

Społeczeństwo informacyjne towarzyszy globalizacji i jest jej nieodłącznym elementem. Jego genezę należy łączyć z kilkoma zmianami jakościowymi wiążącymi się z wychodzeniem cywilizacji z kręgu ery przemysłowej. Chodzi tutaj przede wszystkim o rozwój technologii informatycznej i telekomunikacyjnej, a także o tworzenie się gospodarki opartej na wiedzy (Szymański 2001). Obie sfery generują wzrost zapotrzebowania na informacje w procesach rozwojowych – jest to jedna z dominujących cech społeczeństwa informacyjnego (Papińska-Kacperek 2008). Informacja jako produkt oraz jako proces (Martyniak 2000) jest więc wspólnie podstawowym czynnikiem determinującym konkurencyjność podmiotów. Umiejętność pozyskania, interpretacji i wykorzystania informacji ważna jest zarówno dla pojedynczych ludzi, ich zbiorowości, różnego typu organizacji, jak i dla całego systemu gospodarczego. Wszystkie podmioty wykorzystują informację dotyczącą swojego potencjału oraz czynników

zewnątrznych, które mogą wpływać na obecne i przyszłe możliwości rozwoju. Szczególnie ważny jest proces budowania zasobu informacji służącej do oceny benchmarkowej podmiotu. Jest to szczególnie istotne ze względu na intensyfikację procesów, których złożoność i skala utrudniają osiągnięcie sukcesu rozwojowego. To z kolei przekłada się na intensyfikację procesów konkurencyjnych oraz ich przeniesienie na obszary, w których wcześniej nie występowały.

Podmiot dążący do rozwoju w turbulentnym otoczeniu musi ograniczyć niepewność związaną z podejmowaniem decyzji w sytuacjach złożonych i dynamicznych. Służy temu właśnie informacja o odpowiedniej jakości, użyteczności, aktualności itd. (Marcinkowski 2003). Odpowiedzią cywilizacji jest intensywny rozwój technologii informacyjnej, której flagowym przykładem jest internet. Dzięki rozwiązaniom informatycznym i bardzo szybkiemu rozwojowi tej dziedziny wiedzy ludzkość uzyskała możliwość budowania powszechnie dostępnego i nieograniczonego wręcz bogatego zasobu informacji, z których korzystanie w społeczeństwach rozwiniętych jest bardzo łatwe. Ze względu na powszechność informacja staje się warunkiem *sine qua non* każdej aktywności. Natomiast o możliwości uzyskania przewagi konkurencyjnej decyduje coś więcej – jej wykorzystanie w procesie uczenia się i ciągłego doskonalenia. Jest to niewątpliwie istotny atrybut społeczeństwa informacyjnego, w którym już nie sam fakt dysponowania informacją, ale umiejętność przekucia jej w innowację decyduje o sukcesie rozwojowym i uzyskaniu dystansu konkurencyjnego względem innych podmiotów.

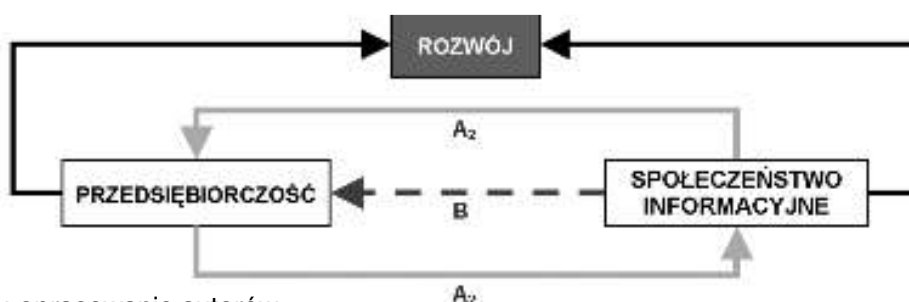
Nacisk na aktywność daje podstawę do wysnucia kolejnego wniosku dotyczącego rozwoju współczesnej cywilizacji. Globalna rzeczywistość wymaga od podmiotów zachowań nowatorskich, elastyczności i nastawienia na ciągłe doskonalenie. Są to przejawy przedsiębiorczości, czyli zjawiska, które również jest niesłychanie modnym i potrzebnym społecznie problemem badawczym. Jest ona ogólnie rozumiana jako „proces tworzenia nowej wartości dokonujący się przez poświęcanie niezbędnego czasu i wysiłku oraz podejmowanie finansowego, psychicznego i społecznego ryzyka, który powoduje otrzymywanie rezultatów w postaci zysku pieniężnego oraz poczucia osobistej satysfakcji i niezależności” (Hisrich, Peters 1998, s. 9). Bardzo duży potencjał badawczy i analityczny skierowany na zrozumienie przedsiębiorczości skutkuje wielkim bogactwem ujęć i koncepcji. Ich szczegółowy przegląd nie jest niezbędny w tej publikacji. Warto jednak pamiętać, że według naukowców przedsiębiorczość:

- jest pierwiastkiem inicjującym rozwój od poziomu indywidualnego po cywilizacyjny (por. Bratnicki 2001b) i zapewniającym kreowanie czegoś z niczego (Kuratko, Hodgetts 1998);
- jest specyficznym procesem przesyconym aktywnością i twórczością (Bratnicki 2001a; Kraśnicka 2002);
- charakteryzuje zachowania ludzkie nastawione na innowacyjność, wykorzystanie szans i ryzyko (Bratnicki 2003, Drucker 2004, DuBrin 1979, Francik 1994, Kożuch 2002, Kwiatkowski 2002, Zaleśkiewicz 2004);
- osadzona jest głównie w realiach działalności gospodarczej (Adamczyk 1996, Lichtarski 1999, Pacholski, Słaboń 1997).

Współistnienie obu wymienionych zjawisk – przedsiębiorczości i społeczeństwa informacyjnego – każe zadać pytanie o potencjalne zależności między nimi. Stanowiąc wspólną podstawę obu procesów, globalizacja stwarza podmiotom specyficzne warunki funkcjonowania i ukierunkowuje je na ciągły rozwój. Zasadne jest więc podkreślenie podstawowego związku o charakterze pętli doskonalenia (strzałki A_1 oraz A_2 na ryc. 1). Rzeczywistość społeczeństwa informacyjnego wprowadza element destabilizujący i zmuszający do ciągłej aktywności, i to takiej, która ma charakter nowatorski. Zanikające bariery szeroko rozumianej komunikacji zwiększają mobilność ludzi, ale też stwarzają możliwości internacjonalizacji przedsiębiorstw. Społeczeństwo informacyjne oznacza zdecydowanie łatwiejszy dostęp do globalnego rynku wszystkich

podmiotów, które są tym zainteresowane, w związku z czym złożoność otoczenia wzrasta i powoduje pojawienie się turbulentności, co podnosi na kolejny poziom poprzeczkę rywalizacji między podmiotami. Można więc stwierdzić, że w społeczeństwie informacyjnym pojawiają się czynniki intensyfikujące, wręcz wymuszające zachowania przedsiębiorcze. Jednocześnie, sięgając do genezy globalizacji, a zatem i społeczeństwa informacyjnego, warto stwierdzić, że są to procesy wynikające z wielu skumulowanych procesów o charakterze przedsiębiorczym. Domyka się w ten sposób pętla doskonalenia – przedsiębiorczość intensyfikuje zjawiska określane mianem społeczeństwa informacyjnego, a to w coraz większym stopniu wymaga zachowań przedsiębiorczych od wszystkich podmiotów życia społeczno-gospodarczego.

Ryc. 1. Interdyscyplinarna i wielowymiarowa płaszczyzna badań entreprenologicznych



Źródło: opracowanie autorów.

