

Περιοδικό επιχειρηματικής έρευνας

Ερωτηματολόγιο επιχειρηματικής επιτυχίας - Αναφορά για το αρχικό στάδιο κατασκευής μεθόδου

Marcin Waldemar Staniewski^{a 1}, Katarzyna Awruk^b

^a Faculty of Management and Finance, University of Finance and Management in Warsaw, Poland

^b Faculty of Psychology, University of Finance and Management in Warsaw, Poland

Πληροφορίες άρθρου

Λέξεις κλειδιά:

Ερωτηματολόγιο για επιχειρηματική επιτυχία

Οικογενειακό κλίμα επιχειρηματικής επιτυχίας

Επιχειρηματική επιτυχία

Επιχειρηματικότητα

Περίληψη

Η επιχειρηματικότητα είναι η κινητήριος δύναμη μιας οικονομίας, ωστόσο μόνο η επιτυχής επιχειρηματική δραστηριότητα προσφέρει ένα ευρύ φάσμα πλεονεκτημάτων. Οι ερευνητές και οι επιχειρηματίες έχουν μια διαφοροποιημένη αντίληψη της επιχειρηματικής επιτυχίας δεδομένου ότι η μέτρηση της, παρόλο που είναι επιθυμητή στην πράξη, είναι δύσκολη. Δυστυχώς, ούτε η βιβλιογραφία αλλά ούτε και η πρακτική δεν προσφέρουν ένα κατάλληλο εργαλείο για να μετρηθεί η επιχειρηματική επιτυχία με όλη της την πολυπλοκότητα. Αυτό το άρθρο αποτελεί μια αρχική αναφορά στην ανάπτυξη ενός ερευνητικού εργαλείου, το Ερωτηματολόγιο της Επιχειρηματικής Επιτυχίας (QES), για τη διάγνωση της επιχειρηματικής επιτυχίας. Αυτή η μελέτη χρησιμοποιεί έξι ερευνητικά εργαλεία για να εξετάσει 144 επιχειρηματίες οι οποίοι εργάζονται στην Πολωνία και των οποίων οι εταιρείες ιδρύθηκαν μεταξύ των ετών 1983 και 2013. Μια προκαταρκτική ανάλυση των ψυχομετρικών παραμέτρων δείχνει ότι η πειραματική έκδοση του QES παρουσιάζει υψηλή αξιοπιστία, ενώ αναλύσεις με στόχο τον προσδιορισμό θεωρητικής ακρίβειας αποκαλύπτουν τις αναμενόμενες συσχετίσεις με άλλους δείκτες επιχειρηματικής επιτυχίας.

1. Εισαγωγή

Αυτό το άρθρο είναι αποτέλεσμα των επιστημονικών ενδιαφερόντων του συγγραφέα όπως αυτά παρουσιάστηκαν σε πολυάριθμες προηγούμενες μελέτες και δημοσιεύσεις σχετικά με την επιχειρηματικότητα, οι οποίες είναι σε μεγάλο μέρος διεπιστημονικές και συνδυάζουν την επιστήμη και ψυχολογία του μάνατζμεντ. Η κατασκευή της επιχειρηματικής επιτυχίας παρέχει επιχειρηματικότητα με πραγματική σημασία όταν λαμβάνεται υπόψιν ότι οι αποτυχίες των επιχειρηματιών² δεν έχουν σημαντικές θετικές πτυχές. Επιπρόσθετα, επειδή οι επιχειρηματίες και οι ερευνητές ορίζουν αυτό το φαινόμενο διαφορετικά, η αντίληψη αυτού του επιχειρηματικού εργαλείου είναι αρκετά διαφοροποιημένη. Ως εκ τούτου, δεν υπάρχει εργαλείο στη βιβλιογραφία που να περιγράφει και να μετράει περιεκτικά την επιχειρηματική επιτυχία. Ένα τόσο περίπλοκο εργαλείο το οποίο εμπλουτίζει την επιστημονική γνώση και επιτρέπει την αξιόπιστη και αντικειμενική μέτρηση της

1 Corresponding Author.

Email Addresses: staniewski@vizja.pl (M.W. Staniewski), kawruk@op.pl (K. Awruk)

επιχειρηματικής επιτυχίας, ενώ λαμβάνει υπόψιν οικονομικά-χρηματοοικονομικά και αντικειμενικά στοιχεία, μπορεί να είναι χρήσιμο στην πράξη, όπως όταν εξετάζεται το αίτημα ενός επιχειρηματία για πίστωση επιχειρηματικής ανάπτυξης ή όταν ενθαρρύνεται ένας επενδυτής για να συνεργαστεί. Θα ήταν επικίνδυνο να βασιστούν τέτοιες δύσκολες αποφάσεις αποκλειστικά σε οικονομικές-χρηματοοικονομικές μετρήσεις (για παράδειγμα αν μία εταιρεία παρουσιάζει κέρδη αλλά ο επιχειρηματίας της δεν αισθάνεται βέβαιος και ούτε αντλεί ικανοποίηση από την επιχείρησή αυτή, είναι η κατάσταση της εταιρείας σταθερή;) ή αποκλειστικά στην υποκειμενική αντίληψη του επιχειρηματία (για παράδειγμα αν ο επιχειρηματίας είναι βέβαιος για τις ικανότητες του και προβλέπει ένα λαμπρό μέλλον για την εταιρεία του αλλά δεν έχει την ικανότητα ελέγχου των εξόδων και της ανάλυσης της αγοράς, είναι οι προσδοκίες του για κέρδη ρεαλιστικές;). (Απάντηση στην ερώτηση 1)

Το αντικείμενο αυτού του άρθρου είναι να πραγματοποιήσει αναφορά στο αρχικό στάδιο κατασκευής ενός νέου εργαλείου - του Ερωτηματολογίου της Επιχειρηματικής Επιτυχίας. Μια περιγραφή των διαδικασιών έρευνας με έμφαση στα εργαλεία, μια παρουσίαση των ευρημάτων και το συμπέρασμα των αποτελεσμάτων ακολουθούν τη βιβλιογραφική ανασκόπηση.

2. Βιβλιογραφική ανασκόπηση

Πολυάριθμες ιστορικές αλλά και σύγχρονες μελέτες μαρτυρούν τη σημασία της αναπτυσσόμενης επιχειρηματικότητας στις πολύ μικρές-, μικρές- και μέτριου μεγέθους-επιχειρήσεις (Adekunle, 2011; Coase, 1937; Nishimura & Tristan, 2011; Schumpeter, 1934). Η σημασία της επιχειρηματικότητας ποικίλει και περιλαμβάνει μικρο- και μακρο-προοπτικές. Ωστόσο, εξαιτίας της ευρείας συμφωνίας ως προς αυτό, η έννοια της επιχειρηματικής σημασίας δεν συζητείται. Προφανώς, η επιχειρηματικότητα είναι σημαντική μόνο όταν ο επιχειρηματίας είναι επιτυχημένος στη δουλειά του. Η βιβλιογραφία προσφέρει ποικίλους ορισμούς της επιχειρηματικής επιτυχίας (Baron & Henry, 2011; Fisher, Maritz & Lobo, 2014; Sarasvathy, Menon, & Kuechle, 2013), ορισμένοι εκ των οποίων είναι παράλληλοι ενώ άλλοι διαφέρουν πολύ λόγω των ποικίλων μέτρων της επιτυχίας. Σε αυτό το άρθρο, η αντίληψη της επιχειρηματικής επιτυχίας αντλείται από δημοσιεύσεις οι οποίες προτείνουν έναν όρισμο και ένα μοντέλο αυτής της επιτυχίας (Kumar, 2007; Munish, 2007; Rauch & Frese, 2000; Zahidy, Noor, & Shahryar, 2015). Παρόλο που ορισμένοι ερευνητές επιχειρούν να μελετήσουν την προετοιμασία της επιχειρηματικής επιτυχίας (Cope, 2005; Coy, Shipley, Omer & Rao, 2007; Jong & Hartog, 2007; Kozan, Oksoy, & Ozsoy, 2006), δεν καταλήγουν σε ομόφωνα συμπεράσματα; έτσι, οι οικογενειακοί καθοριστικοί παράγοντες της επιχειρηματικής επιτυχίας παραμένουν μια ενδιαφέρουσα αλλά ανεξερεύνητη περιοχή. Με ανάλογο τρόπο, η βιβλιογραφία συχνά περιέχει αναφορές αποκλειστικά για το οικογενειακό περιβάλλον των επιχειρηματικών προθέσεων ή των επιχειρηματικών συμπεριφορών (Altinay & Altinay, 2006; Davidson & Honig, 2003; Greve * Salaff, 2003; Pruett, Shinnar, Toney, Llopis, & Fox, 2009). Επιπρόσθετα, ενώ η μελέτη του τρόπου με τον οποίο οι οικογενειακοί παράγοντες λαμβάνουν υπόψη τις διαφορές της επιχειρηματικής επιτυχίας είναι ενδιαφέρουσα, μια συστηματική προσέγγιση εξέτασης ατομικών παραγόντων μετά την ολοκλήρωσή τους είναι ακόμη πιο ελκυστική. Μια τέτοια ολοκλήρωση αποτελείται από την εξέταση των αλληλεπιδράσεων στο πλαίσιο της διαμόρφωσης οικογενειακών παραγόντων, όπως τους τρόπους προσκόλλησης και τις γονικές συμπεριφορές. Η γνώση των αλληλεπιδράσεων στο πλαίσιο τέτοιων διαμορφώσεων παραγόντων θα χρησίμευε σε καλύτερες προβλέψεις

