

MARIOLA ŁAGUNA

## SKALA SKUTECZNOŚCI PRZEDSIĘBIORCZEJ SSP<sup>1</sup>

Przekonanie o własnej skuteczności może odnosić się do różnych obszarów funkcjonowania, różnych zadań. Artykuł prezentuje skalę do pomiaru przekonania o skuteczności w podejmowaniu działań związanych z zakładaniem własnej firmy. Została ona opracowana na podstawie dwukrotnego badania grupy 315 potencjalnych przedsiębiorców. Wyniki analizy czynnikowej pozwoliły na wyodrębnienie trzech węższych obszarów skuteczności przedsiębiorczej: przekonania o skuteczności w zbieraniu informacji rynkowych, w podejmowaniu aktywności przedsiębiorczej oraz przekonania o skuteczności finansowo-prawnej. Metoda uzyskała wysoki wskaźnik zgodności wewnętrznej –  $\alpha$  Cronbacha 0,96. Jej pozytywne korelacje z dotychczasowym doświadczeniem, a także z wynikami Skali Uogólnionej Własnej Skuteczności GSES, Skali Samooceny SES, Testu Orientacji Życiowej LOT-R, Kwestionariusza Nadziei na Sukces KNS oraz istotnie wyższe wyniki u osób, które zamierzają założyć własną firmę, pozwalają uznać ją za trafne narzędzie oceny przekonania o skuteczności przedsiębiorczej.

**Słowa kluczowe:** przekonanie o skuteczności, skuteczność przedsiębiorcza, przedsiębiorczość, metody badania osobowości.

---

DR MARIOLA ŁAGUNA, Instytut Psychologii KUL, Al. Raławickie 14, 20-950 Lublin.

<sup>1</sup> Gorąco dziękuję trzem anonimowym Recenzentom za ich cenne uwagi, które pozwoliły na poprawienie wcześniejszej wersji tekstu. Bardzo dziękuję także Panu Rafałowi Gorczycy za przeprowadzenie analiz dotyczących stałości struktury czynnikowej skali.

Badania finansowane ze środków budżetowych na naukę w latach 2005-2007 jako projekt badawczy nr 1 H01F 035 28.

## I. TEORETYCZNE PODSTAWY SKALI

### 1. *Przekonanie o własnej skuteczności*

Przekonanie o własnej skuteczności (*self-efficacy*) to kluczowe pojęcie koncepcji społeczno-poznawczej opracowanej przez A. Bandurę. Odnosi się ono do sądów, jakie ludzie formułują na temat swoich umiejętności działania w określonej sytuacji lub wobec określonego zadania (Bandura, 1997). Jest to subiektywne przeświadczenie o tym, że potrafię poradzić sobie z czymś, a nie określenie rzeczywistych kompetencji w danej dziedzinie. W polskich tłumaczeniach tego terminu można spotkać różne określenia używane zamiennie: poczucie własnej skuteczności, poczucie własnej kompetencji, poczucie osobistej skuteczności, przekonania na temat własnej kompetencji, spostrzeganie własnej skuteczności, sądy na temat własnej skuteczności (Zakrzewski, 1987; Pervin, 2002; Pervin, John, 2002). Wydaje się jednak, że termin „przekonanie o własnej skuteczności” najlepiej oddaje poznawczy charakter tego konstruktów oraz jego miejsce jako jednego z sądów odnoszących się do Ja (por. Oleś, 2003, s. 213).

Ta subiektywna ocena okazuje się jednym z kluczowych wyznaczników podejmowanych decyzji, wyborów, działań. Zdaniem Bandury (1986, 2000) wyniki, jakich ludzie oczekują, zależą w dużej mierze od ich sądów co do tego, na ile dobrze potrafią działać, radzić sobie w danej sytuacji. Osoby z dużym przeświadczeniem o efektywności oczekują, że osiągną zadowalający wynik poprzez dobre działanie; osoby z niskim poziomem tych przekonań wyłączają z analizy wiele możliwości, nie zajmują się nawet analizowaniem ich kosztów i korzyści. Wyniki badań potwierdzają tezy wysunięte przez Bandurę (przegląd i dyskusja najnowszych badań w: Bandura, Locke, 2003). Spostrzeganie siebie jako osoby skutecznej w danej dziedzinie sprzyja podejmowaniu zadań o wysokim poziomie trudności, pozwala także określić, jak duży wysiłek będzie wkładany w daną aktywność i jak długo będzie on podtrzymywany mimo napotykaných przeszkód, co może przyczynić się do osiągnięcia sukcesu w działaniu (Bandura, 1986, 2001; Stajkovic, Luthans, 1998; Pajares, 2002). Przekonania o własnej skuteczności kształtują także to, czy ludzie zwracają uwagę na możliwości czy też na przeszkody obecne w zdarzeniach swojego życia oraz na ile groźne wydają im się te przeszkody. Osoby o wysokiej skuteczności skupiają się na możliwościach, które warto realizować, i spostrzegają przeszkody jako możliwe do przewyciężenia. Osoby osaczone przez zwątpienie w siebie skupiają się na przeciwnościach, które widzą jako przeszkody, nad którymi mogą sprawować niewielką kontrolę, i łatwo

przekonują same siebie o daremności wysiłku. Osiągają ograniczony sukces nawet w okolicznościach, które dostarczają wielu możliwości (Krueger, Dickson, 1994).

Wyniki dotychczasowych badań potwierdzają, że wiele naszych decyzji, w tym także wybór zawodu, decyzja o założeniu własnej firmy, zależy w pewnym stopniu od przekonań na własny temat, a zwłaszcza od przekonania o własnej skuteczności (Chen, Greene, Crick, 1998; Bandura, 2000; Krueger, Reilly, Carsrud, 2000).

## 2. Przekonanie o skuteczności przedsiębiorczej

Pojęcie przekonania o własnej skuteczności odnosi się do specyficznego zadania, jednak poziom tej specyficzności może różnić się w różnych dziedzinach (Bandura, 1986, 1997). Definiując je, najczęściej mówi się o spostrzeganej zdolności wykonania konkretnego zadania (*task*). Jednak to pojęcie odnosi się także do radzenia sobie z określonym wydarzeniem (*event*), które może obejmować dość szeroki zakres, aż po np. wybór kariery zawodowej (Wood, Bandura, 1989).

Takim stosunkowo specyficznym sądem jest przekonanie o własnej skuteczności jako przedsiębiorcy (*entrepreneurial self-efficacy*). Można je zdefiniować jako siłę przekonania osoby, że jest ona w stanie skutecznie wykonywać różne zadania i podejmować różne role związane z przedsiębiorczością (Chen, Greene, Crick, 1998).

Można więc mówić o różnych poziomach ogólności-specyficzności w ocenie siebie – od uogólnionego przekonania o skuteczności niezależnego od sytuacji (por. Jerusalem, Schwarzer, 1992) poprzez przekonanie o skuteczności w węższej dziedzinie, jaką jest przedsiębiorczość, aż do przekonania o skuteczności w radzeniu sobie z wąskimi zadaniami, np. znalezieniem lokalu dla swojej firmy. Takie hierarchiczne podejście często spotykane jest w innych badaniach, np. nad osiągnięciami szkolnymi (Skaalvik, Skaalvik, 2004).