Inny związek, o którym warto wspomnieć, ma charakter jednokierunkowy i powstaje na zupełnie innej płaszczyźnie niż poprzedni (strzałka B na ryc. 1). Jedną z cech społeczeństwa informacyjnego jest wzrost zapotrzebowania na informację – szczególnie duże znaczenie ma zasób informacji strategicznej wykorzystywanej w procesach rozwoju poszczególnych podmiotów. Społeczeństwo informacyjne wymusza ciągły rozwój metod zbierania, przetwarzania i wykorzystywania informacji w procesach rozwojowych. Przyjmując, że przedsiębiorczość jest podstawowym atrybutem decydującym o osiągnięciu sukcesu w turbulentnym otoczeniu, informacje jej dotyczące należy uważać za szczególnie istotne. W dalszej części artykułu właśnie to zagadnienie zostanie rozwinięte. Zaproponowany wielowymiarowy model przedsiębiorczości jest bowiem kompletną holistyczną koncepcją pomiaru przedsiębiorczości, a więc zwiększa możliwości wzbogacania informacji strategicznej. Wskazuje ponadto możliwości implementacji procedur badań do analizy strategicznej oraz niektórych procesów zarządzania operacyjnego.

Interdyscyplinarna i wielowymiarowa płaszczyzna badań przedsiębiorczości

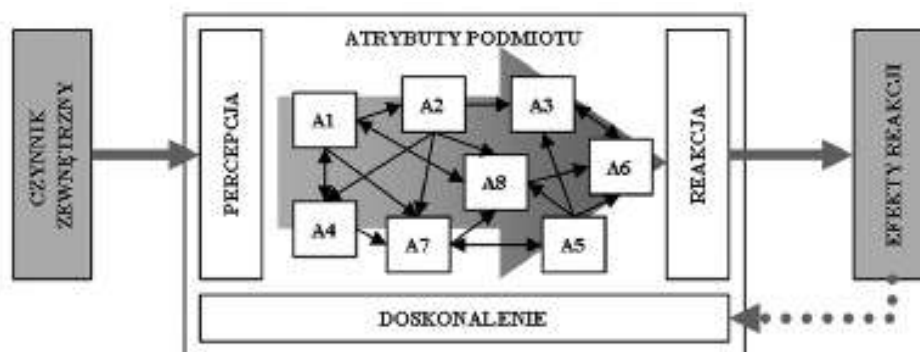
Uporządkowanie myślenia o przedsiębiorczości i badania tego zjawiska jest bezsprzecznie konieczne. Należy czynić starania w celu sprecyzowania fundamentalnych założeń dających podstawę do budowania zasobu teoretycznego nauki o przedsiębiorczości (entreprenologii). Jeśli przyjąć, że powinna ona dotyczyć sposobu, w jaki podmioty życia społeczno-gospodarczego funkcjonują w otoczeniu i adaptują się z sukcesem do jego zmian, to jedno z takich założeń nasuwa się w sposób naturalny. Według niego przedsiębiorczość jest specyficzną zdolnością podmiotu do skutecznej adaptacji w otoczeniu. Zdolność ta przybiera formę swoistego atrybutu o wielowymiarowej strukturze, którego specyfika zależna jest od tego, jaki podmiot bierze się pod uwagę. Jednocześnie funkcjonowanie owych podmiotów jest przedmiotem zainteresowania mniej lub bardziej rozwiniętych dyscyplin naukowych. Wydaje się, że współczesne nauki zajmujące się przedsiębiorczością realizują te sugestie z tak wielkim zaangażowaniem, że wręcz obserwuje się nadmiar definicji. Zdarza się często, że ten sam autor posługuje się kilkoma różnymi definicjami. Taka sytuacja może stanowić problem,

a gęszcz definicji, nawet po wprowadzeniu zabiegów klasyfikujących, utrudnia odpowiednie ukierunkowanie badań. Należy więc oczekiwać budowania koncepcji o charakterze uniwersalnym, nadających się do stosowania w różnego typu badaniach, a także w praktyce. Wielowymiarowy model przedsiębiorczości nastawiony jest właśnie na uproszczenie naukowego opisu tego zjawiska i umożliwienie przejścia od analiz teoretycznych do implementacji w praktyce.

Warto zwrócić uwagę na kilka aktualnych przedsięwzięć badawczych dotyczących przedsiębiorczości, np. badanie J.W. Ostaszewskiego, w którym autor podejmuje się zdefiniowania czynników wynikających z funkcji fiskalnych państwa, a oddziałujących na przedsiębiorczość. Ten obszar badawczy jest bardzo interesujący z punktu widzenia analizy wymiaru przedsiębiorczości gospodarczej, wyodrębnionego w niniejszym artykule. Podobnie wartościowe wydają się prace M. Strużyckiego, T. Cicirko czy J. Targalskiego. Bardzo ciekawy kontekst przedsiębiorczości identyfikuje W. Dyduch w projekcie badawczym pt. *Przedsiębiorczość organizacyjna w kontekście sprzeczności kapitału społecznego*. Problematyka przedsiębiorczości indywidualnej pojawia się m.in. u H. Smutek, która w pracy doktorskiej analizowała wpływ potencjału kwalifikacyjnego przedsiębiorcy. Ciekawy jest kierunek wyznaczony pierwotnie przez J. Kozińskiego, a analizowany z punktu widzenia przedsiębiorczości przez K. Kwarciaka – wykorzystanie transgresyjnego ujęcia człowieka. W tej pracy doktorskiej podjęto próbę pomiaru przedsiębiorczości indywidualnej za pomocą wymiarów proponowanych przez J. Kozińskiego.

Użytecznym mechanizmem zbierania informacji o poziomie przedsiębiorczości może okazać się analiza wielowymiarowa i interdyscyplinarna tego zjawiska. Tendencję do wieloaspektowego rozpatrywania przedsiębiorczości dostrzega W. Janasz, stwierdzając, że „przedsiębiorczość jest kategorią wielowymiarową, która wielokrotnie i przy pomocy różnych zmiennych jest wyjaśniana” (Janasz 2004, s. 28). Z takiego stwierdzenia wynika wskazówka, aby poszukiwać owych wymiarów (zmiennych) zapewniających pełne zrozumienie zjawiska. B. Piasecki proponuje, aby rozpatrywać je w trzech kategoriach, jako: 1. działanie przedsiębiorcze; 2. cechy osobowości przedsiębiorcy; 3. przedsiębiorczość jako sposób zarządzania (Kubiak 2003). M. Golińska-Pieszyńska proponuje kryterium podmiotowe; wskazuje na przedsiębiorczość: człowieka, grupy i zespołu oraz organizacji (2003). W niniejszym artykule przyjęto dynamiczną perspektywę atrybutową, uwarunkowaną podmiotowo. Po pierwsze – należy skoncentrować się na czterech grupach podmiotów: człowieku, zbiorowości społecznej, organizacji oraz systemie gospodarczym. Dla każdego z tych podmiotów należy wyodrębnić charakterystyczne atrybuty przedsiębiorczości, warunkujące, zgodnie z przyjętym wyżej założeniem, odniesienie sukcesu w globalnym turbulentnym otoczeniu. Dynamizm podejścia wynika z umiejscowienia zbioru atrybutów w wypracowanym przez cybernetykę układzie wejście–transformacja–wyjście. Model takiego podejścia przedstawia ryc. 2.

Ryc. 2. Atrybutowo-reaktywne ujęcie przedsiębiorczości

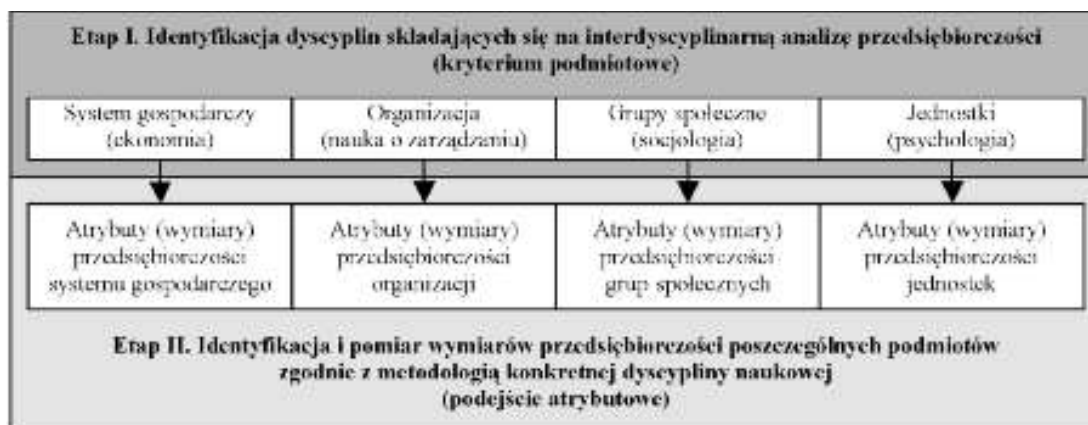


Źródło: opracowanie autorów.

