

Współczesna Gospodarka



Contemporary Economy
Electronic Scientific Journal
www.wspolczesnagospodarka.pl

Vol. 7 Issue 1 (2016) 43-62
ISSN 2082-677X

PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ W BUDOWANIU ZDOLNOŚCI KONKURENCYJNEJ PRZEDSIĘBIORSTWA. ANALIZA DANYCH ILOŚCIOWYCH - CZĘŚĆ 1

Aneta Oniszczyk-Jastrzębek

Streszczenie

Funkcjonowanie przedsiębiorstw w ciągle zmieniającym się otoczeniu powoduje, że przedsiębiorstwa powinny wprowadzać konieczne przekształcenia, wychodzić naprzeciw problemom, a zatem przewidywać i kształtować rzeczywistość. Każde przedsiębiorstwo powinno być inspiratorem ciągłych zmian, a zwłaszcza przedsięwzięć innowacyjnych, których powodzenie w dużej mierze zależy od mobilizacji wszystkich pracowników do twórczego myślenia, działania oraz uczenia się. Współcześnie konkurencyjnym jest to przedsiębiorstwo, które posiada umiejętność wykorzystania zasobów w celu poznania rynku oraz wyników badań naukowych, nowych koncepcji, pomysłów i wynalazków pożądaných przez konsumentów ze względu na wysoki poziom nowoczesności.

Poziom i intensywność zachowań przedsiębiorczych może być różny i zależy on od potencjału przedsiębiorczości. Natężenie przedsiębiorczości zmienia się wraz z takim warunkami jak otoczenie prawne, finansowe, czy instytucjonalne. Należy stwierdzić, że czynnikami warunkującymi przedsiębiorczość są środowisko pracy, czyli zasoby posiadane przez przedsiębiorstwo oraz cechy człowieka przedsiębiorczego i jego motywacja do działań przedsiębiorczych. Czynniki rozwoju przedsiębiorczości można podzielić zatem na wewnętrzne bazujące na zasobach wewnętrznych przedsiębiorstwa, takich jak, np. zasoby ludzkie, rzeczowe składniki majątku, własne zaplecze badawczo-rozwojowe, wiedza i informacje technologiczne oraz czynniki zewnętrzne tworzone przez zasoby otoczenia pozostające do dyspozycji przedsiębiorstwa. Czynniki zewnętrzne rozwoju przedsiębiorczości to szereg uwarunkowań otoczenia oddziałujących na możliwości przedsiębiorstwa.

Słowa kluczowe: przedsiębiorczość, przedsiębiorczość organizacyjna, innowacje, zdolność konkurencyjna przedsiębiorstwa

Wstęp

Przedsiębiorczość jest zjawiskiem złożonym przedstawianym i badanym w różnych obszarach i ujęciach, z punktu widzenia pojedynczych ludzi, małych i średnich przedsiębiorstw,

korporacji, instytucji, regionów i krajów. Wielowątkowość koncepcji przedsiębiorczości uniemożliwia wyjaśnienie jej w ramach jednej tylko teorii.

I tak, efektem przedsiębiorczości w wymiarze indywidualnym jest rozwój osobisty człowieka. Przedsiębiorczość jest tutaj traktowana jako atrybut osobowości, a dokładniej – jako jej cecha. W związku z tym, postawa przedsiębiorcza budowana jest w dużym stopniu w oparciu o specyficzne wymiary osobowości, które zalicza się do zasobów niematerialnych. Pomiar tych cech osobowości nie jest łatwy, ze względu na ich jakościowy charakter. Ujęcie indywidualne przedsiębiorczości badane jest przy wykorzystaniu metod kwestionariuszowych lub obserwacji, w ramach których identyfikuje się cechy przedsiębiorcze czy czynniki wpływające na kształtowanie się osobowości przedsiębiorczej.

Efektom przedsiębiorczości w wymiarze organizacyjnym jest rozwój organizacji, który polega na doskonaleniu jej miejsca w otoczeniu. Tylko takie przedsiębiorstwa, które w elastyczny sposób reagują na różnego rodzaju zmiany w otoczeniu mogą uchodzić za przedsiębiorcze. Warto w tym miejscu zaznaczyć, że przedsiębiorczość jest sposobem na rozwój przedsiębiorstwa niezależnie od jego wielkości.

W książce pt. *Przedsiębiorczość w budowaniu zdolności konkurencyjnej przedsiębiorstwa* opublikowano dwa mierniki. Pierwszy miernik wynikający z części teoretycznej, opublikowanej książki, zbudowany został w oparciu o efektywność i kapitał intelektualny. Posłużył on do oceny **przedsiębiorczości przedsiębiorstwa w obszarze innowacji**¹. Drugi natomiast, **miernik potencjału przedsiębiorczości przedsiębiorstwa**², określa składniki potencjału przedsiębiorczości i pozwala określić poziom potencjału przedsiębiorczości pojedynczego przedsiębiorstwa i wielu przedsiębiorstw w danej branży lub danym kraju. Pokazuje on także, w które składniki potencjału przedsiębiorczości podmiot inwestuje swoje środki, zwiększając ich wartość i uznając je jednocześnie za istotne z punktu widzenia zachowań przedsiębiorczych pracowników przedsiębiorstwa, budujących jego zdolność konkurencyjną.

Zaproponowane mierniki zostały obliczone przy wykorzystaniu dwóch różnych metod. Do obliczenia miernika potencjału przedsiębiorczości przedsiębiorstwa (część 3 opracowania) zastosowano kwestionariusz ankietowy, w którym przedstawiciele przedsiębiorstw oceniali poszczególne składniki potencjału przedsiębiorczości i nadawali im wagi. Natomiast do obliczenia miernika przedsiębiorczości przedsiębiorstwa w obszarze innowacji (część 4 opracowania) wykorzystano dane księgowe, takie jak, np. zysk operacyjny, koszty pracy, amortyzacja, przychody wynikające z innowacji i nakłady poniesione na innowacje.

Celem opracowania jest przedstawienie wyników przeprowadzonych badań ilościowych podejmujących próbę charakterystyki potencjału przedsiębiorczości przedsiębiorstwa przy wykorzystaniu analizy składowych głównych. Badania przeprowadzone zostały w grupie małych i średnich przedsiębiorstw, których rozwój jest przejawem szeroko rozumianej przedsiębiorczości społeczeństwa, ponieważ stanowią one około 99% ogółu podmiotów gospodarczych w Polsce. Przedsiębiorstwa te tworzą najwięcej miejsc pracy, mając jednocześnie swój znaczący udział w PKB. Małe i średnie przedsiębiorstwa, borykające się często z finansowymi ograniczeniami, nie mogą sobie pozwolić na kosztowne innowacje i związane z tym inwestycje. Często wdrażają rozwiązania, które niekoniecznie wiążą się z wydatkowaniem dużych środków finansowych, ale jeśli przyczyniają się do rozwoju, to takie przedsiębiorstwa mają szanse utrzymać się na rynku.

¹ A. Oniszczyk-Jastrząbek, *Przedsiębiorczość w budowaniu zdolności konkurencyjnej przedsiębiorstwa*, Gdańsk 2013, s. 132-142.

² *Ibidem*, s. 118-123.

1. Pojęcie przedsiębiorczości przedsiębiorstwa

Analiza opracowań poświęconych przedsiębiorczości (w których podejmuje się próby określenia zarówno samego pojęcia³, jak i kształtujących go uwarunkowań) daje podstawę do stwierdzenia, że **przedsiębiorczość** odnosi się do cech osoby lub zbioru zachowań i oznacza podejmowanie działań mających na celu odkrywanie nowych, dotychczas nieznanymi obszarów, które dają szansę osiągnięcia korzyści większych niż dotychczasowe. Przedmiotem analizy może być przedsiębiorczość w ujęciu makroekonomicznym, regionalnym, gałęziowym i mikroekonomicznym.

Definicje traktujące przedsiębiorczość jako rodzaj menedżerskiego podejścia są istotą behawiorystycznej teorii przedsiębiorczości, które postrzegają przedsiębiorczość jako specyficzny sposób zarządzania oraz zachowań organizacyjnych ludzi.⁴ Takie przedsiębiorcze zachowania w organizacji zapewniają jej długotrwałość funkcjonowania dzięki działaniom, które kreują i wykorzystują jej szanse rozwojowe.⁵ W literaturze przedmiotu przedsiębiorczość rozumiana jest jako szczególny typ aktywności ludzi działających indywidualnie lub wewnątrz organizacji, polegający na wykorzystywaniu postrzeganych w otoczeniu okazji poprzez realizację przedsięwzięć (o charakterze innowacji, tworzenia nowych organizacji lub rewitalizacji już istniejących), które przynoszą efekty ekonomiczne i (lub) pozaekonomiczne ich podmiotom oraz otoczeniu.