Rola przekonań o własnej skuteczności w podejmowaniu działalności gospodarczej podkreślana jest coraz wyraźniej zarówno w badaniach empirycznych, jak i ujęciach teoretycznych opisujących wyznaczniki sukcesu przedsiębiorczego (Markman, Baron, 2003; Shane, Locke, Collins, 2003; Shook, Priem, McGee, 2003; Vecchio, 2003). Shapero (1982) i Ajzen (1991), a następnie Krueger (2000) w swoim integrującym modelu włączyli przekonanie o skuteczności jako jeden z kluczowych wyznaczników intencji przedsiębiorczej. Badania empiryczne po-

twierdziły istnienie zależności postulowanych w tych modelach (Krueger, Reilly, Carsrud, 2000).

Dotychczasowe badania wskazują na pozytywny związek przekonania o skuteczności przedsiębiorczej z prawdopodobieństwem zostania przedsiębiorcą (Chen, Greene, Crick, 1998). Poczucie skuteczności odróżnia również przedsiębiorców i managerów (Chen, Greene, Crick, 1998), a także osoby, które podjęły własną działalność gospodarczą, od tych, którzy nie zdecydowali się na to (Markman, Balkin, Baron, 2002; Markman, Baron, Balkin, 2005). Spostrzeganie wysokiej skuteczności wiąże się też z osiąganiem wysokich rocznych dochodów przez właściciela firmy (Markman, Balkin, Baron, 2002).

### 3. *Stosowane dotychczas metody pomiaru*

Bandura twierdzi (1986, s. 396), że pomiar własnej skuteczności musi być dostosowany do dziedziny psychologicznego funkcjonowania, która jest badana. Im bardziej specyficzna, odnosząca się do konkretnej dziedziny czy zadania jest ocena własnej osoby, tym ma większą moc w przewidywaniu efektów podejmowanego działania (Gist, 1987; Bandura, 1997). Wymaga to opracowania metod pomiaru specyficznych dla różnych sfer aktywności. Chcąc więc mierzyć przekonanie o skuteczności w działaniach przedsiębiorczych, powinniśmy dysponować skalą odnoszącą się do tego właśnie obszaru funkcjonowania. Pozwoliłoby to uniknąć problemu braku specyficzności wielu dotychczasowych badań osobowości przedsiębiorców (por. Chen, Greene, Crick, 1998).

Skale mierzące zgeneralizowane przekonanie o własnej skuteczności, np. Skala Uogólnionej Własnej Skuteczności GSES Schwarzera, Jerusalema i Juczyńskiego (Juczyński, 2001) nie spełniają tego zadania, gdyż nie odnoszą się bezpośrednio do zadań przedsiębiorczych. Dość szeroko stosowana skala Paulhusa Spheres of Control (Paulhus, 1983, 1990) zawiera jedną z podskal określaną jako podskala osobistej skuteczności. Jednak w badaniach przedsiębiorców została ona uznana za mało użyteczną (Gatewood, Shaver, Gartner, 1995). Badania podłużne, obejmujące osoby przed rozpoczęciem własnej działalności, które zgłosiły się po poradę i pomoc w założeniu własnej firmy, i badane ponownie po roku, nie potwierdziły hipotezy o wpływie uogólnionego przekonania o skuteczności na wytrwałość w działaniu oraz sukces w postaci założenia własnej firmy i dokonania pierwszej transakcji. Wynik ten jednak autorzy przypisują właśnie nie najlepiej dobranej metodzie pomiaru. Podkreślają jednocześnie potrzebę badania

bardziej specyficznej oceny w odniesieniu do działań przedsiębiorczych (Gatewood, Shaver, Gartner, 1995).

W opracowanej specjalnie do pomiaru skuteczności przedsiębiorczej skali – Entrepreneurial Self-Efficacy (ESE) – jej autorzy Chen, Greene i Crick (1998) wyróżnili pięć wymiarów: marketing, innowacyjność, zarządzanie, podejmowanie ryzyka i kontrolę finansową. Skala oparta została na opisie zadań i ról przedsiębiorczych dokonany na podstawie przeglądu trzech pozycji bibliograficznych oraz na wywiadach z pięcioma lokalnymi przedsiębiorcami. Trafność jej twierdzeń oceniana była przez 30 studentów przedsiębiorczości. Rzetelność dla poszczególnych podskal, określana za pomocą wskaźnika  $\alpha$  Cronbacha, wahała się od 0,65 do 0,86 (0,89 dla wyniku ogólnego). Skala ta nie weszła jednak do szerszego użytku, a sami autorzy sugerują potrzebę opracowania nowej metody<sup>2</sup>.

W tej sytuacji, chcąc mierzyć przekonanie o skuteczności w działaniach przedsiębiorczych, konieczne staje się opracowanie własnego narzędzia, dostosowanego jednocześnie do warunków polskich. Na podstawie dotychczasowych badań można wysunąć wniosek, że trzeba próbować mierzyć bardziej uogólnione przekonanie o skuteczności poprzez gromadzenie wielu przekonań odnoszących się do danej dziedziny (Gist, 1987; Bandura, 1997). Jednym ze sposobów jest wskazanie specyficznych zadań i ocena skuteczności w kilku obszarach w ramach szerszej dziedziny (Chen, Greene, Crick, 1998).

## II. PRACE NAD KONSTRUKCJĄ KWESTIONARIUSZA

### 1. *Dobór twierdzeń*

Zamiast tworzenia własnej listy pytań do kwestionariusza, na podstawie przeglądu dotychczasowych badań zdecydowałam się wykorzystać istniejące już dane dotyczące aktywności podejmowanej przez osoby rozpoczynające działalność gospodarczą. Chodziło o to, aby twierdzenia odnosiły się do faktycznych zadań, z jakimi muszą poradzić sobie osoby, które chcą założyć własną firmę.

Podstawę dla prezentowanej metody stanowiła część kwestionariusza do badania aktywności przedsiębiorców, autorstwa Gatewood, Shavera i Gartnera (1995). Opracowali oni listę 29 zadań, dla której punktem wyjścia był przegląd literatury dotyczącej działań przedsiębiorców. Twierdzenia te poddane zostały

---

<sup>2</sup> Informacja osobista od Ch. Chen.

ocenie grupy doradców biznesowych. Dotyczyły one pięciu grup aktywności: zbierania informacji marketingowych, szacowania potencjalnych zysków, przygotowań do wytwarzania produktu lub usługi, opracowania struktury organizacyjnej własnej firmy oraz rozpoczynania działalności gospodarczej. Metoda ta nie została przez autorów opracowana pod względem psychometrycznym i służyła jedynie do analizy czasu poświęcanego poszczególnym działaniom przez osoby zakładające własne firmy w Stanach Zjednoczonych.

