

DOI: 10.18559/SOEP.2019.1.6

Aleksandra Gawel<https://orcid.org/0000-0002-7426-3474>**Maciej Pietrzykowski**<https://orcid.org/0000-0003-0802-6371>

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Wydział Gospodarki Międzynarodowej,
Katedra Konkurencyjności Międzynarodowej

Autor do korespondencji: Aleksandra Gawel, aleksandra.gawel@ue.poznan.pl

KAPITAŁ SPOŁECZNY W KSZTAŁTOWANIU ANTECEDENCJI INTENCJI PRZEDSIĘBIORCZYCH

Streszczenie: Celem artykułu jest określenie wpływu kapitału społecznego na kształtowanie antecedenencji intencji przedsiębiorczych zgodnie z teorią planowanego zachowania Ajzena (1991, 2011, 2015). Zgodnie z tą teorią intencje przedsiębiorcze zależą od trzech antecedenencji: postawy wobec zachowania przedsiębiorczego, subiektywnych norm i postrzeganej kontroli zachowania. Przeprowadzając badanie ankietowe wśród studentów, przyjęto, że ocena kariery zawodowej matki, ojca i własnej mogą stanowić mierniki kapitału społecznego, gdyż postrzeganie sukcesu zawodowego najbliższych daje przekonanie o możliwościach dostępu do niektórych atrybutów tego kapitału, takich jak na przykład sieci powiązań biznesowych, a także wsparcia merytorycznego, finansowego czy emocjonalnego. Wyniki badań pokazują, że ocena własnej kariery wpływa na poczucie możliwości kontroli sytuacji w czasie procesu przedsiębiorczego. Ocena kariery ojca wyznacza pewien standard, który stanowi podstawę do kształtowania się subiektywnych norm zachowania przedsiębiorczego. Natomiast postawa wobec zachowania przedsiębiorczego jest wypadkową oceny własnej kariery i kariery ojca. Zatem poczucie kontroli zależne jest od indywidualnych czynników, subiektywne normy są kształtowane przez otoczenie, postawa wobec zachowania zaś jest wypadkową czynników indywidualnych i zewnętrznych. Ocena kariery matki okazała się nieistotna statystycznie w kształtowaniu każdej z trzech antecedenencji intencji przedsiębiorczych.

Słowa kluczowe: intencje przedsiębiorcze, teoria planowanego zachowania, kapitał społeczny, kapitał rodzinny.

Klasyfikacja JEL: L26.

SOCIAL CAPITAL IN SHAPING THE PREDECESSORS OF ENTREPRENEURIAL INTENTIONS

Abstract: The purpose of the article is to determine the impact of social capital on shaping the predecessors of entrepreneurial intention in accordance with Ajzen's theory of planned behaviour, i.e. an attitude towards entrepreneurial behaviour, subjective norms and perceived control of behaviour. Conducting a survey among students, it was assumed that the assessment of the professional career of the mother, father and own may be measures of social capital, because perceiving the professional success of the relatives gives the conviction about the possibilities of access to the network of business connections and substantive, financial or emotional support. The research results show that the assessment of one's own career influences the perceived control of the situation during the entrepreneurial process. A father's career assessment sets a certain standard, which forms the basis for shaping subjective norms of entrepreneurial behaviour. On the other hand, the attitude towards entrepreneurial behaviour is the result of an assessment of one's own career and a father's career. Thus, the control of behaviour depends on individual factors, subjective norms are shaped by the environment, and the attitude towards behaviour is the resultant of individual and external factors. The assessment of a maternal career turned out to be statistically insignificant.

Keywords: entrepreneurial intentions, theory of planned behaviour, social capital, family capital.

Wstęp

Przedsiębiorczość jest uważana za ważny czynnik wpływający na wzrost i klimat gospodarczy kraju, stąd państwa ponoszą wysokie wydatki, aby kształtować ją poprzez edukację czy systemy wspierania przedsiębiorczości. Część działań skierowanych jest na pobudzenie postaw przedsiębiorczych w postaci proaktywności, innowacyjności czy skłonności do ryzyka, a zatem działania te odnoszą się do szerokiego rozumienia przedsiębiorczości. Pozostałe aktywności nastawione są na wąskie jej rozumienie, czyli na jej identyfikację z zakładaniem i rozwijaniem własnej firmy.

W artykule przyjęto wąską perspektywę definiowania przedsiębiorczości jako procesu związanego z uruchamianiem i prowadzeniem własnego przedsiębiorstwa. Aby jednak proces przedsiębiorczy został rozpoczęty, pierwotną kwestią jest wystąpienie intencji przedsiębiorczych u potencjalnego przedsiębiorcy. Badanie intencji przedsiębiorczych i ich wpływu na zachowania przedsiębiorcze cieszy się dużym zainteresowaniem. Najczęściej na potrzeby tych

badan adaptowana jest teoria planowanego zachowania Ajzena, zakładająca wpływ trzech grup antecedencji intencji przedsiębiorczych, czyli własnej postawy wobec zachowania, postrzeganej kontroli zachowania i subiektywnych norm, a wyniki badań wskazują jej zasadność w analizowaniu wyjaśniania skłonności osób do uruchomienia i rozwijania własnej działalności gospodarczej.

W prezentowanym artykule postawiono pytanie badawcze, jakie czynniki wpływają na antecedencje intencji przedsiębiorczych, czyli na postrzeganie przedsiębiorczości, możliwość kontroli procesu przedsiębiorczego czy subiektywne normy i standardy patronujące sposobowi prowadzenia własnej firmy w kontekście posiadanych własnych doświadczeń zawodowych, jak również zawodowych karier rodziców respondentów. Antecedencje intencji przedsiębiorczych są do pewnego stopnia kategorią subiektywną i potencjalną, gdyż dotyczą postrzegania pewnych zjawisk bez bezpośrednich doświadczeń w tym obszarze. Osoby oceniają postrzeganie przedsiębiorczości, nie mając często doświadczenia w zakładaniu i prowadzeniu własnej firmy. Z tego powodu wydaje się, że istotny wpływ powinien mieć kapitał społeczny danej osoby, czyli sieć powiązań społecznych, w których osoba funkcjonuje. Ważną tkanką tych sieci są doświadczenia i przedsiębiorcze kariery zawodowe przodków, w szczególności rodziców, które istotnie determinują zachowania przedsiębiorcze następców.

1. Intencje przedsiębiorcze w ujęciu teoretycznym

Przedsiębiorczość jest uważana za istotny czynnik sprzyjający wzrostowi gospodarstwu i przynoszący liczne korzyści społeczne. Mimo że w wyniku przedsiębiorczych działań generowane są innowacje, powstają nowe miejsca pracy, rozwijany jest potencjał kapitału ludzkiego, to relatywnie niewielka część ludzi pracujących jest zaangażowana w aktywności przedsiębiorcze. Powoduje to zainteresowanie czynnikami, które wpływają na intencje przedsiębiorcze, szczególnie wśród młodych ludzi planujących swoją karierę zawodową (Moriani, Gorgievski, Laguna, Stephan i Zarafshani, 2012).