πιθανής αποτελεσματικότητας των επιχειρηματιών, το οποίο είναι σημαντικό ειδικά για ιδρύματα που χορηγούν κεφάλαια σε επιχειρηματίες αλλά και για αυτούς που θέλουν να ξεκινήσουν μια επιχείρηση. Ωστόσο, αυτό το όραμα είναι προς το παρόν μιας μακράς εμβέλειας ερευνητικός στόχος για δύο λόγους. Πρώτον, επειδή πολλαπλοί παράγοντες ρυθμίζουν τις περισσότερες μεταβλητές, δεν υπάρχει χώρος για αδικαιολόγητες απλουστεύσεις. Σε αυτή τη μελέτη, ένας μοναχά παράγοντας ίσως να μην φανεί αρκετός για να καθορίσει τη μεταβλητή της επιχειρηματικής επιτυχίας. Δεύτερον, παρόλο που πολλοί ερευνητές έχουν εξετάσει την επιχειρηματική επιτυχία (Altstete, 2008; Munish, 2007; Unger, Rauch, Frese & Rosenbusch, 2011; Yusuf, 1995; Zafir & Fazilah, 2011), δείκτες ενός στοιχείου ή ερωτήσεις που δεν έχουν σχέση μεταξύ τους συχνά οδηγούν στη λειτουργικοποίηση της επιτυχίας. Λειτουργεί ακόμη η επιχείρησή σας; Απασχολείτε εργαζόμενους; Είστε ευχαριστημένοι με τη διεύθυνση της δικής σας επιχείρησης; Παρόλο που μια έρευνα μπορεί να χρησιμοποιήσει τέτοιες ερωτήσεις, ο πρωταρχικός στόχος είναι η σύνταξη μιας διαμόρφωσης ερωτήσεων που σχηματίζει έναν μοναδικό γενικό ποσοτικό δείκτη της επιχειρηματικής επιτυχίας μετρώντας την επιτυχία μέσω της έντασης και όχι μέσω της ύπαρξης ή μη ύπαρξης του φαινομένου. Η πρόθεση είναι ότι η κλίμακα χρησιμοποιεί εξαιρετικά αντικειμενικές ερωτήσεις, όπως “Δημιουργήθηκαν θέσεις εργασίας στην επιχείρησή σας;” και υποκειμενικές ερωτήσεις όπως “Είστε ικανοποιημένοι με την ανάπτυξη της επιχείρησής σας; Παρόλο που η κυριαρχία των αντικειμενικών ερωτήσεων φαίνεται απολύτως δικαιολογημένη, η εκλεκτική προσέγγιση ίσως προσφέρει περισσότερη καινοτομία και περιεκτική διορατικότητα λαμβάνοντας υπόψη την υποκειμενική προοπτική χωρίς να περιθωριοποιεί την αντικειμενική προοπτική.

Ένα επιπλέον κίνητρο για την κατασκευή της προαναφερθείσας κλίμακας είναι το γεγονός ότι οι γνώσεις στην Πολωνία δεν προσφέρουν παρόμοια μέθοδο. Τα εργαλεία στην Πολωνία περιλαμβάνουν, μεταξύ άλλων αυτά τα εργαλεία που προσαρμόστηκαν στην Πολωνική γλώσσα, την Απογραφή Κινήτρων Επίτευξης (Achievement Motivation Inventory) των H. Schuler, G.C. Thornton, A. Frintrup, και M. Prochaska, όπου επιμελήθηκε στην Πολωνική γλώσσα από τους W. Klinkosz και A.E. Sękowski, καθώς και την Κλίμακα Αποτελεσματικότητας της Επιχειρηματικότητας (Entrepreneurship Efficacy Scale) από M. Laguna. Αυτές οι μέθοδοι περιγράφονται εν τούτοις με λεπτομέρεια διότι χρησιμεύουν στην επιβεβαίωση της θεωρητικής ακρίβειας της προτεινόμενης κλίμακας αν και ο πρωταρχικός σκοπός τους δεν περιορίζεται στη μέτρηση της επιχειρηματικής επιτυχίας. Παρόλο που το κίνητρο επίτευξης είναι σημαντικό για πιθανούς επιχειρηματίες, το πεδίο ορισμού του αποκλίνει από το σχετικό πεδίο εφαρμογής της επιχειρηματικής επιτυχίας. Αυτή η απόκλιση είναι παρατηρήσιμη στην περίπτωση των εκδηλώσεων κινήτρου επίτευξης του Murray («Να επιτύχετε κάτι δύσκολο. Για να κυριαρχήσετε, να χειριστείτε ή να οργανώσετε φυσικά αντικείμενα, ανθρώπους, ή ιδέες. Να το κάνετε όσο γρήγορα και αυτόνομα γίνεται. Να αποφύγετε εμπόδια και να επιτύχετε ένα υψηλό πρότυπο. Να υπερέχετε του εαυτού σας. Να ανταγωνιστείτε και να περάσετε τους άλλους. Να βελτιώσετε τη γνώμη για τον εαυτό σας μέσω της επιτυχούς άσκησης ταλέντου» (Murray, 1938; after: Klinkosz & Sękowski, 2013)) και σε ορισμό από McClelland, Atkinson, Clark & Lowell, 1953; after: Klinkosz & Sękowski, 2013)). Μια παρόμοια υπόθεση είναι η επιχειρηματική αποτελεσματικότητα από Laguna, η οποία απευθύνεται στον όρο κλειδί της κοινωνικο-γνωστικής θεωρίας του Bandura. Σε επιχειρηματικούς όρους, αυτή η αποτελεσματικότητα ίσως να αντικατοπτρίζει το αίσθημα της επάρκειας στην εκτέλεση εργασιών, όπως την εύρεση τοποθεσίας, την εξασφάλιση χρηματοδότησης ή την απασχόληση/εκπαίδευση εργαζόμενων. Η καταδίκη του επιχειρηματία για την

αποτελεσματικότητα του είναι «η δύναμη της πίστης ενός ανθρώπου ότι είναι ικανός να εκτελέσει με επιτυχία τους ποικίλους ρόλους και τα καθήκοντα της επιχειρηματικότητας» (Chen, Greene, & Crick, 1998; after: Laguna, 2006), και αυτή η κατανόηση, παρόλο που δεν είναι ίδια με την επιχειρηματική επιτυχία, υπόκειται όλο και περισσότερο σε εμπειρική και θεωρητική έρευνα περιγράφοντας την επιχειρηματική επιτυχία.