Współcześnie orientacja przedsiębiorcza rozpatrywana jest przez pryzmat pięciu wymiarów⁶:

- innowacyjności, polegającej na angażowaniu się w proces twórczy, którego wynikiem są innowacje,
- proaktywności, obejmującej podejmowane przez podmiot gospodarczy inicjatyw dotyczące kształtowania otoczenia dla własnych korzyści, jak i umiejętność odpowiedzi na wyzwania stawiane przez konkurencję,
- podejmowania ryzyka, przez które rozumie się gotowość do osiągnięcia wielkich zysków lub strat powstałych podczas działalności gospodarczej, związane z świadomym podejmowaniem decyzji w warunkach występowania ryzyka, których celem jest takie umiejętne wykorzystanie wszelkich posiadanych zasobów, aby konsekwencje występowania ryzyka były dla przedsiębiorstwa pozytywne, albo nie powodowały negatywnych skutków dla obecnej i przyszłej sytuacji rynkowej,
- autonomii, dotyczącej niezależności pracownika, lub całej grupy, w podejmowaniu działań prowadzący do realizacji pomysłów oraz
- agresywności, która jest działaniem przedsiębiorstwa ukierunkowanym na stawianie wyzwań konkurentom oraz osiąganie lepszej pozycji na rynku.

Literatura anglosaska traktuje o *corporate entrepreneurship*, co w bezpośrednim tłumaczeniu na język polski oznacza przedsiębiorczość korporacyjną. W literaturze polskiej

³ Więcej na temat ewolucji poglądów dotyczących przedsiębiorcy i przedsiębiorczości zob. B. Glinka, S. Gudkova, *Przedsiębiorczość*, Warszawa 2011, s. 42–47; J. Duraj, M. Papiernik-Wojdera, *Przedsiębiorczość i innowacyjność*, Warszawa 2010, s. 11–25; P. Nijkamp, *Entrepreneurship in a Modern Network Economy*, Amsterdam 2000, s. 2; R.P. Rumelt, *Theory, Strategy and Entrepreneurship*, [w:] *Handbook of Entrepreneurship Research. Disciplinary Perspectives*, ed. by S.A. Alvarez, R. Agarwal, O. Sorenson („Springer Science+Business Media” 2005, vol. 2), s. 11; W. Janasz, *Przedsiębiorczość w świetle uwarunkowań działalności gospodarczej*, [w:] *Innowacje w rozwoju przedsiębiorczości w procesie transformacji*, red. *idem*, Warszawa 2004, s. 143.

⁴ Inne ujęcie dotyczy definicji stanowiących funkcjonalne spojrzenie na przedsiębiorczość, a odwołujące się do ekonomicznych funkcji działań przedsiębiorczych w gospodarce oraz definicji koncentrujących się na cechach osobowych określonych jednostek i personalnej charakterystyce jednostek. W. Dyduch, *Pomiar przedsiębiorczości organizacyjnej*, Katowice 2008, s. 22-23.

⁵ M. Bratnicki, *Przedsiębiorczość i przedsiębiorcy współczesnych organizacji*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach, Katowice 2002, s. 30.

⁶ W. Dyduch, *op. cit.*, s. 97-99.

określana jest ona również jako przedsiębiorczość organizacyjna, intraprzsiębiorczość lub jako wewnętrzna przedsiębiorczość organizacyjna, organizacyjne odważanie się, przedsiębiorczość w ramach istniejącej organizacji lub przedsiębiorczość wewnętrzna.

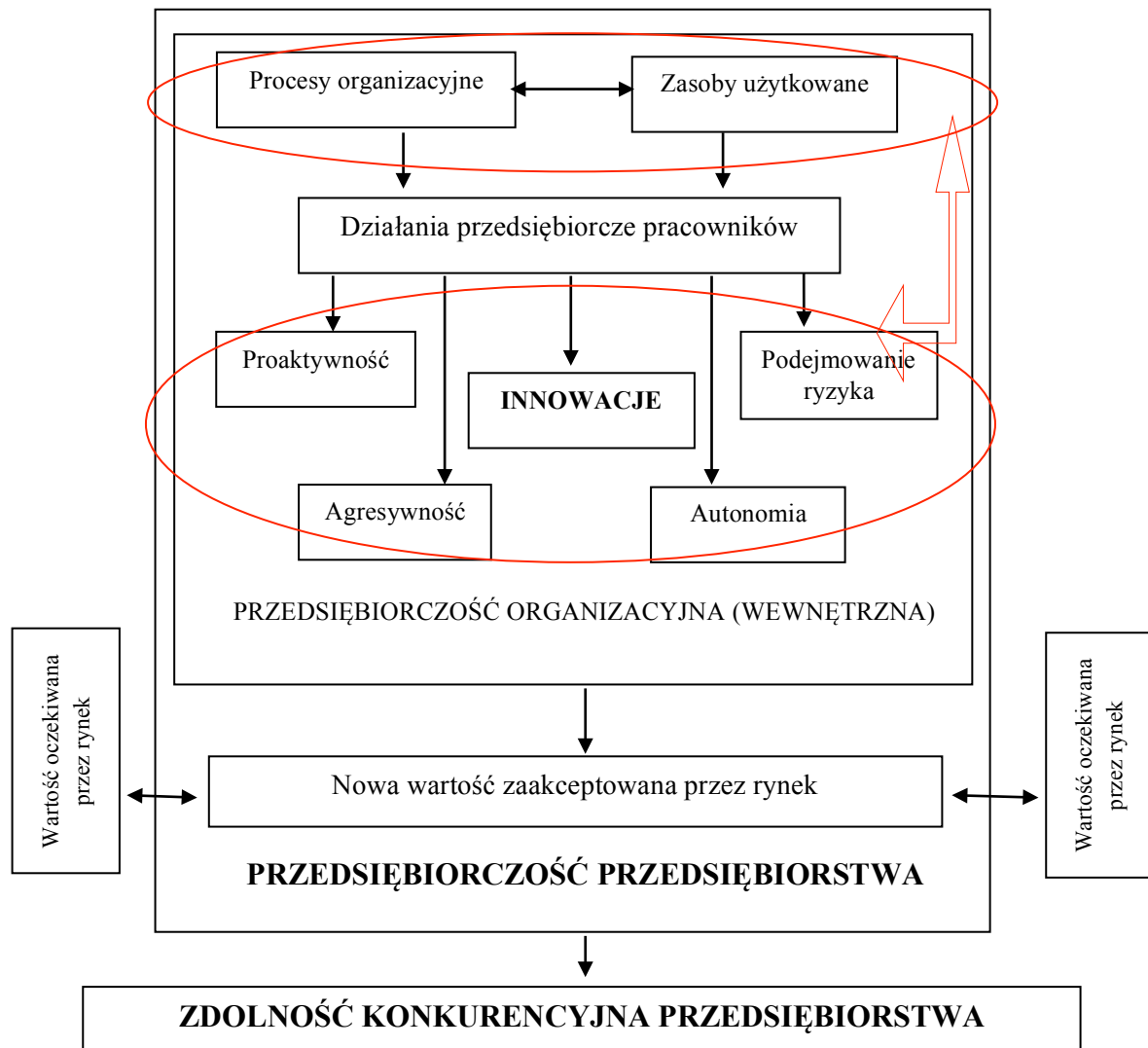
W pracy zdecydowano się na określenie **przedsiębiorczość przedsiębiorstwa** z dwóch powodów. Po pierwsze rozważania dotyczą przedsiębiorczości w małych i średnich przedsiębiorstwach a określenie korporacja w języku polskim przypisane jest dużemu przedsiębiorstwu. Po drugie przedsiębiorczość nie ogranicza się tylko do sfery gospodarczej, istnieją pewne różnice między przedsiębiorczością w różnych sferach. Przedsiębiorczym można być w każdej dziedzinie i każdej sytuacji, a więc nie tylko w przedsiębiorstwie, ale także w szkole, w urzędzie, organizacji społecznej czy we własnym gospodarstwie domowym. W pracy używa się określenia *przedsiębiorstwo*, ponieważ jest ono jednym z typów organizacji i należy oczekiwać, że w szczególnych przypadkach relacje przedsiębiorstwa z otoczeniem będą inne niż organizacji nie będących przedsiębiorstwami, a w których również można mówić o zachowaniach przedsiębiorczych pracowników. Analizie poddana została przedsiębiorczość tylko przedsiębiorstwa, jako podmiotu gospodarczego.

