

# 3.2

## Część 3

Przedsiębiorczość i postawy przedsiębiorcze  
wobec wyzwań społecznych i technologicznych

Julita E. Wasilczuk\*

## Intencje przedsiębiorcze studentów – analiza międzynarodowa oparta na rozszerzonym modelu Ajzena

### Streszczenie

Poszukiwanie czynników wpływających na rozpoczęcie działalności gospodarczej doczekało się opisu w wielu publikacjach. Nie ma wątpliwości, że czynnikiem kluczowym w procesie przedsiębiorczym są intencje, a dzięki pracom I. Ajzena wiadomo także, jakie grupy czynników wpływają na intencje. Jednak jego teoria planowanego zachowania wydaje się być niewystarczająca. Celem rozdziału było opracowanie propozycji rozszerzenia teorii Ajzena. Propozycja ta została poddana częściowej analizie statystycznej opartej na wynikach badań przeprowadzonych na grupie ponad 3,5 tys. studentów z pięciu krajów Europy Środkowej oraz Wschodniej. Założono, że na klasyczny model Ajzena wpływa także stosunek do ryzyka.

Wyniki wskazują na zróżnicowanie postrzegania korzyści z rozpoczęcia działalności przedsiębiorczej oraz postrzeganą ocenę trudności takiego działania. Studenci z badanych krajów różnili się także podejściem do ryzyka oraz intencjami przedsiębiorczymi.

**Słowa kluczowe:** intencje przedsiębiorcze, stosunek do ryzyka, teoria planowanego zachowania

---

\* Politechnika Gdańska, ORCID: 0000-0002-9373-0293

## Student's Entrepreneurial Intentions – International Analysis Based on the Extended Ajzen Model

### Abstract

The search for factors influencing entrepreneurship has been described in many publications. There is no doubt that intentions are a key factor in the entrepreneurial process, and thanks to Ajzen's work it is also known what groups of factors affect intentions. However, his theory of planned behavior seems to be insufficient. The aim of the article was to develop a proposal to extend Ajzen's theory with new factors. This proposal was subjected to partial statistical analysis based on the results of research conducted on a group of over 3,500 students from five countries of Central and Eastern Europe.

The results indicate a differentiated attitude toward entrepreneurship as well as perceived behavioral control. Students from the surveyed countries also differed in their approach to risk and entrepreneurial intentions.

**Keywords:** entrepreneurial intentions, risk attitude, theory of planned behavior

---

### Wprowadzenie

Badania w obszarze przedsiębiorczości prowadzone są od wielu lat, pierwsza książka na ten temat powstała w 1934 r., pierwsze czasopismo w 1963 r., a pierwsza konferencja w 1981 roku<sup>1</sup>. W ostatnim czasie dużo uwagi poświęca się procesowi przedsiębiorczemu, którego pierwszym etapem jest decyzja o założeniu własnej firmy. Wpływa na nią wiele czynników, a jednym ze szczególnie interesujących obszarów są intencje przedsiębiorcze. Intencje są bowiem jednym z głównych wyznaczników podejmowania większości działań, nie tylko przedsiębiorczych, bowiem w 30% wyjaśniają późniejsze zachowania<sup>2</sup>. Od wielu lat najczęściej wykorzystywanym modelem do badania intencji przedsiębiorczych jest teoria planowanego zachowania (*Theory of Planned Behavior* – TPB), opisana przez I. Ajzena<sup>3</sup>. Nie jest to jedyna (choć najczęściej cytowana) teo-

---

<sup>1</sup> J.E. Jennings, C.G. Brush, *Research on Women Entrepreneurs: Challenges to (and from) the Broader Entrepreneurship Literature?*, "Academy of Management Annals" 2013, vol. 7, no. 1, s. 663–715.

<sup>2</sup> N.F. Krueger, M.D. Reilly, A.L. Carsrud, *Competing Models of Entrepreneurial Intentions*, "Journal of Business Venturing" 2000, no. 15, s. 411–432.

<sup>3</sup> I. Ajzen, *The Theory of Planned Behavior*, "Organizational Behavior and Human Decision Processes" 1991, vol. 50, no. 2, s. 179–211.

ria dotycząca badań intencji, szczególnie przedsiębiorczych, co więcej, coraz częściej jest ona krytykowana. I chociaż skuteczność modelu Ajzena nie jest podważana, to już sama koncepcja wymaga pewnego odświeżenia. Model Ajzena był wielokrotnie weryfikowany<sup>4</sup>, także na gruncie polskim<sup>5</sup>, nie ma więc potrzeby dalszego udowadniania jego skuteczności. Warto jednak wyjść poza jego formę kanoniczną i poszukać czynników, które wpływają na konstrukty zapisane w modelu. Takim czynnikiem może być stosunek do ryzyka, którego potencjalny wpływ został opisany w kilku pozycjach<sup>6</sup>.

Międzynarodowy projekt SEAS (Survey on Entrepreneurial Attitudes of Students), którego autorka jest koordynatorem, umożliwił przeprowadzenie opartych na wynikach badań wśród studentów pięciu krajów: Bułgarii, Litwy, Łotwy, Ukrainy oraz Polski analiz dotyczących głównych elementów modelu Ajzena. Badania zostały przeprowadzone w 2019 r., z użyciem jednolitego kwestionariusza.