3. Μέθοδος Έρευνας

Το ζητούμενο είναι η κατασκευή ενός «νέου» εργαλείου για τη μέτρηση της επιχειρηματικής επιτυχίας και για την καθιέρωση ψυχομετρικών ιδιοτήτων (δηλ. αξιοπιστία και θεωρητική ακρίβεια) της κλίμακας, όπου «νέο» σημαίνει ότι το εργαλείο είναι ικανό να μετρήσει την επιχειρηματική επιτυχία σε ποσοτικούς όρους, περιλαμβάνει στοιχεία τα οποία εκπροσωπούν τις αντικειμενικές αλλά και υποκειμενικές προσεγγίσεις καθώς και εξετάζει την επιτυχία από μία βραχυχρόνια (δηλ. το τελευταίο έτος) και μια μακροχρόνια (δηλ. από την ίδρυση της επιχείρησης μη συμπεριλαμβανομένου του τελευταίου έτους) προοπτική. Η διαδικασία κατασκευής στηρίζεται στην επιθυμία για απόκτηση ενός μεμονωμένου γενικού ποσοτικού παράγοντα, που επιτρέπει μία πιο εκλεπτυσμένη στατιστική ανάλυση στο μέλλον. Σημασία έχει ότι ο διαχωρισμός της κλίμακας είναι τέτοιος ώστε το πρώτο μέρος να απευθύνεται στη βραχυχρόνια προοπτική και το δεύτερο μέρος να αναφέρεται στη μακροχρόνια προοπτική. Αυτό επιτρέπει την επίβλεψη αλλαγών στην επίταση της επιχειρηματικής επιτυχίας (που έχει επιτευχθεί από ανθρώπους που διοικούν μια εταιρεία πάνω από ένα χρόνο) και στη ταυτοποίηση των τεσσάρων ομάδων ανθρώπων, συγκεκριμένα αυτών οι οποίοι 1) είναι επιτυχείς από την ίδρυση της επιχείρησης τους 2) ήταν επιτυχείς στην αρχή αλλά στη συνέχεια η κατάσταση χειροτέρευσε 3) αντιμετώπισαν δυσκολίες στην αρχή αλλά ευημέρησαν αργότερα και 4) συνάντησαν δυσκολίες στην αρχή και εξακολουθούν να τις αντιμετωπίζουν μέχρι τη μέρα της έρευνας. Η εκλεκτική προσέγγιση προσφέρει περαιτέρω διορατικότητα δεδομένης της πιθανότητας θεώρησης της αντικειμενικής βραχυχρόνιας, αντικειμενικής μακροχρόνιας, υποκειμενικής βραχυχρόνιας και υποκειμενικής μακροχρόνιας προοπτικής. Η διαθεσιμότητα τόσο πολλών προσεγγίσεων απαίτησε μια αλλαγή στην ονομασία του εργαλείου, το οποίο αρχικά αποκαλούνταν το Πολυδιάστατο Ερωτηματολόγιο της Επιχειρηματικής Επιτυχίας. Επειδή αυτό το όνομα μπορούσε να ερμηνευθεί ως παραπλανητικό και επειδή προτείνει μία ένδειξη διαστάσεων επιτυχίας σε μία ανάλυση παραγόντων, υιοθετήθηκε ένας μικρότερου μήκους τίτλος, ο οποίος δεν δημιουργεί αναστάτωση, το Ερωτηματολόγιο της Επιχειρηματικής Επιτυχίας.

Όπως ήταν και η αρχική πρόθεση, ο σκοπός του ερωτηματολογίου ήταν η μέτρηση της έντασης της επιχειρηματικής επιτυχίας μέσω ομαδικών μελετών.

Η κατασκευή μεθόδου ξεκίνησε με μια ανασκόπηση της βιβλιογραφίας και μιας αναζήτησης για τους δείκτες που οι ερευνητές εφήρμοσαν συχνότερα κατά τη διάρκεια της μέτρησης της επιχειρηματικής επιτυχίας. Αυτοί οι δείκτες είναι ως εξής:

- 1) Πέντε υποκειμενικοί δείκτες: επίπεδο ικανοποίησης με την ανάπτυξη της επιχείρησης, αριθμός πελατών, αποτέλεσμα των καθηκόντων που εκτελέστηκαν από υπαλλήλους, ανταγωνιστικότητα της εταιρείας και επίτευξη των καθορισμένων στόχων για την ανάπτυξη της επιχείρησης;
- 2) Έξι αντικειμενικοί δείκτες: εμφάνιση κέρδους, κατοχή καταστατικής έδρας, ύπαρξη υπαλλήλων, δημιουργία θέσεων εργασίας, διατήρησης χρηματοοικονομικής ρευστότητας, προσφορά παροχών στους υπαλλήλους (πχ. υπολογιστής) και διατήρηση

μακροχρόνιας (μεγαλύτερης του ενός έτους) συνεργασίας με πελάτες. (Απάντηση στην ερώτηση 2)

Αυτοί οι δείκτες αναδιατυπώθηκαν για να πληρούν συγκεκριμένες επιλογές απαντήσεων σε μια κλίμακα Likert τριών επιπέδων, συγκεκριμένα, 1 (οπωσδήποτε ναι), 2 (κάπως) και 3 (σίγουρα όχι). Η αναδιατύπωση των δηλώσεων οδήγησε σε 24 μοναδικές δηλώσεις πρώτου-προσώπου. Ένα παράδειγμα ενός αναδιατυπωμένου υποκειμενικού δείκτη είναι ως εξής: επίπεδο ικανοποίησης με την ανάπτυξη της επιχείρησης αναθεωρήθηκε για να αντιλαμβάνεται ως «Είμαι ικανοποιημένος με τον τρόπο με τον οποίο έχει αναπτυχθεί η επιχείρησή μου». Ένα παράδειγμα ενός αντικειμενικού δείκτη είναι ως εξής: το καταστατικό γραφείο αναθεωρήθηκε σε δύο αντικείμενα «Το προηγούμενο έτος σκέφτηκα να αλλάξω το καταστατικό γραφείο από, για παράδειγμα το δικό μου σπίτι/διαμέρισμα σε ένα ενοικιαζόμενο ή αγορασμένο γραφείο, δηλαδή ένα διαμέρισμα, γραφείο ή κτήριο» και «Το προηγούμενο έτος αντικατέστησα το καταστατικό γραφείο με ένα μεγαλύτερο, για παράδειγμα το προσωπικό μου γραφείο/κτήριο». Στη συνέχεια, η εισαγωγή των βραχυχρόνιων και μακροχρόνιων προοπτικών απαίτησε τον διαχωρισμό του ερωτηματολογίου σε δύο μέρη εκ των οποίων τα αντικείμενα εξέτασης είχαν το ίδιο περιεχόμενο. Το πρώτο μέρος, το οποίο αντανάκλούσε τη βραχυχρόνια προοπτική του προηγούμενου έτους, αποτελούταν από 24 αντικείμενα, και το δεύτερο μέρος, το οποίο αντανάκλούσε τη μακροχρόνια προοπτική της περιόδου από τη σύσταση της επιχείρησης αλλά εξαιρούσε το προηγούμενο έτος, περιείχε τα 24 αντικείμενα του πρώτου μέρους έχοντας επιπλέον τέσσερα αντικείμενα που αφορούσαν τη μακροχρόνια συνεργασία με πελάτες. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα την ύπαρξη συνολικά 52 αντικειμένων. Ένα παράδειγμα ενός αναδιατυπωμένου αντικειμένου του πρώτου μέρους (βραχυχρόνια) είναι το εξής: το επίπεδο ικανοποίησης με την ανάπτυξη της επιχείρησης αναδιατυπώθηκε σε «Είμαι ικανοποιημένος με τον τρόπο με τον οποίο η επιχείρησή μου αναπτύχθηκε τον περασμένο χρόνο». Στο δεύτερο μέρος (μακροχρόνια), το ίδιο αντικείμενο αναδιατυπώθηκε σε «Είμαι ικανοποιημένος με τον τρόπο με τον οποίο η επιχείρησή μου έχει αναπτυχθεί από την ίδρυση της».

Η σαφήνεια της γλώσσας του εργαλείου εκτιμήθηκε από τρεις ομάδες ανθρώπων (N = 30, 15 γυναίκες και 15 άνδρες), οι οποίοι διαχωρίστηκαν με βάση το επίπεδο εκπαίδευσης τους (10 πρωτοβάθμια, 10 δευτεροβάθμια, 10 τριτοβάθμια εκπαίδευση) και την ηλικία (min = 18; max = 56; M = 33.53; SD(TA) = 11.09). Οι ομάδες εξέτασαν κάθε αντικείμενο του εργαλείου ξεχωριστά μέσω μιας κλίμακας πέντε βαθμών, από το 1 (απόλυτα ξεκάθαρο) έως το 5 (καθόλου ξεκάθαρο). Αν ο αριθμητικός μέσος όρος της αξιολόγησης ενός αντικειμένου ξεπερνούσε το 3, το αντικείμενο εξαιρούταν από την κλίμακα λόγω έλλειψης γλωσσικής σαφήνειας. Συνεπώς, δύο αντικείμενα ελέγχου αφαιρέθηκαν, ένα από κάθε μέρος του ερωτηματολογίου. Ως εκ τούτου, η τελική έκδοση του ερωτηματολογίου αποτελούνταν από 50 αντικείμενα ελέγχου.

Ακολούθως, οι ψυχομετρικοί παράμετροι (δηλ. η αξιοπιστία και η θεωρητική ακρίβεια) του εργαλείου υποβλήθηκαν σε αρχικό έλεγχο. Η μελέτη διεξήχθη ανάμεσα στον Σεπτέμβριο του 2016 και τον Ιανουάριο του 2017 μεταξύ επιχειρηματιών που λειτουργούν μια επιχείρηση σε 11 πολωνικές περιφέρειες για τουλάχιστον 4 χρόνια. Αναλόγως, αυτοί που ανταποκρίθηκαν πληρούσαν ένα από τα αντικειμενικά κριτήρια διότι είχαν καταφέρει να επιζήσουν στην αγορά για τα τουλάχιστον τέσσερα πρώτα δύσκολα χρόνια λειτουργίας.

