

Intencje przedsiębiorcze, czyli co decyduje o przedsiębiorczości człowieka

<https://doi.org/10.33141/po.2010.10.05>

Przeгляд Organizacji, Nr 10 (849), 2010, ss. 20-23
www.przekladorganizacji.pl
Towarzystwo Naukowe Organizacji i Kierownictwa (TNOiK)

Agnieszka Kurczewska

Wprowadzenie

Mimo bardzo dynamicznego rozwoju nauk o przedsiębiorczości, podstawowe pytanie dotyczące przyczyn czy charakteru mechanizmów, powodujących działania przedsiębiorcze jednostki nie doczekało się jednoznacznej odpowiedzi. Poszukiwania wyjaśnienia fenomenu przedsiębiorczości coraz częściej wychodzą poza zakres nauk ekonomicznych czy zarządzania, poszerzając obszar zainteresowań o nauki o człowieku. Powszechne staje się w literaturze rozumienie przedsiębiorczości jako wieloetapowego procesu. Proces ten sięga etapów, na które wpływ mają czynniki kognitywne (poznawcze), kształtujące percepcję człowieka, a kończy się założeniem i prowadzeniem przedsiębiorstwa. Ostatnie lata przyniosły większe zainteresowanie etapami poprzedzającymi decyzję o założeniu firmy. Learned (1992) zakładanie przedsiębiorstwa określa jako czterowymiarowy proces, na który składają się: ● skłonność do założenia firmy ● towarzyszące temu intencje ● poczucie sensu tego działania oraz ostatecznie ● decyzja, by rozpocząć własną działalność. Nie tylko Learned traktuje przedsiębiorczość jako kilkuetapowy proces. Shook (2003) dzieli go na następujące fazy: ● fazę intencji przedsiębiorczych ● poszukiwanie możliwości biznesowych ● podejmowanie decyzji, kończące się podjęciem działań służących otwarciu firmy. Przytoczeni autorzy, i wielu innych, wskazują coraz powszechniej istotną rolę intencji w procesie przedsiębiorczości. Z przeglądu literatury przedmiotu wynika, że w ramach obecnie panującego paradygmatu intencje są bardzo ważnym czynnikiem w rozumieniu procesu przedsiębiorczości. Thompson na łamach „Entrepreneurship Theory and Practice” (2009) nazywa je nawet kluczowymi w badaniu fenomenu tworzenia przedsiębiorstw. Dyskusja nad intencjami przedsiębiorczymi trwa w literaturze od ponad dwudziestu lat. Jej rozkwit przypadł na koniec lat 90. XX w. i początek XXI w. W połowie lat 90. rozwinął się bowiem w nauce o przedsiębiorczości nurt, w którym zaczęto coraz wyraźniej dostrzegać człowieka i jego indywidualizm jako centrum procesu przedsiębiorczego [Tounés, 2006]. Dorobek psychologii i edukacji wdrożono do nauk o przedsiębiorczości. Oprócz czynników zewnętrznych, kształtujących zachowanie człowieka, zajęto się czynnikami psychologicznymi i kognitywnymi.

Zacząto badać zatem kształtowanie się intencji przedsiębiorczych, szukając bodźców kształtujących. Powstało kilka modeli próbujących je zbadać i wyjaśnić. Do najbardziej znanych zalicza się Model Zdarzenia Przedsiębiorczego Shapero i Sokola (1982) oraz Teorię Planowanego Zachowania Ajzena (1991). Większość podejmowanych na świecie badań empirycznych powiela wymienione modele, stara się je zmodyfikować lub uszczegółowić.

Celem artykułu jest dokonanie przeglądu światowego dorobku z zakresu modeli intencji przedsiębiorczych, jak również przedstawienie nowej koncepcji układu czynników wpływających na przedsiębiorczość człowieka, podkreślającej wagę edukacji w rozwoju jego intencji przedsiębiorczych. Znajomość intencji przedsiębiorczych ma szczególne uzasadnienie w Polsce, zwłaszcza dla tworzenia programów edukacyjnych w zakresie przedsiębiorczości. Znajomość czynników określających intencje przedsiębiorcze umożliwi bowiem lepiej uprofilowaną edukację przedsiębiorczości.