Prezentowany model reakcji przedsiębiorczej na pojawiający się czynnik ma charakter uniwersalny, może zatem być wykorzystywany do wyjaśnienia zachowań wszystkich rodzajów podmiotów: człowieka, zbiorowości ludzkiej, organizacji i systemu gospodarczego. Mechanizm reakcji jest względnie prosty – obejmuje dwie podstawowe sfery: zewnętrzną i wewnętrzną. Z zewnątrz pochodzi czynnik uaktywniający reakcję – bodziec wymagający innowacyjnej odpowiedzi podmiotu. Reakcja jest możliwa dzięki istnieniu procesu percepcji, czyli odczytywania parametrów zmiany dokonującej się w otoczeniu. Oczywiście zjawisko percepcji zostało tutaj uogólnione poza definicję pochodzącą z psychologii, ma więc różnorodne postacie, w zależności od rozpatrywanego podmiotu. Efektem tak rozumianej percepcji jest możliwie pełny zbiór informacji o tym, co się dzieje w otoczeniu. Ważna jest prawidłowa interpretacja tego zjawiska – jego zrozumienie. Jest to pierwszy etap, fundament reakcji podmiotu, w którym już bardzo mocno zarysowuje się wpływ atrybutów przedsiębiorczych (na ryc. 2 są to pola od A1 do A8). Oczywiście istnieje zbiór wzajemnych relacji pomiędzy tymi atrybutami, który zasadniczo powinien mieć charakter związków jednokierunkowych (zjawisko wzajemnego napędzania się cech przedsiębiorczych). Zewnętrznym wyrazem wewnętrznych atrybutów jest reakcja w postaci świadomego, celowego działania. Efekty działania stają się podstawą uczenia się i doskonalenia podmiotu przedsiębiorczego. Atrybutów przedsiębiorczych nie należy zatem rozumieć jako cech stałych, ale raczej jako zbiór dynamicznie rozwijających się parametrów.

Przyjmując kryterium podmiotowe oraz perspektywę atrybutową, można mówić o nakładaniu się w ramach entreprenologicznego postępowania badawczego dwóch płaszczyzn. Pierwsza (interdyscyplinarność) ma charakter ogólny (wstępny) i polega na wyodrębnieniu grup podmiotów, których zachowanie jest szczególnie interesujące z entreprenologicznego punktu widzenia. Zasadne wydaje się podanie klasyfikacji obejmującej cztery podstawowe kategorie podmiotów: organizacje (głównie przedsiębiorstwa), systemy gospodarcze, zbiorowości społeczne (wyodrębnione według przyjętego kryterium) oraz jednostki (np. przedsiębiorcy, menedżerowie, członkowie organizacji) (Strojny 2008). Ich zachowanie opisywane jest kolejno przez: zarządzanie, ekonomię, socjologię oraz psychologię (Strojny 2008). Pojawia się konieczność wyodrębnienia drugiej płaszczyzny (wielowymiarowość), bardziej szczegółowej i poświęconej identyfikacji wymiarów przedsiębiorczości dla poszczególnych podmiotów. G. Hofstede podaje, że wymiar jest to dający się zmierzyć aspekt jakiegoś zjawiska (2000). Identyfikacja tych wymiarów oraz ich pomiar wymagają użycia określonej metodologii, wypracowanej w ramach dyscypliny wyodrębnionej w pierwszym etapie. Ogólny schemat postępowania w badaniach entreprenologicznych ma więc postać przedstawioną na ryc. 3.

Ryc. 3. Interdyscyplinarna i wielowymiarowa płaszczyzna badań entreprenologicznych



Źródło: opracowanie autorów.

Wymienione w etapie I podmioty przedsiębiorcze współwystępują w realiach życia gospodarczego i wzajemnie na siebie oddziałują. Oznacza to, że należy brać pod uwagę związki o charakterze dwukierunkowym, których poznanie może znacząco wpłynąć na realizację zadań związanych z rozwojem atrybutów przedsiębiorczych. Cechy innych podmiotów stanowią bowiem swego rodzaju zbiór determinant (otoczenie przedsiębiorcze), wynoszących zidentyfikowaną pętlę doskonalenia z poziomu pojedynczego podmiotu na poziom relacji pomiędzy podmiotami. Co więcej, wydaje się zasadne założenie, że skuteczność rozwoju przedsiębiorczości każdego z wymienionych podmiotów zależy od skuteczności pozostałych. Przedsiębiorczość systemu gospodarczego jest zatem uzależniona od cech jednostek, zbiorowości społecznych i organizacji funkcjonujących w jego granicach. Oczywiście, widoczne jest też oddziaływanie odwrotne – cechy systemu gospodarczego determinują przedsiębiorczość organizacji, ludzi i zbiorowości społecznych. Tego typu związki można wyodrębnić w dowolnej kombinacji, a ich operacjonalizacja wskazuje konkretne narzędzia, za których pomocą można kształtować rzeczywistość.

Metodologia wielowymiarowej analizy przedsiębiorczości

Prezentowany w niniejszym artykule wielowymiarowy model przedsiębiorczości opiera się na definicji, według której przedsiębiorczość to trwała kompetencja, przejawiająca się dynamicznym reagowaniem na zjawiska pojawiające się w otoczeniu i przynosząca efekt w postaci przejścia na wyższy poziom rozwoju (Strojny 2006b). Przyjęcie założenia o wielowymiarowości ma pewne skutki dotyczące przebiegu analizy teoretycznej i badania empirycznego. Należy zatem wziąć pod uwagę trzy podstawowe kwestie:

1. W analizach teoretycznych należy umiejętnie wyodrębnić sfery życia psychicznego, społecznego i gospodarczego, w których ujawnia się zjawisko przedsiębiorczości. Pozwala to na skonstruowanie dowolnej liczby wymiarów i wskazanie nauki wiodącej dla danego wymiaru.
2. Interdyscyplinarność analiz teoretycznych wymaga zaakceptowania multimetodycznego podejścia w badaniach empirycznych. Byłoby więc zasadne, aby metod badawczych poszukiwać w dorobku nauki wiodącej wskazanej dla danego wymiaru.
3. Należy zadbać o to, aby proces opisywania wielowymiarowego modelu przedsiębiorczości nie powodował zbytnej specjalizacji. Wyodrębnianie wymiarów powinno służyć lepszemu opisaniu zjawiska przedsiębiorczości w ujęciu holistycznym, a w mniejszym stopniu dalszej analizie wielowymiarowej na poziomie poszczególnych wymiarów. Chodzi również o znalezienie mechanizmów pozwalających na porównywanie badań poszczególnych obszarów, a szczególnie relacji między nimi. Można to osiągnąć poprzez konstrukcję takich narzędzi badawczych, które zapewnią wzajemną porównywalność uzyskanych za ich pomocą badań empirycznych. W sferze teoretycznej wypracowanie relacji między wymiarami jest możliwe dzięki podejściu interdyscyplinarnemu.

Powyższe wskazówki pozwalają na w miarę precyzyjne sformułowanie problemu badawczego leżącego u podstaw podejścia badawczego prezentowanego w artykule. Jawi się on w postaci pytania: Na czym polega zjawisko przedsiębiorczości? Przygotowanie procedury badawczej wymaga jego uszczegółowienia w postaci wiązki problemów (problematyki badania), które przełożą się na konkretne przedsięwzięcia badawcze. Warto się zatem zastanowić:

1. Jakie wymiary składają się na zjawisko przedsiębiorczości?
2. Jakie są relacje między atrybutami opisującymi poszczególne wymiary (czy istnieją między nimi związki i jak są silne)?
3. Jakie są efekty przedsiębiorczości w poszczególnych wymiarach?