Rozdział składa się z czterech części, w pierwszej omówiono zagadnienia literaturowe, w drugiej przedstawiono metodykę badań, trzecia jest prezentacją wyników badań. W czwartej przeprowadzono dyskusję, wskazując na niedociągnięcia wykonanych badań oraz wnioski dotyczące dalszych analiz.

## Teoria planowanego zachowania – starzejący się model intencji

Teoria planowanego zachowania jest powszechnie wykorzystywana w badaniach z obszaru psychologii społecznej i dotyczy badań prowadzonych w różnych dziedzinach i dyscyplinach, nie tylko związanych z przedsiębiorczością, ale także z opieką zdrowotną<sup>7</sup> czy środowiskiem<sup>8</sup>. W naukach ekonomicznych model ten służył do wyjaśniania nieetycznych działań związanych z korupcją<sup>9</sup> oraz etycznych zachowań w obszarze

---

<sup>4</sup> F.F. Sniehotta, J. Presseau, V. Araújo-Soares, *Time to Retire the Theory of Planned Behaviour*, "Health Psychology Review" 2014, vol. 8, no. 1, s. 1–7.

<sup>5</sup> K. Wach, L. Wojciechowski, *Entrepreneurial Intentions of Students in Poland in the View of Ajzen's Theory of Planned Behaviour*, "Entrepreneurial Business and Economics Review" 2016, vol. 4, no. 1, s. 83–94.

<sup>6</sup> M.in. *ibidem*.

<sup>7</sup> W. Hardeman, M. Johnston, D.W. Johnston, D. Bonneti, N. Wareham, A.L. Kinmonth, *Application of the Theory of Planned Behaviour in Behaviour Change Interventions: A Systematic Review*, "Psychology & Health" 2002, vol. 17, no. 2, s. 123–158.

<sup>8</sup> H. Si, J.G. Shi, D. Tang, S. Wen, W. Miao, K. Duan, *Application of the Theory of Planned Behavior in Environmental Science: A Comprehensive Bibliometric Analysis*, "International Journal of Environmental Research and Public Health" 2019, vol. 16, no. 15 (w druku).

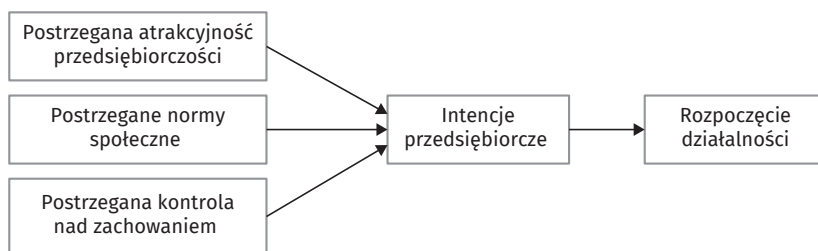
<sup>9</sup> T. Rabl, T.M. Kühlmann, *Why or Why Not? Rationalizing Corruption in Organizations*, "Cross Cultural Management: An International Journal" 2009, vol. 16, no. 3, s. 268–286.

podatkowym<sup>10</sup>, a także analizy zachowań konsumenckich<sup>11</sup> i oczywiście działań przedsiębiorczych<sup>12</sup>.

Teoria planowanego zachowania zakłada, że intencje są znaczącym wyznacznikiem ludzkich zachowań społecznych. Ajzen w swoim modelu TPB wskazał, że intencja wynika z oczekiwań danej osoby dotyczących korzyści z danego zachowania (*attitude*), postrzegania poprawności tego zachowania, z punktu widzenia norm społecznych (*subjective norms*) oraz dodatkowo, z oceny trudności danego zachowania (*perceived behavioral control*)<sup>15</sup> (rysunek 3.2.1). Dwa pierwsze konstrukty przedstawiają postrzegane pożądanie danej intencji, ostatni (PBC) postrzeganą wykonalność.

### Rysunek 3.2.1.

Teoria Ajzena



Źródło: opracowanie własne na podstawie I. Ajzen, *The Theory of Planned Behavior*, "Organizational Behavior and Human Decision Processes" 1991, vol. 50, no. 2.

Skuteczność teorii planowanego zachowania w wyjaśnianiu intencji przedsiębiorczych badana jest zarówno w poszczególnych krajach<sup>14</sup>, jak i na próbach obejmujących kilka krajów, często różnych kulturowo<sup>15</sup>. Nie ma więc potrzeby powielania badań i udowodnienia, że teoria ta w sposób satysfakcjonujący opisuje antecedenty intencji, także

<sup>10</sup> S. Benk, A.F. Çakmak, T. Budak, *An Investigation of Tax Compliance Intention: A Theory of Planned Behavior Approach*, "European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences" 2011, vol. 28, no. 28, s. 180–188.

<sup>11</sup> P.A. Pavlou, M. Fygenon, *Understanding and Predicting Electronic Commerce Adoption: An Extension of the Theory of Planned Behavior*, "MIS Quarterly" 2002, vol. 30, no.1; T. Hansen, J.M. Jensen, S.H. Stubbe, *Predicting online Grocery Buying Intention: A Comparison of the Theory of Reasoned Action and the Theory of Planned Behavior*, "International Journal of Information Management" 2004, vol. 24, no. 6, s. 539–550.

<sup>12</sup> T. Kautonen, M. Van Gelderen, E.T. Tornikoski, *Predicting Entrepreneurial Behaviour: A Test of the Theory of Planned Behaviour*, "Applied Economics" 2013, no. 45, s. 697–707.