Intencje jako predyktor ludzkich zachowań przedsiębiorczych

Problematyka przyczyn zachowań przedsiębiorczych wydaje się tym ciekawsza, że mimo ewolucji podejść do przedsiębiorczości człowieka, wciąż nie ma jednoznacznej odpowiedzi, co determinuje pomysł i chęć, a następnie decyzję o otworzeniu własnej firmy. Badacze problemu są zgodni, że działania przedsiębiorcze (prowadzące do rozpoczęcia działalności gospodarczej) są przejawem planowanego, zamierzonego zachowania [Katz i Gartner, 1988]. Zamierzenia i plany wyrażają ludzkie chęci zrobienia czy wywołania czegoś. Coraz częściej słowem kluczowym do zrozumienia mechanizmów zachowań przedsiębiorczych stają się więc intencje. Intencje nie są trudne do zidentyfikowania. Problemem staje się zrozumienie ich przyczyn i ich pomiar. W wyniku rozwoju podejścia kognitywnego do badań przedsiębiorczości rozwinęły się teorie tłumaczące decyzje przedsiębiorców jego wcześniejszymi intencjami. Tworzenie modeli opartych na intencjach i wyjaśniających proces uruchamiania przedsiębiorczości wydaje się być uzasadnione i racjonalne [Krueger i Brazeal, 1994]. Badając intencje, sięgamy głębiej w mechanizmy uruchamiania się

przedsiębiorczości w człowieku. Intencje przedsiębiorcze jednostki są wyrazem jej podejścia do zachowania przedsiębiorczego, czyli zależą od sposobu postrzegania rzeczywistości. Można je nazwać zmiennymi poznawczymi. Podejście kognitywne do badań przedsiębiorczości (z elementami podejścia kulturalistycznego), a takie wykorzystuje się do badania intencji człowieka, daje możliwość wglądu w złożone procesy przedsiębiorczości [Linan i Chen, 2009]. Założenie teoretyczne można sprowadzić do stwierdzenia, że intencje poprzedzają zachowanie (w tym przypadku prowokujące do rozpoczęcia działalności gospodarczej), więc znajomość ich daje lepszy i prawdziwszy obraz rzeczywistych źródeł przedsiębiorczości. Z perspektywy psychologii intencje przedsiębiorcze można uznać za najlepszy pojedynczy predyktor zachowań [Liñán i in., 2005, s. 1].

Czym jednak są intencje? Najprościej opisuje je Shook [2003, s. 380]. Według niego intencja jest to świadomy stan umysłu poprzedzający działanie. Shultz (1980, s. 131), prezentując stanowisko psychologii, definiuje je jako stan umysłowy, który prowadzi do zachowania i który je porządkuje. Opisuje je jako determinację do określonych poczynań lub przynoszącą określone skutki. Upraszcza, nazywając je kombinacją wiary (w sukces) i pragnień [White, 1995, s. 28]. Według Thompsona (2009) terminu „intencja przedsiębiorcza” używa się przede wszystkim do określenia świadomej i planowanej decyzji (postanowienia), prowadzącej do działań związanych z otwarciem firmy. Nazywa ją „uznanym przez siebie przekonaniem o założeniu firmy i świadomym planowaniem działań z tym związanych w przyszłości” [Thompson, 2009, s. 687]. Ciekawą definicję intencyjności przedstawia Bird (1988); określa ją jako stan umysłu, kierujący ludzką uwagę (więc doświadczenia i działania) ku specyficznemu celowi czy drodze do jego osiągnięcia (poprzez różnego rodzaju środki). Intencje wiążą się z percepcją rzeczywistości i siebie samego, czyli tym, jak człowiek postrzega swoje możliwości i chęci. Intencje można nazwać pewnego rodzaju stanem kognitywnym, który w procesie uruchamiania się przedsiębiorczości w człowieku zamienia się w konkretne zachowanie. Jak zauważa Thompson (2009), osoby z intencjami odróżniają się od pozostałych po pierwsze świadomością możliwości rozpoczęcia działalności gospodarczej przez nich samych, po drugie nieodręzczeniem takiej możliwości.

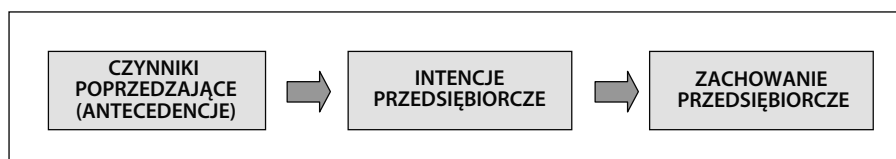
Jeśli założymy, że przedsiębiorczość jest procesem, który ma miejsce przez pewien okres, to intencje przedsiębiorcze są pierwszym etapem rozwoju pomysłu posiadania własnego biznesu. Można więc uznać, że intencje przedsiębiorcze są pierwszym

i decydującym elementem kształtującym zachowanie przedsiębiorcze, prowadzącym do założenia firmy. Intencje wyprzedzają i wpływają na ludzkie zachowanie, a wpływ ten nie jest niczym innym jakłocny. Oczywiście na intencje wpływa wiele uprzednich czynników. Antecedencjami (zdarzeniami poprzedzającymi) mogą być: potrzeby, wartości, chęci, wierzenia czy przyzwyczajenia danej osoby [Liñán i Chen, 2009]. Intencje są rezultatem procesu kognitywnego (percepcji), wierzeń, oczekiwań i wartości [Chattopadhyay, Ghosh, 2008]. W uproszczeniu proces przedsiębiorczości przedstawiono na rysunku 1.