W literaturze polskiej określeniu przedsiębiorczość przedsiębiorstwa posługuje się Stanisław Sudoł, który pisze: *„Jeżeli cechy przedsiębiorczości ma kierownictwo przedsiębiorstwa i wszyscy, a przynajmniej większość jego pracowników, to cechę tę uzyskuje przedsiębiorstwo jako całość i wówczas można mówić o przedsiębiorczości przedsiębiorstwa, czyli o jego przedsiębiorczości zbiorowej. (...) „Przedsiębiorczym w przedsiębiorstwie na pewno powinien być sam przedsiębiorca, kierownicy (menedżerowie) poszczególnych pionów i komórek organizacyjnych, a także jego szeregowi pracownicy. W odniesieniu do każdej osoby w nim pracującej można mówić, że cechuje go lub nie cechuje przedsiębiorczość indywidualna.”*⁷

Na podstawie prezentowanych w pracy badań i wynikających z nich wniosków **przedsiębiorczość przedsiębiorstwa**⁸ została zdefiniowana jako zdolność jego pracowników do wprowadzania nowych rozwiązań i podejmowania nowych wyzwań. Jest to obraz przedsiębiorstwa na rynku, wynikający z podejmowanych działań przedsiębiorczych będących konsekwencją zachowań ludzkich, na który wpływa rozwój przedsiębiorczości wewnętrznej (rysunek 1). Rozwój ten uwarunkowany jest nie tylko cechami przypisywanymi osobom przedsiębiorczym, ale również umiejętnościami zarządzających oraz tworzeniem wspierających ów rozwój narzędzi. Proces ten dotyczy zatem pracowników przedsiębiorstwa, a jego przebieg zależy od metod zarządzania, kultury przedsiębiorstwa oraz opracowania i wdrażania strategii proinnowacyjnej.

⁷ S. Sudoł, *Przedsiębiorczość – jej pojmowanie, typy i czynniki ją kształtujące*, „Problemy zarządzania” 2008, Nr 2 (20), s. 13.

⁸ Szerzej w: A. Oniszczyk-Jastrząbek, *op. cit.*, s. 44-48.



Rysunek 1. Koncepcja przedsiębiorczości przedsiębiorstwa

Źródło: Opracowanie własne.

Przedsiębiorstwo poprzez zachowania przedsiębiorcze pracowników buduje swoją przedsiębiorczość, stwarzając im możliwość angażowania znacznej części ich potencjału, zapewniając tym samym dogodne warunki dla rozwoju przedsiębiorczości wewnątrz przedsiębiorstwa. Jest ona zatem synergicznym efektem⁹ wzajemnego oddziaływania na siebie ludzi, którzy to przedsiębiorstwo tworzą. To czy przedsiębiorstwu można przypisać atrybut przedsiębiorczości zależy od zdolności jego pracowników do wprowadzania nowych rozwiązań i podejmowania nowych wyzwań. Prawidłowa polityka kadrowa, umożliwiająca pozyskiwanie i zatrzymywanie wartościowych pracowników, sprzyja rozwojowi przedsiębiorczości w danym

⁹ Efekt synergii składników potencjału przedsiębiorczości przedsiębiorstwa dotyczy szczególnego łączenia dostępnych zasobów rzeczowych, finansowych oraz wartości niematerialnych i prawnych w odpowiednie sekwencje w ramach struktury przedsiębiorstwa. Takie działanie pozwala osiągnąć dodatkowe efekty ilościowe i jakościowe, które w konsekwencji przyczyniają się do wzrostu możliwości rozwojowych. Samo zjawisko synergii jest trudno przewidywalne, ale już samo uzyskiwanie jej efektów świadczy o sprawności współczesnych przedsiębiorstw.

przedsiębiorstwie. W większości przedsiębiorstw ważne źródło przedsiębiorczości stanowią pomysły pracowników. Przy czym nawet najlepszy pracownik nie będzie w stanie osiągnąć wyznaczonego celu, jeżeli przedsiębiorstwo nie zapewni mu odpowiednich warunków w sferze kultury, systemu motywacyjnego i zasobów.

Niewątpliwie kapitał ludzki jest składnikiem potencjału przedsiębiorczości a działania przedsiębiorcze pracowników kształtują pewien poziom przedsiębiorczości przedsiębiorstwa. Przedsiębiorstwo jest przedsiębiorcze wtedy gdy następuje wzrost posiadanych przez podmiot składników potencjału przedsiębiorczości w wyniku podejmowanych działań (gdy nie występuje wzrost mówimy o stagnacji lub recesji w przedsiębiorstwie).

Zdaniem Autorki kapitał ludzki może być składnikiem potencjału przedsiębiorczości, jak i jego determinantą, ponieważ np. dzielenie się wiedzą, czy naśladowanie pracowników podejmujących działania przedsiębiorcze może pozytywnie wpłynąć na innych współpracowników i przyczynić się do ich twórczego myślenia, czy również podejmowania działań przedsiębiorczych, których wcześniej nie podejmowali. Dzielenie się wiedzą, relacje pomiędzy pracownikami, powiązania z interesariuszami, które zaliczane są do wartości niematerialnych i prawnych mogą stać się inspiracją dla pracowników i pobudzić ich do podejmowania działań przedsiębiorczych. Cechy przedsiębiorcze jednych pracowników mogą pobudzać do działania innych, np. do twórczego myślenia. Także wzajemne relacje między partnerami oraz współdziałanie (co odnosi się zarówno do użytkowania istniejących, jak i wspólnie tworzonych zasobów) mogą pobudzać kreatywność pracowników i przyczyniać się do generowania specjalnych efektów zewnętrznych.

Na rozwój przedsiębiorstwa (nie dyskredytując wartości nowego działania należy stwierdzić, że zasadnicza wartość jest tworzona dzięki rozwojowi organizacji) wpływają nie tylko postawy przedsiębiorcze pracowników ale również m.in. majątek rzeczowy, finansowy, kapitał społeczny czy organizacyjny, rozumiane jako czynniki wewnętrzne a także zewnętrzne (np. ekonomiczne, technologiczne, demograficzno-społeczne, prawne, polityczne, kulturowe). Wewnętrzne i zewnętrzne uwarunkowania przedsiębiorczości należy postrzegać jako wzajemnie uzupełniające się elementy determinujące kreowanie zachowań przedsiębiorczych.

2. Potencjał przedsiębiorczości przedsiębiorstwa

W przedstawionym opracowaniu wykorzystano wyniki oceny respondentów dotyczące składników potencjału przedsiębiorczości¹⁰. Inspiracją do wyodrębnienia 69 składników potencjału przedsiębiorczości stał się model opracowany przez M. J. Stankiewicza, w którym potencjał konkurencyjności dzieli się na dziewięć sfer funkcjonalno-zasobowych, badając 122 składniki tego potencjału.¹¹ Natomiast W. Dyduch bada: „(...) 110 stwierdzeń opisujących poszczególne składniki przedsiębiorczości i 24 stwierdzeń oraz miar dotyczących efektywności organizacyjnej”¹².

¹⁰ *Ibidem*.

¹¹ M.J. Stankiewicz, *Konkurencyjność przedsiębiorstwa. Budowanie konkurencyjności przedsiębiorstwa w warunkach globalizacji*, Wydawnictwo Dom Organizatora, Toruń 2005, s. 119-124, 133, 140-143. Badania prowadzone również przez innych wskazują na dużą liczbę czynników, które brane są pod uwagę przy ocenie różnych zjawisk, np. Popławski, Sudolska, Zastępowski wyodrębniają siedemnaście kategorii, które wpływają na decyzje przedsiębiorstw dotyczące podjęcia z innymi podmiotami współpracy, wśród których łącznie ocenie poddają 122 czynniki. W. Popławski, A. Sudolska, M. Zastępowski, *Współpraca przedsiębiorstw w Polsce w procesie budowania ich potencjału innowacyjnego*, Wydawnictwo Dom Organizatora, Toruń 2008, s. 65-66, 75-78. Raport konkurencyjności według IMD (International Institute for Management Development): The World Competitiveness Report: w 20 podczynnikach uwzględnia 321 kryteriów. The World Competitiveness Yearbook 2001, IMD, Lausanne 2001, www.imd.ch.