<sup>13</sup> I. Ajzen, *op.cit.*

<sup>14</sup> C. Schlaegel, M. Koenig, *Determinants of Entrepreneurial Intent: A Meta-Analytic Test and Integration of Competing Models*, "Entrepreneurship: Theory and Practice" 2014, vol. 38, no. 2, s. 291–332; C.J. Armitage, M. Conner, *Efficacy of the Theory of Planned Behaviour: A Meta-Analytic Review*, "British Journal of Social Psychology" 2001, no. 40, s. 471–499.

<sup>15</sup> F. Linan, Y. Chen, *Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions*, "Entrepreneurship Theory and Practice" 2009, May, s. 593–615; T.K. Şahin,

przedsiębiorczych. Wykorzystanie modelu opartego na teorii planowanego zachowania (TPB) w licznych badaniach przynosi zazwyczaj niewiele różniące się wnioski, dotyczące jego zgodności z pierwotnymi tezami Ajzena. Znajdują się jednak i krytycy tego modelu, wskazujący przede wszystkim na fakt, że jest on już nieco przestarzały (jeden z artykułów nosi znamieny tytuł: *Time to Retire the Theory of Planned Behavior*), nie uwzględnia nieracjonalnych zachowań wynikających z emocji oraz zmieniających się uwarunkowań (m.in. efektu uczenia się i wpływu zachowań na przyszłe zachowania)<sup>16</sup>. Krytyka modelu może jednak wynikać z faktu, że o ile wyjaśnia on intencje, to już nie do końca się sprawdza w wyjaśnianiu rzeczywistych zachowań. Nie wszystkie intencje przekładają się na rzeczywiste działania, w przypadku modelu Ajzena (TPB), według przeprowadzonych metaanaliz, jedynie 26%<sup>17</sup>, 28% według innych<sup>18</sup> czy też w 30%, według przywoływanego powyżej Kruegera<sup>19</sup>. Jednak w rzeczywistości, przede wszystkim w badaniach dotyczących intencji przedsiębiorczych, na dużych populacjach (najczęściej studentów) nie weryfikuje się późniejszych zachowań przedsiębiorczych, ponieważ są one zazwyczaj odłożone w czasie. Większość studentów reprezentuje postawę: najpierw doświadczenie, potem przedsiębiorstwo<sup>20</sup>, nie wiadomo więc, który moment jest odpowiedni, by uchwycić relację pomiędzy intencjami a rzeczywistą akcją.

Nie umniejszając skuteczności modelu Ajzena w określaniu intencji przedsiębiorczych, warto poszukiwać nowych metod badania tego zjawiska. Teoria planowanych zachowań nie jest jedyną teorią dotyczącą intencji. Jednym z pierwszych modeli, poza Ajzena, był model Bird, w którym Autorka wskazała na dwie grupy czynników: społeczne oraz polityczne<sup>21</sup>. Podkreśliła także kontekst ekonomiczny i osobistą historię, osobowość oraz umiejętności. Należy się spodziewać, że w badaniach prowadzonych w różnych krajach kontekst ekonomiczny będzie odgrywał dużą rolę. Dotyczyć to będzie także szeroko pojętego stosunku społeczeństwa do przedsiębiorczości, który to stosunek będzie kształtował postrzeganie norm społecznych. Czynniki osobowościowe z pewnością będą także wpływały na intencje, czy to bezpośrednio, czy to przez konstrukty opisane przez Ajzena.

---

T. Asunakutlu, *Entrepreneurship in a Cultural Context: A Research on Turks in Bulgaria*, "Procedia – Social and Behavioral Sciences" 2014, no. 150, s. 851–861.

<sup>16</sup> F.A. Sniehotta, *op.cit.*

<sup>17</sup> C.J. Armitage, M. Conner, *op.cit.*

<sup>18</sup> P. Sheeran, P., *Intention – Behavior Relations: A Conceptual and Empirical Review*, "European Review of Social Psychology" 2002, vol. 12, no. 1, s. 1–36.

<sup>19</sup> N.F. Krueger, M.D. Reilly, A.L. Carsrud, *op.cit.*

<sup>20</sup> P. Sieger, U. Fueglistaller, T. Zellweger, I. Braun, *Global Student Entrepreneurship 2018: Insights From 54 Countries*, "2018 GUESSS Global Report. Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey" 2018, vol. 2, no. 2, s. 67–87.

<sup>21</sup> B. Bird, *Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention*, "Academy of Management Review" 1988, vol. 13, no. 3, s. 442–453.

Wobec sugestii dotyczących wprowadzania nowych czynników do badań nad intencjami, przeanalizowano jeden z istotniejszych czynników osobowych, jakim jest stosunek do ryzyka, pod kątem możliwego wpływu na konstrukty modelu Ajzena. W przypadku postaw wobec danego zachowania (*attitude*), należy się spodziewać, że osoby o wyższej skłonności do ryzyka będą postrzegały działania przedsiębiorcze jako bardziej korzystne<sup>22</sup>. Analiza literatury wskazuje, że skłonność do podejmowania ryzyka może mieć wpływ także na postrzeganą skuteczność własną (*perceived behavioral control*) i właśnie ten związek doczekał się już kilku badań – w powszechnym mniemaniu, słusznie lub nie, przedsiębiorczość jest łączona z ryzykiem. A. Macko i T. Tyszka udowodnili w badaniach prowadzonych w Polsce, że podejmowanie ryzyka jest związane z pewnością siebie<sup>23</sup>, badania wskazują także na związek pomiędzy skutecznością własną a ryzykiem<sup>24</sup>. W mniejszym stopniu natomiast stosunek do ryzyka będzie wpływał na postrzeganie subiektywnych norm (*subjective norms*). Nie znaleziono w literaturze dowodu na związek pomiędzy skłonnością do ryzyka a postrzeganiem akceptacji dla działań przedsiębiorczych. Warto także zaznaczyć na marginesie, że subiektywne normy wykazują najslabszy związek z intencjami przedsiębiorczymi<sup>25</sup>. Stosunek do ryzyka wpływa także bezpośrednio na intencje przedsiębiorcze, czego dowodem są badania przeprowadzone na krakowskich studentach<sup>26</sup>.