Należy zwrócić również uwagę, że mimo że brak intencji przedsiębiorczych wyklucza praktycznie założenie firmy, jednakże ich posiadanie nie zawsze prowadzi do posiadania własnego przedsiębiorstwa. Ponadto nie u wszystkich ludzi wykształciły się intencje przedsiębiorcze. Co więcej, ich intensywność może zmieniać się w czasie i przybierać różny poziom u każdego człowieka [Thompson, 2009].

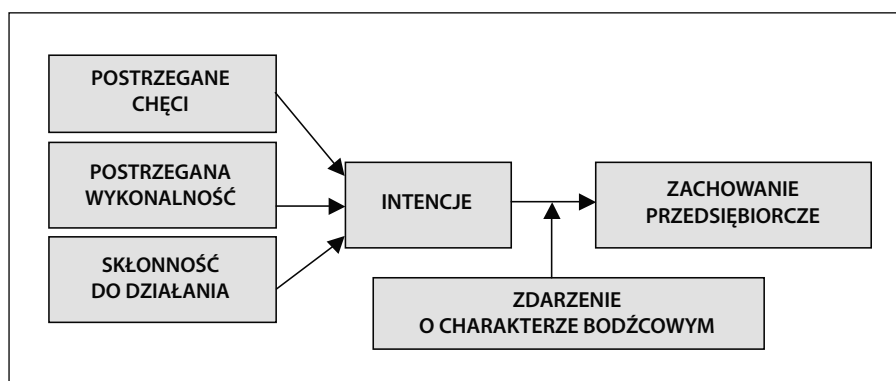
Modele intencji przedsiębiorczych

Modele intencji przedsiębiorczych starają się, wykorzystując multidyscyplinarne podejście, wyjaśnić zachowanie przedsiębiorcze, opisując wpływ poszczególnych czynników na kształtowanie się intencji przedsiębiorczych. W modelach tych zakłada się, że zmienne zewnętrzne (np. cechy demograficzne, cechy charakteru, czynniki gospodarcze i społeczne) nie oddziałują bezpośrednio na intencje; ich wpływ jest pośredni poprzez oddziaływania na antecedencje i tym samym intencje przedsiębiorcze [Chattopadhyay, Ghosh, 2008]. Intencje można nazwać katalizatorem działania, modele przedsiębiorczości oparte na intencjach opisują bowiem, jak zewnętrzne czynniki zmieniają intencje, a w rezultacie wpływają na zachowanie człowieka-przedsiębiorcy [Weber, Graevenitz i Harhoff, 2009, s. 4].



Rys. 1. Schemat procesu przedsiębiorczości

Źródło: opracowanie własne.



Rys. 2. Model Zdarzenia Przedsiębiorczego

Źródło: opracowanie własne.



Istnieją dwie czołowe teorie związane z intencjami przedsiębiorczymi. Pierwsza z nich nosi nazwę Modelu Zdarzenia Przedsiębiorczego (*Model of the Entrepreneurial Event*, MEE) i została stworzona przez Shapero i Sokola w 1982 r. Druga konstrukcja teoretyczna to *Teoria Planowanego Zachowania* (*Theory of Planned Behavior*, TPB), której podstawy stworzył Ajzen (1991). Obie teorie doczekały się wielu modyfikacji i udoskonalień, poddane zostały również wielu testom empirycznym. Bardzo ciekawą adaptacją modelu intencji, włączającą do struktur determinujących zachowanie przedsiębiorcze edukację, wprowadził Liñán (2005).

Model Zdarzenia Przedsiębiorczego (MZP)

Model Zdarzenia Przedsiębiorczego zakłada, że intencja jest pewnego rodzaju stanem poprzedzającym zachowanie przedsiębiorcze, które może mieć miejsce (zdarzyć się), jeśli będzie istniała taka możliwość. Realizacja „możliwości” zależy wedle tej teorii przede wszystkim od tego, jak jednostka postrzega i ocenia swoje chęci (*perceived desirability*) oraz wykonalność swoich zamierzeń (*perceived feasibility*), czyli jaką ma ich percepcję. Oba czynniki uzależnione są od wpływow zewnętrznych. Trzecią determinantą ludzkich intencji jest skłonność do działania (*propensity to act*). Twórcy teorii Shapero i Sokol (1982) szczególną rolę nadali tzw. zdarzeniom przemieszczającym (*displacing event*), czyli pewnego rodzaju bodźcom, które pobudzają (inspirują) do podjęcia działalności gospodarczej, uznając je za katalizatory zachowania przedsiębiorczego.