Οι πέντε ψυχολόγοι οι οποίοι διεξήγαγαν την έρευνα πληροφόρησαν τους πιθανούς συμμετέχοντες σε ατομικές συναντήσεις σχετικά με το στόχο, το αντικείμενο του θέματος και τις διαδικασίες της έρευνας. Αυτοί που υποβλήθηκαν σε συνέντευξη μετά και τη συγκατάθεση τους να συμμετέχουν στη μελέτη έλαβαν ένα σύνολο ερωτηματολογίων και τους δόθηκε μια απεριόριστη ποσότητα χρόνου για να τα ολοκληρώσουν. Από τα 176 ερωτηματολόγια που υποβλήθηκαν, 32 απορρίφθηκαν επειδή ήταν ατελή, με αποτέλεσμα να παραμείνουν 144 ερωτηματολόγια.

3.1 Ομάδα μελέτης

Η ομάδα αποτελούνταν από 54 γυναίκες (37,5%) και 90 άνδρες (62,5%). Η πλειοψηφία είχε επιχείρηση στην περιφέρεια Mazowieckie (N = 114 άνθρωποι 79,2%), ενώ οι υπόλοιποι είχαν επιχειρήσεις στις ακόλουθες περιφέρειες: kujawsko-pomorskie (N = 3 2,1%), podlaskie (N = 1 0,7%), wielkopolskie (N = 1 0,7%), podkarpackie (N = 2 1,4%), warmińsko-mazurskie (N = 6 4,2%), łódzkie (N = 6 4,2%), małopolskie (N = 3 2,1%), lubuskie (N = 2 1,4%), śląskie (N = 1 0,7%) και lubelskie (N = 2 1,4%). Τρεις άνθρωποι (2,1%) δεν απάντησαν την ερώτηση σχετικά με το καταχωρημένο γραφείο τους. Παρόλο που η πλειοψηφία των συμμετεχόντων δήλωσαν ότι δεν είχαν ούτε επαγγελματική εμπειρία στη διοίκηση της εταιρείας τους (94 άνθρωποι 65,3% απάντησαν όχι, 50 άνθρωποι 34,7% απάντησαν ναι) αλλά ούτε είχαν και έναν επιτυχημένο επιχειρηματία στην οικογένεια (67 άνθρωποι 46,5%, απάντησαν ναι; 75 άνθρωποι 46,5% απάντησαν όχι), είχαν λάβει εκπαίδευση πριν αρχίσουν να διοικούν την εταιρεία τους, όπως μαθήματα ή μεταπτυχιακή εκπαίδευση (74 άνθρωποι 51,4%, απάντησαν ναι; 70 άνθρωποι, 48,6% απάντησαν όχι), και είχαν επαφές με πελάτες πριν ιδρύσουν την επιχείρησή τους (110 άνθρωποι 76,4%, απάντησαν ναι; 33 άνθρωποι 22,9%, απάντησαν όχι).

Μέχρι και την ημέρα της μελέτης, κανένας από τους συμμετέχοντες δεν είχε αναστείλει ή καταργήσει την εταιρεία τους. Οι εταιρείες ξεκίνησαν τη δράση τους μεταξύ του 1983 και 2013 (M.O. = 2010). Συνεπώς, στις αρχές του 2017, είχαν λειτουργήσει, κατά μέσο όρο, για 13,02 χρόνια (TA (SD) = 7,11; min = 4, max = 34). Από όλες τις επιχειρήσεις, το 43,1% (62) ήταν τοπικές, 25% (36) ήταν σε όλη την Πολωνία, 18,1% (26) ήταν περιφερειακές και 13,9% (Rauch & Frese, 2000) ήταν διεθνείς. Κατά μέσο όρο, οι εταιρείες απασχολούσαν 11,92 ανθρώπους (TA (SD) = 27,85, min = 0, max = 200). Η μεγαλύτερη μερίδα των εταιρειών ήταν επικερδείς (N = 135 93,8%) σε αντίθεση τις υπόλοιπες που είχαν ζημιές (N = 8 5,6%). Ένας ιδιοκτήτης εταιρείας (0,7%) απέφυγε να απαντήσει αυτή την ερώτηση. Το προηγούμενο έτος, ο κύκλος εργασιών αυξήθηκε για το 81,9% (118) των εταιρειών και μειώθηκε για το 18,1% (26) αυτών. Ο αριθμός των ανθρώπων που διατήρησαν που διατήρησαν χρηματοοικονομική ρευστότητα ήταν 130 (90,3%), ενώ 13 (9%) δεν διατήρησαν ρευστότητα και ένας άνθρωπος (0,7%) δεν απάντησε. Η πλειοψηφία των συμμετεχόντων, 47,9% (69) πίστευαν ότι η επιχείρησή τους είχε μεγάλες πιθανότητες ανάπτυξης, ενώ το 43,8% (63) δήλωσαν ότι η επιχείρησή τους είχε μέτριες πιθανότητες ανάπτυξης, και το 7,6% (Jong & Hartog, 2007) πίστευαν ότι οι πιθανότητες ανάπτυξης τους ήταν μικρές. Ένας άνθρωπος (0,7%) δεν απάντησε σε αυτή την ερώτηση.

Η αναλύσεις της επιχειρηματικής επιτυχίας η οποία επετεύχθη από τους συμμετέχοντες μέσω των βραχυχρόνιων και μακροχρόνιων προοπτικών παρέχει ενδιαφέρουσες πληροφορίες. Για παράδειγμα, το 38,9% (56) των επιχειρηματιών των οποίων το επίπεδο επιχειρηματικής επιτυχίας ήταν χαμηλό όταν ξεκίνησαν την επιχείρησή τους δήλωσε παρόμοια χαμηλά επίπεδα επιτυχίας για το τελευταίο χρόνο λειτουργίας τους.

Αντιστοίχως, 31,9% (46) των οποίων το επίπεδο επιχειρηματικής επιτυχίας ήταν υψηλό στις αρχές της επιχείρησης τους δήλωσαν υψηλά επίπεδα επιτυχίας για το τελευταίο χρόνο λειτουργίας τους. Μια μειοψηφία ιδιοκτητών εταιριών πέτυχαν μεγαλύτερη επιτυχία στο βραχυχρόνιο ορίζοντα (δηλ. το τελευταίο χρόνο) αφού είχαν συναντήσει αρχικές δυσκολίες (N = 9 6.3%) ή αντιστρόφως, άρχισαν να αποτυγχάνουν βραχυχρόνια μετά από μια περίοδο αρχικής επιτυχίας (N = 15 10.4%). Λαμβάνοντας υπόψιν το αξίωμα στη βιβλιογραφία σχετικά με τη σημασία του επιπέδου της επιτυχίας μιας επιχείρησης στα πρώτα χρόνια λειτουργίας της ως προφήτη για την επιχειρηματική επιτυχία τα επόμενα χρόνια, η λογική υποδηλώνει ότι οι άνθρωποι που είναι επιτυχημένοι στην αρχή έχουν μεγαλύτερη ευκολία στην επίτευξη επιτυχίας στο μέλλον. Ωστόσο, οι περιπτώσεις στις οποίες η αποτυχία ακολουθεί την αρχική επιτυχία χρειάζονται πιο κοντινή εξέταση επειδή δημιουργούν μία άλλη ερευνητική προοπτική σχετικά με τις πιθανότητες πρόβλεψης της επιχειρηματικής επιτυχίας μέσω της ανάλυσης του επιπέδου λειτουργίας μιας επιχείρησης κατά το αρχικό στάδιο λειτουργίας της. Υπάρχει διαφορά μεταξύ των ανθρώπων που αποτυγχάνουν μετά από μια αρχική επιτυχία και αυτών που έχουν επιτυχίες μετά από μια περίοδο αρχικής αποτυχίας;

3.2 Εργαλεία

3.2.1. Ερωτηματολόγιο της Επιχειρηματικής Επιτυχίας (QES) (πειραματική έκδοση)