Sformułowanie problematyki badawczej wyznaczającej zakres przedsięwzięć badawczych wymaga oczywiście ustosunkowania się do nich w postaci propozycji hipotez podlegających weryfikacji empirycznej. Hipotezy te mają następującą postać:

Ad 1. Przedsiębiorczość jest wielowymiarowym zjawiskiem, w ramach którego można wyróżnić wymiary: ekonomiczny, społeczny, organizacyjny i indywidualny.

Obraz przedsiębiorczości nie jest jednolity. Większość autorów zgadza się odnośnie do wynikających z niej zachowań: aktywności, innowacyjności, elastyczności, podejmowania ryzyka, wykorzystywania szans czy ukierunkowania na sukces. Jednak przedsiębiorczość jako zjawisko ujawnia się w tak wielu obszarach życia społeczno-gospodarczego, że warte przytoczenia są takie jej ujęcia, które podkreślają jej interdyscyplinarność. W. Janasz proponuje, aby określać przedsiębiorczość „kategorią wielowymiarową, która wielokrotnie i przy pomocy różnych zmiennych jest wyjaśniana” (2004, s. 28). Z takiego ujęcia wynika wprost sugestia procedury badawczej. Otóż prawidłowe wyjaśnienie zjawiska przedsiębiorczości wymaga korzystania z dorobku kilku dyscyplin naukowych: ekonomii, zarządzania, socjologii i psychologii. W związku z tym można mówić o czterech podstawowych płaszczyznach badawczych zjawiska przedsiębiorczości: gospodarczej, społecznej, indywidualnej i organizacyjnej.

Wymiar gospodarczy (skala makro- i mezoekonomiczna) to ujęcie przedsiębiorczości odnoszące się do zjawisk związanych z rozwojem gospodarki np. danego kraju. Można więc mówić o gospodarce przedsiębiorczej, czyli takiej, w której można zauważyć szereg procesów zapewniających wysoką adaptacyjność tej gospodarki do zmieniających się warunków globalnego otoczenia. Przedsiębiorczość jest więc tutaj rozumiana jako cechy (atrybuty) gospodarki sprzyjające jej elastycznemu dostosowywaniu się i gwarantujące dynamiczny rozwój. Ujęcie ekonomiczne przedsiębiorczości daje możliwość oceny potencjału przedsiębiorczego gospodarki oraz śledzenia zmian tego potencjału. Badania w tym zakresie prowadzi się najczęściej na podstawie danych statystycznych; powinny one dotyczyć m.in. (Strojny 2006a, s. 68):

- polityki gospodarczej prowadzonej przez państwo, w szczególności udziału państwa w gospodarce oraz swobody aktywności podmiotów gospodarczych i obywateli;
- procesu rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw, roli sektora MŚP w gospodarce kraju (m.in. udział w produkcji danego kraju, znaczenie na rynku pracy);
- struktury własnościowej, branżowej gospodarki;
- procesu kształtowania się relacji między organizacjami różnego typu w zakresie tworzenia się i rozwoju klastrów;
- dynamiki tworzenia wiedzy, procesu absorpcji efektów rozwoju technologicznego oraz wykorzystania nowoczesnych metod zarządzania;
- terytorialnego zróżnicowania natężenia przedsiębiorczości.

Przedsiębiorczość ujawnia się także w sferze społecznej. W tym ujęciu traktowana jest jako cechy (atrybuty) społeczeństwa. Chodzi zwłaszcza o zachowania, które gwarantują rozwój społeczeństwa i jego adaptacyjność do nowych warunków. Metody stosowane do badania wymiaru społecznego przedsiębiorczości to przede wszystkim: ankiety, wywiady, obserwacje. Oczywiście można wykorzystywać również dane statystyczne. Istotne zagadnienia do badania w tym wymiarze to (Strojny 2006a, s. 69):

- poziom otwartości na nowe zjawiska kulturowe, technologiczne, poziom wiedzy;
- rola społeczna przedsiębiorcy w środowisku lokalnym (w tym zagadnienia etyki przedsiębiorczości i odpowiedzialności społecznej);
- identyfikacja czynników społecznych determinujących postawę przedsiębiorczą oraz elementów składających się na wzorzec osoby przedsiębiorczej, powszechny w społeczeństwie (określone zachowania, obowiązki i uprawnienia);

- uwarunkowania przedsiębiorczości społecznej (przebieg procesu socjalizacji);
- proces budowania klimatu wspierającego przedsiębiorczość (szczególnie chodzi o identyfikację barier współpracy i komunikacji pomiędzy jednostkami i grupami w społeczeństwie).

Kolejny wymiar – indywidualny – odnosi się do przedsiębiorczości człowieka (osobistej). Przedsiębiorczość jest tutaj traktowana jako atrybut osobowości, a dokładniej – jako jej cecha kardynalna w rozumieniu G.W. Allporta (Siek 1986). W związku z tym należy określić, czym charakteryzuje się osoba przedsiębiorcza; zwłaszcza chodzi o jej zdolność adaptacyjną i dążenie do rozwoju. Ujęcie indywidualne osobowości może być badane za pomocą znanych już wcześniej metod kwestionariuszowych czy obserwacji. Możliwe jest wykorzystanie kwestionariuszy psychologicznych. W ramach tego wymiaru można zaproponować badania dotyczące (Strojny 2006a, s. 69):

- zagadnień kształtowania się osobowości przedsiębiorczej (wpływ mechanizmów socjalizacji i autokreacji);
- identyfikacji cech przedsiębiorczych;
- przekładania się cech osobowości na określone działania (w tym o charakterze organizacyjnym i grupowym).

Perspektywa organizacyjna ujmuje przedsiębiorczość jako proces zachodzący wewnątrz organizacji, który można ogólnie nazwać zarządzaniem przedsiębiorczym. Taki termin pojawia się w literaturze, w wypowiedziach niektórych naukowców. O zarządzaniu przedsiębiorczym pisze J.D. Antoszkiewicz, zwracając uwagę na pewne newralgiczne jego obszary (atomy), jak: klimat pracy, kultura organizacyjna, rozwój personelu, niwelowanie barier rozwoju (2002). Przedsiębiorczość w kontekście organizacyjnym pojawia się także w wypowiedziach J. Machaczki i J. Targalskiego. Jest ona rozumiana szerzej niż jako zarządzanie. Pierwszy z wymienionych autorów stwierdza, że działanie przedsiębiorcze obejmuje zarządzanie przedsiębiorstwem (Machaczka 1998), drugi w ramach procesu przedsiębiorczego wymienia właśnie zarządzanie przedsiębiorstwem. Omówiony obszar badań empirycznych wymaga przeprowadzenia ankiet, wywiadów. Możliwe jest też stosowanie innych metod zbierania danych, jak obserwacja. Niektóre typy danych ilościowych można pozyskiwać z dokumentów wewnętrznych danej organizacji (zwłaszcza, jeśli chodzi o badanie wyników zarządzania, jak zysk, obrót, wielkość zatrudnienia, zadłużenie). Pozwala to na śledzenie procesu zarządzania jednostką gospodarczą i uzyskanych efektów. Wymiar ten należy badać m.in. w zakresie (Strojny 2006a):

- uwarunkowań przywództwa i kształtowania relacji wpływu (oraz zakresu decentralizacji władzy);
- roli wizji, planowania i myślenia strategicznego w rozwoju organizacji;
- efektywności i skuteczności procesu zarządzania;
- kształtowania i rozwoju personelu;
- kultury organizacyjnej;
- mechanizmów motywowania personelu;
- procesu innowacji i zmiany organizacyjnej oraz determinanty uelastyczniającej reakcję organizacji na zmiany w turbulentnym otoczeniu.

Ad 2. Pomiędzy poszczególnymi wymiarami istnieją korelacyjne związki dodatnie.