W literaturze przedmiotu nie ma jednoznacznej definicji intencji przedsiębiorczych (Wach i Wojciechowski, 2016). Najprostsze rozumienie intencji przedsiębiorczych wskazuje, że są one świadomym stanem umysłu, który poprzedza działania zmierzające do uruchomienia nowej firmy (Moriani i in., 2012). Intencje przedsiębiorcze są zatem warunkiem wstępnym przedsiębiorczości i oznaczają czynniki decyzyjne prowadzące do zachowania przedsię-

biorczego (Najafabadi, Zamani i Mirdamadi, 2016). Intencje formują pierwsze aktywności w procesie tworzenia nowego przedsiębiorstwa (Aloulou, 2015). Decyzja o byciu przedsiębiorcą powinna być przemyślana i świadoma, gdyż tworzenie nowego przedsiębiorstwa wymaga czasu, szczegółowego planowania i zaawansowanego procesu myślowego. Dlatego też decyzja o karierze przedsiębiorczej może być traktowana jako rodzaj planowego zachowania, w którym intencje są czynnikiem decydującym o zachowaniu przedsiębiorczym (Moriani i in., 2012).

Najpopularniejszym modelem intencji przedsiębiorczych jest model planowanych zachowań Ajzena. Model ten jest jednym z najczęściej cytowanych i najbardziej wpływowych modeli przewidujących zachowania społeczne ludzi, ale równocześnie spotyka się z krytyką (Ajzen, 2011). Teoria ta zakłada, że intencje do określonego typu zachowań są wysoce prawdopodobnym prognostykiem obecnego zachowania (Carey, Flanagan i Palmer, 2010). Zgodnie z tą teorią intencje zachowań zależą od trzech antecedencji, czyli postawy wobec zachowania, postrzeganej kontroli zachowań i norm społecznych kształtujących jego postrzeganie (Ajzen, Joyce, Sheikh i Cote, 2011; Wach i Wojciechowski, 2016; Rachwał i Wach 2016). Są one również określane mianem przekonań behawioralnych, przekonań normatywnych i przekonań kontrolnych (Carey i in., 2010), a przekonania sterują intencjami i zachowaniem. W szczególności przekonania o behawioralnych konsekwencjach zachowań determinują postawę wobec zachowania. Przekonania o oczekiwaniach i zachowaniach innych osób wpływają na subiektywne normy. Natomiast przekonania o potencjalnych czynnikach ułatwiających lub utrudniających działanie decydują o postrzeganej kontroli (Ajzen i in., 2011). Warto zauważyć, że przekonania te nie oznaczają informacji i jako takie mogą być niewłaściwe, mogą odzwierciedlać myślenie życzeniowe czy być w inny sposób zafałszowane (Ajzen i in., 2011).

Postawa wobec zachowania jest definiowana jako indywidualna, ogólna ocena zachowania. W odniesieniu do intencji przedsiębiorczych początkowo była ona mierzona przy użyciu jednej miary, czyli zainteresowania danej osoby uruchomieniem nowej firmy. Jednak postawa ta jest determinowana całym zestawem przekonań behawioralnych łączących zachowanie z różnymi rezultatami i innymi postawami (Moriani i in., 2012). W badaniach empirycznych postawa wobec zachowania przedsiębiorczego jest utożsamiana z oceną atrakcyjności kariery przedsiębiorczej, jej przewagą nad karierą pracowniczą i satysfakcją uzyskaną z prowadzenia własnej firmy (Hartsenko i Venesaar, 2017). Respondenci bywają też często pytani o stopień, w jakim byliby skłonni założyć własne przedsiębiorstwo (Yang, 2013).

Postrzegana kontrola zachowania wskazuje na subiektywnie zakładaną możliwość wpływania na wyniki swojego zachowania, odzwierciedla zarówno wcześniejsze doświadczenia w danym zakresie, jak i przewidywane przyszłe trudności. Postrzegana kontrola zachowań jest koncepcją wielowymiarową, która składa się z dwóch oddzielnych, choć powiązanych składników: poczucia własnej skuteczności jako czynnika wewnętrznego i warunków ułatwiających kontrolę jako czynników zewnętrznych. Wśród warunków ułatwiających postrzeganie kontroli można wymienić czynniki związane z dostępem do zasobów, czynniki technologiczne i wsparcie rządowe (Zolait, 2014). Od strony pomiaru postrzeganej kontroli proponuje się jako jej miernik ocenę własnych kompetencji (Hartsenko i Venesaar, 2017) czy krytyczne zadania konieczne do uruchomienia własnego przedsiębiorstwa i zdolność do ich wykonania (Aloulou, 2015). Badając postrzeganą kontrolę, respondentów prosi się też o ocenę swoich zdolności w stosunku do innych osób (Yang, 2013).

Normy społeczne stanowią indywidualne postrzeganie wartości, wierzeń i reguł określone przez ludzi ważnych dla danej osoby, do których osoba ta chce się zastosować (Najafabadi i in., 2016). Pomiaru subiektywnych norm jako antecedencji intencji przedsiębiorczych dokonuje się, oceniając stopień, w jakim dana osoba polega na opinii ważnych dla siebie osób, w tym członków rodziny, przyjaciół czy innych ze swojego otoczenia społecznego w ocenie przedsiębiorczości jako drogi zawodowej (między innymi Hartsenko i Venesaar, 2017; Aloulou, 2015).

Teoria planowanych zachowań jest właściwa do badania aktywności przedsiębiorczych, gdyż proces zakładania własnej firmy jest zachowaniem planowanym (Carey i in., 2010), wymagającym podjęcia szeregu działań w sposób systematyczny i z góry przewidziany. Model Ajzena jest dobrze udokumentowany zarówno w polskich badaniach i literaturze (Wach, 2015; Wach i Wojciechowski, 2016; Rachwał i Wach, 2016), jak i międzynarodowych (Ajzen, 2015; Hartsenko i Venesaar, 2017; Aloulou, 2015; Yang, 2013), choć można też znaleźć dowody na to, iż słuszność tego modelu jest uzależniona od rodzaju firmy, którą planują uruchomić respondenci (na przykład Carey i in., 2010).

Wyniki badań nie dają jednak pełnej zgodności co do wagi każdej z antecedencji. Przykładowo badania wskazują, że intencje przedsiębiorcze są silniej kształtowane przez czynniki osobiste związane z postawą wobec zachowania i postrzeganą kontrolą niż przez czynniki społeczne w postaci norm (Moriaño i in., 2012). Można znaleźć także argumenty za znaczeniem postrzeganej kontroli jako najistotniejszej antecedencji intencji przedsiębiorczych (Aloulou, 2015), ale również za najważniejszą rolą postawy wobec zachowania przedsiębiorczego (Yang, 2013).