¹² W. Dyduch, *op. cit.*, s. 148.

W pracy podjęto próbę wyodrębnienia zasobów¹³ przedsiębiorstwa, które stanowią elementarne składniki potencjału przedsiębiorczości (*spp*). Potencjałem przedsiębiorczości nazwano zbiór zasobów wykorzystywanych do osiągnięcia wcześniej określonego celu, przy czym każdy z nich składa się z elementarnych *spp*, które przedsiębiorstwo powinno wykorzystywać do podejmowania działań przedsiębiorczych. Potencjałem przedsiębiorczości nazywamy zatem nagromadzone zasoby sprzyjające zachowaniom przedsiębiorczym pracowników. Czynniki zewnętrzne otoczenia przedsiębiorstwa, takie jak procesy społeczno-gospodarcze, systemy prawa, dostęp do zasobów naturalnych, konkurencja, wywierają wpływ na strukturę i wielkość składników potencjału przedsiębiorczości. Stanowią one podstawę funkcjonowania przedsiębiorstwa i wpływają na jego potencjalną wartość. Na te czynniki przedsiębiorstwo ma jednak ograniczony wpływ lub nie ma żadnego, więc nie może nimi zarządzać. Dlatego też w pracy zdecydowano się na wyraźne oddzielenie czynników zewnętrznych i wewnętrznych, na które przedsiębiorstwo ma wpływ. Do składników potencjału przedsiębiorczości zaliczono te, które bezpośrednio zależą od przedsiębiorstwa (tabela 1¹⁴).

Wyodrębniając składniki potencjału przedsiębiorczości, przyjęto następujące kryteria¹⁵:

1. podział struktury majątku przedsiębiorstwa:
 - majątek rzeczowy,
 - majątek finansowy,
 - wartości niematerialne i prawne,
2. eksploatacja majątku:
 - majątek w eksploatacji,
 - majątek przyszłych okresów.

Tabela 1. Składniki potencjału przedsiębiorczości w ramach wyodrębnionych sfer działalności przedsiębiorstwa

Składniki potencjału przedsiębiorczości	
Majątek rzeczowy	
Rzeczowy majątek trwały	Grunty własne
	Budynki i budowle
	Urządzenia techniczne, maszyny i aparatura
	Środki transportu
	Pozostałe środki trwałe
	Inwestycje rozpoczęte
Rzeczowy majątek obrotowy	Materiały
	Produkcja w toku
	Wyroby gotowe
	Towary
Majątek finansowy	
Finansowy majątek trwały	Udziały i akcje
	Inne papiery wartościowe
	Udzielone pożyczki długoterminowe
	Inne składniki finansowe majątku trwałego
	Zaliczki na poczet inwestycji

¹³ Więcej na temat zasobów przedsiębiorstwa w: J. Barney, *Management of Organizations: Strategy, Structure, Behavior*, 1991.

¹⁴ Składniki potencjału przedsiębiorczości zostały wyodrębnione na podstawie Ustawy o rachunkowości oraz przeczytanej literatury. A. Oniszczyk-Jastrząbek, *op. cit.*, s. 49-51.

¹⁵ Na podstawie Ustawy o rachunkowości, z dnia 29 września 1994 roku. Art. 3, pkt. 17.

Finansowy majątek obrotowy	Środki pieniężne (bank, kasa)
	Należności
	Papiery wartościowe krótkoterminowe
	Rozliczenia międzyokresowe czynne
Należności długoterminowe	
Wartości niematerialne i prawne	
Koszty organizacji	
Koszty prac rozwojowych	
Wartość przedsiębiorstwa	
Zaliczki na poczet wartości niematerialnych i prawnych	
Kapitał intelektualny (kapitał społeczny)	Powiązania w sieci
	Konfiguracja sieci
	Zaufanie w stosunkach międzyludzkich
	Normy w stosunkach międzyludzkich
	Zobowiązania w stosunkach międzyludzkich
	Identyfikacja stosunków międzyludzkich
	Kapitał poznawczy
Kapitał intelektualny (kapitał ludzki)	Wiedza praktyczna (doświadczenie)
	Wiedza teoretyczna
	Talent
	Zdolność do naśladowania
	Zdolność rozwiązywania problemów
	Kreatywność
	Zdolność do zmian
	Motywacja
	Skłonność do podejmowania ryzyka
	Skłonność pracowników do innowacji
	Skłonność do współpracy
	Skuteczne prowadzenie negocjacji
	Szkolenie i rozwój pracowników
	Wsparcie dla inwencji twórczej pracowników
	Lojalność pracowników wobec przedsiębiorstwa
Znajomość języków obcych przez pracowników	
Kapitał intelektualny (kapitał organizacyjny)	Elastyczna struktura organizacyjna
	Decentralizacja decyzji
	Systemy działania
	Systemy informacji
	Własność intelektualna
	Procesy wewnętrzne
	Dostęp do zewnętrznych źródeł finansowania
	Kultura przedsiębiorstwa
	Zasoby rynkowe
	Powiązania z klientami
	Powiązania z dostawcami
	Powiązania z udziałowcami
	Powiązania z partnerami aliansów strategicznych
Powiązania z innymi zainteresowanymi w otoczeniu przedsiębiorstwa (np. instytucje naukowo-badawcze)	

	Organizacyjne uczenie się
	Zamierzenia strategiczne
	Cele i strategię
	Procesy tworzenia strategii
	Zdolność monitorowania otoczenia
	Gotowość do zmian
	Posiadanie własnych komórek B+R
	Ochrona środowiska

Źródło: Opracowanie własne.

Działania przedsiębiorcze podejmowane przez pracowników dotyczą również zasobów, które nie znajdują się pod bezpośrednią kontrolą. Przez majątek przedsiębiorstwa należy rozumieć te zasoby, które pozostają pod bezpośrednią kontrolą i te które pod taką kontrolą nie pozostają. Podejście zasobowe uwypukla znaczenie zasobów, które posiada dane przedsiębiorstwo lub ma do dyspozycji, a których nie musi być jednocześnie właścicielem.

W zaproponowanej koncepcji potencjału przedsiębiorczości uwzględnione zostały uregulowania organizacyjne, jak i zasoby użytkowane, które prowadzą do osiągnięcia wyznaczonego celu. Sama liczba budynków, środków transportu, oddziałów przedsiębiorstwa i zatrudnionych pracowników nie może służyć ocenie przedsiębiorczości. Jeżeli jednak zwiększa się liczba budynków, środków transportu, oddziałów przedsiębiorstwa i zatrudnionych pracowników, można to uznać za odzwierciedlenie działań przedsiębiorczych ale wtedy gdy odnoszą się one do poprawy jakości i produktywności własnych zasobów lub zapewnienia większej efektywności funkcjonowania przedsiębiorstwa. Nie każdy zatem, wzrost zasobów prowadzi do wzrostu efektywności funkcjonowania organizacji. Wzrost ilościowy zasobów, który nie przyczyni się do poprawy jakości i efektywności funkcjonowania przedsiębiorstwa nie może być uznany za miarę przedsiębiorczości.

Zaproponowane kryteria oceny składników potencjału przedsiębiorczości wymagają dalszego doprecyzowania i doboru adekwatnych szczegółowych mierników oraz mierników uwzględniających specyfikę działalności. Powstanie i rozwój przedsiębiorczości zależy od wielu różnych czynników, jest rezultatem splotu rozmaitych uwarunkowań, zależnych zarówno od wewnętrznych predyspozycji konkretnych osób podejmujących przedsięwzięcie, jak i od warunków zewnętrznych, w których przedsiębiorca (podmiot gospodarczy) działa. Zaprezentowany zestaw czynników nie wyczerpuje wszystkich uwarunkowań wpływających na postawy przedsiębiorcze i sprawność przebiegu procesu przedsiębiorczego. Na jego rozwój wpływa wiele czynników wzajemnie się przenikających. Przedstawiona propozycja może stanowić podstawę do dalszych badań.