Αυτό είναι το εργαλείο αυτο-αναφοράς 50 στοιχείων του συγγραφέα για τη μέτρηση της επιχειρηματικής επιτυχίας των ανθρώπων που διοικούν μια επιχείρηση για περισσότερο από ένα έτος. Ο σκοπός του εργαλείου είναι η εφαρμογή του σε επιστημονικές (ειδικά ομαδικές) μελέτες. Το ερωτηματολόγιο, το οποίο αποτελείται από δύο μέρη, μετρά την επιτυχία βραχυπρόθεσμα (δηλαδή, τον τελευταίο χρόνο) και μακροπρόθεσμα (δηλαδή, από την ίδρυση της επιχείρησης εξαιρουμένου του προηγούμενου έτους). Η επιλογή των ερωτήσεων για κάθε μέρος του ερωτηματολογίου παρέχει υποκειμενικές και αντικειμενικές προοπτικές για την επιχειρηματική επιτυχία, συγκεκριμένα, υποκειμενικές βραχυπρόθεσμες και μακροπρόθεσμες και αντικειμενικές βραχυπρόθεσμες και μακροπρόθεσμες προοπτικές. Τα σκορ υπολογίζονται χωριστά για κάθε μέρος / προοπτική αθροίζοντας τα σημεία που δηλώνονται για όλα τα σχετικά στοιχεία, σύμφωνα με το κλειδί απόκρισης. Το άθροισμα των πόντων στα δύο μέρη αποτελεί έναν γενικό δείκτη επιχειρηματικής επιτυχίας σχετικής με την περίοδο από την έναρξη της επιχείρησης έως την ημέρα της μελέτης. Το σκορ κυμαίνεται από 50 έως 150, όπου μια υψηλότερη βαθμολογία δείχνει υψηλότερο επίπεδο επιχειρηματικής επιτυχίας. Το άτομο που ανταποκρίνεται στα στοιχεία πρέπει να διαλέξει ανάμεσα σε τρεις επιλογές, σίγουρα ναι, κάπως και σίγουρα όχι.

3.2.2. Απογραφή κινήτρων επιτεύγματος (AMI)

Το AMI είναι ένα εργαλείο 170-στοιχείων που αναπτύχθηκε από τους Schuler, Thornton, Frintrup και Prochaska και προσαρμόστηκε στα Πολωνικά από τους Klinkosz και Sękowski (2013). Αυτό το εργαλείο, το οποίο αποτελείται από 17 κλίμακες από δέκα στοιχεία εκ των οποίων το καθένα αντιστοιχεί σε 17 παρακινητικούς παράγοντες, μετρά το κίνητρο επίτευξης.

- 1) Ευελιξία - προθυμία για δράση σε νέες καταστάσεις και ετοιμότητα για αλλαγή
- 2) Αφοβία - έλλειψη φόβου αποτυχίας
- 3) Προτίμηση για δύσκολες εργασίες - επίπεδα απαιτήσεων και κινδύνων που επιλέγονται

- 4) Ανεξαρτησία - αυτονομία
- 5) Εμπιστοσύνη στην επιτυχία
- 6) Κυριαρχία
- 7) Προθυμία για μάθηση
- 8) Καθορισμός στόχων
- 9) Αντισταθμιστική προσπάθεια - η προσπάθεια που προκύπτει από το φόβο της αποτυχίας, εξυπηρετεί στο να ξεπεραστεί εποικοδομητικά ο φόβος
- 10) Προσανατολισμός κατάστασης - επιθυμία να επιτευχθεί υψηλό κύρος
- 11) Υπερηφάνεια για την παραγωγικότητα
- 12) Δέσμευση
- 13) Ανταγωνιστικότητα
- 14) Ροή - εστίαση σε εργασίες και προβλήματα χωρίς να αποσπάται η προσοχή
- 15) Εσωτερικότητα - γενικευμένη πεποίθηση ευθύνης για πρόκληση αποτελεσμάτων
- 16) Ανθεκτικότητα - αντοχή και δύναμη για εκτέλεση εργασιών ή ανάθεση αυτών σε άλλους για εκτέλεση
- 17) Αυτοέλεγχος - ικανότητα οργάνωσης και εκτέλεσης εργασιών. παρόμοιο με την επιμέλεια.

Ο ερωτώμενος λαμβάνει θέση σχετικά με κάθε δήλωση επιλέγοντας μια επιλογή από 1 (αυτό δεν με απασχολεί καθόλου) έως 7 (αυτό με αφορά πλήρως). Το σκορ για κάθε κλίμακα (εύρος από 10 έως 70) είναι το άθροισμα των πόντων που λαμβάνονται για τα στοιχεία που περιλαμβάνουν την υποκλίμακα. Το συνολικό σκορ είναι το άθροισμα όλων των βαθμολογιών για τις 17 κλίμακες. Η αξιοπιστία της κλίμακας για μια ομάδα εργαζομένων η οποία βασίζεται στο alpha του Cronbach κυμαινόταν από 0,68 και 0,84. Όσον αφορά τη συνολική βαθμολογία για τη συγκεκριμένη ομάδα, η ευθύνη ήταν 0,96.

3.2.3. Κλίμακα Αποτελεσματικότητας της Επιχειρηματικότητας (EES)

Αυτό είναι ένα όργανο 21 στοιχείων που αναπτύχθηκε από τον Laguna (2006) το οποίο μετρά την αποτελεσματικότητα ενός ατόμου όταν αυτό συμμετέχει σε ενέργειες που σχετίζονται με την έναρξη μιας επιχείρησης. Το ερωτηματολόγιο περιελάμβανε τρεις υποκατηγορίες, συγκεκριμένα, την αποτελεσματικότητα της συλλογής πληροφοριών αγοράς (έξι στοιχεία), την χρηματοοικονομική και νομική αποτελεσματικότητα (πέντε στοιχεία) και την αποτελεσματικότητα της επιχειρηματικής δραστηριότητας (δέκα στοιχεία). Οι βαθμολογίες σε ολόκληρο το ερωτηματολόγιο και στις ξεχωριστές υποκατηγορίες είναι ένα άθροισμα των πόντων διαιρούμενο με τον αριθμό των δηλώσεων. Με αυτόν τον τρόπο, μπορεί να υπολογιστεί η μέση ένταση της πεποίθησης σχετικά με την αποτελεσματικότητα κάποιου σε ένα δεδομένο τομέα. Όσο υψηλότερη είναι η βαθμολογία, τόσο μεγαλύτερη είναι η ένταση της πεποίθησης. Οι ερωτηθέντες ήταν υποχρεωμένοι να σημειώσουν τις απαντήσεις τους σε μια κλίμακα 100 βαθμών, όπου το 0 δείχνει «Δεν μπορώ να το κάνω καθόλου» και το 100 σημαίνει «Είμαι βέβαιος ότι μπορώ να το κάνω.» Η αξιοπιστία της κλίμακας όπως μετρήθηκε από το alpha του Cronbach ήταν 0,96 και ο συντελεστής αξιοπιστίας split-half του Guttman ήταν 0,87.

3.2.4 Κλίμακα Αυτοεκτίμησης (SES)

Αυτό είναι ένα εργαλείο δέκα στοιχείων που αναπτύχθηκε από τον Rosenberg και προσαρμόστηκε στα Πολωνικά από τους Dzwonkowska, Lachowicz-Tabaczek και Laguna (2007) για τη μέτρηση της αυτοεκτίμησης. Το καθήκον του ερωτώμενου είναι να πάρει

θέση σε κάθε δήλωση επιλέγοντας μία από τις τέσσερις απαντήσεις που κυμαίνονται από «σίγουρα συμφωνώ» έως «σίγουρα διαφωνώ». Το συνολικό σκορ είναι το άθροισμα των πόντων που λαμβάνονται για κάθε τεστ. Η γενική βαθμολογία κυμαίνεται από 10 έως 40 πόντους, όπου τα υψηλότερα σκορ δείχνουν υψηλότερα επίπεδα γενικής αυτοεκτίμησης. Η αξιοπιστία της κλίμακας σύμφωνα με το alpha του Cronbach κυμαίνεται από 0,81 έως 0,83.

3.2.5 Γενική Κλίμακα Αυτοαποτελεσματικότητας (GSES)

Αυτό είναι ένα εργαλείο δέκα στοιχείων που αναπτύχθηκε από τον Schwarzer, Jerusalem και Juczyński (2012) για να μετρήσει το βάθος της γενικής πεποίθησης ενός ατόμου για την αποτελεσματικότητά του στο να αντιμετωπίζει δύσκολες καταστάσεις και εμπόδια. Η κλίμακα είναι χρήσιμη για ατομικές και ομαδικές μελέτες που εξετάζουν υγιείς και μη ενήλικες. Το καθήκον του ερωτώμενου είναι να εκφράσει τη γνώμη του σχετικά με κάθε δήλωση επιλέγοντας μία από τις τέσσερις επιλογές (όχι, κάπως όχι, κάπως ναι και ναι). Η συνολική βαθμολογία είναι ο γενικός δείκτης της αποτελεσματικότητας ενός ατόμου με βάση το άθροισμα όλων των πόντων. Ο αριθμός των πόντων κυμαίνεται από 10 έως 40, όπου οι υψηλότερες βαθμολογίες δείχνουν μεγαλύτερη ένταση της αποτελεσματικότητας ενός ατόμου. Η αξιοπιστία του ερωτηματολογίου σύμφωνα με το alpha του Cronbach ήταν 0,85.