2. Kapitał społeczny w kształtowaniu przedsiębiorczości

Analizując rolę kapitału społecznego w kształtowaniu przedsiębiorczości, dotychczasowe badania skupiają się w większości przypadków na jego wpływie na proces tworzenia nowego przedsiębiorstwa oraz na rozwój już istniejącego. Przedsiębiorca jest produktem swojej społeczności i jednocześnie jej częścią (McKeever, Anderson i Jack, 2014). Choć kapitał społeczny jest uważany za istotny czynnik kształtujący przedsiębiorczość (McKeever i in., 2014), jednak jego oddziaływanie na intencje przedsiębiorcze jest relatywnie mało rozpoznane (Liñán i Santos, 2007).

Patrząc szeroko na znaczenie kapitału społecznego w przedsiębiorczości, należy zwrócić uwagę na dwa aspekty. Z jednej strony przedsiębiorczość jest zjawiskiem społecznym, a nie tylko indywidualnym osiągnięciem. W kontekście społecznym, przedsiębiorca jest jednocześnie autonomiczny i kontrolowany zewnątrz (Steyaert i Landstrom, 2011). Niektórzy autorzy wręcz postrzegają proces przedsiębiorczy jako proces ulokowany społecznie, kształtowany przez społeczność i kulturę, praktykowany kolektywnie (McKeever i in., 2014). Przedsiębiorca jest częścią społeczeństwa, a jego sukces zależy między innymi od tego, jak dalece potrafi stworzyć sieci powiązań biznesowych z otoczeniem, czyli dostawcami i klientami, oraz więzi społeczne wewnątrz swojej organizacji z pracownikami i partnerami biznesowymi, aby móc rozpocząć i rozwijać swoją firmę. Dostęp do kapitału społecznego jest konieczny do uruchomienia nowej firmy (Semrau i Werner, 2012), a przedsiębiorcy z dostępem do kapitału społecznego z większym prawdopodobieństwem uruchomią nową firmę od podstaw, niż zainicjują działania przedsiębiorcze poprzez wykup istniejącego przedsiębiorstwa (Bastie, Ciepły i Cussy, 2013).

Pojęcie kapitału społecznego zostało wprowadzone do rozważań naukowych na początku XX wieku, jednak dużym problemem jest brak zgody co do definicji i pomiaru tego zjawiska (Sierocińska, 2011). W kontekście ekonomicznym przez pojęcie kapitału społecznego rozumie się sieć relacji, w których funkcjonuje dana osoba lub firma, dzięki którym uzyskuje ona dostęp do różnorodnych zasobów posiadanych przez inne podmioty (Bastie i in., 2013). Wyróżnia się kilka podziałów kapitału społecznego, z których istotne w kontekście przedsiębiorczości wydaje się rozróżnienie między kapitałem społecznym więzi (*bonding social capital*) a kapitałem społecznym mostów (*bridging social capital*). Pierwszy typ nakierowany jest do wnętrza homogenicznej grupy i ma za zadanie jej wzmocnienie. Drugi natomiast koncentruje się na zewnętrznych relacjach z heterogenicznym otoczeniem (Sierocińska, 2011).

Dzięki dostępowi do kapitału społecznego przedsiębiorca nabywa zasoby wartościowe i niezbędne do uruchomienia nowej firmy (Evers i O’Gorman, 2011), takie jak zasoby finansowe, wsparcie emocjonalne czy wiedza (Semrau i Werner, 2012). Przedsiębiorcy z reguły rozpoczynają swoją działalność, bazując na pomocy członków rodziny i przyjaciół, którzy stanowią ich osobistą sieć powiązań (Capelleras, Greene, Kantis i Rabetino, 2010). Kapitał i umiejętności społeczne stanowią zasoby relacyjne w sieci powiązań przedsiębiorcy, decydujące o jego przewadze konkurencyjnej dzięki swojej unikatowości (Starnawska, 2016). Można zatem przypuszczać, że kapitał społeczny więzi stanowi dla potencjalnego przedsiębiorstwa wsparcie otrzymywane od najbliższych, natomiast kapitał społeczny mostów pozwala na zaistnienie nowo powstającego przedsiębiorstwa w otoczeniu.

Kapitał społeczny wpływa na nowo tworzone firmy poprzez dwie główne konfiguracje sieci powiązań: wymiar strukturalny kapitału społecznego (uważany za oznakę słabych więzi) ukazuje stopień, do którego klienci dostarczają nowo powstałej firmie dostęp do szerszego zestawu użytecznych kontaktów biznesowych, natomiast jego relacyjno-poznawczy wymiar (odzwierciedlający silne więzi) przedstawia stopień, do którego relacje biznesowe między nowo powstałą firmą a jej głównymi klientami bazują na dobrowolnym zaufaniu, oczekiwaniu wzajemności czy identyfikacji poznawczej (Pirolo i Presutti, 2010).

Patrząc na proces zakładania nowych przedsiębiorstw z perspektywy rozpoznania i wdrożenia możliwości biznesowych, zauważa się, że kapitał społeczny mostów z zewnętrznym otoczeniem dostarcza nowych informacji i wiedzy ukrytej, które pozwalają na łatwiejszą identyfikację nowych możliwości biznesowych. Natomiast kapitał społeczny więzi z rodziną i przyjaciółmi może wprowadzić również dostarczać informacji, jednak podmioty te są istotniejsze jako dostawcy kapitału, bezpłatnych porad biznesowych czy pomocy w uruchamianiu przedsiębiorstwa (Lans, Blok i Gulikers, 2015).

W procesie tworzenia nowej firmy zmienia się znaczenie kapitału społecznego. Podczas tworzenia wizji nowego przedsiębiorstwa sieć społeczna przyszłego przedsiębiorcy jest złożona głównie z kręgu rodziny i najbliższych znajomych, a jej rolą jest dostarczanie pewnego kontekstu otoczenia i społecznego wsparcia dla przedsiębiorcy i jego działań. Im bardziej konkretne działania są podejmowane w związku z tworzeniem firmy, tym bardziej osobista sieć przedsiębiorcy zmienia się wraz z dojrzewaniem koncepcji biznesowej, a po wprowadzeniu firmy na rynek przedsiębiorca tworzy i wzmacnia własną sieć społeczną (Steyaert i Landstrom, 2011).

Tak jak kapitał społeczny jest istotny w procesie tworzenia nowego przedsiębiorstwa, tak też jego rola wydaje się równie ważna w kształtowaniu intencji

przedsiębiorczych, choć problem ten jest zdecydowanie mniej rozpoznany. Wyniki badań wskazują, że jeśli kapitał społeczny jest określany przez rozmiar sieci powiązań i zasoby możliwe do pozyskania poprzez sieć, wówczas rozmiar sieci ma pozytywny wpływ na postrzeganą kontrolę zachowań, dostęp do zasobów zaś ma dodatnie oddziaływanie na postawę wobec zachowania przedsiębiorczego, postrzeganą kontrolę i subiektywne normy. Postawa wobec zachowania i postrzegana kontrola zachowania są pośrednikiem między indywidualnym kapitałem społecznym a intencją założenia własnej firmy i ostatecznie wdrożeniem tej intencji (Tatarko i Schmidt, 2016). Tymczasem w innych badaniach wykazano, że kapitał społeczny ma moderujący wpływ na zależność między orientacją przedsiębiorczą a intencją przedsiębiorczą. Kapitał społeczny ma pozytywny pośredni wpływ na orientację przedsiębiorczą, a gdy intencje są uformowane, jego wpływ na kształtowanie zachowań przedsiębiorczych jest silniejszy (Chuluunbaatar, Ottavia i Kung, 2011).