Teoria Planowanego Zachowania (TPZ)

Teoria Planowanego Zachowania jest w dużym stopniu wynikiem dorobku psychologii. Teoria ta łączy koncepcję postaw i nastawienia człowieka (*attitudes*) z jego zachowaniem. Zakłada, że zachowanie człowieka jest wynikiem jego intencji, które z kolei determinowane są przez trzy czynniki związane z percepcją. Do czynników tych autor koncepcji, Ajzen (1991), zalicza:

- postrzeganą atrakcyjność obiektu lub czynności, czy inaczej postawy, jakie wobec tych obiektów lub czynności przyjmujemy;

- postrzegane normy społeczne, tj. przeświadczenia o akceptacji lub braku akceptacji społeczeństwa wobec danego zachowania;
- postrzeganą kontrolę nad zachowaniem (tzw. kontrolę behawioralną), czyli poczucie możliwości i ograniczeń (łatwości i trudności) związanych z danym zachowaniem.

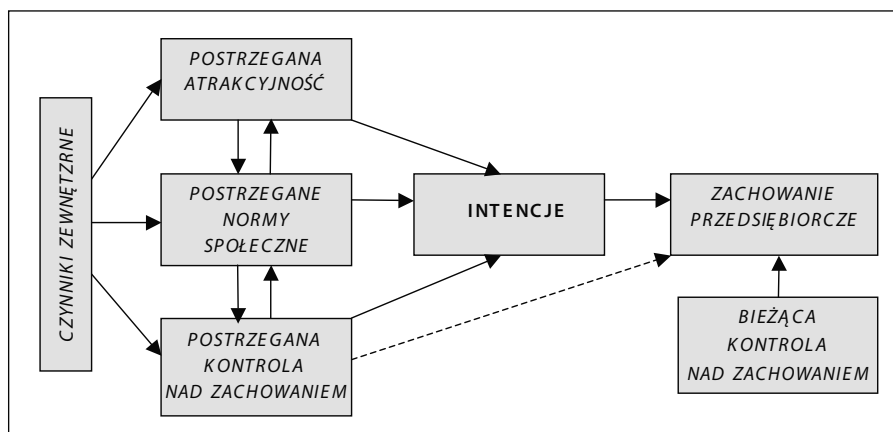
Jak widać, każdy z czynników związany jest z percepcją człowieka, jego podejściem do rzeczywistości, przekonaniem i ocenami. Dwa pierwsze czynniki zgodne są z omówionym wcześniej podejściem kulturalistycznym. Wszystkie czynniki współdziałają, czyli dochodzi do interakcji między nimi. Założenie teorii jest proste: ludzie decydują się na określony sposób zachowania, jeśli ich osobista ocena tego zachowania jest pozytywna, czyli zgodna z ważnymi dla nich kryteriami, a potrzebne zasoby i możliwości są dostępne [Tegtmeier i in., 2009].

Oczywiście intencje nie muszą być stałe i pewne w realizacji, mogą zmieniać się dzięki następującym w otoczeniu zmianom, na przykład w wyniku uzyskania nowych informacji, i tym samym ulegać modyfikacji lub nawet zaniechaniu.

Modele Ajzana i Shapero oraz będące ich następstwem badania empiryczne potwierdzają istnienie co najmniej trzech decydujących sfer percepcji, kształtujących potencjał przedsiębiorczy człowieka, które można wyrazić pytaniami [Reitan, 1997, s. 4]: Czy mogę to zrobić, czy chcę to zrobić, czy inni to zaakceptują?