Wymiary wyodrębnione w ramach proponowanego modelu przedsiębiorczości opisują zjawiska, które współistnieją i wzajemnie na siebie oddziałują. Związki te mają charakter dwukierunkowy, przy czym trudno określić i zweryfikować empirycznie, który z kierunków ma charakter pierwotny, a który wtórny. Należy jednak założyć, że istnieje mechanizm akceleracji przedsiębiorczości, który sprawia, że im wyższy poziom przedsiębiorczości w jednym z wymiarów, tym wyższy poziom przedsiębiorczości w wymiarach pozostałych. Można to rozpisać za pomocą hipotez szczegółowych.

Ad 2.1. Im poziom przedsiębiorczości w wymiarze gospodarczym jest wyższy, tym wyższy jest on w wymiarze społecznym. Wymiar gospodarczy przedsiębiorczości opisują atrybuty odnoszące się do systemu gospodarczego, w którym funkcjonuje dana społeczność. Można mówić o pewnych związkach pomiędzy tymi wymiarami. System gospodarczy wskazuje zakres swobód obywatelskich, w tym np. wolności prowadzenia działalności gospodarczej. Z systemu gospodarczego pochodzą również bodźce wspierające pewne zachowania społeczności (np. postawa aktywna, przedsiębiorcza lub postawa bierna, roszczeniowa). Widoczne jest również oddziaływanie zwrotne, systemu społecznego na system gospodarczy. Chodzi głównie o wybór określonych priorytetów rozwoju, np. przez wybór do władz przedstawicieli propagujących określone idee społeczno-gospodarcze, zawarte w programach partii politycznych.

Ad 2.2. Im poziom przedsiębiorczości jest wyższy w wymiarze gospodarczym, tym wyższy jest on w wymiarze indywidualnym. Wartości i postawy widoczne na poziomie całej społeczności mogą być też identyfikowane na poziomie indywidualnym. Przyjmując, że wymiar ekonomiczny przedsiębiorczości wpływa na wymiar społeczny, należy również przyjąć jako istniejący inny wpływ, na wymiar indywidualny. Poszczególne osoby również mogą się charakteryzować postawą proprzedsiębiorczą (aktywną) bądź bierną (wewnętrzne bariery przedsiębiorczości), które wynikają z oddziaływania atrybutów gospodarki.

Ad 2.3. Im poziom przedsiębiorczości jest wyższy w wymiarze gospodarczym, tym wyższy jest on w wymiarze organizacyjnym. Wymiar gospodarczy istotnie wpływa na sytuację organizacji. Ukształtowany system gospodarczy reguluje w dużym stopniu relacje między podmiotami, promuje pewne zachowania, a tłumi inne, określa zasady konkurencyjności. Programy gospodarcze realizowane na różnych szczeblach terytorialnych sterują rozwojem i ukierunkowują go na określone cele, wybrane często metodą dyskursu politycznego. Organizacje modyfikują zatem swoje zachowania, dostosowując je do systemu gospodarczego, w którym funkcjonują i który może zarówno wspierać rozwój przedsiębiorczości, jak stwarzać bariery.

Ad 2.4. Im poziom przedsiębiorczości w wymiarze społecznym jest wyższy, tym wyższy jest on w wymiarze indywidualnym. Człowiek rozwija się w otoczeniu społecznym, którego wpływowi w postaci socjalizacji poddawany jest przez całe życie. Oczywiście różna jest siła i specyfika tego oddziaływania. W fazie rozwoju niedojrzałej jeszcze osobowości jednostka jest raczej bierną stroną socjalizacji, choć zależy to od wielu uwarunkowań (wewnętrznych, zewnętrznych i sytuacyjnych). Rozwój człowieka o dojrzałej osobowości jest w dużej mierze oparty na mechanizmach autokreacji, czyli samookreślenia roli społecznej. Warto zwrócić uwagę, że mechanizmy autokreacji mają charakter wtórny. Ich działanie determinuje dotychczasowy proces socjalizacji, który tylko częściowo uwzględnia atrybuty indywidualne autonomiczne względem kontekstu społecznego. Oczywiście jednostki, realizując swoje role społeczne, oddziałują na społeczeństwo, co może doprowadzić do zmiany atrybutów charakteryzujących wymiar społeczny. Zatem w otoczeniu społecznym charakteryzującym się wyższym poziomem przedsiębiorczości, dzięki mechanizmom socjalizacji może dojść do ukształtowania się jednostek, które również mają wysoki poziom przedsiębiorczości.

Ad. 2.5. Im poziom przedsiębiorczości jest wyższy w wymiarze społecznym, tym jest on wyższy w wymiarze organizacyjnym. Organizacje funkcjonują w określonych kręgach kulturowych. Można mówić o szerokiej sferze kultury globalnej, która upowszechnia zunifikowane wzorce i systemy wartości, modyfikując kręgi kulturowe o bardziej ograniczonym zasięgu, np. kultury narodowe czy kultury organizacyjne. Mimo procesów unifikacji, społeczności różnią się między sobą, co objawia się m.in. różnymi poziomami przedsiębiorczości. Pracownicy tworzący kulturę danej organizacji poddawani są też oddziaływaniu kręgów kulturowych wykształconych poza organizacją. Należy zatem domniemywać istnienie mechanizmu transmisji

przedsiębiorczości z otoczenia społecznego do organizacji. Jednocześnie organizacje, modyfikując systemy wartości, postawy i wzorce zachowań pracowników, także pośrednio wywołują zmiany atrybutów społeczności, w których ci pracownicy uczestniczą, realizując role społeczne inne niż zawodowa.

Ad. 2.6. Im poziom przedsiębiorczości w wymiarze indywidualnym jest wyższy, tym jest on wyższy w wymiarze organizacyjnym. Przedsiębiorczość organizacji jest synergicznym efektem wzajemnego oddziaływania na siebie ludzi, którzy ową organizację współtworzą. W ujęciu wąskim należy brać pod uwagę osoby realizujące władzę (np. menedżerowie, przedsiębiorcy) oraz pozostałe osoby zatrudnione. Oczywiście zasadne jest również rozważenie znacznie szerszego kontekstu społecznego i zidentyfikowanie poziomu przedsiębiorczości wszystkich interesariuszy danej organizacji. Im wyższy poziom przedsiębiorczości osób angażujących się w rozwój organizacji, tym większe prawdopodobieństwo, że także cechy organizacji będzie można zaliczyć do atrybutów przedsiębiorczości.

Ad 3. Efektem przedsiębiorczości jest rozwój.

Przedsiębiorczość to atrybut danego podmiotu, przejawiający się w dynamicznym reagowaniu na zjawiska pojawiające się w otoczeniu (wysoka adaptacyjność) oraz przynoszący efekt w postaci przejścia na wyższy poziom rozwoju (stan jakościowo lepszy niż stan wyjściowy) (Strojny 2006b). Przyjęcie takiej, bardzo ogólnej, definicji pozwala poszukiwać dla każdego ze zidentyfikowanych wymiarów efektów przedsiębiorczości.

Ad 3.1. Efektem przedsiębiorczości w wymiarze ekonomicznym jest rozwój gospodarki. Wysoki poziom przedsiębiorczości gospodarki determinuje jej możliwości adaptacyjne, oznacza bowiem: umiejętność absorpcji nowych technologii, mobilność kapitału pomiędzy sektorami gospodarki, rozwiązania prawne uelastyczniające proces gospodarowania. Gospodarka o takich cechach powinna mieć większą zdolność do rozwoju niż gospodarka charakteryzująca się niską przedsiębiorczością.

Ad 3.2. Efektem przedsiębiorczości w wymiarze społecznym jest rozwój społeczeństwa, który towarzyszy rozwojowi gospodarczemu, ale oczywiście nie jest z nim tożsamy. Można co prawda wyróżnić sferę materialną rozwoju społecznego, związaną z procesem bogacenia się społeczeństwa, ale jest to jeden z obszarów. Należy zwrócić uwagę także na zmiany w sferze wartości i postaw, na wzrost odpowiedzialności społeczeństwa wraz z jego rozwojem oraz otwartość względem nowego (akceptację różnic). Tego typu procesy należy łączyć z przedsiębiorczością, która określa poziom adaptacyjności społeczeństwa, czyli stopień, w jakim jest ono w stanie zmienić się pod wpływem zmiany w otoczeniu albo w oczekiwaniu na nią.