3. Metoda przeprowadzonych badań własnych

Głównym celem badania było określenie poziomu aktywności w obszarze działań przedsiębiorczych podejmowanych przez przedsiębiorstwa działające w Polsce. Badanie polegało na przedstawieniu opinii przedsiębiorców na temat potencjału przedsiębiorczości w przedsiębiorstwach, w których działają.

W celu obliczenia zaproponowanych mierników przeprowadzono dwa rodzaje badań. Do obliczenia:

- **miernika potencjału przedsiębiorczości przedsiębiorstwa** posłużono się metodą ilościową, przy pomocy zestandaryzowanego kwestionariusza ankiety wysłanego do prezesów bądź dyrektorów zarządzających,

- **miernika przedsiębiorczości przedsiębiorstwa w obszarze innowacji**, przeprowadzono wywiady w przedsiębiorstwach wytypowanych jako innowacyjne na polskim rynku.

Miernik potencjału przedsiębiorczości przedsiębiorstwa

W badaniu udział wzięły przedsiębiorstwa sektora MSP zatrudniające od 1 do 249 pracowników, ze wszystkich branż. Operatem losowania była baza REGON prowadzona przez GUS. Przedsiębiorstwa do badania zostały wylosowane przez specjalistów z GUS w liczbie zapewniającej realizację założonego badania. Dobór próby był losowy¹⁶ z uwzględnieniem następujących warstw: wielkość zatrudnienia, województwo, kod PKD (załącznik 1). Celem takiego warstwowania było: „(...) wyodrębnienie w zróżnicowanej zbiorowości możliwie jednorodnych grup jednostek po to, aby każda z tych grup miała odpowiednią swoją reprezentację w próbie”¹⁷.

Z bazy GUS zostało wylosowanych 2500 przedsiębiorstw (1800 przedsiębiorstw w bazie podstawowej i 700 przedsiębiorstw w bazie rezerwowej), na bazie których zrealizowano efektywną liczbę wywiadów w liczbie podmiotów prezentowanej w pracy (czyli 738).

Przyczyny braku odpowiedzi można podzielić na losowe i nielosowe.¹⁸ Przyczyny odnoszące się do wypadków losowych, uniemożliwiających prowadzenie badania, to np. niemożność nawiązania kontaktu (ankieter nikogo nie zastał w przedsiębiorstwie). Natomiast przyczyny nielosowe, dotyczą sytuacji, w której wylosowane przedsiębiorstwo mogłoby uczestniczyć w badaniu ale odmawia w nim udziału. Najczęstszą przyczyną odmowy, w przeprowadzanym badaniu była niechęć do badań statystycznych, udzielania informacji na temat danych finansowych i brak czasu. Braki odpowiedzi spowodowane mogły być również błędami operatu, a ściślej jego niedostateczną aktualizacją. Błąd operatu występuje wówczas, gdy wylosowane do badania przedsiębiorstwo zostało zlikwidowane lub zmieniło miejsce prowadzenia działalności gospodarczej.

Strukturę małych i średnich przedsiębiorstw (do 249 zatrudnionych) w REGON, przedstawia tabela 2. Natomiast strukturę przedsiębiorstw wylosowanych przez Główny Urząd Statystyczny do badania, przedstawia tabela 3.

Tabela 2. Struktura małych i średnich przedsiębiorstw (do 249 zatrudnionych) w REGON (wg stanu na dzień 31.12.2011).

Województwo	do 9 zatrudnionych	10-49 zatrudnionych	50-249 zatrudnionych
dolnośląskie	283 794	9 597	1 707
kujawsko- pomorskie	170 957	6 976	1 329
lubelskie	135 107	5 732	893
lubuskie	89 356	3 805	611
łódzkie	216 558	10 264	1 726
małopolskie	270 442	12 368	1 911
mazowieckie	578 674	21 844	4 059
opolskie	85 024	3 127	578
podkarpackie	128 043	5 770	918

¹⁶ Próbę uzyskaną metodą wyboru losowego (probabilistycznego) nazywamy próbą losową, przy czy przez wybór losowy należy rozumieć taką metodę wyboru jednostek losowania, że każda jednostka losowania ma stałe i określone prawdopodobieństwo wyboru. A. Balicki, W. Makać, *Metody wnioskowania statystycznego*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2004, s. 10.

¹⁷ M. Szreder, *Metody i techniki sondażowych badań opinii*, PWE, Warszawa 2004, s. 76.

¹⁸ M. Szreder, *Metody i techniki sondażowych badań opinii, Wydanie II zmienione*, PWE, Warszawa 2010, s. 170-175; J. Kordos, *Od twierdzenia Jakuba Bernoulliego do współczesnych badań reprezentacyjnych*, Wiadomości Statystyczne 2014, nr 3(364), s. 12-18.

podlaskie	79 011	3 095	561
pomorskie	214 256	8 466	1 466
śląskie	385 963	19 294	3 000
świętokrzyskie	97 310	3 937	652
warmińsko- mazurskie	100 160	4 776	831
wielkopolskie	317 147	14 931	2 532
zachodniopomorskie	193 609	5 823	1 060
RAZEM	3 345 411	139 805	23 834

Źródło: Główny Urząd Statystyczny.

Tabela 3. Struktura przedsiębiorstw wylosowanych przez Główny Urząd Statystyczny do badania.

Województwo	do 9 zatrudnionych	10-49 zatrudnionych	50-249 zatrudnionych
dolnośląskie	202	7	1
kujawsko- pomorskie	122	5	1
lubelskie	96	4	1
lubuskie	64	3	0
łódzkie	154	7	1
małopolskie	193	9	1
mazowieckie	412	16	3
opolskie	61	2	0
podkarpackie	91	4	1
podlaskie	56	2	0
pomorskie	153	6	1
śląskie	275	14	2
świętokrzyskie	69	3	0
warmińsko- mazurskie	71	3	1
wielkopolskie	226	11	2
zachodniopomorskie	138	4	1
RAZEM	2383	100	16

Źródło: Główny Urząd Statystyczny.

Kontrola jakości pracy ankierów odbywała się w następujący sposób:

1. Ankieter był zobowiązany do otrzymania pieczętki na kwestionariuszu wywiadu z przedsiębiorstwa, w którym przeprowadzał wywiad.
2. Każdy ankieter zgodnie z systemem kontroli pracy rozliczał się z kart kontaktów zrealizowanych podczas przeprowadzenia badania. W karcie kontaktów (poza pieczętką) znajdował się również numer telefonu do osoby, która udzielała wywiadu. Osoba ta była poinformowana, że jej kontakt zostanie wykorzystany jedynie w przypadku wylosowania ankiera do kontroli drogą telefoniczną.

Kontrola zrealizowana została przez koordynatora pracy ankierów w przedsiębiorstwie realizującym badanie. Po otrzymaniu ankiet nastąpiła kontrola poprawności realizacji próby (weryfikacja adresowa przedsiębiorstw wylosowanych do badania), kontrola wypełnienia kwestionariuszy oraz liczebności zrealizowanych wywiadów. Koordynator skontrolował 15% losowo wybranych wywiadów poprzez telefony, do respondentów udzielających odpowiedzi na pytania, odnotowanych w kartach kontaktów.

Tak zorganizowany system kontroli pracy ankierów zapewnił rzetelność i wysoką jakość zrealizowanego badania w terenie.

Otrzymano kwestionariusze ankiety (załącznik 2) w wersji papierowej i wprowadzone do komputera. Utworzono bazę danych w formacie SPSS i dokonano analizy w tym programie.

Projekt badawczy został przeprowadzony w okresie od 28 lutego do 28 marca 2012 przez profesjonalną sieć ankieterów, która zawodowo tym się zajmuje. Wyniki przeanalizowano przy wykorzystaniu programu IBM SPSS.

Charakterystykę badanych przedsiębiorstw, przedstawiają następujące tablice zaprezentowane w książce, pod względem formy prawnej (tablica 5.1), średniorocznego zatrudnienia (tablica 5.2), województwa (tablica 5.4)¹⁹. Obrót netto ze sprzedaży towarów, wyrobów i usług oraz operacji finansowych w badanych przedsiębiorstwach, przedstawia następująca tabela 4.

Tabela 4. Obrót netto ze sprzedaży towarów, wyrobów i usług oraz operacji finansowych w badanych przedsiębiorstwach.