Ta lista działań została rozesłana przez autorów do osób, które rok wcześniej korzystały z doradztwa w zakresie zakładania własnej firmy (spośród 142 osób 85 odesłało kwestionariusze). Badanie miało na celu m.in. poznanie, które z wymienionych aktywności były faktycznie podejmowane przez osoby zakładające własne firmy w ciągu pierwszego roku. Zadaniem osób badanych było zaznaczenie zadań, które podejmowały w ciągu ostatniego roku, oraz określenie, ile godzin poświęcały każdemu z nich. Co istotne dla tworzenia opisywanej tu nowej metody, przeprowadzone badania pokazały, że wszystkie wymienione działania były faktycznie podejmowane przez osoby badane, choć różny był czas poświęcany każdemu z nich (Gatewood, Shaver, Gartner, 1995). Wartość opracowanej listy pozycji została poddana weryfikacji empirycznej, która potwierdziła jej trafność w odniesieniu do zadań podejmowanych na etapie powstawania nowej firmy.

## *2. Opracowanie wersji polskiej*

Omówiona powyżej lista działań została przetłumaczona przez trzech tłumaczy na język polski. Dwu z nich (w tym jeden pełniący jednocześnie funkcję doradcy w prowadzeniu działalności gospodarczej) tłumaczyło tekst niezależnie. Trzeci, znający założenia i metodologię badań, pełnił rolę superwizora przekładu, dokonał uzgodnienia obu wersji tłumaczenia (por. Juczyński, 2001, s. 21-22; Hornowska, Paluchowski, 2004).

Opracowana została także inna – w stosunku do zastosowanej przez Gatewood, Shavera i Gartnera (1995) – instrukcja, stosownie do celu badania. Jako sposób udzielania odpowiedzi przyjęto skalę od 0 do 100 punktów. Krańce skali zostały opisane jako: 0 – „w ogóle nie potrafię”, 100 – „jestem pewien, że potrafię”, zaś środek skali wyrażał umiarkowaną pewność – „jestem umiarkowanie pewny, że potrafię”. Taki właśnie system oceny, zalecany przez Bandurę (1997), jest często używany w badaniach nad przekonaniem o skuteczności, gdyż okazuje się mocniejszy psychometrycznie od skal typu Likerta (Pajares, Hartley, Valiante, 2001).

Na kolejnym etapie prac nad metodą dwa zespoły – 12 osób z wykształceniem średnim i 6 z podstawowym – dokonały oceny zrozumiałości poszczególnych twierdzeń oraz instrukcji. Każda z osób czytała oddzielnie przetłumaczony tekst i zaznaczała miejsca niejasne i niezrozumiałe. Później wyjaśniano wszelkie wątpliwości i problemy, a tłumacz superwizor zbierał komentarze i propozycje zmiany sformułowań. Zespół, który dokonał tłumaczenia, przedyskutował zgłoszone uwagi i uzgodnił ostateczną wersję tekstu.

Następnie zespół 12 sędziów kompetentnych dokonał oceny, na ile treść twierdzeń odnosi się do faktycznych zadań podejmowanych przez przedsiębiorców na etapie tworzenia firmy w warunkach polskich. Grupę sędziów stanowiły osoby, które same założyły swoje firmy i prowadziły działalność gospodarczą przez kilka lat w różnych branżach; miały więc dobrą orientację w zadaniach związanych z podejmowaniem działalności gospodarczej w naszym kraju. Ocena dokonywana była na skali 7-stopniowej, gdzie 1 oznacza „twierdzenie w ogóle nie pasuje do sytuacji zakładania firmy”, a 7 – „twierdzenie dobrze oddaje działania podejmowane przy zakładaniu firmy”.

Średnie oceny sędziów dla poszczególnych twierdzeń wahały się od 3,64 do 6,64, ze średnią dla całej skali 5,45, co wskazuje na stosunkowo wysoką ocenę adekwatności ich doboru. Oceny sędziów różniły się jednak znacznie – odchylenie standardowe dla poszczególnych twierdzeń wahało się od 0,50 do 2,34, a współczynnik zgodności W Kendalla dla całej skali wynosił 0,35. Dla podskal, które zostaną przedstawione poniżej, oceny sędziów były bardziej zgodne – wahały się od  $W = 0,43$  do  $W = 0,46$ . Różnice ocen sędziów mogą wynikać ze zróżnicowania ich osobistych doświadczeń – prowadzili działalność gospodarczą w różnych branżach i w różnych miejscowościach. Ponieważ – mimo zróżnicowania – średnie oceny były dość wysokie, wszystkie twierdzenia zostały zakwalifikowane do dalszych prac nad metodą.

Powstała w ten sposób pierwsza wersja skali, którą przebadano 315 osób (w tym 208 kobiet, co stanowiło 66,03% całej grupy), zgłaszających się na szkolenie dotyczące rozpoczynania działalności gospodarczej. Jest to więc grupa, która wykazuje zainteresowanie możliwością założenia własnej firmy i chce przygotować się do tego poprzez udział w szkoleniu. Wiek badanych wahał się od 18 do 55 lat ( $M = 29,3$ ;  $SD = 9,76$ ). W analizach psychometrycznych wykorzystane zostały także powtórne badania tej samej grupy, przeprowadzone rok później. Wzięło w nich udział 169 osób (w tym 120 kobiet, co stanowiło 76,33% całej grupy).

Na podstawie tych badań oceniona została moc dyskryminacyjna poszczególnych pozycji skali. Wskaźnikiem mocy dyskryminacyjnej była korelacja ( $r_{it}$ ) twierdzenia z wynikiem skali pomniejszonej o to pytanie (zobacz tab. 1). Okazała się ona wystarczająco wysoka, aby wszystkie twierdzenia włączyć do dalszych prac nad metodą. Wartości korelacji ( $r_{it}$ ) dla wszystkich 29 twierdzeń wahały się od 0,53 do 0,81.

### 3. Struktura czynnikowa skali

Przyjęte założenia teoretyczne pozwalały przypuszczać, że konstrukt przekonania o własnej skuteczności jest wielowymiarowy. Także w metodzie Gatewood, Shavera i Gartnera (1995), która stanowiła punkt wyjścia przy doborze twierdzeń, wskazywanych było pięć grup aktywności. W związku z tym, aby ocenić, czy w skali uda się wyodrębnić podskale mierzące bardziej specyficzne obszary przekonania o skuteczności, przeprowadzona została analiza czynnikowa. Taka metoda postępowania zalecana jest przez Bandurę (1997), w celu określenia, czy w zakresie danej dziedziny przekonania o skuteczności mają charakter jednorodny czy złożony, i ewentualnie wskazać ich bardziej uogólnione obszary.

W analizie czynnikowej wykorzystano wyniki pierwszego ( $N = 315$ ) oraz drugiego badania ( $N = 169$ ). Wstępnie z obu zbiorów danych obejmujących po 29 pozycji skali SSP wyeliminowano braki danych, zastępując je wartościami średnimi z pozostałych pozycji. Do analiz kwalifikowano te pozycje, w których liczba braków danych nie była większa niż 3 (ok. 10% pozycji).