Ad 3.3. Efektem przedsiębiorczości w wymiarze indywidualnym jest rozwój osobisty człowieka. Osoba, którą można uznać za przedsiębiorczą, po pierwsze dąży do rozwoju indywidualnego. Przejawy tego dążenia są widoczne zarówno w karierze zawodowej, jak też w sferach materialnej i intelektualnej. Oczywiście, przedsiębiorczość osobista skutkuje również poprawą pozycji społecznej danego człowieka. Prócz samych dążeń ważne są także atrybuty, które pozwalają owe dążenia zrealizować. Ogólnie powodują one, że człowiek charakteryzuje się zdolnością adaptacyjną i szybciej dostosowuje się do nowych warunków.

Ad 3.4. Efektem przedsiębiorczości w wymiarze organizacyjnym jest rozwój organizacji. Rozwój organizacji polega na doskonaleniu jej miejsca w otoczeniu (Machaczka 1998), z czego wynikają wymagania względem atrybutów, które muszą zapewniać doskonałą adaptacyjność. Tylko takie przedsiębiorstwa, które w elastyczny sposób reagują na różnego rodzaju zmiany: prawne, preferencji konsumentów, technologiczne, dostępności surowców itd., mogą uchodzić za przedsiębiorcze. W związku z tym również tutaj ma zastosowanie ogólna definicja przedsiębiorczości, która podkreśla znaczenie tego zjawiska w procesie przechodzenia na wyższy poziom rozwoju.

Narzędzia, mechanizm i wykorzystanie pomiaru przedsiębiorczości

Realizacja badań empirycznych weryfikujących wielowymiarowy model przedsiębiorczości wymaga przygotowania zintegrowanego kwestionariusza, składającego się z czterech elementów – kwestionariuszy odnoszących się do każdego z wyodrębnionych wymiarów przedsiębiorczości. Schemat proponowanego narzędzia przedstawia ryc. 4. Oczywiście, możliwe jest stosowanie poszczególnych kwestionariuszy niezależnie, w miarę potrzeby. Dotyczy to zwłaszcza pomiaru przedsiębiorczości na potrzeby praktycznych strategii rozwoju. Jednoczesne badania za pomocą wszystkich kwestionariuszy powinny mieć raczej charakter naukowy.

Ryc. 4. Schemat zintegrowanego kwestionariusza przedsiębiorczości

Zintegrowany kwestionariusz przedsiębiorczości			
Kwestionariusz przedsiębiorczości gospodarki	Kwestionariusz przedsiębiorczości społeczeństwa	Kwestionariusz przedsiębiorczości człowieka	Kwestionariusz przedsiębiorczości organizacji

Źródło: opracowanie autorów.

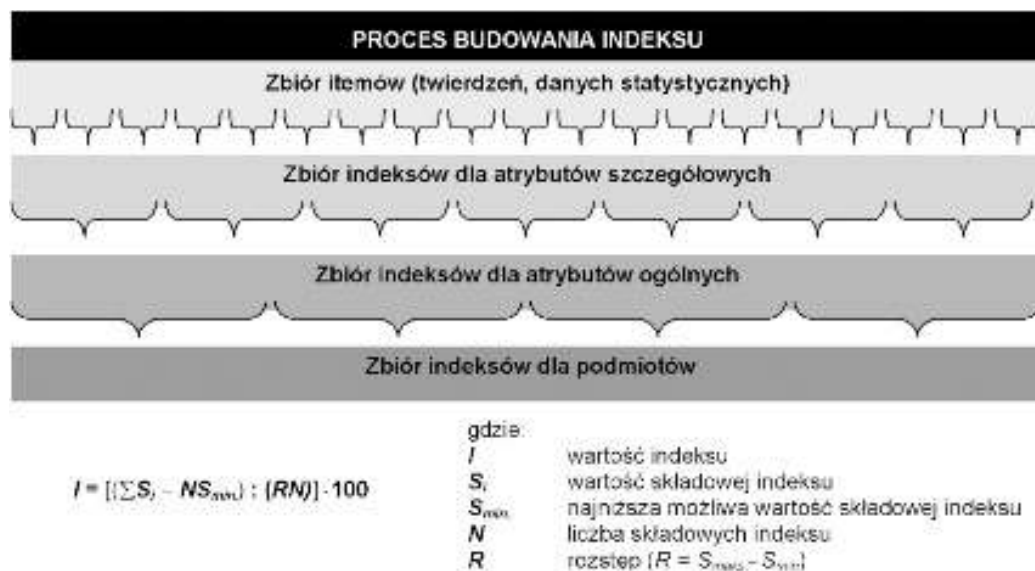
Kwestionariusz adresowany do wymiaru gospodarczego może służyć do oceny poziomu przedsiębiorczości systemu gospodarczego poddanego badaniu. Będzie to zatem narzędzie, które pozwoli zdiagnozować różnice pomiędzy krajami czy regionami, a nawet na poziomie lokalnym. Powtarzanie badań umożliwi śledzenie dynamiki zmian poziomu przedsiębiorczości. Ten kwestionariusz może stać się podstawą metody analitycznej wykorzystywanej w procesie zarządzania jednostkami terytorialnymi różnych szczebli, zarówno w fazie analitycznej, jak i podczas monitoringu wdrażania. Inne jego zastosowanie jest możliwe w badaniach nad warunkowaniami rozwoju przedsiębiorstw. Kwestionariusz adresowany do wymiaru społecznego ma podobne zastosowanie jak poprzedni i powinien stanowić jego uzupełnienie w procesie zarządzania jednostkami terytorialnymi. Jednocześnie może mieć zastosowanie w badaniach nad procesami socjalizacji, w których porównuje się cechy społeczeństwa z cechami jednostki. Kwestionariusz adresowany do wymiaru indywidualnego ma szerokie zastosowanie w praktyce. Przede wszystkim można go wykorzystywać w procesie zarządzania personelem, jako narzędzie diagnostyczne (etap selekcji) bądź ewaluatywne (etap ocen pracowniczych). Inne zastosowania w przedsiębiorstwach mogą dotyczyć np. diagnozy poziomu przedsiębiorczości pracowników i kierownictwa przy okazji sporządzania strategii rozwoju. Istotne zastosowanie narzędzia może wiązać się z jego wykorzystaniem w procesie edukacji przedsiębiorczości (np. pomiar poziomu przedsiębiorczości wśród nauczycieli bądź uczniów). Kwestionariusz adresowany do wymiaru organizacyjnego może być podstawą metody analitycznej usprawniającej proces zarządzania strategicznego. Poprzez diagnozę poziomu przedsiębiorczości możliwe jest wskazanie obszarów będących słabymi bądź mocnymi stronami oraz określenie ogólnego potencjału przedsiębiorczego (rozwojowego) przedsiębiorstwa. Rozwinięciem poprzedniego zastosowania jest wykorzystanie narzędzia w badaniach większej liczby przedsiębiorstw, np. z branży lub z danego terytorium, co dawałoby podstawy do zastosowania w konsekwencji metody benchmarkingu w polityce rozwojowej poszczególnych przedsiębiorstw.

Uzyskane dane empiryczne zebrane dzięki kwestionariuszom ankietowym powinny zostać poddane analizie statystycznej, obejmującej dwa główne etapy.