3.2.6 Δελτίο δεδομένων προσωπικών στοιχείων

Αυτό είναι το εργαλείο του συγγραφέα για τη συλλογή κοινωνικο-δημογραφικών δεδομένων σχετικά με τον επιχειρηματία, όπως το φύλο, η ηλικία και η ηλικία κατά την έναρξη της επιχείρησης, καθώς και δεδομένα για την εταιρεία, όπως το έτος ίδρυσης της επιχείρησης, περιφέρεια του εγγεγραμμένου γραφείου, αριθμός υπαλλήλων, πεδίο δραστηριοτήτων.

4. Αποτελέσματα

Λόγω του ορίου των λέξεων που επιτρέπεται να χρησιμοποιηθούν, αυτό το έγγραφο παρουσιάζει μόνο ένα μέρος των αποτελεσμάτων της έρευνας, συμπεριλαμβανομένων περιγραφικών στατιστικών και συντελεστών διακριτικής ισχύος των στοιχείων δοκιμής, περιγραφικών στατιστικών και παραμέτρων της κατανομής της γενικής βαθμολογίας και των βαθμολογιών από ποικίλες οπτικές, αλληλεπιδράσεις, αξιοπιστία και αναλύσεις θεωρητικής ακρίβειας (με GSES, EES και SES). Οι αναλύσεις της θεωρητικής ακρίβειας με χρήση AMI δεν εμφανίζονται σε αυτό το άρθρο. Το άρθρο «Επιχειρηματική επιτυχία έναντι κινήτρου επίτευξης - Προκαταρκτική έκθεση σχετικά με μια μελέτη επικύρωσης του ερωτηματολογίου της επιχειρηματικής επιτυχίας» περιγράφει αυτό το θέμα.

Αρχικά, υπολογίστηκαν οι τιμές των περιγραφικών στατιστικών των μεμονωμένων στοιχείων, συμπεριλαμβανομένων του ελαχίστου, του μέγιστου, του αριθμητικού μέσου, της τυπικής απόκλισης, της ασυμμετρίας, της κέρτωσης και των συντελεστών διακριτικής ισχύος, δηλαδή των συντελεστών συσχέτισης ενός στοιχείου με τη γενική βαθμολογία προσαρμοσμένη με τον αποκλεισμό του στοιχείου δοκιμής (Πίνακας 1). Οι ληφθείσες τιμές περιγραφικών στατιστικών στοιχείων δοκιμής νούμερο 1, 2, 5, 7, 9, 11, 12, 13, 14, 17, 18, 22, 23, 24, 25, 28, 30, 32, 34, 35, 36, 37, 38, 41, 42, 46, 47 και 48 δείχνουν ότι τα μέσα αποτελέσματα για αυτά τα στοιχεία μετατοπίζονται προς τα δεξιά σε σχέση με τη μέση θεωρητική κλίμακα για αποκρίσεις που κυμαίνονται από ένα έως τρία, ενώ για τα στοιχεία

δοκιμής νούμερο 3, 4, 6, 8, 10, 15, 16, 19, 20, 21, 26, 27, 29, 31, 33, 39, 40, 43, 44, 45, 49 και 50, η αλλαγή είναι αριστερά σε σχέση με το μέσο όρο. Επιπλέον, οι τιμές της ασυμμετρίας επιβεβαιώνουν αυτά τα ευρήματα.

Ωστόσο, στη δεύτερη ομάδα στοιχείων, η θετική τιμή της ασυμμετρίας δείχνει ότι η κατανομή είναι δεξιά-λοξή. Τέτοιες παράμετροι διανομής είναι δικαιολογημένες εάν λάβουμε υπόψη την ιδιαιτερότητα της ομάδας που μελετάται, δηλαδή, μια ομάδα ανθρώπων που πέτυχαν σχετική επιτυχία και κατάφεραν να μείνουν στην αγορά για τουλάχιστον τέσσερα χρόνια, καθώς σημείωσαν υψηλότερη βαθμολογία σε ερωτήσεις σχετικά με το επίπεδο της ικανοποίησης με την ανάπτυξη της επιχείρησης, τα κέρδη, τον αριθμό των πελατών, κ.λ.π. Ταυτόχρονα, αυτοί οι άνθρωποι σημείωσαν χαμηλές βαθμολογίες σε ερωτήσεις που θα απαιτούσαν αντίστροφη βαθμολογία, για παράδειγμα, «Τον τελευταίο χρόνο, η οικονομική κατάσταση της εταιρείας μου ήταν κακή». Έτσι, οι χαμηλές βαθμολογίες σε αυτό το στοιχείο δείχνουν έναν υψηλότερο δείκτη επιχειρηματικής επιτυχίας.

Πίνακας 1

Περιγραφικά στατιστικά στοιχεία και διακριτικοί συντελεστές ισχύος των στοιχείων δοκιμής του Ερωτηματολογίου Επιχειρηματικής Επιτυχίας.

Στοιχείο Δοκιμής	Min	Max	M	TA (SD)	Ασυμμετρία	Κέρτωση	Διακριτική Ισχύς
1	1	3	2.41	0.62	-0.54	-0.60	0.54
2	1	3	2.41	0.68	-0.71	-0.60	0.40
3	1	3	1.31	0.69	1.91	1.86	0.28
4	1	3	1.66	0.89	0.73	-1.33	0.69
5	1	3	2.24	0.70	-0.38	-0.92	0.50
6	1	3	1.69	0.91	0.65	-1.49	0.60
7	1	3	2.56	0.74	-1.34	0.19	0.21
8	1	3	1.44	0.60	1.00	0.01	-0.61
9	1	3	2.13	0.59	-0.04	-0.22	0.50
10	1	3	1.51	0.78	1.10	-0.47	0.20
11	1	3	2.19	0.96	-0.40	-1.82	0.54
12	1	3	2.25	0.63	-0.25	-0.63	0.49
13	1	3	2.11	0.83	-0.23	-1.50	0.42
14	1	3	2.56	0.63	-1.13	0.18	0.36
15	1	3	1.17	0.48	2.81	7.13	-0.20
16	1	3	1.15	0.43	2.94	8.25	-0.21
17	1	3	2.67	0.63	-1.76	1.76	0.42
18	1	3	2.48	0.73	-1.04	-0.36	0.31
19	1	3	1.69	0.89	0.65	-1.43	-0.40
20	1	3	1.69	0.81	0.62	-1.19	-0.58
21	1	3	1.74	0.87	0.53	-1.47	0.55
22	1	3	2.65	0.60	-1.52	1.27	0.47
23	1	3	2.27	0.68	-0.40	-0.82	0.46
24	1	3	2.53	0.58	-0.80	-0.35	0.48
25	1	3	2.37	0.59	-0.31	-0.68	0.45
26	1	3	1.66	0.88	0.73	-1.32	0.45
27	1	3	1.81	0.93	0.40	-1.73	0.62
28	1	3	2.27	0.63	-0.28	-0.63	0.55
29	1	3	1.83	0.91	0.35	-1.71	0.56
30	1	3	2.54	0.74	-1.26	0.02	0.24
31	1	3	1.29	0.58	1.90	2.53	-0.45
32	1	3	2.25	0.54	0.14	-0.31	0.53
33	1	3	1.63	0.83	0.78	-1.09	0.24
34	1	3	2.20	0.97	-0.41	-1.82	0.40
35	1	3	2.44	0.58	-0.42	-0.74	0.57
36	1	3	2.16	0.64	-0.16	-0.62	0.41
37	1	3	2.19	0.77	-0.34	-1.25	0.39
38	1	3	2.45	0.65	-0.75	-0.50	0.17
39	1	3	1.30	0.57	1.77	2.15	-0.23
40	1	3	1.17	0.48	2.89	7.58	-0.23
41	1	3	2.71	0.60	-1.97	2.65	0.30
42	1	3	2.35	0.72	-0.62	-0.83	0.27
43	1	3	1.84	0.89	0.32	-1.68	-0.34
44	1	3	1.62	0.69	0.67	-0.70	-0.47
45	1	3	1.87	0.88	0.25	-1.66	0.39
46	1	3	2.51	0.64	-0.97	-0.14	0.61
47	1	3	2.26	0.60	-0.19	-0.54	0.48
48	1	3	2.80	0.50	-2.45	5.24	0.27
49	1	3	1.46	0.78	1.29	-0.08	-0.43
50	1	3	1.41	0.72	1.44	0.52	0.38

Μια ανάλυση της διακριτικής ισχύος των στοιχείων δοκιμής αποκαλύπτει δηλώσεις που σχετίζονται σχετικά ασθενώς με τον γενικό δείκτη της επιχειρηματικής επιτυχίας. Μια αυθαίρετα καθορισμένη τιμή της διακριτικής ισχύος μικρότερη από 0,3 καθόριζε εάν ένα στοιχείο είχε συμπεριληφθεί στην κλίμακα. Τα στοιχεία με διακριτική ισχύ μικρότερη από 0,3 δεν υποβλήθηκαν σε περαιτέρω ανάλυση, κάτι το οποίο είχε ως αποτέλεσμα τη μείωση του αριθμού των στοιχείων δοκιμής κατά 12 (επισημαίνονται με γκρι χρώμα στον

Πίνακα 1). Ως εκ τούτου, το τελικό εργαλείο περιελάμβανε 38 στοιχεία: 18 στοιχεία συμπεριλήφθηκαν στο πρώτο μέρος (δηλ.βραχυπρόθεσμα) και 20 αντικείμενα συμπεριλήφθηκαν στο δεύτερο μέρος (δηλ.