Przed przeprowadzeniem analizy czynnikowej zastosowany został test sferyczności Bartletta (w pierwszym badaniu przybliżone  $\chi^2 = 5385,79$ ;  $p < 0,001$ ; w drugim badaniu przybliżone  $\chi^2 = 3701,48$ ;  $p < 0,001$ ) i miara adekwatności doboru zmiennych Kaiser-Meyer-Olkin (zarówno w pierwszym, jak i w drugim badaniu  $KMO = 0,95$ ). Wartości obu statystyk w obydwu badaniach były bardzo dobre i pokazywały, że możliwe jest przeprowadzenie dalszej analizy. Przy wyodrębnianiu czynników posłużono się metodą głównych składowych, a jako metody rotacji, z uwagi na brak założenia o korelacji między czynnikami, wykorzystano rotację Oblimin (przy wartości  $Delta = 0$ ) z normalizacją Kaisera.

Najpierw przeprowadzono osobne analizy dla wyników pierwszego i drugiego badania. W obu uzyskano trzy czynniki, różniące się jednak przyporządkowaniem niektórych twierdzeń. Żeby uzyskać stabilną strukturę czynnikową, zbadano najpierw trafność różnicową poszczególnych twierdzeń, przyjmując za warunek, aby ładunek każdego z nich w jego własnym czynniku był istotnie wyższy od



ładunków, jakie ma ono w pozostałych dwóch czynnikach, co sprawdzano, stosując transformację logarytmiczną Fishera. Następnie obliczona została wartość  $z$  dla różnicy między transformowanymi współczynnikami<sup>3</sup>. Wyeliminowano pozycje, które nie spełniały dwóch warunków: ich ładunki czynnikowe nie różniły się istotnie na dwóch czynnikach (ocena na podstawie wartości  $z$ ), a ich przynależność czynnikowa zmieniała się w pierwszym i drugim badaniu. W ten sposób, w kolejnych analizach odrzucono osiem pozycji. Wszystkie twierdzenia, które pozostawiono w ostatecznej wersji metody, spełniały oba postawione warunki – w pierwszym i drugim badaniu reprezentowały identyczną przynależność czynnikową – oraz warunek trafności różnicowej.

Ostatecznie więc analiza czynnikowa, przy zastosowaniu kryterium Cattella, czyli analizy wykresu „osypiska”, kryterium Keisera, zgodnie z którym wartość własna czynnika jest  $>1$ , oraz założenia, że najmniejszy czynnik będzie wyjaśniał więcej niż 5% wariancji, pozwoliła na wyodrębnienie trzech czynników. Wyjaśniają one łącznie 69,33% wariancji w pierwszym oraz 76,73% wariancji w drugim badaniu<sup>4</sup>. Wyniki ostatecznej analizy czynnikowej, przeprowadzonej na 21 zakwalifikowanych twierdzeniach, przedstawia tab. 1.

W skład pierwszego czynnika weszło 10 twierdzeń, które odnoszą się do przekonania o skuteczności w zakresie zakupu niezbędnych materiałów, sprzedaży i promocji produktu, pomocy klientom w dostosowaniu towaru lub usługi do ich potrzeb. Podskala ta może być nazywana „skutecznością aktywności przedsiębiorczej”. Treść drugiego czynnika można interpretować jako przekonanie o własnej kompetencji w zakresie zbierania informacji rynkowych dotyczących kosztów materiałów, wynajmu pomieszczeń, wynagrodzeń oraz informacji na temat konkurencji. Powstała w ten sposób skala złożona z sześciu twierdzeń, która nazywana będzie „skutecznością zbierania informacji rynkowych”.

---

<sup>3</sup> Transformację logarytmiczną Fishera przeprowadzono według wzoru  $r' = 0,5 * (1 + r) - 1$  ( $n(1 - r)$ ), gdzie  $r$  jest współczynnikiem korelacji reprezentującym ładunek czynnikowy danej pozycji w czynniku. Wartość  $z$  dla różnicy między transformowanymi współczynnikami obliczono

według wzoru:  $z = \frac{r'_1 - r'_2}{\sqrt{\frac{1}{n_1 - 3} + \frac{1}{n_2 - 3}}}$ , gdzie  $r'_1$  i  $r'_2$  są transformowanymi wartościami współczynników

korelacji, zaś  $n'_1$  i  $n'_2$  – liczebnościami prób. Różnica jest istotna na poziomie  $p < 0,05$ , jeśli wartość  $z$  jest większa od 1,96.

<sup>4</sup> Zastosowanie rotacji Oblimin pozwala jedynie na podanie wariancji wyjaśnianej przez wszystkie czynniki łącznie; nie można wskazać, jaki % wariancji wyjaśniają poszczególne czynniki po rotacji.

Tab. 1. Wartości ładunków czynnikowych oraz korelacje ( $r_{it}$ ) z własną podskalą i wynikiem ogólnym SSP dla poszczególnych twierdzeń uzyskane w pierwszym badaniu ( $N = 315$ )

Numer twierdzenia	Ładunki czynnikowe dla poszczególnych składowych			Korelacje $r_{it}$	
	1	2	3	z własną podskalą	z wynikiem ogólnym
SSP 29	0,83	0,14	-0,14	0,76	0,73
SSP 25	0,81	-0,06	0,08	0,78	0,74
SSP 26	0,81	0,08	0,06	0,88	0,84
SSP 22	0,80	0,07	0,03	0,82	0,80
SSP 23	0,79	0,09	-0,04	0,77	0,75
SSP 21	0,79	-0,10	0,08	0,70	0,68
SSP 28	0,74	0,16	-0,07	0,74	0,73
SSP 24	0,65	0,05	0,11	0,71	0,71
SSP 27	0,64	0,11	0,21	0,81	0,82
SSP 20	0,59	-0,18	0,32	0,64	0,63
SSP 4	0,01	0,81	0,05	0,76	0,67
SSP 2	0,18	0,78	-0,015	0,71	0,64
SSP 5	-0,14	0,76	0,24	0,71	0,64
SSP 6	0,01	0,74	0,13	0,74	0,68
SSP 1	0,06	0,72	0,08	0,70	0,66
SSP 3	0,20	0,71	-0,05	0,73	0,68
SSP 14	0,03	0,06	0,83	0,80	0,71
SSP 15	0,07	0,09	0,78	0,81	0,73
SSP 18	0,07	0,07	0,76	0,76	0,70
SSP 17	0,10	0,13	0,72	0,79	0,74
SSP 16	0,30	0,17	0,57	0,82	0,84

W trzecim czynniku znalazło się pięć pozycji mierzących przekonanie o własnej umiejętności radzenia sobie z problemami finansowymi, księgowymi i prawnymi – w skrócie „skuteczność finansowo-prawna”.

Przeprowadzona analiza pozwoliła więc na wyodrębnienie trzech podskal, które mogą służyć do oceny przekonania o skuteczności w zakresie trzech obszarów bardziej specyficznych działań związanych z zakładaniem firmy. Wyniki uzyskane przez badanych w podskalach korelują ze sobą w podobnym stopniu, natomiast wyżej – z wynikiem ogólnym (tab. 2).