Obrót netto ze sprzedaży towarów, wyrobów i usług oraz operacji finansowych	mikro		mała		średnia	
	liczba	%	liczba	%	liczba	%
do 2 mln euro	438	100	186	93	54	53
od 2 mln euro do 10 mln euro	0	0	14	7	33	33
od 10 mln euro do 50 mln euro	0	0	0	0	13	13
RAZEM	438	100	200	100	100	99

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Zastosowany w badaniu kwestionariusz ankietowy (załącznik 2) składał się z czterech pytań i metryczki. W pytaniu pierwszym zastosowano złożoną skalę postaw, czyli odmianę skali Likerta. Wszystkie pozycje skali Likerta miały przyporządkowane skale intensywności, będące przedziałową (interwałową) skalą pomiarową. Jak piszą G. Wieczorkowska, P. Kochański, M. Eljaszuk: „(...) pięciostopniowe skale typu Likerta, gdzie badany ocenia prawdziwość różnych twierdzeń, wybierając jedną odpowiedź z następującego zakresu: zdecydowanie się zgadzam, zgadzam się, trudno powiedzieć, nie zgadzam się, zdecydowanie się nie zgadzam, przyjęto za skale przedziałowe, chociaż nie ma dowodów, że różnica między "zdecydowanie się zgadzam" a "zgadzam się" jest taka sama jak np. różnica między "nie zgadzam się" a "zdecydowanie się nie zgadzam". Puryści metodologiczni traktują skale Likerta jako skale porządkowe. Przegląd artykułów publikowanych w najlepszych czasopismach psychologicznych (np. *Journal of Personal and Social Psychology*) przekonuje, że wielopunktowe odpowiedzi są traktowane jako zmienne przedziałowe, o ile opis punktów skali nie jest sprzeczny fasadowo z zasadą równości przedziałów (stałej jednostki pomiaru)”²⁰. Natomiast W. Dyduch pisze: „Skala Likerta jest w założeniu skalą interwałową, tzn. niemającą naturalnego punktu zerowego (kontinuum odpowiedzi od „tak” do „nie” podzielone jest na równe odcinki)”²¹.

Stopnie skali zostały opisane w kwestionariuszu werbalnie. W pytaniu pierwszym respondenci wyodrębnione składniki potencjału przedsiębiorczości (tabela 1) oceniali jako „bardzo dobrze”, „dobrze”, „nie mam zdania”, „źle”, „bardzo źle”. Respondenci na tym samym

¹⁹ A. Oniszczyk-Jastrząbek, *op. cit.*, s. 145-147.

²⁰ G. Wieczorkowska, P. Kochański, M. Eljaszuk, *Statystyka. Wprowadzenie do analizy danych sondażowych i eksperymentalnych*, Warszawa 2003, s. 40. Także: A. Sagan, *Analiza satysfakcji i lojalności klientów*, [w:] *Zastosowania statystyki i data mining*, StatSoft Polska, Warszawa-Kraków 2003, s. 41; W. Popławski, A. Sudolska, M. Zastępowski, *op. cit.*, s. 64.

²¹ W. Dyduch, *op. cit.*, s. 146. Także: A. Sagan, *op. cit.*, s. 41; W. Popławski, A. Sudolska, M. Zastępowski, *op. cit.*, s. 64.

kwestionariuszu zaznaczali, swoją ocenę z roku 2011 (kółkiem „0”), jak i ocenę roku 2012 (krzyżykiem „X”), w zakresie spełnienia każdego z kryteriów. Następnie każdej z odpowiedzi przyporządkowano odpowiednie punkty od „1” – ocena „bardzo zła” do „5” – ocena „bardzo dobra”, „3” dla „nie mam zdania”²². W dalszej kolejności zliczono punkty dla poszczególnych składników potencjału przedsiębiorczości w badanym okresie i podzielono przez liczbę respondentów (738). W ten sposób uzyskano wartość uśrednioną, która została podstawiona do wzoru (część 3 opracowania).

Zakończenie

Przedsiębiorczość wewnątrz podmiotu gospodarczego zachodzi wokół uregulowań organizacyjnych oraz zasobów użytkowanych i realizowana jest przez ludzi tak aby pójść za szansami i to bez względu na zasoby aktualnie znajdujące się pod bezpośrednią kontrolą. Dlatego też potencjałem przedsiębiorczości nazwano zasoby, które powinny być wykorzystane do podejmowania działań przedsiębiorczych, czyli takie które są użytkowane i pozostają do dyspozycji pracowników. Nie oznacza to, że są to zasoby które pozostają pod bezpośrednią kontrolą, np. wymienione wśród składników potencjału przedsiębiorczości zasoby rynkowe (lojalność klientów, reputacja przedsiębiorstwa), dostęp do zewnętrznych źródeł finansowania, powiązania np. z instytucjami naukowo-badawczymi (pozyskanie wiedzy z zewnątrz), kapitał społeczny, kapitał ludzki. Przedsiębiorstwo może wpływać na poziom lojalności klientów poprzez, np. systemy lojalnościowe ale nie ma bezpośredniej kontroli nad tym czy klient będzie lojalny czy nie. Powiązania (współpraca) z przedsiębiorstwem, które posiada zasoby komplementarne, może przyczynić się do podjęcia działań przedsiębiorczych podejmowanych przez pracowników, którzy nie muszą opierać się tylko na swoich umiejętnościach ale mogą wykorzystać także kompetencje parterów, które nie pozostają pod bezpośrednią kontrolą danego przedsiębiorstwa. Uwarunkowania dla potencjału przedsiębiorczości podzielono na zasoby, na które przedsiębiorstwo może wpływać i na takie, na które wpływać nie może lub ten wpływ jest utrudniony. Potencjałem przedsiębiorczości nazwano zasoby, którymi dysponuje przedsiębiorstwo, czyli ma na nie wpływ ale nie oznacza to, że ma nad nimi wszystkimi bezpośrednią kontrolę. Działania przedsiębiorcze podejmowane przez pracowników a wykorzystujące zasoby nie będące pod bezpośrednią kontrolą będą zwiększały majątek przedsiębiorstwa, który jest pod bezpośrednią kontrolą. W pracy nie dzielono majątku ze względu na poziom kontroli zasobów.

Literatura

1. Balicki A., Makać W., *Metody wnioskowania statystycznego*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2004
2. Barney J., *Management of Organizations: Strategy, Structure, Behavior*, 1991
3. Bratnicki M., *Przedsiębiorczość i przedsiębiorcy współczesnych organizacji*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach, Katowice 2002
4. Duraj J., Papiernik-Wojdera M., *Przedsiębiorczość i innowacyjność*, Warszawa 2010
5. Dyduch W., *Pomiar przedsiębiorczości organizacyjnej*, Katowice 2008
6. Glinka B., Gudkova S., *Przedsiębiorczość*, Warszawa 2011
7. Janasz W., *Przedsiębiorczość w świetle uwarunkowań działalności gospodarczej*, [w:] *Innowacje w rozwoju przedsiębiorczości w procesie transformacji*, red. *idem*, Warszawa 2004

²² W książce każdej z odpowiedzi przyporządkowano odpowiednie punkty od „1” – ocena „bardzo zła” do „4” – ocena „bardzo dobra”, „0” dla „nie mam zdania”. A. Oniszczyk-Jastrząbek, *op. cit.*, s. 147.