Κλίμακα	GSES	SES	Αποτελεσματικότητα συλλογής πληροφοριών	Χρηματοοικονομική και νομική αποτελεσματικότητα	Αποτελεσματικότητα δραστηριότητας	Αποτελεσματική επιχειρηματικότητα	Αριθμός υπαλλήλων
SSK	0.30*	0.21*	0.16	0.14	0.19*	0.18*	0.28*
SSD	0.27*	0.15	0.14	0.05	0.14	0.17*	0.22*
SOK	0.22*	0.23*	0.17*	0.14	0.13	0.12	0.50*
SOD	0.27*	0.13	0.19*	0.20*	0.23*	0.23*	0.64*
SK	0.27*	0.24*	0.17	0.08	0.15	0.15	0.47*
SD	0.27*	0.16	0.23*	0.22*	0.24*	0.26*	0.58*
Συνολικό σκορ	0.28*	0.22*	0.24*	0.16*	0.22*	0.23*	0.56*

* SSK - υποκειμενική επιχειρηματική επιτυχία από βραχυπρόθεσμη προοπτική. * SSD - υποκειμενική επιχειρηματική επιτυχία από μακροπρόθεσμη προοπτική. * SOK - αντικειμενική επιχειρηματική επιτυχία από βραχυπρόθεσμη προοπτική. * SOD - αντικειμενική επιχειρηματική επιτυχία από μακροπρόθεσμη προοπτική. * SK - βραχυπρόθεσμη επιτυχία (αντικειμενική και υποκειμενική). SD - μακροπρόθεσμη επιτυχία (αντικειμενική και υποκειμενική).

Πίνακας 3

Πίνακας διασυσχέτισης (Spearman's rho) μεταξύ των αποτελεσμάτων «από διάφορες οπτικές γωνίες» και της συνολικής βαθμολογίας στο QES.

Κλίμακα	SSK	SSD	SOK	SOD	SK	SD	Συνολικό Σκορ
SSK	-	0.64 ^a	0.63 ^a	0.45 ^a	0.81 ^a	0.60 ^a	0.77 ^a
SSD	-	-	0.44 ^a	0.47 ^a	0.53 ^a	0.76 ^a	0.68 ^a
SOK	-	-	-	0.68 ^a	0.96 ^a	0.69 ^a	0.91 ^a
SOD	-	-	-	-	0.65 ^a	0.93 ^a	0.83 ^a
SK	-	-	-	-	-	0.71 ^a	0.94 ^a
SD	-	-	-	-	-	-	0.91 ^a

^a Σημαντική συσχέτιση στο επίπεδο 0,05

Πίνακας 4

Συντελεστές αξιοπιστίας Cronbach's alpha για το συνολικό σκορ και τις βαθμολογίες από διάφορες προοπτικές.

Κλίμακα	alpha
SSK	0.77
SSD	0.84
SOK	0.81
SOD	0.81
SK	0.86
SD	0.87
Συνολικό σκορ	0.92

μακροπρόθεσμα)

του

ερωτηματολογίου.

Στη συνέχεια, υπολογίστηκαν τα περιγραφικά στατιστικά στοιχεία για τη γενική βαθμολογία και τις βαθμολογίες από διαφορετικές προοπτικές (Πίνακας 2). Επειδή οι βαθμολογίες σχετικά με τις διαφορετικές προοπτικές και τη γενική βαθμολογία έχουν αριστερή λοξή διανομή, περισσότερες βαθμολογίες υπάρχουν στη δεξιά πλευρά του πίνακα. Η δοκιμή Kolmogorov – Smirnov έδειξε ότι η πλειονότητα των βαθμολογιών ήταν στατιστικά σημαντικές, υποδηλώνοντας έτσι μια κατανομή διαφορετική από την κανονική, με εξαίρεση τη μακροπρόθεσμη υποκειμενική επιχειρηματική επιτυχία, τη μακροπρόθεσμη επιτυχία και το γενικό δείκτης επιτυχίας.

Μια ανάλυση των πινάκων διασυσχέτισης επιβεβαιώνει ότι οι δομές υπό ανάλυση σχετίζονται μεταξύ τους και υποδηλώνει ότι είναι σχετικά ανεξάρτητες η μία από την άλλη. Ταυτόχρονα, οι υψηλές τιμές των συντελεστών συσχέτισης (δηλαδή, του Spearman's rho) αντικατοπτρίζουν την εσωτερική συνοχή της κλίμακας (Πίνακας 3).

Η μέθοδος εσωτερικής συνέπειας καθόρισε την αξιοπιστία. Ο Πίνακας 4 παρουσιάζει τις τιμές του Cronbach's alpha, δείχνοντας ένα ικανοποιητικό επίπεδο αξιοπιστίας.

Οι πίνακες συσχέτισεων Spearman rho χρησιμοποιούνται για να ελέγξουν τη θεωρητική ακρίβεια με βάση μια ανάλυση συσχετισμών μεταξύ της επιχειρηματικής επιτυχίας και της γενικευμένης αίσθησης της αποτελεσματικότητας ενός ατόμου, της αυτοεκτίμησης, της αίσθησης της επιχειρηματικής αποτελεσματικότητας και του αριθμού των υπαλλήλων (Πίνακας 5). Οι συντελεστές συσχέτισης αποκαλύπτουν θετικούς και κατά κύριο λόγο στατιστικά σημαντικούς συσχετισμούς μεταξύ της επιχειρηματικής επιτυχίας και των παραπάνω μεταβλητών. Επιπλέον, τα αποτελέσματα μιας συγκριτικής ανάλυσης, η δοκιμή Kruskal-Wallis, που αποκαλύπτει τους συσχετισμούς μεταξύ του γεωγραφικού εύρους της λειτουργίας μιας επιχείρησης (δηλ. τοπικής, περιφερειακής, εθνικής (Πολωνικής) εμβέλειας και διεθνούς) και της επιχειρηματικής επιτυχίας δείχνουν ότι οι εταιρείες που λειτουργούν διεθνώς, κατά μέσο όρο, πέτυχαν μεγαλύτερη επιτυχία σε σύγκριση με εκείνες που λειτουργούσαν σε τοπικό, περιφερειακό ή εθνικό επίπεδο

(τετράγωνο = 8,68, $P = 0,034$). Αυτά τα δεδομένα υποδηλώνουν ότι η κλίμακα είναι ακριβής.