Należy się także spodziewać, że zarówno w przypadku głównych konstruktów modelu Ajzena, jak i czynników na te konstrukty wpływających, pojawiają się różnice pomiędzy krajami/kulturami. Różnice kulturowe, opisywane między innymi przez G. Hofstede (jego teoria stanowi obecnie kanon badań nad różnicami kulturowymi), wpływają na poziom przedsiębiorczości. Z badań wynika, że kraje, w których społeczeństwo w mniejszym stopniu jest zadowolone z życia (czyli o wyższym wskaźniku dystansu władzy, w większym stopniu unikające niepewności, bardziej zbiurokratyzowane, o wyższym poziomie korupcji oraz relatywnie biedne) charakteryzuje wyższy poziom przedsiębiorczości<sup>27</sup>.

W swoich licznych badaniach G. Hofstede zwrócił także uwagę na cechy osobowe i wraz z autorem pięcioczynnikowego modelu osobowości, R.R. McCrae, podjął próbę

<sup>22</sup> G. Nabi, F. Liñán, *Considering Business Start-up in Recession Time: The Role of Risk Perception and Economic Context in Shaping the Entrepreneurial Intent*, "International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research" 2013, vol. 19, no. 6, s. 633–655.

<sup>23</sup> A. Macko, T. Tyszka, *Entrepreneurship and Risk Taking*, "Applied Psychology" 2009, vol. 58, no. 3, s. 469–487.

<sup>24</sup> H. Zhao, S.E. Seibert, G.E. Hilla, *The Mediating Role of Self-Efficacy in the Development of Entrepreneurial Intentions*, "Journal of Applied Psychology" 2005, vol. 90, no. 6, s. 1265–1272.

<sup>25</sup> C.J. Armitage, M. Conner, *op.cit.*

<sup>26</sup> K. Wach, L. Wojciechowski, *op.cit.*

<sup>27</sup> G. Hofstede, N.G. Noorderhaven, A.R. Thurik, L.M. Uhlaner, A. Wennekers, R. Wildeman, *Culture's Role in Entrepreneurship: Self-employment out of Dissatisfaction*, w: *Innovation, Entrepreneurship and Culture: The Interaction between Technology, Progress and Economic Growth. Innovation, Entrepreneurship and Culture*, T. Brown, J. Ulijn (eds.), Edward Elgar Publishing, Cheltenham 2004.

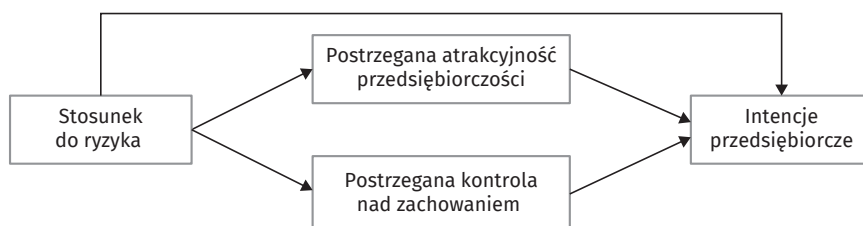
wyszukania relacji pomiędzy wielką piątką a zaproponowanymi przez siebie wymiarami kultury (dystans do władzy, kolektywizm, męskość vs kobiecość, unikanie niepewności oraz orientacja długoterminowa). Badania te jednak nie przyniosły ostatecznych rozstrzygnięć<sup>28</sup>.

## Metodyka badań

Kierując się przesłankami opisanymi powyżej, zaproponowano model badawczy intencji wychodzący poza zwyczajowe elementy modelu Ajzena, jednak na nim oparty. Model ten obejmuje dwa konstrukty Ajzena: postrzeganą atrakcyjność bycia przedsiębiorcą (*attitude*) oraz postrzeganą kontrolę zachowania (*perceived behavioral control*), do których dodano czynnik osobowy, jakim jest stosunek do ryzyka. Założono, że stosunek do ryzyka wpływa zarówno na postrzeganą atrakcyjność oraz postrzeganą kontrolę, jak i bezpośrednio na intencje (rysunek 3.2.2).

### Rysunek 3.2.2.

Model badawczy oparty na teorii Ajzena



Źródło: opracowanie własne.

Model ten został wykorzystany w badaniach na studentach pięciu uczelni technicznych z Bułgarii, Litwy, Łotwy, Polski oraz Ukrainy. Badania były przeprowadzone w roku 2019 na grupie studentów pierwszego roku (drugiego semestru), pierwszego stopnia studiów. Badania są częścią projektu międzynarodowego SEAS (Survey on Entrepreneurial Attitudes of Students) prowadzonego przez autorkę. W niniejszym artykule przedstawiono jednak tylko fragment wyników badań, obejmujący wszystkim prezentację postrzeganej atrakcyjności, postrzeganej kontroli, intencji oraz stosunku do ryzyka wśród studentów w poszczególnych krajach.