8. Kordos J., *Od twierdzenia Jakuba Bernoulliego do współczesnych badań reprezentacyjnych*, Wiadomości Statystyczne 2014, nr 3(364)
9. Nijkamp P., *Entrepreneurship in a Modern Network Economy*, Amsterdam 2000
10. Oniszczyk-Jastrzabek A., *Przedsiębiorczość w budowaniu zdolności konkurencyjnej przedsiębiorstwa*, Gdańsk 2013
11. Popławski W., Sudolska A., Zastępowski M., *Współpraca przedsiębiorstw w Polsce w procesie budowania ich potencjału innowacyjnego*, Wydawnictwo Dom Organizatora, Toruń 2008
12. Rumelt R.P., *Theory, Strategy and Entrepreneurship*, [w:] *Handbook of Entrepreneurship Research. Disciplinary Perspectives*, ed. by S.A. Alvarez, R. Agarwal, O. Sorenson („Springer Science+Business Media” 2005, vol. 2)
13. Sagan A., *Analiza satysfakcji i lojalności klientów*, [w:] *Zastosowania statystyki i data mining*, StatSoft Polska, Warszawa-Kraków 2003
14. Sudoł S., *Przedsiębiorczość – jej pojmowanie, typy i czynniki ją kształtujące*, „Problemy Zarządzania” 2008, nr 2 (20)
15. Stankiewicz M.J., *Konkurencyjność przedsiębiorstwa. Budowanie konkurencyjności przedsiębiorstwa w warunkach globalizacji*, Wydawnictwo Dom Organizatora, Toruń 2005
16. Szreder M., *Wybór próby badawczej – aspekt etyczny i naukowy*, „Marketing i Rynek” 2012, nr 11
17. Szreder M., *O potrzebie i kierunkach doskonalenia jakości badań sondażowych*, „Marketing i Rynek” 2006, nr 10
18. Szreder M., *Metody i techniki sondażowych badań opinii*, PWE, Warszawa 2004
19. Szreder M., *Metody i techniki sondażowych badań opinii. Wydanie II zmienione*, PWE, Warszawa 2010
20. The World Competitiveness Yearbook 2001, IMD, Lausanne 2001, www.imd.ch.
21. Ustawa o rachunkowości, z dnia 29 września 1994 roku. Art. 3, pkt. 17.
22. Wieczorkowska G., Kochański P., Eljaszuk M., *Statystyka. Wprowadzenie do analizy danych sondażowych i eksperymentalnych*, Warszawa 2003

THE ROLE OF CORPORATE ENTREPRENEURSHIP IN COMPETITIVENESS. DATA ANALYSIS OF QUANTITATIVE. PART 1

Summary

The functioning of the enterprise in a constantly changing environment means that companies should make the necessary transformation, meet challenges, and thus anticipate and shape the reality. Each company should be the instigator of continuous change, particularly innovative projects which success depends largely on the mobilization of all employees for creative thinking, action and learning. Today, a company is considered as innovative and competitive, when it possesses the ability to use resources in order to understand the market and results of scientific research, new concepts, ideas and inventions which are expected by consumers due to the high level of modernity.

A level and intensity of an entrepreneurial behavior can differ, and they depend on the entrepreneurship potential. The entrepreneurship intensity varies with such conditions as a legal, financial or institutional environment. One should state that a work environment, i.e. resources owned by an enterprise and principles of an enterprising man and his moti-

vation to entrepreneurial activities, determine the entrepreneurship. Accordingly, entrepreneurship development factors can be divided into internal ones, basing on internal resources of an enterprise, such as human resources, substantial elements of a property, an enterprise's own R&D facility, knowledge and information technologies, and external ones, created by environment resources at the enterprise's disposal. External factors of the entrepreneurship development stand for a set of environment conditions impacting an enterprise's potential.

Keywords: entrepreneurship, organizational entrepreneurship, innovation, ability of competition-petitive company

Prof. UG, dr hab. Aneta Oniszczyk-Jastrzębek
Wydział Ekonomiczny, Uniwersytet Gdański
Instytut Transportu i Handlu Morskiego
ul. Armii Krajowej 119/121, 81-824 Sopot
e-mail: ekoao@ug.edu.pl

Załącznik 1

Struktura wylosowanych do badania przedsiębiorstw w poszczególnych województwach według działu PKD i zatrudnienia.

Województwo	Dział	0-9	10-49	50-249	Województwo	Dział	0-9	10-49	50-249
dolnośląskie	sekcja D	15	2	1	podkarpackie	sekcja D	9	1	0
	sekcja F	23	1	0		sekcja F	11	0	0
	sekcja G	61	1	0		sekcja G	31	1	0
	sekcja H	6	0	0		sekcja H	3	0	0
	sekcja I	14	0	0		sekcja I	7	0	0
	sekcja J	8	0	0		sekcja J	3	0	0
	sekcja K	47	1	0		sekcja K	13	0	0
	sekcja M	4	1	0		sekcja M	2	1	0
	sekcja N	9	0	0		sekcja N	5	0	0
	sekcja O	15	0	0		sekcja O	8	0	0
	RAZEM	202	6	1		RAZEM	92	3	0
kujawsko-pomorskie	sekcja D	11	1	1	podlaskie	sekcja D	5	0	0
	sekcja F	14	1	0		sekcja F	7	0	0
	sekcja G	42	1	0		sekcja G	18	1	0
	sekcja H	3	0	0		sekcja H	1	0	0
	sekcja I	10	0	0		sekcja I	5	0	0
	sekcja J	5	0	0		sekcja J	3	0	0
	sekcja K	18	0	0		sekcja K	8	0	0
	sekcja M	2	1	0		sekcja M	1	1	0
	sekcja N	7	0	0		sekcja N	4	0	0
	sekcja O	9	0	0		sekcja O	5	0	0
	RAZEM	121	4	1		RAZEM	57	2	0
lubelskie	sekcja D	8	1	0	pomorskie	sekcja D	17	2	1
	sekcja F	11	0	0		sekcja F	19	1	0

	sekcja G	34	1	0		sekcja G	40	1	0
	sekcja H	3	0	0		sekcja H	8	0	0
	sekcja I	8	0	0		sekcja I	11	0	0
	sekcja J	4	0	0		sekcja J	6	0	0
	sekcja K	13	0	0		sekcja K	30	1	0
	sekcja M	2	1	0		sekcja M	3	1	0
	sekcja N	6	0	0		sekcja N	7	0	0
	sekcja O	8	0	0		sekcja O	11	0	0
	RAZEM	97	3	0		RAZEM	152	6	1
lubuskie	sekcja D	5	1	0	śląskie	sekcja D	25	3	1
	sekcja F	7	0	0		sekcja F	30	2	0
	sekcja G	21	1	0		sekcja G	95	3	1
	sekcja H	2	0	0		sekcja H	9	1	0
	sekcja I	5	0	0		sekcja I	21	1	0
	sekcja J	3	0	0		sekcja J	12	0	0
	sekcja K	13	0	0		sekcja K	46	1	0
	sekcja M	1	1	0		sekcja M	5	3	1
	sekcja N	3	0	0		sekcja N	12	1	0
	sekcja O	5	0	0		sekcja O	20	1	0
	RAZEM	65	3	0		RAZEM	275	16	3
łódzkie	sekcja D	20	3	1	świętokrzyskie	sekcja D	6	1	0
	sekcja F	16	1	0		sekcja F	9	0	0
	sekcja G	54	2	0		sekcja G	27	1	0
	sekcja H	4	0	0		sekcja H	2	0	0
	sekcja I	11	0	0		sekcja I	5	0	0
	sekcja J	6	0	0		sekcja J	3	0	0
	sekcja K	22	1	0		sekcja K	9	0	0
	sekcja M	3	1	0		sekcja M	1	1	0
	sekcja N	7	0	0		sekcja N	3	0	0
	sekcja O	12	0	0		sekcja O	5	0	0
	RAZEM	155	8	1		RAZEM	70	3	0
małopolskie	sekcja D	20	2	1	warmińsko- mazur- skie	sekcja D	6	1	0
	sekcja F	25	1	0		sekcja F	9	0	0
	sekcja G	58	2	1		sekcja G	21	1	0
	sekcja H	7	0	0		sekcja H	2	0	0
	sekcja I	16	0	0		sekcja I	5	0	0
	sekcja J	7	0	0		sekcja J	3	0	0
	sekcja K	31	1	0		sekcja K	14	0	0
	sekcja M	4	2	0		sekcja M	2	1	0
	sekcja N	9	0	0		sekcja N	5	0	0
	sekcja O	15	1	0		sekcja O	6	0	0
	RAZEM	192	9	2		RAZEM	73	3	0
mazowieckie	sekcja D	38	3	1	wielkopolskie	sekcja D	23	3	2
	sekcja F	44	2	0		sekcja F	30	1	0
	sekcja G	129	4	1		sekcja G	72	2	1
	sekcja H	9	1	0		sekcja H	6	0	0
	sekcja I	35	1	0		sekcja I	16	0	0

	sekcja J	16	0	0		sekcja J	8	0	0
	sekcja K	86	2	1		sekcja K	39	1	0
	sekcja M	9	3	1		sekcja M	4	2	0
	sekcja N	17	1	0		sekcja N	11	0	0
	sekcja O	29	1	1		sekcja O	17	1	0
	RAZEM	412	18	5		RAZEM	226	10	3
opolskie	sekcja D	5	1	0	Zachodnio- pomorskie	sekcja D	11	1	0
	sekcja F	8	0	0		sekcja F	17	1	0
	sekcja G	18	1	0		sekcja G	40	1	0
	sekcja H	2	0	0		sekcja H	9	0	0
	sekcja I	4	0	0		sekcja I	10	0	0
	sekcja J	3	0	0		sekcja J	5	0	0
	sekcja K	12	0	0		sekcja K	26	0	0
	sekcja M	1	0	0		sekcja M	2	1	0
	sekcja N	3	0	0		sekcja N	8	0	0
	sekcja O	4	0	0		sekcja O	9	0	0
	RAZEM	60	2	0		RAZEM	137	4	0
TOTAL		1304	53	10	TOTAL		1082	47	7

Źródło: Główny Urząd Statystyczny.