5. Συμπεράσματα

Λόγω του περιορισμού του αριθμού λέξεων, αυτό το άρθρο παρουσιάζει μόνο μέρος των ευρημάτων (εξαιρουμένων των αναλύσεων των αποτελεσμάτων AMI) από την έρευνα σχετικά με τις ψυχομετρικές παραμέτρους ενός νέου εργαλείου για τη μέτρηση της επιχειρηματικής επιτυχίας. Η πρόθεση ήταν να σχεδιαστεί μια μέθοδος που περιλάμβανε τόσο υποκειμενικούς όσο και αντικειμενικούς δείκτες επιχειρηματικής επιτυχίας και που επέτρεπε την ποσοτική μέτρηση αυτής της επιτυχίας. Μια αρχική ανάλυση των ψυχομετρικών παραμέτρων αποκαλύπτει ότι η πειραματική έκδοση του QES (χωρίς τα στοιχεία να εξαλειφθούν λόγω της χαμηλής διακριτικής ισχύος) είναι εξαιρετικά αξιόπιστη. Ο προσδιορισμός της θεωρητικής ακρίβειας αποκάλυψε τους αναμενόμενους συσχετισμούς με άλλους δείκτες επιχειρηματικής επιτυχίας, συμπεριλαμβανομένων των EES, SES και GSES, που παρέχει μια καλή βάση για περαιτέρω διερεύνηση του ερωτηματολογίου και εισάγει μια νέα προοπτική μελέτης που περιλαμβάνει τη συγκριτική έρευνα για την οικογενειακή συσχέτιση της επιχειρηματικής επιτυχίας μεταξύ ομάδων δυνητικών επιχειρηματιών, επιχειρηματιών που απολαμβάνουν υψηλό επίπεδο επιτυχίας και εκείνων που έχουν αποτύχει. Ένας άλλος ενδιαφέρων ερευνητικός τομέας στην προσέγγιση συστημικής ολοκλήρωσης είναι η συγκριτική ανάλυση τεσσάρων ομάδων επιχειρηματιών που προσδιορίζονται από το QES, δηλαδή εκείνων που 1) ήταν επιτυχημένοι από την αρχή (δηλαδή, από την έναρξη της επιχείρησής τους). 2) ήταν αρχικά επιτυχημένοι αλλά η κατάσταση τους αργότερα επιδεινώθηκε. 3) αντιμετώπισαν αρχική δυσκολία αλλά είχαν επιτυχία αργότερα. και 4) αντιμετώπισαν δυσκολία στην αρχή και συνέχισαν, από τη στιγμή της έρευνας, να αντιμετωπίζουν δυσκολίες.

Είναι σημαντικό να αναπτυχθεί ένα καλό, αξιόπιστο, ακριβές και χρήσιμο μέτρο επιχειρηματικής επιτυχίας, ιδίως λαμβάνοντας υπόψη ότι η βιβλιογραφία δεν διαθέτει τέτοια μέθοδο και ότι το επιχειρηματικό θεωρητικό πλαίσιο είναι σχετικά αδύναμο σε σχέση με τους επιχειρηματικούς ορισμούς και δείκτες. Προτείνουμε ότι η ανάπτυξη μιας υψηλής ποιότητας ψυχομετρικής κλίμακας είναι το πρώτο βήμα για να ξεπεραστεί αυτό το εμπόδιο. Επιπλέον, υποστηρίζουμε ότι ένα πρωταρχικό πλεονέκτημα αυτής της μελέτης και ένας λόγος για τον οποίο η μελέτη είναι τόσο ενδιαφέρουσα είναι ότι ανοίγουμε ένα νέο δρόμο για συζήτηση σχετικά με την επιχειρηματική επιτυχία στην οποία υποκειμενικοί δείκτες και αντικειμενικές προοπτικές διερευνούνται ταυτόχρονα.

Ωστόσο, τονίζουμε ότι αυτό το έγγραφο αναφέρει ευρήματα από ένα αρχικό στάδιο ψυχομετρικής ανάλυσης του QES και πως απαιτούνται περαιτέρω μελέτες για την ανάπτυξη αυτής της κλίμακας. Κατά συνέπεια, άλλα δείγματα μελέτης (π.χ. νέοι / ηλικιωμένοι επιχειρηματίες και διάφοροι κλάδοι επιχειρηματιών) θα πρέπει να εξεταστούν για να επιβεβαιωθούν οι ψυχομετρικές ιδιότητες του QES και η χρησιμότητά τους. (Απάντηση στην ερώτηση 3)

Ερωτήσεις πάνω στο κείμενο

- 1) Γιατί είναι σημαντικό να υπάρχει εργαλείο μέτρησης της επιχειρηματικής επιτυχίας; (Υπογραμμισμένο κομμάτι 1)
- 2) Ποιοι είναι οι βασικότεροι δείκτες μέτρησης επιχειρηματικής επιτυχίας; (Υπογραμμισμένο κομμάτι 2)
- 3) Είναι αξιόπιστο εργαλείο το ερωτηματολόγιο επιχειρηματικής επιτυχίας; (Υπογραμμισμένο κομμάτι 3)

Πηγές

- Adekunle, B. (2011). Determinants of microenterprise performance in Nigeria. *International Small Business Journal*, 29(4), 360–373.
- Alstete, J. W. (2008). Aspects of entrepreneurial success. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(3), 584–594.
- Altinay, L., & Altinay, E. (2006). Determinants of ethnic minority entrepreneurial growth in the catering sector. *The Service Industries Journal*, 26(2), 203–221.
- Baron, R. A., & Henry, R. A. (2011). Entrepreneurship: The genesis of organizations. In S. Zedeck (Ed.), *APA handbook of industrial and organizational psychology* (pp. 241–273). Washington, DC: APA.
- Chen, C. C., Greene, P. G., & Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 13(4), 295–316.
- Coase, R. H. (1937). The nature of the firm. *Economica*, 4, 386–405.
- Cope, J. (2005). Toward a dynamic learning perspective of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29, 373–397.
- Coy, S. P., Shipley, M. F., Omer, K., & Rao, N. A. (2007). Factors contributory to success: A study of Pakistan's small business owners. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 12(2), 198–189.
- Davidsson, P., & Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(3), 301–331.
- Dzwonkowska, I., Lachowicz-Tabaczek, K., & Laguna, M. (2007). Skala samooceny SES Morrisa Rosenberga—polska adaptacja metody. *Psychologia Społeczna*, 2(2), 164–176.
- Fisher, R., Maritz, A., & Lobo, A. (2014). Evaluating entrepreneurs' perception of success: Development of a measurement scale. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 20(5), 478–492.
- Greve, A., & Salaff, J. W. (2003). Social networks and entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(1), 1–22.
- Jong, J. P. J., & Hartog, D. N. D. (2007). How leaders influence employees' innovative behavior. *European Journal of Innovation Management*, 10(1), 41–64.
- Juczyński, Z. (2012). *□arzędzia Pomiaru w Promocji i Psychologii Zdrowia [Diagnostic Tools in Health Promotion and Psychology]*. Warszawa: Pracownia Testów Psychologicznych

Polskiego Towarzystwa Psychologicznego.

Klinkosz, W., & Sękowski, A. E. (2013). LMI. Inwentarz Motywacji osiągnięć H. Schulera,

G.C. Thorntona, A. Frintrupa & M. Prochaski [Achievement Motivation Inventory by H. Schulera, G.C. Thornton, A. Frintrup & M. Prochaska]. Warszawa: Pracownia Testów Psychologicznych Polskiego Towarzystwa Psychologicznego.

Kozan, M. K., Oksoy, D., & Ozsoy, O. (2006). Growth plans of small business in Turkey: Individual and environmental influences. *Journal of Small Business Management*, 11(4), 129–144.

Kumar, M. (2007). Explaining entrepreneurial success: a conceptual model. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 13(1), 57–78.

Łaguna, M. (2006). Skala Skuteczności przedsiębiorczej SSP [Development and psychometric properties of entrepreneurial self-efficacy scale]. *Roczniki Psychologiczne*, IX, 123–103.

McClelland, D. C., Atkinson, J. W., Clark, R. A., & Lowell, E. L. (1953). The achievement motive.

Munish, K. (2007). Explaining entrepreneurial success: A conceptual model. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 13(1), 57–78.

Murray, H. A. (1938). *Explorations in personality*.

Nishimura, J. S., & Tristan, O. M. (2011). Using the theory of planned behavior to predict

nascent entrepreneurship. *Academia*, 46, 55–71.

Pruett, M., Shinnar, R., Toney, B., Llopis, F., & Fox, J. (2009). Explaining entrepreneurial

intentions of university students: A cross-cultural study. *International Journal of*

Entrepreneurial Behavior and Research, 15(6), 571–594.

Rauch, A., & Frese, M. (2000). Psychological approaches to entrepreneurial success. A

general model and an overview of findings. In C. L. Cooper, & I. T. Robertson (Eds.). *International review of industrial and organizational psychology* (pp. 101–142). Chichester: Wiley.

Sarasvathy, S. D., Menon, A. R., & Kuechle, G. (2013). Failing firms and successful entrepreneurs: Serial entrepreneurship as a temporal portfolio. *Small Business Economics*, 40(2), 417–434.

Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Unger, J., Rauch, A., Frese, M., & Rosenbusch, N. (2011). Human capital and entrepreneurial success: A meta-analytical review. *Journal of Business Venturing*, 26(3), 358–341

Yusuf, A. (1995). Critical success factors for small business: Perceptions of South Pacific entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, 33(2), 68–73.

Zafir, M. M., & Fazilah, M. H. (2011). Entrepreneurial success: An exploratory study among entrepreneurs. *International Journal of Business and Management*, 6(1), 125–116

Zahidy, A.-H., Noor, A. A., & Shahryar, S. (2015). Predictors for the success and survival of entrepreneurs in the construction industry. *International Journal of Engineering Business Management*, 7, 1–12.