Wyniki badań wskazują również, że kapitał społeczny więzi i kapitał społeczny mostów mogą być istotnymi czynnikami kształtującymi intencje przedsiębiorcze, a w przypadku relatywnie słabego kapitału więzi intencje mogą być wzmacniane poprzez kapitał społeczny mostów (Vuković, Kedmenec, Postolov, Jovanovski i Korent, 2017).

W badaniach bazujących na alternatywnym modelu intencji Shapero i Sokola wyznacza się intencje przedsiębiorcze poprzez postrzeganą atrakcyjność i możliwość wejścia do przedsiębiorczości. Jeśli kariera przedsiębiorcza osoby z otoczenia jest postrzegana pozytywnie, wówczas wpływa to korzystnie na postrzeganie atrakcyjności tej formy kariery. Natomiast jeśli pomysł uruchomienia własnej firmy przez potencjalnego przedsiębiorcę jest akceptowany przez najbliższe otoczenie, wówczas postrzegana możliwość zaistnienia działania przedsiębiorczego jest większa (Liñán i Santos, 2007).

Można przyjąć również, że osoby znajdujące się w otoczeniu potencjalnego przedsiębiorcy i będące zatem elementem jego kapitału społecznego mogą stanowić dla niego wzór do naśladowania (*role model*). Wzorem do naśladowania jest przykładowa osoba, którą zna lub z którą jest w kontakcie potencjalny przedsiębiorca, a za której przykładem chciałby podążyć. Wielu naukowców uważa, że wzór do naśladowania jest jednym z ważnych czynników intencji przedsiębiorczych, choć wyniki badań nie zawsze wspierają ten pogląd (por. Najafabadi i in., 2016).

Istotnym elementem kapitału społecznego jest rodzina, a jej oddziaływanie na zaistnienie działania przedsiębiorczego dokonuje się dwutorowo: z jednej strony rodzina wnosi wiedzę, doświadczenie i postawę przedsiębiorczą, z drugiej jest źródłem kapitału finansowego na początkowym etapie tworzenia

nowej firmy (Bernat i Gąsior, 2017). W rodzinach, w których działalność biznesowa trwa od wielu lat czy pokoleń, może stać się ona tradycją wpływającą silnie motywująco na postawy następnych pokoleń w zakresie zakładania własnej działalności, bądź kontynuacji rodzinnych biznesów (Tomski, 2014). Obserwacja znaczenia rodziny, a zwłaszcza kariery przodków jako przedsiębiorców w procesie przedsiębiorczym doprowadziła do stworzenia koncepcji kapitału rodzinnego, na który składa się kapitał ludzki, społeczny i finansowy dostępny dla członków rodziny. Kapitał rodzinny ma unikatowe przewagi, gdyż jest trudny do naśladownictwa, może być szybko wykorzystany, cechuje się niskimi kosztami transakcyjnymi i może być przenoszony efektywnie między pokoleniami (Dyer, Nenque i Hill, 2014). Rodzina może funkcjonować jako społeczna organizacja gospodarcza bazująca na zasobach materialnych i niematerialnych (Siqueira, 2007), a kapitał rodzinny wyraźnie wpływa na aktywność przedsiębiorczą (Dyer i in., 2014).

3. Założenia badawcze badania intencji przedsiębiorczych

Podjmując badanie wpływu kapitału społecznego na intencje przedsiębiorcze, przyjęto założenie, że kapitał rodzinny jest kluczowym czynnikiem wpływu w stosunku do młodych ludzi będących na początku kariery zawodowej. Przyjęto założenie, że rodzinny kapitał społeczny oddziałuje na postawę wobec zachowań przedsiębiorczych, subiektywne normy i kontrolę zachowań, a więc wszystkie trzy antecedence intencji przedsiębiorczych.

Aby uzyskać odpowiedź na problem badawczy, w okresie do maja do czerwca 2017 roku przeprowadzono badanie ankietowe wśród studentów Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu. Odpowiedzi udzieliło łącznie 805 studentów ze wszystkich 5 wydziałów uczelni. Spośród ankietowanych 57,2% stanowili studenci studiów licencjackich, pozostali zaś studiowali na poziomie magisterskim. W badaniu przeważały kobiety, które stanowiły 66,8% ankietowanych. Większość respondentów stanowili młodzi ludzie, 31,5% badanych miało 20 lat lub mniej, a 67,9% było w wieku między 21 a 25 lat. Po usunięciu niepełnych odpowiedzi w pytaniach będących przedmiotem zainteresowania do dalszej analizy przyjęto 750 ankiet.

Większość badań oceniających postawę wobec przedsiębiorczości zadaje pytanie o plany zawodowe respondentów w postaci ich skłonności do prowadzenia własnej firmy lub pracy etatowej (na przykład Wach 2015; Wach i Wojciechowski, 2016). Najczęściej respondenci są proszeni o odpowiedzi w skali Likerta na pytanie o to, jak widzą swoje szanse na rozpoczęcie działania

własnej firmy. Jednakże różne osoby mogą tak samo oceniać swoje intencje, ale mieć odmienne wyobrażenie bycia przedsiębiorcą (Carey i in., 2010).

W prezentowanym badaniu przyjęto inne podejście do analizy tych postaw, zadano bowiem pytanie, jak respondenci postrzegają łatwość czy czasochłonność prowadzenia własnej firmy. Przyjęto mianowicie założenie, że na faktyczną decyzję o działaniu przedsiębiorczym wpływają intencje przedsiębiorcze, determinowane zgodnie z teorią Ajzena planowanego zachowania przez antecedencje w postaci postawy wobec zachowania, kontroli zachowania i subiektywnych norm. Respondenci zostali poproszeni o przyporządkowanie ocen w skali od 1 do 6 dla następujących stwierdzeń dotyczących postrzegania przez nich prowadzenia własnej działalności gospodarczej po ukończeniu studiów:

- Jak trudno będzie rozpocząć własną działalność? (dalej: trudność).
- Jak pewny sukcesu jesteś? (dalej: pewność sukcesu).
- Jak bardzo przepracowany będziesz prowadząc własną firmę? (dalej: przepracowanie).
- Czy masz wystarczającą wiedzę, żeby rozpocząć działalność? (dalej: wiedza).
- Jak pewny siebie jesteś? (dalej: pewność siebie).
- Będę uwielbiał prowadzić swoją firmę (dalej: uwielbienie).
- Moja rodzina będzie mnie zachęcać do prowadzenia własnej firmy (dalej: wsparcie rodziny).
- Będę znerwicowany (dalej: znerwicowanie).
- Będę podchodzić z entuzjazmem do prowadzenia własnej firmy (dalej: entuzjazm).