1. Weryfikacja wewnętrznej spójności składowych opisujących elementy poszczególnych wymiarów i same wymiary. Do tego celu zostanie wykorzystana analiza rzetelności testem Alfa Cronbacha. Minimalna oczekiwana wartość tego wskaźnika powinna być większa od

- 0,6. Ze względu na swoją specyfikę (dane statystyczne użyte do opisu) największy problem z weryfikacją rzetelności może się pojawić w przypadku wymiaru gospodarczego i częściowo – wymiaru społecznego (jeśli do jego opisu również zostaną użyte dane statystyczne).
2. Budowa indeksów służących do liczbowego opisu każdego z wymiarów oraz do opisu elementów składowych tych wymiarów (atrybutów). Konstrukcja indeksów odbywa się metodą „z dołu do góry”. Wartości odpowiedzi na pytania zawarte w kwestionariuszu są podstawą indeksów opisujących atrybuty szczegółowe. Te z kolei wchodzi w skład wartości indeksów dotyczących atrybutów ogólnych. Na poziomie największej ogólności tworzony jest indeks opisujący przedsiębiorczość badanego podmiotu. W modelu proponuje się stosowanie wartości wystandaryzowanych, tak aby wszystkie indeksy ostatecznie miały wartość z przedziału określonego w procesie standaryzacji $I \in \langle 0; 100 \rangle$. Procedurę konstruowania indeksów oraz ich standaryzacji przedstawia ryc. 5.

Ryc. 5. Mechanizm pomiaru przedsiębiorczości



Źródło: opracowanie autorów.

Zebrane informacje mogą służyć dwóm podstawowym celom: kreowaniu polityki rozwojowej w różnych obszarach praktyki gospodarczej oraz rozwojowi nauki o przedsiębiorczości poprzez badania naukowe. W ramach pierwszego obszaru zastosowań można wyróżnić dwie procedury pomiaru – samoocenę oraz badanie benchmarkowe. Pierwsza dotyczy sytuacji, kiedy celem jest poznanie potencjału przedsiębiorczego na potrzeby kreowania rozwoju konkretnego podmiotu oraz monitorowania sytuacji. Osoby odpowiedzialne za rozwój – własny, organizacji, systemów gospodarczych – mogą stosować pomiar przedsiębiorczości po to, aby określić bieżący stan oraz postępy. Pomiar pojedynczego podmiotu nie daje jednak możliwości oceny względnej siły przedsiębiorczości, traci się więc perspektywę zewnętrzną, umożliwiającą określenie pozycji konkurencyjnej. Rozwiązaniem jest jednoczesne przeprowadzenie wielu pomiarów w różnych podmiotach tego samego rodzaju (np. wśród przedsiębiorstw MŚP zlokalizowanych na jakimś terytorium). Tego typu badanie ze względu na poziom skomplikowania oraz konieczność zachowania w tajemnicy wyników uzyskanych przez poszczególne podmioty powinno być przeprowadzane przez instytucje zewnętrzne.

Ryc. 6. Wykorzystanie pomiaru przedsiębiorczości



Źródło: opracowanie autorów.

Drugi obszar wykorzystania modelu przedsiębiorczości i procedury pomiarowej to badania związane z rozwojem wiedzy enteprenologicznej. Szczególnie istotne kierunki aktywności tego rodzaju zostały już podkreślone przy okazji formułowania hipotez badawczych leżących u podstaw omawianego modelu. Te kierunki oraz przykładowe sposoby wykorzystania modelu przedsiębiorczości i procedury pomiarowej w realiach gospodarczych przedstawia ryc. 6.

Podsumowanie

Znaczenie przedsiębiorczości dla rozwoju gospodarki, społeczeństwa, człowieka czy organizacji nie podlega dyskusji. Wynika stąd swego rodzaju moda na pojęcie przedsiębiorczości, które pojawia się bardzo często w różnego rodzaju wypowiedziach, i to nie tylko tych naukowych. Do przedsiębiorczości bardzo chętnie odwołują się m.in. politycy w swoich programach skierowanych głównie do sektora MŚP. Podobnie jest w wielu organizacjach, w których menedżerowie manifestują zapotrzebowanie na zachowania przedsiębiorcze pracowników. Przedsiębiorczości uczy się w szkołach. We wszystkich tych wypadkach można zauważyć dwie podstawowe tendencje:

1. Utożsamianie przedsiębiorczości z sektorem MŚP albo procesem uruchamiania działalności gospodarczej.
2. Brak klarownej operacjonalizacji przedsiębiorczości, co powoduje, że mnożą się definicje pojęciowe przedsiębiorczości, a brakuje definicji operacyjnych.

Artykuł przedstawia propozycję spójnego, wielowymiarowego modelu przedsiębiorczości, który prócz definicji pojęciowych jest oparty na definicjach operacyjnych przekładających się na narzędzia badawcze. Zastosowanie zintegrowanego kwestionariusza przedsiębiorczości, składającego się z czterech kwestionariuszy szczegółowych, zbudowanych do wyjaśnienia każdego z wyodrębnionych wymiarów, pozwala osiągnąć efekty dla nauki oraz dla praktyki. Wielowymiarowe ujęcie przedsiębiorczości w proponowanym modelu pozwala na wykorzystanie do wyjaśnienia tego zjawiska dorobku kilku dyscyplin naukowych (np. ekonomii, socjologii, psychologii). Tworzą się w ten sposób zręby nauki o przedsiębiorczości, która obecnie jest w fazie bardzo wczesnego rozwoju. Model przyczynia się do budowania tożsamości nauki

o przedsiębiorczości, jest bowiem nowym ujęciem zjawiska przedsiębiorczości, przynajmniej na poziomie kraju. Nowatorstwo wynika nie tyle z zastosowania poszczególnych wymiarów, ile z połączenia tych wymiarów w jeden spójny model przedsiębiorczości, obejmujący znaczną część zjawisk o różnorodnym charakterze.

Konstrukcja narzędzi badawczych powiązanych z wymiarami modelu uzupełnia i wzbogaca ujęcie teoretyczne. Podstawową wartością takiego zintegrowanego podejścia jest zapewnienie możliwości badań związków pomiędzy wymiarami nie tylko w sferze teoretycznej, ale również opartych na badaniach empirycznych. Taka własność narzędzi pozwala na ich wykorzystanie do budowania teoretycznego modelu przedsiębiorczości. Przygotowany kwestionariusz (poszczególne kwestionariusze składowe) ma też zastosowanie praktyczne, może bowiem usprawniać procesy rozwojowe w każdym z wyodrębnionych wymiarów.

Literatura

1. Adamczyk W., 1996 *Przedsiębiorczość. Próba definicji*, „Przegląd organizacji”, 9/1996.
2. Antoszkiewicz D., 2002, *Przedsiębiorczość w nowej roli* [w:] *Przedsiębiorczość i rozwój małych i średnich przedsiębiorstw w XXI wieku*, B. Piasecki (red.), Wyd. Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
3. Bjerke B., 2004, *Kultura a style przywództwa. Zarządzanie w warunkach globalizacji*, Oficyna Ekonomiczna, Kraków.
4. Blaug M., 1995, *Metodologia ekonomii*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
5. Bratnicki M., 2001a, *Przedsiębiorczość i dynamika organizacji*, „Organizacja i kierowanie”, 2/2001.
6. Bratnicki, 2001b, *Refleksje teoretyka nad przedsiębiorczością i przedsiębiorcami współczesnego biznesu*, „Przegląd organizacji”, 5/2001.
7. Bratnicki M., 2002, *Przedsiębiorczość i przedsiębiorcy współczesnych organizacji*, Wyd. AE w Katowicach, Katowice.
8. Bratnicki M., 2003, *Mitologia przedsiębiorczości organizacyjnej*, „Przegląd organizacji”, 1/2003.
9. Coulson-Thomas C., 1997, *The Future of the Organization. Achieving Excellence through Business Transformation*, Kogan Page, London.
10. *Człowiek – istota społeczna*, 2001, E. Aronson (red.), Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
11. Domachowski W., 1998, *Przewodnik po psychologii społecznej*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
12. Drucker P.F., 1989, *Managing for Results. Economic Tasks and Risk-taking Decisions*, Heinemann Professional Pub., Oxford.
13. Drucker P.F., 2002, *Myśli przewodnie Druckera*, MT Biznes, Warszawa.
14. DuBrin A.J., 1979, *Praktyczna psychologia zarządzania*, PWN, Warszawa.
15. Flejterski S., Wahl P.T., 2003, *Ekonomia globalna*, Difin, Warszawa.
16. Francik A., 1994, *Przedsiębiorczość a innowacje*, „Zeszyty Naukowe” 444/1994, AE w Krakowie.
17. Francik A., 2003, *Sterowanie procesami innowacyjnymi w organizacji*, Wyd. AE w Krakowie, Kraków.
18. Frankfurt-Nachmias Ch., Nachmias D., 2001, *Metody badawcze w naukach społecznych*, Wyd. Zysk i S-ka, Poznań.
19. Golińska-Pieszyńska M., 2003, *Przedsiębiorca i przedsiębiorczość – ewolucja pojęć* [w:] *Przedsiębiorczość w Polsce w perspektywie integracji z Unią Europejską*, M. Trocki, K. Krajewski (red.), Instytut Przedsiębiorczości i Samorządności, Warszawa.
20. Grabowska A., Budohoska W., Kozielecki J., 1995, *Procesy percepcji. Myślenie i rozwiązywanie problemów. Podejmowanie decyzji*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
21. Hall S.C., Lindzey G., Campbell J.B., 2004, *Teorie osobowości*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
22. Hisrich R.D., Peters M.P., 1998, *Entrepreneurship: Starting, Developing and Managing a New Venture*, Irwin-McGraw-Hill, Chicago.
23. Hofstede G., 2000, *Kultury i organizacje. Zaprogramowanie umysłu*, PWE, Warszawa.
24. Janasz W., 2004, *Przedsiębiorczość w świetle uwarunkowań działalności gospodarczej* [w:] *Innowacje w rozwoju przedsiębiorczości w procesie innowacji*, W. Janasz (red.), Difin, Warszawa.