Załącznik 2

BADANIE OPINII NA TEMAT PRZEDSIĘBIORCZOŚCI PRZEDSIĘBIORSTWA

Szanowni Państwo,

Kwestionariusz ankietowy, który Państwo otrzymaliście przeznaczony jest do prowadzenia badań naukowych na temat przedsiębiorczości polskich podmiotów gospodarczych i tylko w takim celu zostanie wykorzystany. Przedstawione przez Państwa opinie posłużą do opracowania rozprawy habilitacyjnej a wyniki badań zostaną zaprezentowane w formie zagregowanych danych. Uprzejmie proszę o wypełnienie kwestionariusza.

Prowadząca badanie
dr Aneta Oniszczyk-Jastrzębek

A 1. Jak Pani/Pan ocenia elementy składające się na potencjał przedsiębiorczości Pani/Pana przedsiębiorstwa w badanym okresie 2010-2011?

- Ocenę elementów potencjału przedsiębiorczości w roku 2010 zaznaczyć jako X
- Ocenę elementów potencjału przedsiębiorczości w roku 2011 zaznaczyć jako O

Składniki potencjału przedsiębiorczości	(5) Bardzo dobrze	(4) Dobrze	(3) Nie mam zdania	(2) Bardzo źle	(1) Źle
1. Grunty własne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Budynki i budowle	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Urządzenia techniczne, maszyny i aparatura	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Środki transportu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Pozostałe środki trwale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Inwestycje rozpoczęte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Materiały	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Produkcja w toku	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Wyroby gotowe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Towary	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Udziały i akcje	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Inne papiery wartościowe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Udzielone pożyczki długoterminowe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Inne składniki finansowe majątku trwałego	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

15.	Zaliczki na poczet inwestycji	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16.	Środki pieniężne (bank, kasa)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17.	Należności	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18.	Papiery wartościowe krótkoterminowe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19.	Rozliczenia międzyokresowe czynne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20.	Należności długoterminowe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21.	Koszty organizacji	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22.	Koszty prac rozwojowych	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23.	Wartość przedsiębiorstwa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24.	Zaliczki na poczet wartości niematerialnych i prawnych	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25.	Powiązania w sieci	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26.	Konfiguracja sieci	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27.	Zaufanie w stosunkach międzyludzkich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28.	Normy w stosunkach międzyludzkich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29.	Zobowiązania w stosunkach międzyludzkich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30.	Identyfikacja stosunków międzyludzkich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31.	Kapitał poznawczy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32.	Wiedza praktyczna (doświadczenie)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
33.	Wiedza teoretyczna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
34.	Talent	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
35.	Zdolność do naśladowania	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
36.	Zdolność rozwiązywania problemów	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
37.	Kreatywność	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
38.	Zdolność do zmian	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
39.	Motywacja	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
40.	Skłonność do podejmowania ryzyka	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
41.	Skłonność pracowników do innowacji	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
42.	Skłonność do współpracy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
43.	Skuteczne prowadzenie negocjacji	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
44.	Szkolenie i rozwój pracowników	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
45.	Wsparcie dla inwencji twórczej pracowników	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
46.	Lojalność pracowników wobec przedsiębiorstwa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
47.	Znajomość języków obcych przez pracowników	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
48.	Elastyczna struktura organizacyjna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
49.	Decentralizacja decyzji	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
50.	Systemy działania	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
51.	Systemy informacji	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
52.	Własność intelektualna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
53.	Procesy wewnętrzne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
54.	Kultura organizacyjna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
55.	Zasoby rynkowe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
56.	Powiązania z klientami	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
57.	Powiązania z dostawcami	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
58.	Powiązania z udziałowcami	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
59.	Powiązania z partnerami aliansów strategicznych	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
60.	Powiązania z innymi zainteresowanymi w otoczeniu przedsiębiorstwa (np. instytucje naukowo-badawcze)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
61.	Organizacyjne uczenie się	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
62.	Zamierzenia strategiczne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
63.	Cele i strategie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
64.	Procesy tworzenia strategii	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
65.	Zdolność monitorowania otoczenia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
66.	Gotowość do zmian	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
67.	Posiadanie własnych komórek B+R	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
68.	Dostęp do zewnętrznych źródeł finansowania	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
69.	Ochrona środowiska	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

A2. Proszę uszeregować wymienione wyżej grupy kryteriów oceny składników potencjału przedsiębiorczości przedsiębiorstwa według ich znaczenia dla Pani / Pana, przyznając punkty w skali od 1 (najmniej ważna) do 10 (najważniejsza), przy czym dwa lub więcej kryteria mogą uzyskać taką samą liczbę punktów.

- a)Majątek rzeczowy
- b)Majątek finansowy
- c)Wartości niematerialne i prawne
- d)Kapitał społeczny
- e)Kapitał ludzki
- f)Kapitał organizacyjny

A3. Czy przedsiębiorstwo w badanym okresie 2009-2011 wprowadziło innowację produktową bądź procesową (w przypadku odpowiedzi na tak, proszę zaznaczyć dowolną liczbę odpowiedzi):

- a) Nie
- b) Tak, jeśli tak to jaką:
 - nowy produkt
 - ulepszony produkt wcześniej wytwarzany
 - nowy proces technologiczny
 - ulepszony proces technologiczny wcześniej stosowany
 - nowy produkt będący imitacją produktów konkurentów
 - nowa technologia będąca imitacją procesów produkcyjnych konkurentów
 - innowacja w obszarze organizacyjnym przedsiębiorstwa
 - innowacja w obszarze zarządzania finansami przedsiębiorstwa
 - innowacja w obszarze zarządzania zasobami ludzkimi przedsiębiorstwa
 - innowacja w obszarze zarządzania marketingiem przedsiębiorstwa
 - inne.....

A4. Czy zagadnienia innowacji i innowacyjności są elementem polityki, strategii oraz planów operacyjnych

(proszę wybrać max. 3 odpowiedzi):

- Misja, polityka i cele uwzględniają innowacje
- Realizowana jest określona strategia innowacyjna
- Przygotowywane są plany działalności innowacyjnej
- Realizowane są formy kooperacji z innymi podmiotami w celu prowadzenia działalności innowacyjnej
- Przygotowywane są formy kooperacji z innymi podmiotami w celu prowadzenia działalności innowacyjnej
- Innowacja nie jest wpisana w elementy strategiczne przedsiębiorstwa
- Inne.....

Metryczka:

1. Podstawowa działalność Pana(i) przedsiębiorstwa:

.....

2. Forma prawna firmy:

- Osoba fizyczna prowadząca działalność gospodarczą jednoosobowo
- Osoba fizyczna prowadząca działalność gospodarczą w formie spółki cywilnej
- Spółka akcyjna
- Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością
- Spółka partnerska
- Spółka jawna
- Spółka komandytowa
- Spółdzielnia
- Przedsiębiorstwo państwowe
- Inna, jaka?.....

3. Średnioroczne zatrudnienie w przedsiębiorstwie:

- do 10
- 11-49
- 50-250
- 251 i więcej

4. Obrót netto ze sprzedaży towarów, wyrobów i usług oraz operacji finansowych:

- do 2 milionów euro
- od 2 milionów euro do 10 milionów euro
- od 10 milionów do 50 milionów euro

5. Województwo:

- Dolnośląskie

- Kujawsko-pomorskie
- Lubelskie
- Lubuskie
- Łódzkie
- Małopolskie
- Mazowieckie
- Opolskie
- Podkarpackie
- Podlaskie
- Pomorskie
- Śląskie
- Świętokrzyskie
- Warmińsko-mazurskie
- Wielkopolskie
- Zachodniopomorskie

Dziękuję za wypełnienie ankiety