Można przyjąć, że postawa wobec zachowania jest odzwierciedlona w stwierdzeniach dotyczących trudności, przepracowania, uwielbienia, znerwicowania czy entuzjazmu. Kontrola zachowania powiązana jest z oceną posiadanej wiedzy i pewnością sukcesu, subiektywne normy zaś mają związek z pewnością siebie i wsparciem rodziny (zestawienie w tabeli 1).

Tabela 1. Stwierdzenia kwestionariuszowe a antecedencje intencji przedsiębiorczych

Antecedencje intencji przedsiębiorczych	Stwierdzenia w kwestionariuszu
postawa wobec zachowania	trudność, przepracowanie, uwielbienie, znerwicowanie, entuzjazm
kontrola zachowania	wiedza, pewność sukcesu
subiektywne normy	pewność siebie, wsparcie rodziny

Wszystkie odpowiedzi w stwierdzeniach zostały tak przekształcone, aby największa wartość z zaproponowanej skali (6) odzwierciedlała najkorzystniejszą sytuację (wysoka pewność sukcesu, brak przepracowania etc.), a wartość (1) najmniej atrakcyjną (bardzo niska pewność siebie, wysoka pewność porażki etc.). Następnie odpowiedzi ankietowe zostały pogrupowane zgodnie z ujęciem ich jako antecedencje intencji w tabeli 1 i wyliczono średnie wartości antecedencji¹. Zmienność poszczególnych stwierdzeń oraz intencji przedsiębiorczych przedstawia tabela 2.

Tabela 2. Średnie wartości i odchylenia standardowe oceny stwierdzeń wśród respondentów

Stwierdzenie	Średnia wartość	Odchylenie standardowe	Współczynnik zmienności (%)
Trudność	2,581333	0,965727	37,41
Pewność sukcesu	3,777333	0,875276	23,17
Przepracowanie	2,460614	0,925058	37,59
Wiedza	3,328000	0,929642	27,93
Pewność siebie	3,801333	1,069918	28,15
Uwielbienie	4,189586	1,246964	29,76
Wsparcie rodziny	4,116000	1,285073	31,22
Znerwicowanie	3,434667	1,265913	36,86
Entuzjizm	4,276000	1,107004	25,89

Źródło: Na podstawie odpowiedzi ankietowych.

Jak wskazują dane z tabeli 2, respondenci najwyżej ocenili entuzjizm, z którym będą podchodzić do prowadzenia własnego przedsiębiorstwa, jednocześnie wysokość miar rozproszenia przy tej odpowiedzi wskazuje na relatywnie najniższą zmienność w odpowiedziach. Najwyższą zmiennością, mierzoną współczynnikiem zmienności, cechują się spodziewane przepracowanie oraz trudność prowadzenia firmy, jednocześnie spodziewane przepracowanie wynikające z prowadzenia firmy uzyskało najniższą średnią wartość wskazań respondentów.

¹ W analizach przyjęto tzw. parametryczne podejście, które opiera się założeniu, że pomiary na skali porządkowej są rezultatem kategoryzacji ukrytej zmiennej mającej w istocie charakter przedziałowy, co umożliwia (do pewnego stopnia) wnioskowanie statystyczne, w szczególności użycie niektórych metod i miar statystycznych (Francuz i Mackiewicz, 2007, s. 390). Autorzy zdają sobie sprawę z rangowego charakteru zastosowanej skali i kontrowersji związanych z użyciem w tym przypadku technik statystycznych, co wpływa na ostrożność w interpretacji wyników.

Zgodnie z założeniami z tabeli 1 wyznaczono wartości trzech antecedenencji intencji przedsiębiorczych, wyznaczając wartość średnią z odpowiedzi respondentów na pytania przypisane każdej z nich. Statystyki opisowe uzyskanych wartości antecedenencji intencji przedsiębiorczych są zaprezentowane w tabeli 3.

Tabela 3. Statystyki opisowe antecedenencji intencji przedsiębiorczych

Antecedencja intencji przedsiębiorczych	Średnia wartość	Minimum	Maksimum	Odchylenie standardowe	Współczynnik zmienności (%)
Postawa wobec zachowania	3,386667	1,0	5,4	0,639954	18,90
Kontrola zachowania	3,564667	1,0	6,0	0,832912	23,37
Subiektywne normy	3,946667	1,5	6,0	0,806240	20,43

Źródło: Na podstawie odpowiedzi ankietowych.

Najniższą średnią wartość, a zarazem najniższą zmienność przyjęła postawa wobec zachowania. Natomiast subiektywne normy zostały ocenione przez respondentów najwyżej.

Do mierzenia kapitału społecznego zastosowano w kwestionariuszu ankietowym podejście pośrednie. Wprawdzie najczęściej kapitał społeczny wykorzystywany w procesie tworzenia nowej firmy jest budowany w trakcie aktywności zawodowej przyszłego przedsiębiorcy. Jednakże w przypadku badania jego wpływu na antecedencje intencji przedsiębiorczych wśród studentów przyjęcie takiego spojrzenia jest nieco zbyt upraszczające. Z punktu widzenia antecedenencji intencji przedsiębiorczych wydaje się istotny również ten kapitał społeczny, który zgromadzili rodzice potencjalnych przedsiębiorców, gdyż to rodzina stanowi najczęściej pierwsze źródło dostępu do sieci powiązań biznesowych czy też daje społeczne wzorce ról zawodowych. Dlatego przyjęto założenie, że kapitał społeczny konieczny do kształtowania antecedenencji intencji przedsiębiorczych jest zdobywany w czasie własnej kariery zawodowej lub jest przekazywany przez rodziców w związku z rozwojem ich kariery.

Ponieważ trudno jest ocenić wartość i przydatność kapitału społecznego w procesie przedsiębiorczym przed jego uruchomieniem, stąd przyjęto, że ocena karier zawodowych jest miarą wskazującą na postrzeganie dostępu do kapitału społecznego. Przyjęto logikę wskazującą, że skoro antecedencje intencji przedsiębiorczych są koncepcjami raczej hipotetycznymi, wskazującymi na pewne skłonności czy preferencje, to mierniki kapitału społecznego też powinny mieć taki charakter.

Dlatego też w konsekwencji respondenci zostali poproszeni o ocenę kariery zawodowej matki, ojca i własnej. Pozytywna ocena kariery matki, ojca lub własna w założeniu powinna się przełożyć na postrzeganie lepszego dostępu do szerszego kapitału społecznego, gdyż w czasie kariery buduje się sieć powiązań biznesowych, możliwych do wykorzystania w momencie urzeczywistnienia intencji przedsiębiorczych. Przy ocenie kariery zawodowej przyjęto skalę Liekerta od 1 do 6, gdzie wartość 1 była przypisana mało satysfakcjonującej ocenie, a wartość 6 – ocenie bardzo satysfakcjonującej. Średnie wartości i odchylenia standardowe od nich odpowiedzi udzielonych przez respondentów prezentowane są w tabeli 4.