Tab. 2. Korelacje  $r_{ho}$  Spearmana wyników w podskalach SSP oraz korelacje z wynikiem ogólnym w pierwszym (a) i drugim (b) badaniu ( $N_1 = 315, N_2 = 169$ )

Skuteczność przedsiębiorcza	Skuteczność zbierania informacji rynkowych	Skuteczność finansowo-prawna	Skuteczność aktywności przedsiębiorczej
Skuteczność finansowo-prawna	<sup>a</sup> 0,63*** <sup>b</sup> 0,69***	—	—
Skuteczność aktywności przedsiębiorczej	<sup>a</sup> 0,69*** <sup>b</sup> 0,69***	<sup>a</sup> 0,75*** <sup>b</sup> 0,76***	—
Skuteczność przedsiębiorcza Wynik ogólny	<sup>a</sup> 0,83*** <sup>b</sup> 0,93***	<sup>a</sup> 0,88*** <sup>b</sup> 0,89***	<sup>a</sup> 0,94*** <sup>b</sup> 0,93***

\*\*\*  $p < 0,001$  (dwustronnie)

Wysoki poziom korelacji między podskalami nie jest zaskakujący, gdyż mierzą one bardziej szczegółowe wymiary przekonania o skuteczności w działaniach odnoszących się do tej samej dziedziny aktywności, jaką jest zakładanie firmy.

### III. WŁAŚCIWOŚCI PSYCHOMETRYCZNE SKALI

Ostatecznie więc Skala Skuteczności Przedsiębiorczej zbudowana jest z 21 twierdzeń. Zawiera sześć pozycji odnoszących się do przekonania o skuteczności w zbieraniu informacji rynkowych, 5 – dotyczących przekonania o skuteczności finansowo-prawnej oraz 10 – obejmujących przekonanie o skuteczności w podejmowaniu aktywności przedsiębiorczej. Proponuję taki właśnie układ podskal, zamiast kolejności sugerowanej przez kolejność czynników, gdyż ujmuje ona pewien logiczny porządek działań przedsiębiorczych opisywanych przez twierdzenia należące do poszczególnych podskal. Badani zaznaczają swoje odpowiedzi na skali 100-stopniowej. Wyniki – zarówno w całej skali, jak i w podskalach – są sumowane i dzielone przez liczbę twierdzeń, aby określić średnie natężenie przekonania o skuteczności w danej dziedzinie (por. Bandura, 1997). Skale są więc jednobiegunowe, a zakres możliwych do uzyskania wyników wynosi od 0 do maksymalnego natężenia, czyli 100 punktów; im wyższy wynik, tym wyższe przekonanie o skuteczności. Charakterystyki rozkładu wyników zawiera tabela 3.

Tab. 3. Statystyki rozkładu wyników w pierwszym (a) i drugim (b) badaniu  
( $N_1 = 315$ ,  $N_2 = 169$ )

Statystyki opisowe	Średnia	Mediana	SD	Wariancja	Skośność	Kurtoza
Skuteczność zbierania informacji rynkowych	<sup>a</sup> 72,56 <sup>b</sup> 69,87	<sup>a</sup> 76,67 <sup>b</sup> 70,00	<sup>a</sup> 17,75 <sup>b</sup> 18,42	<sup>a</sup> 314,92 <sup>b</sup> 339,35	<sup>a</sup> -0,66 <sup>b</sup> -0,46	<sup>a</sup> -0,03 <sup>b</sup> -0,15
Skuteczność finansowo-prawna	<sup>a</sup> 62,62 <sup>b</sup> 64,14	<sup>a</sup> 64,36 <sup>b</sup> 68,00	<sup>a</sup> 22,11 <sup>b</sup> 20,43	<sup>a</sup> 489,00 <sup>b</sup> 417,31	<sup>a</sup> -0,49 <sup>b</sup> -0,50	<sup>a</sup> -0,42 <sup>b</sup> -0,63
Skuteczność aktywności przedsiębiorczej	<sup>a</sup> 73,74 <sup>b</sup> 75,23	<sup>a</sup> 77,00 <sup>b</sup> 79,50	<sup>a</sup> 18,89 <sup>b</sup> 18,64	<sup>a</sup> 356,98 <sup>b</sup> 347,52	<sup>a</sup> -0,77 <sup>b</sup> -0,96	<sup>a</sup> 0,23 <sup>b</sup> 0,36
Skuteczność przedsiębiorcza Wynik ogólny	<sup>a</sup> 70,76 <sup>b</sup> 71,05	<sup>a</sup> 72,89 <sup>b</sup> 73,33	<sup>a</sup> 17,49 <sup>b</sup> 17,38	<sup>a</sup> 306,10 <sup>b</sup> 301,92	<sup>a</sup> -0,66 <sup>b</sup> -0,77	<sup>a</sup> -0,14 <sup>b</sup> 0,21

Badana grupa uzyskała stosunkowo wyższe średnie w podskalach dotyczących przekonania o skuteczności w zbieraniu informacji rynkowych oraz w aktywności przedsiębiorczej, niższe natomiast w podskali trzeciej, dotyczącej skuteczności finansowo-prawnej, przy jednocześnie większej wariancji w tym wymiarze. Wszystkie rozkłady mają skośność ujemną, czyli przewagę wyników wysokich, i odbiegają istotnie od rozkładu normalnego (test Kołmogorowa-Smirnowa wskazuje na istotne odchylenie od normalności we wszystkich podskalach, zarówno w pierwszym, jak i w drugim badaniu).

Tab. 4. Różnice w wynikach skali SSP  
w grupie kobiet ( $N = 208$ ) i mężczyzn ( $N = 107$ )

Statystyki opisowe	Kobiety		Mężczyźni		U Manna-Whitneya	$p <$
	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>		
Skuteczność zbierania informacji rynkowych	70,64	17,95	76,29	16,79	9063,50	0,01
Skuteczność finansowo-prawna	60,82	22,30	66,11	21,41	9604,50	0,05
Skuteczność aktywności przedsiębiorczej	71,29	19,97	78,51	15,62	8914,00	0,01
Skuteczność przedsiębiorcza Wynik ogólny	68,61	18,20	74,92	15,28	8928,50	0,001

Analiza przeprowadzona osobno dla kobiet i mężczyzn pokazała istotne różnice – we wszystkich podskalach oraz w wyniku ogólnym mężczyźni uzyskali wyższe wyniki (tab. 4).

### 1. Rzetelność

Współczynnik zgodności wewnętrznej  $\alpha$  Cronbacha dla całej skali jest wysoki – wynosi 0,96. Rzetelność połówkowa (dla twierdzeń parzystych i nieparzystych), określona za pomocą współczynnika Guttmana, jest równa 0,87 dla całej skali, a korelacja międzypołówkowa 0,76. Rzetelność całej skali oraz poszczególnych podskal, błędy standardowe pomiaru i przedziały ufności dla otrzymanych wyników przedstawia tabela 5. Znajomość standardowych błędów pomiaru pozwala na wyznaczenie granic przedziału ufności, czyli przedziału, w jakim znajduje się prawdziwy wynik osoby badanej. Podane w tabeli wartości pozwalają ocenić (z prawdopodobieństwem 95%), w jakich granicach leży prawdziwy wynik osoby badanej (dodając i odejmując od uzyskanego przez nią wyniku podaną wartość).