<sup>28</sup> G. Hofstede, R.R. McCrae, *Personality and Culture Revisited: Linking Traits and Dimensions of Culture*, "Cross-Cultural Research" 2004, vol. 38, no. 1, s. 52–88.

Wybór studentów do badania intencji przedsiębiorczych jest powszechny zarówno w Polsce<sup>29</sup>, jak i za granicą<sup>30</sup>. Przywołane pozycje są to tylko nieliczne z długiej listy badań intencji przedsiębiorczych studentów opisanych w artykułach. Tak zdefiniowany podmiot badania wynika z dwóch powodów: po pierwsze, studenci jako osoby młode są bardziej skłonni do rozpoczęcia działalności gospodarczej. Jak wskazują badania Global Entrepreneurship Monitor (GEM), w większości gospodarek rozpoczynający działalność są w grupie osób z przedziału: 25–34 oraz 35–44 lat<sup>31</sup>. Drugim powodem jest łatwość w uzyskaniu danych. Studenci są także badani w ramach ogólnoswiatowego projektu GUESS (*Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey*).

Nie można jednak na podstawie tych zakrojonych na szeroką skalę badań dokonać porównań wyników z pięciu wybranych krajów. Badania te nie obejmują swoim zasięgiem wszystkich krajów i tak GEM pomija Litwę oraz Ukrainę, natomiast w badaniach GUESS brakuje Bułgarii i Łotwy. Jest to jeden z powodów, dla których zdecydowano się na przebadanie studentów właśnie z tych krajów. Stosunkowo dużo wiadomo na temat intencji przedsiębiorczych krajów Europy Zachodniej, coraz więcej na temat Polski (choć rzadko pojawiają się artykuły na ten temat w języku angielskim). Niewiele natomiast pisze się o pozostałych krajach Europy Środkowej i Wschodniej (zwłaszcza w języku angielskim), czyli o krajach, które dopiero od niedawna mogą się cieszyć zupełną swobodą prowadzenia działalności gospodarczej.

Swoboda ta może być porównana przy użyciu jednego z bardziej znanych mierników wskazujących na łatwość rozpoczęcia i prowadzenia działalności gospodarczej, którym jest opracowywany przez World Bank Group raport *Doing Business*<sup>32</sup>. Raport ten, oparty na licznych wskaźnikach (m.in. dotyczących sfery podatkowej, regulacji prawnych ws. rozpoczynania działalności, ochrony praw własności, przepisów handlu międzynarodowego), wskazuje pozycję 190 krajów. W tabeli 3.2.1 pokazano jedynie kraje, których artykuł dotyczy, a dla ilustracji rozpiętości punktowej, także dwa o najwyższym i najniższym poziomie tego wskaźnika – Nową Zelandię i Somalię. Warto zwrócić uwagę, że wartości dla krajów badanych są zbliżone i plasują je raczej w czołówce. Nawet Ukraina, pomimo swojego 64. miejsca, nie odbiega wartością wskaźnika od pozostałych badanych krajów, a odległe miejsce świadczy jedynie o dużej liczbie krajów o podobnych wartościach wskaźnika. Ta uwaga nie oznacza oczywiście, że sytuacja biznesu na Ukrainie

<sup>29</sup> K. Wach, *Środowisko biznesu rodzinnego jako stymulanta intencji przedsiębiorczych młodzieży akademickiej*. „Przedsiębiorczość i Zarządzanie” 2015, t. XVI, nr 7, Wydawnictwo SAN, s. 25–40; P. Zbierowski, *Determinanty intencji przedsiębiorczej studentów*, „Horyzonty Wychowania” 2014, nr 13(28), s. 51–63.

<sup>30</sup> A. Fayolle, F. Liñán, *The Future of Research on Entrepreneurial Intentions*, „Journal of Business Research” 2014, no. 67, s. 663–666; E. Chell, *Review of Skill and the Entrepreneurial Process*, „International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research” 2013, vol. 19, no. 1, s. 6–31.

<sup>31</sup> N. Bosma, D. Kelley, *Global Entrepreneurship Monitor 2018/2019*, Gemconsortium, 2019.

<sup>32</sup> World Bank Group, *Doing Business 2020: Comparing Business Regulation in 190 Economies*, 2020.



jest tak samo dobra jak na Litwie, która znalazła się najwyżej z punktu widzenia jego wartości. Z pewnością jest jeszcze dużo do zrobienia, także w Polsce.

**Tabela. 3.2.1.**

Ranking wybranych krajów według raportu Doing Business

Pozycja	Kraj	Wartość wskaźnika DB
1.	Nowa Zelandia	86,8
11.	Litwa	81,6
19.	Łotwa	80,3
40.	Polska	76,4
41.	Bułgaria	76,3
64.	Ukraina	70,2
190.	Somalia	20,0

Źródło: World Bank Group, 2020.