Tabela 4. Średnie wartości i odchylenie standardowe ocen kapitału społecznego

Stwierdzenie oceniające kapitał społeczny	Średnia wartość	Odchylenie standardowe	Współczynnik zmienności (%)
Odczucia w zakresie kariery matki	3,655957	1,354459	37,05
Odczucia w zakresie kariery ojca	3,974220	1,288805	32,43
Odczucia w zakresie kariery własnej	3,082993	1,251668	40,60

Źródło: Na podstawie odpowiedzi ankietowych.

Oceniając kariery zawodowe, respondenci odnieśli się do nich zdecydowanie pozytywnie, przy czym przeciętnie za najbardziej satysfakcjonujące uznali kariery ojców, a najmniej satysfakcjonujące kariery własne. Tymczasem kariery własne cechowały się największą zmiennością, a kariery ojców – najmniejszą.

Pierwszym krokiem badawczym po zebraniu danych było wyznaczenie korelacji pomiędzy oceną kariery rodziców i własnej jako przyjętymi miarami kapitału społecznego a antecedencjami intencji przedsiębiorczych. Wyniki tych szacunków prezentuje tabela 5.

Tabela 5. Współczynniki korelacji między oceną kariery zawodowej rodziców i własnej a antecedencjami intencji przedsiębiorczych

	Ocena kariery matki	Ocena kariery ojca	Ocena własnej kariery
Postawa wobec zachowania	0,113986*	0,150799*	0,160011*
Kontrola zachowania	0,099762*	0,069219	0,244132*
Subiektywne normy	0,118305*	0,175113*	0,094380*

Źródło: Na podstawie odpowiedzi ankietowych (* – wyniki istotne statystycznie).

Jak wskazują dane z tabeli 5, współczynniki korelacji między oceną kariery zawodowej rodziców i własnej oraz miarami antecedencji intencji przedsiębiorczych są wprawdzie generalnie dość niskie, zaledwie w kilku przypadkach ich wartość bezwzględna oscyluje w pobliżu (0,15) lub wyższych, jednakże są one w większości istotne statystycznie.

Kolejnym etapem badawczym było wyznaczenie funkcji regresji, w ramach których zmiennymi zależnymi były miary antecedencji intencji przedsiębiorczych, a zmiennymi niezależnymi oceny karier rodziców i własnych jako miary kapitału społecznego. W pierwszej kolejności przyjęto postać funkcji regresji, w których łącznie za zmienne objaśniające przyjęto trzy miary oceny kariery zawodowej, czyli kariery matki, ojca i własnej zgodnie ze wzorami (1)-(3). Następnie z każdej funkcji regresji usuwano te zmienne niezależne, które okazały się nieistotne statystycznie, czyli przy których poziom istotności przekroczył wartość (0,01):

$$(1) P = a_0 + a_1 KM + a_2 KO + a_3 KW$$

$$(2) K = b_0 + b_1 KM + b_2 KO + b_3 KW$$

$$(3) N = c_0 + c_1 KM + c_2 KO + c_3 KW$$

gdzie:

P – postawa wobec zachowania jako antecedencja intencji przedsiębiorczych,

K – kontrola zachowań jako antecedencja intencji przedsiębiorczych,

N – subiektywne normy jako antecedencja intencji przedsiębiorczych,

KM – ocena kariery matki,

KO – ocena kariery ojca,

KW – ocena kariery własnej,

$a_0, a_1, a_2, a_3, b_0, b_1, b_2, b_3, c_0, c_1, c_2, c_3$ – parametry funkcji.

Zdając sobie sprawę, iż kapitał społeczny rozumiany jako kariera zawodowa jest tylko jednym z elementów kształtowania antecedencji intencji przedsiębiorczych, w interpretacji wyników badań nie brano pod uwagę stopnia dopasowania modeli w postaci wartości skorygowanego współczynnika determinacji R^2 . Skupiono się jednakże na analizie wartości parametrów przy funkcjach regresji i poziomie ich istotności, aby określić możliwe występowanie zależności i porównać ich siłę między sobą. Wyniki szacowania parametrów funkcji regresji zgodnych z równaniem (1) są zaprezentowane w tabeli 6.

Jak wskazują dane zawarte w tabeli 6, w momencie gdy do szacowania wartości parametrów funkcji regresji wprowadzono wszystkie trzy zmienne objaśniające, okazało się, że ocena kariery matki jest nieistotna ze statystycz-

Tabela 6. Parametry funkcji regresji postawy wobec zachowania jako antecedencji intencji przedsiębiorczych

Nazwa parametru	Wartość parametru	Błąd standardowy parametru	<i>t</i>	<i>p</i>
Wszystkie zmienne objaśniające				
Wyraz wolny	2,889445	0,092798	31,13687	0,000000*
Ocena kariery matki	0,015142	0,019059	0,79450	0,427168
Ocena kariery ojca	0,059107	0,019485	3,03340	0,002506*
Ocena kariery własnej	0,069177	0,018888	3,66247	0,000268*
Podsumowanie funkcji regresji: Wielor. $R = 0,2098$; $F = 10,9903$; $df = 3,716$; $R^2 = 0,0440$; Popraw. $R^2 = 0,0400$				
Wyłącznie istotne statystycznie zmienne objaśniające				
Wyraz wolny	2,907933	0,088709	32,78059	0,000000*
Ocena kariery ojca	0,066815	0,017925	3,72759	0,000208*
Ocena kariery własnej	0,071655	0,018490	3,87529	0,000116*
Podsumowanie funkcji regresji: Wielor. $R = 0,2087$; $F = 16,3995$; $df = 2,720$; $R^2 = 0,0436$; Popraw. $R^2 = 0,0409$				

Źródło: Na podstawie odpowiedzi ankietowych (* – wyniki istotne statystycznie).

nego punktu widzenia. Dlatego też wyłączono ją ze zbioru zmiennych niezależnych i ostatecznie uzyskano szacunki parametrów funkcji regresji postawy wobec zachowania przedsiębiorczego jako zmiennej zależnej od oceny kariery ojca i kariery własnej. Parametry funkcji obu zmiennych są pozytywne, przy czym ocena kariery własnej w nieco większym stopniu kształtuje postawę niż ocena kariery ojca.

Można zatem sądzić, że postawa wobec zachowania przedsiębiorczego jest pozytywnie kształtowana poprzez potencjalną możliwość dostępu do kapitału społecznego wynikającą z kariery zawodowej respondentów i kariery ich ojców. Im lepiej respondenci oceniają karierę własną i karierę ojca, tym w większym stopniu mają pozytywną postawę wobec zachowania przedsiębiorczego.

Kolejnym badanym elementem była funkcja regresji kontroli zachowań jako antecedencji intencji przedsiębiorczych, której wyniki prezentuje tabela 7.