Tab. 5. Rzetelność, standardowe błędy pomiaru oraz przedziały ufności dla otrzymanych wyników ( $N = 315$ )

Skuteczność przedsiębiorcza	$\alpha$ Cronbacha	SEM	95% <i>p.u.</i> dla otrzymanego wyniku
Skuteczność zbierania informacji rynkowych	0,90	5,64	$\pm 11,05$
Skuteczność finansowo-prawna	0,93	5,97	$\pm 11,71$
Skuteczność aktywności przedsiębiorczej	0,94	4,55	$\pm 8,92$
Skuteczność przedsiębiorcza. Wynik ogólny	0,96	3,75	$\pm 7,35$

Stwierdzono również dość zadowalającą stabilność narzędzia. Grupa 169 osób, badanych dwukrotnie w odstępie roku, wypełniała Skalę Skuteczności Przedsiębiorczej umieszczoną w serii innych narzędzi. Korelacja pomiędzy obydwoimi pomiarami była istotna, choć umiarkowana, i wynosiła 0,54 dla wyniku ogólnego (0,41 dla skuteczności w zbieraniu informacji rynkowych; 0,56 dla skuteczności finansowo-prawnej; 0,49 dla skuteczności w aktywności przedsiębiorczej; wszystkie korelacje istotne statystycznie na poziomie  $p < 0,001$ ).

## 2. Trafność

Za jedną z form oceny trafności treściowej można uznać omówioną wcześniej ocenę poszczególnych twierdzeń skali przez 12 przedsiębiorców działających w różnych branżach. Pokazała ona, że w ich opinii twierdzenia oddają dość dobrze zadania, z jakimi musi poradzić sobie osoba rozpoczynająca działalność gospodarczą.

Dla oceny trafności kryterialnej metody przeprowadzone zostały badania korelacji między jej wynikami a innymi zmiennymi. Badania prowadzone były na opisaną wcześniej grupie 315 osób uczestniczących w szkoleniu dotyczącym podejmowania działalności gospodarczej. Przekonanie o skuteczności przedsiębiorczej koreluje istotnie, choć stosunkowo nisko, z dotychczasowym doświadczeniem w tej dziedzinie. W badaniu zastosowana została krótka, 8-itemowa skala własnej konstrukcji do oceny dotychczasowego doświadczenia. Pozwala ona ujmować doświadczenie w dwóch obszarach: w działalności gospodarczej (4 twierdzenia, np. „Wcześniej prowadziłem już firmę”, „Pomagałem komuś prowadzić firmę”) oraz doświadczenia w branży, w której ktoś chce podjąć działalność na własny rachunek (4 twierdzenia, np. „Pracowałem wcześniej w branży, w której teraz chcę podjąć samodzielną działalność gospodarczą”, „Mam wykształcenie w tej branży lub pokrewnej”). Odpowiedzi w skali doświadczenia punktowane były: tak = 1, nie = 0. Rzetelność oceniana za pomocą wskaźnika  $\alpha$  Cronbacha wynosiła: dla doświadczenia w działalności gospodarczej –  $\alpha = 0,72$ , dla doświadczenia w branży –  $\alpha = 0,73$ , dla wyniku ogólnego  $\alpha = 0,73$ . Wyniki tak utworzonej skali wykazują istotny związek z przekonaniem o skuteczności przedsiębiorczej (tab. 6). Nieco wyższe są korelacje z doświadczeniem w prowadzeniu firmy niż z doświadczeniem w określonej branży. Pozytywne korelacje z uprzednim doświadczeniem są zgodne z teorią Bandury (1986), która mówi, że jednym z najważniejszych źródeł przekonania o skuteczności jest interpretacja rezultatów własnych uprzednich działań lub doświadczeń. Choć jednocześnie to raczej atrybucja efektów działania oddziałuje na przekonanie o skuteczności niż obiektywne działania. To ostatnie stwierdzenie może wyjaśniać dość niski poziom uzyskanych korelacji. Nawet przy obiektywnie takim samym poziomie zdolności i doświadczenia ludzie mogą ukształtować sobie różne poziomy przekonania o własnej skuteczności.

Tab. 6. Korelacje  $r_{ho}$  Spearmana wyników w skali SSP z dotychczasowym doświadczeniem ( $N = 315$ )

Doświadczenie	Skuteczność zbierania informacji rynkowych	Skuteczność finansowo-prawna	Skuteczność aktywności przedsiębiorczej	Skuteczność przedsiębiorcza Wynik ogólny
Doświadczenie w działalności gospodarczej	0,30***	0,25***	0,28***	0,31***
Doświadczenie w branży	0,28***	0,20**	0,26***	0,27***
Doświadczenie Wynik ogólny	0,36***	0,28***	0,33***	0,35***

\*\*\*  $p < 0,001$ ; \*\*  $p < 0,01$  (dwustronnie)

Trafność kryterialna skali oceniana była także poprzez ocenę współczynników korelacji między wynikami w SSP a intencją założenia firmy. Gotowość do założenia firmy wiąże się w pewnym stopniu z wynikiem w nowej skali (dla całej skali korelacja  $\eta$  wynosi 0,32; dla podskal waha się od 0,24 do 0,34). Zgodnie z oczekiwaniami, osoby, które są gotowe założyć własną firmę, uzyskały istotnie wyższe wyniki zarówno w poszczególnych podskalach, jak i w wyniku ogólnym Skali Skuteczności Przedsiębiorczej (tab. 7).

Tab. 7. Różnice między wynikami osób z intencją założenia własnej firmy oraz tych, którzy nie wyrażają takiej intencji ( $N = 315$ )

Skuteczność przedsiębiorcza	Brak intencji		Intencja		U Manna-Whitneya	$p <$
	$M$	$SD$	$M$	$SD$		
Skuteczność zbierania informacji rynkowych	68,84	18,29	77,72	15,62	8581,50	0,001
Skuteczność finansowo-prawna	58,09	21,82	68,89	21,03	8600,00	0,001
Skuteczność aktywności przedsiębiorczej	68,27	19,12	81,32	15,75	7067,00	0,001
Skuteczność przedsiębiorcza Wynik ogólny	66,01	17,67	77,34	14,99	7466,00	0,001

Trafność prognostyczną próbowano ocenić na podstawie korelacji między wynikiem w skali SSP a faktycznym założeniem własnej firmy w rok po badaniu. Współczynnik korelacji wyniósł jednak tylko 0,02 i jest nieistotny statystycznie. Skala nie może więc być używana jako narzędzie służące przewidywaniu faktycznego podjęcia działalności gospodarczej.

Wyniki Skali Skuteczności Przedsiębiorczej korelują także z niektórymi zmiennymi osobowościowymi (tab. 8).