Kierując się literaturą tematu, opracowano mierniki poszczególnych konstruktów. Ponieważ badania mają charakter wstępny, zdecydowano się na mierniki jednoelementowe. I tak w przypadku intencji miernikiem była odpowiedź na pytanie: czy zamierzasz uruchomić własny biznes? Metaanalizy badań intencji przedsiębiorczych wykazały trzy najczęściej pojawiające się miary: pragnienie („chcę...”), przewidywanie („na ile prawdopodobne jest...”) oraz intencję działania („zamierzam...”) <sup>35</sup>. Ten ostatni miernik jest według Autorów najbardziej miarodajny, dlatego też zdecydowano się go użyć także w opisywanych badaniach. Zadając pytanie „czy lubisz ryzyko?” określono stosunek do ryzyka, umożliwiając udzielenie następujących odpowiedzi: nie; raczej nie; ani nie, ani tak; raczej tak; tak. Postrzegana kontrola nad zachowaniem została określona na podstawie odpowiedzi na pytanie: „czy jesteś przekonany, że byłbyś w stanie z sukcesem założyć własną firmę?”. W tym przypadku kateria była taka jak przy pytaniu o stosunek do ryzyka. Ostatni element modelu: postrzegana atrakcyjność przedsiębiorczości, został określony na podstawie 12 stwierdzeń dotyczących atrakcyjności prowadzenia firmy dla respondenta. Na każde z tych stwierdzeń można było odpowiedzieć jak w powyższych dwóch pytaniach. Każdej z odpowiedzi przypisano odpowiednio wartość ujemną (-2 dla: nie; -1 dla: raczej nie), neutralną (0 dla: ani tak, ani nie) oraz pozytywną (1 dla: raczej tak, 2 dla: tak). Średnia wartość opinii dotyczących wszystkich stwierdzeń wyznaczyła brak atrakcyjności, niską atrakcyjność lub atrakcyjność prowadzenia działalności gospodarczej dla respondenta.

<sup>35</sup> C.J. Armitage, M. Conner, *op.cit.*

## Wyniki

Badania zostały przeprowadzone w ramach projektu SEAS, który jest realizowany na Wydziale Zarządzania i Ekonomii Politechniki Gdańskiej, pod kierunkiem Autorki. Łącznie przebadano 3517 studentów, z czego ok. 40% stanowiły kobiety, co jest dosyć zaskakujące, zważywszy na fakt, że byli to studenci uczelni technicznych (tabela 3.2.2).

**Tabela 3.2.2.**

Liczba przebadanych studentów i udział w badaniach kobiet w poszczególnych krajach

	Liczba respondentów	W tym kobiet (w %)
Bułgaria	205	46
Litwa	1279	40
Łotwa	258	40
Polska	1029	45
Ukraina	746	47

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Intencje badanych studentów różniły się w zależności od kraju. Na Litwie oraz na Ukrainie niemal 6% studentów w trakcie badania było już właścicielami swoich firm (tabela 3.2.3). Jednocześnie na Litwie najwięcej respondentów wyraziło negatywne intencje dotyczące rozpoczęcia działalności przedsiębiorczej. Z punktu widzenia badania najbardziej miarodajnym wyznacznikiem były wskazania: „tak, zamierzam rozpocząć działalność w ciągu najbliższych trzech lat”. Udział takich odpowiedzi był największy na Ukrainie oraz na Łotwie, najmniejszy w Bułgarii. Pozostałe dwie odpowiedzi: „najpierw nabiorę doświadczenia” oraz „nie wykluczam”, wskazują raczej na brak negatywnego stosunku do przedsiębiorczości niż intencje przedsiębiorcze.

**Tabela 3.2.3.**

Intencje przedsiębiorcze badanych studentów w zależności od kraju (w %)

	BUL	LT	LA	PL	UA
Mam firmę	0,5	5,8	3,5	1,3	5,8
Tak, w ciągu 3 lat	4,4	15,6	20,9	8,4	25,3
Doświadczenie najpierw	35,1	20,7	27,9	22,4	24,7
Nie wykluczam	50,2	39,0	35,3	59,4	39,9
Nie	7,8	18,8	12,4	8,6	4,3

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Litwini okazali się największymi entuzjastami ryzyka – łącznie ponad 74% studentów wyraziło swój pozytywny do niego stosunek, wskazując odpowiedzi „tak, lubię” i „zdecydowanie lubię” ryzyko (tabela 3.2.4). Największą awersją do ryzyka wykazali się Bułgarzy, łącznie ponad 30% respondentów odpowiedziało negatywnie na to pytanie i niewiele więcej pozytywnie. Jest to wynik wyraźnie odbiegający od pozostałych krajów. Także Polacy nie wykazywali większego entuzjazmu dla ryzyka, 25% wypowiedziało się negatywnie, 45% pozytywnie. Te rezultaty również odbiegają od wyników uzyskanych w pozostałych trzech krajach.

**Tabela. 3.2.4.**

Stosunek do ryzyka badanych studentów w zależności od kraju (w %)

	BUL	LT	LA	PL	UA
Zdecydowanie nie	4,9	2,8	4,3	5,9	2,0
Nie	25,4	6,0	13,6	19,8	8,4
Ani nie ani tak	37,1	17,0	27,9	28,6	26,4
Tak	25,4	32,4	39,9	27,8	35,9
Zdecydowanie tak	7,3	41,8	14,3	17,9	27,2

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Prowadzenie firmy jest najbardziej atrakcyjne dla studentów z Polski – jedynie 2,5% negatywnie oceniło taką działalność (tabela 3.2.5). Polacy jednak nie podchodzą do tego aż tak entuzjastycznie – różnica pomiędzy tymi, dla których jest to mało atrakcyjne i atrakcyjne, wyniosła 7 p.p. Najmniej atrakcyjne okazało się to dla Bułgarów i Łotyszy, poziom wskazań wynosił niemal 18%.