Jak wskazują dane zawarte w tabeli 7, przy początkowym przyjęciu trzech zmiennych objaśniających w postaci oceny kariery matki, ojca i własnej dwie z nich okazały się nieistotne ze statystycznego punktu widzenia, dlatego też

Tabela 7. Parametry funkcji regresji kontroli zachowania jako antecedencji intencji przedsiębiorczych

Nazwa parametru	Wartość parametru	Błąd standardowy parametru	<i>t</i>	<i>p</i>
Wszystkie zmienne objaśniające				
Wyraz wolny	2,951869	0,120660	24,46445	0,000000*
Ocena kariery matki	0,020444	0,024781	0,82498	0,409659
Ocena kariery ojca	0,017821	0,025336	0,70340	0,482033
Ocena kariery własnej	0,153477	0,024559	6,24932	0,000000*
Podsumowanie funkcji regresji: Wielor. $R = 0,2492$; $F = 15,8055$; $df = 3,716$; $R^2 = 0,0621$; Popraw. $R^2 = 0,0582$				
Wyłącznie istotne statystycznie zmienne objaśniające				
Wyraz wolny	3,068727	0,078950	38,86923	0,000000*
Ocena kariery własnej	0,161291	0,023730	6,79705	0,000000*
Podsumowanie funkcji regresji: Wielor. $R = 0,2435$; $F = 46,1999$; $df = 1,733$; $R^2 = 0,0593$; Popraw. $R^2 = 0,0580$				

Źródło: Na podstawie odpowiedzi ankietowych (* – wyniki istotne statystycznie).

ostatecznie zostały usunięte. Ostatecznie otrzymano funkcję regresji kontroli zachowania jako funkcji zależnej w sposób wprost proporcjonalny od oceny kariery własnej.

Im respondenci bardziej pozytywnie oceniają rozwój swojej dotychczasowej kariery, tym mają większe poczucie możliwości kontrolowania sytuacji zawodowych, co stanowi jedną z antecedencji intencji przedsiębiorczych. Warto zauważyć również, że sądząc na podstawie wartości parametru funkcji regresji, ocena kariery własnej w większym stopniu kształtuje kontrolę zachowania niż postawę wobec zachowania.

Tabela 8 przedstawia wyniki szacowania parametrów funkcji regresji subiektywnych norm jako antecedencji intencji przedsiębiorczych.

Jak wskazują dane przedstawione w tabeli 8, oceny kariery matki i własnej okazały się nieistotne statystycznie w wyjaśnianiu subiektywnych norm jako antecedencji intencji przedsiębiorczych. Po ich usunięciu uzyskano funkcję regresji, zgodnie z którą w sposób wprost proporcjonalny subiektywne normy są zależne od oceny kariery ojca.

Im respondenci wyżej oceniają karierę zawodową ojca, tym wyższe są ich subiektywne normy związane z potencjalnym prowadzeniem działalności gospodarczej. Zatem kariera ojca stanowić może pewien standard przy kształ-

Tabela 8. Parametry funkcji regresji subiektywnych norm jako antecedencji intencji przedsiębiorczych

Nazwa parametru	Wartość parametru	Błąd standardowy parametru	<i>t</i>	<i>p</i>
Wszystkie zmienne objaśniające				
Wyraz wolny	3,356386	0,119158	28,16747	0,000000*
Ocena kariery matki	0,025058	0,024473	1,02392	0,306219
Ocena kariery ojca	0,093762	0,025020	3,74741	0,000193*
Ocena kariery własnej	0,042680	0,024253	1,75978	0,078873
Podsumowanie funkcji regresji: Wielor. $R = 0,1937$; $F = 9,3085$; $df = 3,716$; $R^2 = 0,0375$; Popraw. $R^2 = 0,0335$				
Wyłącznie istotne statystycznie zmienne objaśniające				
Wyraz wolny	3,493399	0,094705	36,88736	0,000000*
Ocena kariery ojca	0,116717	0,022669	5,14875	0,000000*
Podsumowanie funkcji regresji: Wielor. $R = 0,1866$; $F = 26,50958$; $df = 1,735$; $R^2 = 0,0348$; Popraw. $R^2 = 0,0335$				

Źródło: Na podstawie odpowiedzi ankietowych (* – wyniki istotne statystycznie).

towaniu intencji przedsiębiorczych. Jednocześnie można zauważyć, że przy porównaniu wartości parametrów funkcji ocena kariery ojca w większym stopniu wpływa na subiektywne normy jako antecedencje intencji przedsiębiorczych niż na postawę wobec zachowań przedsiębiorczych.

Podsumowanie

Celem artykułu było określenie wpływu kapitału społecznego, głównie przez pryzmat kapitału rodzinnego, na intencje przedsiębiorcze respondentów. W badaniu przyjęto teorię planowanych zachowań jako podstawę, która zakłada, że o wystąpieniu zachowania przedsiębiorczego decydują trzy jego antecedencje, czyli postawa wobec zachowania, subiektywne normy i kontrola zachowania. Za mierniki kapitału społecznego przyjęto ocenę kariery zawodowej matki, ojca i własnej, przy czym dobra w oczach respondentów pozycja zawodowa rodziców jest czynnikiem zewnętrznym, własna kariera zaś jest czynnikiem indywidualnym.

Wyniki przeprowadzonej pokazują, że ocena własnej kariery zawodowej wpływa na poczucie możliwości kontroli sytuacji przedsiębiorczej, zatem kontrola jest kształtowana wewnętrznie. Ocena kariery ojca wyznacza pewien

standard zawodowy, który stanowi podstawę do kształtowania się subiektywnych norm zachowania przedsiębiorczego, czyli można przyjąć, że normy są kształtowane zewnętrznie. Natomiast postawa wobec zachowania przedsiębiorczego jest wypadkową oceny własnej kariery i kariery ojca, stanowiąc zatem wypadkową czynników indywidualnych i zewnętrznych.

Interesujące jest, że w żadnej z szacownych funkcji regresji ocena kariery matki nie okazała się istotna ze statystycznego punktu widzenia w wyjaśnianiu antecedencji intencji przedsiębiorczych. Może to wynikać z kilku powodów, jak choćby z ciągle występującej różnicy w stopie przedsiębiorczości kobiet i mężczyzn.

Badanie miało swoje ograniczenia. Próba badawcza nie była reprezentatywna, do analizy użyto skal porządkowych, a uzyskane wyniki regresji nie wskazują na silne związki przyczynowo-skutkowe, tylko na istotność statystyczną zmiennych. Ponadto każde badanie empiryczne oparte na percepcji ma także swoje ograniczenia co do zakresu absolutyzowania wniosków i przenoszenia ich na populację generalną. Warto zatem podjąć dalsze badania nad tym zagadnieniem, rozszerzone na szerszą populację, w tym międzynarodową. Niemniej jednak wyniki mogą być istotne zarówno dla polityki gospodarczej, jak i edukacji w zakresie przedsiębiorczości, w szczególności w badaniu wpływu relacji i doświadczeń rodzinnych na możliwość zaistnienia zachowań przedsiębiorczych bądź możliwości kontynuacji rodzinnych, przedsiębiorczych tradycji.