25. Jeżak J., Popczyk W., Winięcka-Popczyk A., 2004, *Przedsiębiorstwo rodzinne. Funkcjonowanie i rozwój*, Difin, Warszawa.
26. Koziński J., 2004, *Spółeczeństwo transgresyjne. Szansa i ryzyka*, Wyd. Akademickie „Żak”, Warszawa.
27. Kożuch B., 2001, *Pojęcie i istota przedsiębiorczości* [w:] *Praktyczne problemy przedsiębiorczości*, H. Wnorowski, A. Letkiew (red.), Wyd. Uniwersytetu w Białymstoku, Białystok.
28. Kożuch B., 2002, *Zachowania przedsiębiorcze małych firm* [w:] *Przedsiębiorczość i rozwój małych i średnich przedsiębiorstw w XXI wieku*, B. Piasecki (red.), Wyd. Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
29. Kraśnicka T., 2002, *Wokół pojęcia przedsiębiorczości*, „Przegląd organizacji”, 6/2002.
30. Kubiak K., 2003, *Przedsiębiorczość, jako warunek konkurencyjności przedsiębiorstw na rynku Unii Europejskiej* [w:] *Przedsiębiorczość w Polsce w perspektywie integracji z Unią Europejską*, M. Trocki, K. Krajewski (red.), Instytut Przedsiębiorczości i Samorządności, Warszawa.
31. Kuratko D.F., Hodgetts R.M., 1998, *Entrepreneurship. A contemporary approach*, Dryden Press, Orlando.
32. Kwiatkowski S., 2002, *Perspektywy przedsiębiorczości w XXI wieku*, [w:] *Przedsiębiorczość i rozwój małych i średnich przedsiębiorstw w XXI wieku*, B. Piasecki (red.), Wyd. Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
33. Listwan T., 2004, *Wpływ potencjału kompetencyjnego menedżerów na jakość kapitału ludzkiego* [w:] *Kapitał ludzki a kształtowanie przedsiębiorczości*, M. Juchnowicz (red.), Poltext, Warszawa.
34. Machaczka J., 1998, *Zarządzanie rozwojem organizacji. Czynniki, modele, strategia, diagnoza*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa–Kraków.
35. Marcinkowski P., 2003, *Informacja ekologiczna w zarządzaniu przedsiębiorstwem* [w:] *Informacja w zarządzaniu procesem zmian*, R. Borowiecki, M. Kwieciński (red.), Zakamycze, Kraków.
36. Martyniak Z., 2000, *Podstawy diagnozowania informacji jako produktu i procesu* [w:] *Zarządzanie informacją i komunikacją*, Z. Martyniak (red.), Wyd. AE w Krakowie, Kraków.
37. Nogalski B., Śniadecki J., 2001, *Umiejętności menedżerskie w zarządzaniu przedsiębiorstwem*, Oficyna Wyd. Ośrodka Postępu Organizacyjnego, Bydgoszcz.
38. Pacholski M., Słaboń A., 1997, *Słownik pojęć socjologicznych*, AE w Krakowie, Kraków.
39. *Podstawy nauki o przedsiębiorstwie*, 1999, J. Lichtarski (red.), Wyd. AE im. Oskara Langego we Wrocławiu, Wrocław.
40. Robbins S.P., Coulter M., 2004, *Management*, Prentice-Hall, Upper Saddle River.
41. Sassen S., 2007, *Globalizacja. Eseje o nowej mobilności ludzi i pieniędzy*, Wyd. UJ, Kraków.
42. Schumpeter J.A., 1995, *Kapitalizm, socjalizm, demokracja*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
43. Sexton D.L., Smilor R.W., 1986, *The Art and Science of Entrepreneurship*, Ballinger Pub. Comp., Cambridge.
44. Siek S., 1986, *Struktura osobowości*, Akademia Teologii Katolickiej, Warszawa.
45. Sienkiewicz Ł., 2004, *System zarządzania zasobami ludzkimi w oparciu o kompetencje jako narzędzie kształtowania przedsiębiorczych zachowań pracowników* [w:] *Kapitał ludzki a kształtowanie przedsiębiorczości*, M. Juchnowicz (red.), Poltext, Warszawa.
46. *Small business and Entrepreneurship*, 1989, P. Burns, J. Dewhurst (red.), Macmillan, London.
47. *Spółeczeństwo informacyjne*, 2008, J. Papińska-Kacperk (red.), Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
48. Strojny J., 2006a, *Przedsiębiorczość w badaniach empirycznych Instytutu Gospodarki Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie* [w:] *Rola przedsiębiorczości w podnoszeniu konkurencyjności społeczeństwa i gospodarki*, Z. Ziolo, T. Rachwał (red.), Wyd. Nowa Era, Warszawa.
49. Strojny J., 2006b, *Wielowymiarowość związku między przedsiębiorczością jako cechą osobowości przedsiębiorcy a działaniem małej i średniej firmy*, AE w Krakowie, maszynopis pracy doktorskiej.
50. Strojny J., 2008, *Przedsiębiorczość – nauka, tożsamość, edukacja* [w:] *Dylematy kształcenia w uczelniach wyższych*, K. Rajchel, G. Lew, A. Szydełko, Politechnika Rzeszowska, Rzeszów.
51. Szymański W., 2001, *Globalizacja i wyzwania globalne*, Difin, Warszawa.
52. Targalski J., 2003, *Przedsiębiorczość i zarządzanie*, C.H.Beck, Warszawa.
53. Tillmann K.J., 2006, *Teorie socjalizacji*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
54. Weber M., 2002, *Gospodarka i społeczeństwo*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
55. Zaleśkiewicz T., 2004, *Przedsiębiorczość i podejmowanie ryzyka* [w:] *Psychologia ekonomiczna*, T. Tyska (red.), Gdańskie Wyd. Psychologiczne, Gdańsk.

Multidimensional Analysis of Entrepreneurship. Methodology, Instruments and Importance to Information Society

Information Society produce a set of phenomena important to almost all aspects of social and economical development. In this article the authors focus on one of these phenomena, known as the entrepreneurship. The special features of global Information Society create pressure on all of the entities that are forced to entrepreneurial behaviors to survive. That means the entrepreneurship is becoming one of the most important instruments of competition nowadays. Accordingly the evaluation of this phenomenon is necessary. The authors suggests methodology and instruments that help to measure this process. They also propose procedures useful for two kinds of processes - in scientific research and in strategic analysis as well.