**Tabela 3.2.5.**

Postrzeganie atrakcyjności prowadzenia biznesu przez badanych studentów w zależności od kraju (w %)

	BUL	LT	LA	PL	UA
Nieatrakcyjne	17,6	6	17,6	2,5	3,2
Mało atrakcyjne	39,0	22	39,0	45,1	29,0
Atrakcyjne	43,4	72	43,4	52,4	67,8

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Najbardziej przekonani o kontroli nad zachowaniem – czyli o możliwości/umiejętności założenia własnej firmy byli studenci z Ukrainy, a następnie z Litwy (tabela 3.2.6).

W najmniejszym stopniu takie przekonanie wyrazili Bułgarzy, którzy ponownie w tych badaniach wyróżnili się negatywnie. Niska samoocena możliwości założenia własnej firmy może być wynikiem bardziej negatywnego stosunku do ryzyka – w porównaniu ze studentami z pozostałych krajów.

**Tabela 3.2.6.**

Przekonanie o własnej możliwości założenia firmy u badanych studentów w zależności od kraju (w %)

	BUL	LT	LA	PL	UA
Nie	32,7	17,6	8,1	2,8	8,6
Ani tak, ani nie	36,1	5,8	48,8	7,2	31,4
Tak	31,2	55,7	43,0	44,6	60,1

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Na tym etapie badań przeprowadzono jedynie wstępną weryfikację zaproponowanego modelu badawczego, która wykazała brak podstaw do odrzucenia hipotezy o wpływie intencji na postrzeganą atrakcyjność prowadzenia działalności gospodarczej oraz na postrzegane możliwości rozpoczęcia z sukcesem takiej działalności. Nie znaleziono także podstaw do odrzucenia hipotezy o wpływie stosunku do ryzyka na intencje przedsiębiorcze. Te spostrzeżenia są jednak niewystarczające, by móc stwierdzić, że skłonność do ryzyka wpływa na te konstrukty, i zagadnienie wymaga dalszych analiz.

## Podsumowanie i wnioski

Model Ajzena, powszechnie wykorzystywany do badania intencji przedsiębiorczych, wymaga rozszerzenia o czynniki wpływające na główne jego konstrukty. W artykule zaproponowano wprowadzenie dodatkowego elementu, jakim jest stosunek do ryzyka. W artykule uzasadniono słuszność tej koncepcji, opierając się na nielicznych publikacjach, które na ten temat powstały. Zaproponowany model wymaga weryfikacji empirycznej, która częściowo została podjęta na podstawie przeprowadzonych badań kwestionariuszowych wśród studentów w pięciu krajach. Wyniki tych badań wskazują na zróżnicowanie zarówno intencji, jak i stosunku do ryzyka wśród studentów z różnych krajów. Wykazały także, że studenci w różny sposób, w zależności od kraju, postrzegają swoje możliwości przedsiębiorcze, jak i korzyści płynące z rozpoczęcia własnej działalności gospodarczej. Te wstępne wyniki badań wskazują, że należy wprowadzić do modelu dodatkowe czynniki związane z kontekstem kulturowym oraz ekonomicznym badanych gospodarek.

Podstawowym mankamentem badań jest fakt przeprowadzenia ich jedynie wśród studentów. Jest to zresztą niemal powszechna praktyka dotycząca badań intencji przedsiębiorczych. Natomiast z nielicznych badań prowadzonych na bardziej zróżnicowanych grupach respondentów wynika, że postrzegane pragnienie założenia własnej firmy oraz intencje przedsiębiorcze są wyższe wśród respondentów nienależących do grupy<sup>34</sup>. Badając intencje przedsiębiorcze, należy także pamiętać, że ich wartość predykcyjna jest ograniczona i wynosi najwyższej 30%. Ta różnica pomiędzy intencjami przedsiębiorczymi a rzeczywistymi działaniami jest także przedmiotem badań<sup>35</sup>, chociaż nie tak licznych jak same intencje.

## Bibliografia

- Ajzen I., *The Theory of Planned Behavior*, "Organizational Behavior and Human Decision Processes" 1991, vol. 50, no. 2, s. 179–211.
- Armitage C.J., Conner M., *Efficacy of the Theory of Planned Behaviour: A Meta-Analytic Review*, "British Journal of Social Psychology" 2001, no. 40, s. 471–499.
- Benk S., Çakmak A.F., Budak T., *An Investigation of Tax Compliance Intention: A Theory of Planned Behavior Approach*, "European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences" 2011, vol. 28, no. 28, s. 180–188.
- Bird B., *Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention*, "Academy of Management Review" 1988, vol. 13, no. 3, s. 442–453.
- Bosma N., Kelley D., *Global Entrepreneurship Monitor 2018/2019*, gemconsortium, 2019.
- Chell E., *Review of Skill and the Entrepreneurial Process*, "International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research" 2013, vol. 19, no. 1, s. 6–31.
- Esfandiar K., Sharifi-Tehrani M., Pratt S., Altinay L., *Understanding Entrepreneurial Intentions: A Developed Integrated Structural Model Approach*, "Journal of Business Research" 2019, no. 94, s. 172–182.
- Fayolle A., Liñán F., *The Future of Research on Entrepreneurial Intentions*, "Journal of Business Research" 2014, no. 67, s. 663–666.
- Hansen T., Jensen J.M., Stubbe S.H., *Predicting Online Grocery Buying Intention: A Comparison of the Theory of Reasoned Action and the Theory of Planned Behavior*, "International Journal of Information Management" 2004, vol. 24, no. 6, s. 539–550.
- Hardeman W., Johnston M., Johnston D.W., Bonneti D., Wareham N., Kinmonth A.L., *Application of the Theory of Planned Behaviour in Behaviour Change Interventions: A Systematic Review*, "Psychology & Health" 2002, vol. 17, no. 2, s. 123–158.
- Hofstede G., McCrae R.R., *Personality and Culture Revisited: Linking Traits and Dimensions of Culture*, "Cross-Cultural Research" 2004, vol. 38, no. 1, s. 52–88.