Tab. 8. Korelacje  $r_{ho}$  Spearmana wyników w skali SSP ze zmiennymi osobowościowymi ( $N = 315$ )

Zmienna	Metoda pomiaru	Skuteczność zbierania informacji rynkowych	Skuteczność finansowo-prawna	Skuteczność aktywności przedsiębiorczej	Skuteczność przedsiębiorcza Wynik ogólny
Przekonanie o własnej skuteczności	Skala Uogólnionej Własnej Skuteczności GSES, Schwarzer, Jerusalem, Juczyński	0,38***	0,36***	0,40***	0,42***
Ogólna samoocena	Skala Samooceny SES, Rosenberg	0,34***	0,25***	0,31***	0,33***
Optymizm	Test Orientacji Życiowej LOT-R, Scheier, Carver, Bridges	0,31***	0,28***	0,33***	0,34***
Nadzieja na sukces Wynik ogólny	Kwestionariusz Nadziei na Sukces KNS, Snyder	0,35***	0,34***	0,39***	0,40***
Umiejętność znajdowania rozwiązań		0,35***	0,28***	0,37***	0,37***
Siła woli		0,31***	0,34***	0,35***	0,37***

\*\*\*  $p < 0,001$  (dwustronnie)



Ważna wydaje się pozytywna korelacja ze Skalą Uogólnionej Własnej Skuteczności GSES Schwarzera, Jerusalema i Juczyńskiego (Juczyński, 2001). Spośród wszystkich metod użytych do oceny trafności właśnie ta skala uzyskała najwyższe korelacje. Wynik ten wskazuje, że nowa skala ujmuje przynajmniej w pewnym stopniu podobny konstrukt. Uogólnione przekonanie o skuteczności określane jest jako zgeneralizowane przewidywanie, że jest się zdolnym podjąć potrzebne działania w sytuacjach wyzwań, i traktowane jest jako jeden z zasobów osobistych, ważnych w radzeniu sobie ze stresem (Jerusalem, Schwarzer, 1992; Stajkovic, Luthans, 1998). Choć przekonanie o skuteczności, specyficzne dla sytuacji i zadania, w tym wypadku o skuteczności przedsiębiorczej, oraz uogólnione przekonanie traktowane są jako dwa różne konstrukty (por. Stajkovic, Luthans, 1998), to jednak odnoszą się one obydwie do oceny własnej skuteczności.

Istotne, choć nie tak wysokie okazały się także korelacje ze Skalą Samooceny SES Rosenberga (1989) w adaptacji Dzwonkowskiej, Łaguny i Lachowicz-Tabaczek (2006). Przekonanie o własnej skuteczności jest – podobnie jak samoocena, czyli przekonanie o własnej wartości – jednym z sądów na temat Ja. Mimo różnic wykazywanych przez Bandurę, niektórzy uważają wręcz samoocenę za bardziej ogólny fenomen zawierający w sobie przekonania na temat skuteczności (por. Bandura, 1997). Stąd też istotne pozytywne korelacje potwierdzają te teoretycznie zakładane związki między specyficznym, odnoszącym się do dość wąskiej sfery funkcjonowania, przekonaniem o skuteczności a ogólnym poczuciem własnej wartości. Jednak stosunkowo niski poziom korelacji pozwala sądzić, że ujmowane przez skalę SSP przekonanie o skuteczności przedsiębiorczej jest jednak w dużym stopniu odrębne od ogólnej samooceny.

Także miara optymizmu, jaką jest Test Orientacji Życiowej LOT-R Scheiera, Carvera i Bridges (1994), w adaptacji polskiej Poprawy i Juczyńskiego (Juczyński, 2001), koreluje pozytywnie z przekonaniem o skuteczności przedsiębiorczej. Optymizm – rozumiany jako cecha dyspozycyjna, wyrażająca uogólnione oczekiwania pozytywnych zdarzeń – podnosi motywację i skuteczność działania (Scheier, Carver, 1985). Jest związany z sukcesem w rozwiązywaniu problemów, ustalaniu wysokich standardów i aspiracji (Oettingen, Mayer, 2002). Stąd pozytywne związki nowej skali z wynikami LOT-R także mogą być potwierdzeniem jej trafności.

Inną zmienną, która zgodnie z oczekiwaniami wykazuje związek z przekonaniem o skuteczności przedsiębiorczej, jest nadzieja na sukces, przez Snydera definiowana jako pozytywny stan motywacyjny oparty na powiązanych ze sobą wza-

jemnie przekonaniach o silnej woli oraz o umiejętności znajdowania rozwiązań, planowania dróg do osiągnięcia celu (Snyder, 2002). Wynik ogólny w Kwestionariuszu Nadziei na Sukces (Łaguna, Trzebiński, Zięba, 2005), jak również wyniki w obu jego podskalach istotnie korelują z nową skalą.

\*

Skala Skuteczności Przedsiębiorczej może być używana do badania subiektywnej oceny mocnych i słabych stron osób, które chciałyby podjąć działalność gospodarczą. Niskie przekonanie o skuteczności może być jedną z przyczyn unikania działań przedsiębiorczych. Niektórzy nie podejmują decyzji o założeniu firmy nie z powodu braku niezbędnych umiejętności, ale dlatego, że nie są przekonani, że potrafią to zrobić. Rozpoznanie obszarów braku zaufania do siebie oraz skonfrontowanie ich z poziomem rzeczywistych kompetencji mogłoby stanowić pomoc w projektowaniu szkoleń przygotowujących do działań przedsiębiorczych.

Może także służyć do badania osób, które już prowadzą taką działalność. Zdarza się, że unikają one pewnych rodzajów zadań, ponieważ mają małe poczucie skuteczności w danej dziedzinie (por. Chen, Greene, Crick, 1998). Rozpoznanie tych obszarów i wsparcie w usunięciu wątpliwości co do własnych kompetencji mogłoby pomóc im aktywnie zaangażować się w te zadania, być bardziej wytrwałymi w obliczu trudności czy przeszkód, z większym zaufaniem do siebie podchodzić do nowych wyzwań.

Ponieważ w literaturze polskiej nie było do tej pory narzędzia do pomiaru przekonania o skuteczności przedsiębiorczej, podjęta została próba jego skonstruowania. Przedstawiona tu skala odznacza się dużą zgodnością wewnętrzną, a jej powiązania ze skalami mierzącymi bardziej uogólnione przekonania dotyczące własnej osoby są zgodne z oczekiwaniami. Uzyskiwane za jej pomocą wyniki pozwalają także w pewnym stopniu przewidywać gotowość do podjęcia samodzielnej działalności gospodarczej, choć nie są dobrym narzędziem do przewidywania podjęcia faktycznych działań w tej dziedzinie.

Wprawdzie metoda została opracowana na podstawie badań stosunkowo dużej grupy osób, nie jest na razie sprawdzona jej użyteczność w badaniu innych grup. Do czasu potwierdzenia jej walorów psychometrycznych na innych grupach należy dość ostrożnie traktować uzyskiwane wyniki, zwłaszcza gdyby miały one służyć do diagnozy indywidualnej. Wydaje się natomiast, że metoda spełnia warunki stawiane kwestionariuszom stosowanym w badaniach naukowych, a dalsze

badania z jej wykorzystaniem mogłyby dostarczyć nowych danych pozwalających na szerszą ocenę jej trafności i innych właściwości psychometrycznych.