Bibliografia

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behaviour. *Organizational Behaviour and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Ajzen, I. (2011). The theory of planned behaviour: Reactions and reflections. *Psychology and Health*, 26(9), 1113-1127. doi:10.1080/08870446.2011.613995
- Ajzen, I. (2015). The theory of planned behaviour is alive and well, and not ready to retire: a commentary on Sniehotta, Pesseau, and Araújo-Soares. *Health Psychology Review*, 9(2), 131-137. doi:10.1080/17437199.2014.883474
- Ajzen, I., Joyce, N., Sheikh, S. i Cote, N.G. (2011). Knowledge and the prediction of behaviour: The role of information accuracy in the theory of planned behaviour. *Basic and Applied Social Psychology*, 33, 101-117. doi:10.1080/01973533.2011.568834
- Aloulou, W. J. (2015). Entrepreneurial intention among freshmen students: Application of the theory of planned behaviour in Saudi context. *Journal of Enterprising Culture*, 23(4), 473-500. doi:10.1142/S0218495815500168

- Bastie, F., Ciepły, S. i Cussy, P. (2013). The entrepreneur's mode of entry: The effect of social and financial capital. *Small Business Economics*, 30, 865-877.
- Bernat, T. i Gąsior, A. (2017). Przedsiębiorczość a wsparcie rodziny przy tworzeniu podmiotu gospodarczego na przykładzie badań studentów Uniwersytetu Szczecińskiego. *Przedsiębiorczość i Zarządzanie*, 12(1), 241-252.
- Capelleras, J.-L., Greene, F. J., Kantis, H. i Rabetino, R. (2010). Venture creation speed and subsequent growth: Evidence from South America. *Journal of Small Business Management*, 48(3), 302-324.
- Carey, T. A., Flanagan, D. J. i Palmer, T. B. (2010). An examination of university student entrepreneurial intentions by type of venture. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 15(4), 503-517. doi:10.1142/S1084946710001622
- Chuluunbaatar, E., Ottavia, D. B. L. i Kung, S.-F. (2011). The entrepreneurial start-up process: The role of social capital and the social economic condition. *Asian Academy of Management Journal*, 16(1), 43-71.
- Dyer, W. B., Nenque, E. i Hill, E. J. (2014). Toward a theory of family capital and entrepreneurship: Antecedents and outcomes. *Journal of Small Business Management*, 52(2), 266-285. doi:10.1111/jsbm.12097
- Evers, N. i O'Gorman, C. (2011). Improvised internationalization in new ventures: The role of prior knowledge and networks. *Entrepreneurship and Regional Development*, 23(7-8), 549-574.
- Francuz P. i Mackiewicz R., (2007). *Liczby nie wiedzą, skąd pochodzą. Przewodnik po metodologii i statystyce nie tylko dla psychologów*. Lublin: Wydawnictwo Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego.
- Hartsenko, J. i Venesaar, U. (2017). Impact of entrepreneurship teaching models on Students' entrepreneurial intentions: The case of Estonia and Hungary. *Research in Economics and Business: Central and Eastern Europe*, 9(1), 72-92.
- Lans, T., Blok, V. i Gulikers, J. (2015). Show me your network and I'll tell you who you are: Social competence and social capital of early-stage entrepreneurs. *Entrepreneurship & Regional Development*, 27(7-8), 458-473. doi:10.1080/08985626.2015.1070537
- Liñán, F. i Santos, F. J. (2007). Does social capital affect entrepreneurial intentions?. *International Advances in Economic Research*, 13, 443-453. doi:10.1007/s11294-007-9109-8
- McKeever, E., Anderson, A. i Jack, S. (2014). Entrepreneurship and mutuality: Social capital in processes and practices. *Entrepreneurship & Regional Development*, 26(5-6), 453-477. doi:10.1080/08985626.2014.939536
- Moriano, J. A., Gorgievski, M., Laguna, M., Stephan, U. i Zarafshani, K. (2012). A cross-cultural approach to understanding entrepreneurial intention. *Journal of Career Development*, 39(2) 162-185. doi:10.1177/0894845310384481
- Najafabadi, M.O., Zamani, M. i Mirdamadi, M. (2016). Designing a model for entrepreneurial intentions of agricultural students. *Journal of Education for Business*, 91(6), 338-346. doi:10.1080/08832323.2016.1218318

- Pirola, L. i Presutti, M. (2010). The impact of social capital on the start-ups' performance growth. *Journal of Small Business Management*, 48(2), 197-227.
- Rachwał, T. i Wach, K. (2016). Badanie intencji przedsiębiorczych młodego pokolenia: wyniki ankietyzacji wśród studentów kierunków nieekonomicznych. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 12, 405-415.
- Semrau, T. i Werner, A. (2012). The two sides of the story: Network investments and new venture creation. *Journal of Small Business Management*, 50(1), 159-180.
- Sierocińska, K. (2011). Kapitał społeczny. Definiowanie, pomiar i typy. *Studia Ekonomiczne*, 67, 69-86.
- Siqueira, A. C. O. (2007). Entrepreneurship and ethnicity: The role of human capital and family social capital. *Journal of Development Entrepreneurship*, 12(1), 31-46.
- Starnawska, M. (2016). Social entrepreneurship and its hybridity in determining resource challenges and chances. *Studia Oeconomica Posnaniensia*, 4(5), 38-53. doi:10.18559/SOEP.2016.5.3
- Steyaert, Ch. i Landstrom, H. (2011). Enacting entrepreneurship research in a pioneering, provocative and participative way: On the work of Bengt Johannisson. *Small Business Economics*, 36, 123-134.
- Tatarko, A. i Schmidt, P. (2016). Individual social capital and the implementation of entrepreneurial intentions: The case of Russia. *Asian Journal of Social Psychology*, 19, 76-85. doi:10.1111/ajsp.12113
- Tomski, P. (2014). Rodzinna osnowa intencji przedsiębiorczych, W: R. Sułkowski i A. Marjański (red.), *Firmy rodzinne – współczesne nurty badań i praktyki zarządzania* (s. 319-334). Łódź: Wydawnictwo Społecznej Akademii Nauk.
- Vuković, K., Kedmenec, I., Postolov, K., Jovanovski, K. i Korent, D. (2017). The role of bonding and bridging cognitive social capital in shaping entrepreneurial intention in transition economies. *Management*, 22(1), 1-33.
- Wach, K. (2015). Środowisko biznesu rodzinnego jako stymulanta intencji przedsiębiorczych młodzieży akademickiej. *Przedsiębiorczość i Zarządzanie*, 7(3), 27-42.
- Wach, K. i Wojciechowski, L. (2016). Entrepreneurial intentions of students in Poland in the view of Ajzen's theory of planned behaviour. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 4(1), 83-94. doi:10.15678/EBER.2016.040106
- Yang, J. (2013). The theory of planned behavior and prediction of entrepreneurial intention among Chinese undergraduates. *Social Behavior and Personality*, 41(3), 367-376. doi:10.2224/Sbp.2013.41.3.367
- Zolait, A. H. S. (2014). The nature and components of perceived behavioural control as an element of theory of planned behaviour. *Behaviour & Information Technology*, 33(1), 65-84. doi:10.1080/0144929X.2011.630419