<sup>34</sup> C. Schlaegel, M. Koenig, *op.cit.*

<sup>35</sup> K. Esfandiar, M. Sharifi-Tehrani, S. Pratt, L. Altinay, *Understanding Entrepreneurial Intentions: A Developed Integrated Structural Model Approach*, "Journal of Business Research" 2019, no. 94, s. 172–182.

- Hofstede G., Noorderhaven N.G., Thurik A.R., Uhlaner, L.M., Wennekers A., Wildeman R., *Culture's Role in Entrepreneurship: Self-employment Out of Dissatisfaction*, w: *Innovation, Entrepreneurship and Culture: The Interaction Between Technology, Progress and Economic Growth*. Innovation, Entrepreneurship and Culture, T. Brown, J. Ulijn (eds.), Edward Elgar Publishing, Cheltenham 2004.
- Jennings J.E., Brush C.G., *Research on Women Entrepreneurs: Challenges to (and from) the Browder Entrepreneurship Literature?*, "The Academy of Management Annals" 2013, vol. 7, no. 1, s. 661–713.
- Kautonen T., Van Gelderen M., Tornikoski E.T., *Predicting Entrepreneurial Behaviour: A Test of the Theory of Planned Behaviour*, "Applied Economics" 2013, no. 45, s. 697–707.
- Krueger N.F.J., Reilly M.D., Carsrud A.L., *Competing Models of Entrepreneurial Intentions*, "Journal of Business Venturing" 2000, no. 15, s. 411–432.
- Linan F., Chen Y., *Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions*, "Entrepreneurship Theory and Practice" 2009, May, s. 593–615.
- Macko A., Tyszka T., *Entrepreneurship and Risk Taking*, "Applied Psychology" 2009, vol. 58, no. 3, s. 469–487.
- Nabi G., Liñán F., *Considering Business Start-up in Recession Time: The Role of Risk Perception and Economic Context in Shaping the Entrepreneurial Intent*, "International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research" 2013, vol. 19, no. 6, s. 633–655.
- Pavlou P.A., Fygenonson M., *Understanding and Predicting Electronic Commerce Adoption: An Extension of the Theory of Planned Behavior*, "MIS Quarterly" 2006, vol. 30, no. 1.
- Rabl T., Kühlmann T.M., *Why or Why Not? Rationalizing Corruption in Organizations*. "Cross Cultural Management: An International Journal" 2009, vol. 16, no. 3, s. 268–286.
- Şahin T.K., Asunakutl T., *Entrepreneurship in a Cultural Context: A Research on Turks in Bulgaria*, "Procedia – Social and Behavioral Sciences" 2014, no. 150, s. 851–861.
- Schlaegel C., Koenig M., *Determinants of Entrepreneurial Intent: A Meta-Analytic Test and Integration of Competing Models*, "Entrepreneurship: Theory and Practice" 2014, vol. 38, no. 2, s. 291–332.
- Sheeran P., *Intention – Behavior Relations: A Conceptual and Empirical Review*, "European Review of Social Psychology" 2002, vol. 12, no. 1, s. 1–36.
- Si H., Shi J.G., Tang D., Wen S., Miao W., Duan K., *Application of the Theory of Planned Behavior in Environmental Science: A Comprehensive Bibliometric Analysis*. "International Journal of Environmental Research and Public Health" 2019, vol. 16, no. 15 (w druku).
- Sieger P., Fueglistaller U., Zellweger T., Braun I., *Global Student Entrepreneurship 2018: Insights From 54 Countries*, "2018 GUESSS Global Report" 2018, Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey, vol. 2, no. 2, s. 67–87.
- Sniehotta F.F., Presseau J., Araújo-Soares V., *Time to Retire the Theory of Planned Behaviour*, "Health Psychology Review" 2014, vol. 8, no. 1, s. 1–7.
- Wach K., *Środowisko biznesu rodzinnego jako stymulanta intencji przedsiębiorczych młodzieży akademickiej*, "Przedsiębiorczość i Zarządzanie" 2015, t. XVI, nr 7, Wydawnictwo SAN, s. 25–40.
- Wach K., Wojciechowski L., *Entrepreneurial Intentions of Students in Poland in the View of Ajzen's Theory of Planned Behaviour*, "Entrepreneurial Business and Economics Review" 2016, vol. 4, no. 1, s. 83–94.
- World Bank Group, *Doing Business 2020: Comparing Business Regulation in 190 Economies*, 2020.
- Zbierowski P., *Determinanty intencji przedsiębiorczej studentów*, „Horyzonty Wychowania" 2014, vol. 13, no. 28, s. 51–63.
- Zhao H., Seibert S.E., Hills G.E., *The Mediating Role of Self-Efficacy in the Development of Entrepreneurial Intentions*, "Journal of Applied Psychology" 2005, vol. 90, no. 6, s. 1265–1272.