#### BIBLIOGRAFIA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Englewood Cliffs, NY: Prentice Hall.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy. The exercise of control*. New York: Freeman & Co.
- Bandura, A. (2000). Cultivate self-efficacy for personal and organizational effectiveness. W: E. A. Locke (red.), *Handbook of principles of organization behavior* (s. 120-136). Oxford, UK: Blackwell.
- Bandura, A. (2001). Social cognitive theory: An agentic perspective. *Annual Review of Psychology*, 52, 1-26.
- Bandura, A., Locke, E. A. (2003). Negative self-efficacy and goal effects revisited. *Journal of Applied Psychology*, 88, 1, 87-99.
- Chen, Ch. C., Greene, P. G., Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 13, 295-316.
- Dzwonkowska, I., Łaguna, M., Lachowicz-Tabaczek, K. (2006). *Skala Samooceny SES M. Rosenberga* (materiały nieopublikowane).
- Gatewood, E. J., Shaver, K. G., Gartner, W. (1995). A longitudinal study of cognitive factors influencing start-up behaviors and success at venture creation. *Journal of Business Venturing*, 10, 371-391.
- Gist, M. E. (1987). Self-efficacy: Implications for organizational behavior and human resource management. *Academy of Management Journal*, 12, 472-485.
- Hornowska, E., Paluchowski, W. J. (2004). Kulturowa adaptacja testów psychologicznych. W: J. Brzeziński (red.), *Metodologia badań psychologicznych. Wybór tekstów* (s. 151-191). Warszawa: PWN.
- Jerusalem, M., Schwarzer, R. (1992). Self-efficacy as a resource factor in stress appraisal processes. W: R. Schwarzer (red.), *Self-efficacy. Thought control of action* (s. 195-213). Washington: Hemisphere Publishing Corp.
- Juczyński, Z. (2001). *Narzędzia pomiaru w promocji i psychologii zdrowia*. Warszawa: Pracownia Testów Psychologicznych PTP.
- Krueger, N. F. Jr (2000). The cognitive infrastructure of opportunity emergence. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 24, 3, 5-23.
- Krueger, N., Dickson, P. (1994). How believing in ourselves increases risk taking: Self-efficacy and perceptions of opportunity and threat. *Decision Science*, 25, 385-400.
- Krueger, N. F., Reilly, A. L., Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15, 411-432.
- Łaguna, M., Trzebiński, J., Zięba, M. (2005). *Kwestionariusz Nadziei na Sukces*. Warszawa: Pracownia Testów Psychologicznych PTP.
- Markman, G. D., Balkin, D. B., Baron, R. A. (2002). Inventors and new venture formation: The effects of general self-efficacy and regretful thinking. *Entrepreneur Theory and Practice*, 4, 149-165.

- Markman, G. D., Baron, R. A. (2003). Person-entrepreneurship fit: Why some people are more successful as entrepreneurs than others. *Human Resource Management Review*, 13, 281-301.
- Markman, G. D., Baron, R. A., Balkin, D. B. (2005). Are perseverance and self-efficacy costless? Assessing entrepreneurs' regretful thinking. *Journal of Organization Behavior*, 26, 1, 1-19.
- Oettingen, G., Mayer, D. (2002). The motivating function of thinking about the future: Expectations versus fantasies. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83, 1198-1221.
- Oleś, P. K. (2003). *Wprowadzenie do psychologii osobowości*. Warszawa: Scholar.
- Pajares, F. (2002). *Overview of social cognitive theory and of self-efficacy*; <http://www.emory.edu/EDUCATION/mfp/eff.html>, 11.03.2003.
- Pajares, F., Hartley, J., Valiante, G. (2001). Response format in writing self-efficacy assessment: Greater discrimination increases prediction. *Measurement and Evaluation in Counseling and Development*, 33, 214-221.
- Paulhus, D. (1983). Sphere-specific measure of perceived control. *Journal of Personality and Social Psychology*, 44, 1253-1265.
- Paulhus, D. L. (1990). The Spheres of Control Scale: 10 yrs of research. *Personality and Individual Differences*, 11, 10, 1029-1036.
- Pervin, L. A. (2002). *Psychologia osobowości*. Gdańsk: GWP.
- Pervin, L. A., John, O. P. (2002). *Osobowość: teoria i badania*. Kraków: Wyd. UJ.
- Rosenberg, M. (1989). *Society and adolescent self-image. Revised edition*. Middletown, CT: Wesleyan University Press.
- Scheier, M. F., Carver, Ch. S. (1985). Optimism, coping, and health: Generalized outcome expectancies. *Health Psychology*, 4, 3, 219-247.
- Scheier, M. F., Carver, Ch. S., Bridges, M. W. (1994). Distinguishing optimism from neuroticism (and trait anxiety, self-mastery, and self-esteem): A reevaluation of the Life Orientation Test. *Journal of Personality and Social Psychology*, 67, 6, 1063-1078.
- Shane, S., Locke, E. A., Collins, Ch. J. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review*, 13, 257-279.
- Shapiro, A. (1982). Social dimensions of entrepreneurship. W: C. A. Kent, D. L. Sexton, K. H. Vesper (red.), *The encyclopedia of entrepreneurship* (s. 72-90). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Shook, Ch. L., Priem, R. L., McGee, J. E. (2003). Venture creation and the entreprising individual: A review and synthesis. *Journal of Management*, 29, 3, 379-399.
- Skaalvik, E. M., Skaalvik, S. (2004). Self-concept and self-efficacy: A test of the internal/external frame of reference model and predictions of subsequent motivation and achievement. *Psychological Reports, Part 2*, 95, 3, 1187-1203.
- Snyder, C. R. (2002). Hope theory: Rainbows in the mind. *Psychological Inquiry*, 13, 4, 249-275.
- Stajkovic, A. D., Luthans, F. (1998). Self-efficacy and work-related performance: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 124, 2, 240-261.
- Vecchio, R. P. (2003). Entrepreneurship and leadership: Common trends and common threads. *Human Resource Management Review*, 13, 303-327.
- Wood, R., Bandura, A. (1989). Social cognitive theory of organizational management. *Academy of Management Review*, 14, 3, 361-384.
- Zakrzewski, J. (1987). Poczucie skuteczności a samoregulacja zachowania. *Przegląd Psychologiczny*, 30, 3, 661-677.

---

DEVELOPMENT AND PSYCHOMETRIC PROPERTIES  
OF ENTREPRENEURIAL SELF-EFFICACY SCALE

S u m m a r y

Self-efficacy beliefs can distinctively refer to different spheres of functioning and to different tasks, including entrepreneurial activity. The paper presents development of Entrepreneurial Self-Efficacy Scale (ESES) designed to measure perceived self-efficacy in carrying out tasks aimed at a new venture creation. Psychometric properties of the scale were evaluated on the basis of the data obtained from 315 potential entrepreneurs in a 1-year longitudinal study. Factor analysis of the ESES scores yielded three distinct narrower domains of entrepreneurial self-efficacy pertaining to: (1) gathering marketing information, (2) managing financial and legal matters, and (3) setting up business operations. The scale was shown to have high internal consistency with previous entrepreneurial experience and other personality measures, such as General Self-Efficacy Scale (GSES), Self-Esteem Scale (SES), Life Orientation Test (LOT-R) and Adult Dispositional Hope Scale (ADHS). People with an intention to create a new venture scored significantly higher on ESES than those without such an intention, and the level of entrepreneurial intention correlated positively with the ESES scores. All findings of the study suggest that ESES is a reliable and valid measure of entrepreneurial self-efficacy.

**Key words:** Entrepreneurial Self-Efficacy Scale, self-efficacy, entrepreneurship, personality assessment.