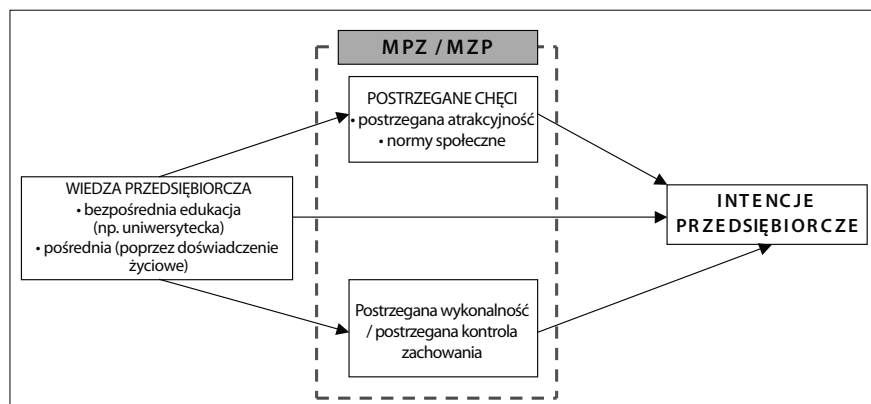
Modele intencji przedsiębiorczych z komponentem edukacyjnym

Warto zauważyć, że Model Zdarzenia Przedsiębiorczego i Teoria Planowanego Zachowania nie są teoriami przeciwstawnymi. Jak słusznie zauważa Liñán (2005, s. 5), „postrzegana wykonalność” (MZP) koresponduje z postrzeganą kontrolą zachowania (TPZ), z kolei chęci wcielenia danego zachowania („postrzegane chęci”, MZP) mogą być uznane za element podejścia do tego zachowania i norm społecznych, jeśli przyjmie się je jako rezultat społecznych i kulturalnych wpływów. Można więc spróbować stworzyć model łączący oba podejścia. Wraz z rozwojem nauk o przedsiębiorczości coraz więcej badaczy zauważa również wpływ edukacji przedsiębiorczości na intencje założenia firmy. Przyjąć można, że edukacja przedsiębiorcza sprzyja rozwojowi intencji przedsiębiorczych. Wpływ edukacji dotyczyć może zarówno postrzeganą wykonalności, jak i postrzeganą chęci [Liñán, 2004]. Celem edukacji jest przekazanie wiedzy; wiedza przedsiębiorcza może jednak również płynąć ze zdobytego doświadczenia. Być może zatem dodatkowym elementem kształtującym intencje przedsiębiorcze bezpośrednio, jak i pośrednio poprzez wpływ na postrzeganą chęci i postrzeganą możliwość, jest wiedza przedsiębiorcza.



Rys. 3. Model Teorii Planowanego Zachowania

Źródło: opracowanie własne.



Rys. 4. Model intencji przedsiębiorczych z komponentem edukacyjnym

Źródło: opracowanie własne.

Próba integracji teorii Zdarzenia Przedsiębiorczego i Planowanego Zachowania poszerzoną o komponent wiedzy przedsiębiorczej, zainspirowaną pracami Liñána (2004, 2005, 2009) jest model przedstawiony na rysunku 4.

Zakończenie

Decyzja o rozpoczęciu działalności gospodarczej jest elementem końcowym procesu przedsiębiorczości. Poprzedzają ją intencje przedsiębiorcze, które z kolei kształtuje zestaw czynników wpływających na postrzeganie przez człowieka rzeczywistości. Czynniki te w dużej mierze związane są z percepcją rzeczywistości: własnych możliwości i chęci. Celem modeli intencji przedsiębiorczości jest opisanie mechanizmów i przyczyn przedsiębiorczości poprzez wyłonienie czynników ją determinujących oraz określenie ich siły. Znajomość intencji przedsiębiorczych, choć może nie jest wystarczająca, by w pełni określić, dlaczego człowiek decyduje się na założenie firmy, jest na pewno elementem niezbędnym, by proces ten zaistniał i tym samym pozwala przybliżyć zrozumienie fenomenu przedsiębiorczości.

dr Agnieszka Kurczewska
Katedra Finansów i Rachunkowości MŚP
Uniwersytetu Łódzkiego

BIBLIOGRAFIA

- [1] AJZEN I., *The Theory of Planned Behavior*, „Organizational Behavior and Human Decision Processes” 1991, vol. 50.
- [2] BIRD B., *Implementing Entrepreneurial Intentions: The Case for Intention*, „Academy of Management Review” 1988, vol. 13, issue 3.
- [3] CHATTOPADHYAY R., GHOSH A.K., *Entrepreneurial Intention Model-Based Quantitative Approach to Estimate Entrepreneurial Success*, „Journal of Small Business and Entrepreneurship” 2008, Winter.
- [4] COX L., MUELLER S., MOSS S., *The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Self-Efficacy*, „International Journal of Entrepreneurship Education” 2002, vol. 1(2).
- [5] KRUEGER N.F., BRAZEAL D.V., *Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs*, „Entrepreneurship Theory and Practice” 1994, vol. 18.

[6] LEARNED K.E., *What Happened Before the Organization? A Model of Organization Formation*, „Entrepreneurship Theory and Practice” 1992, vol. 17.

[7] LIÑÁN F., *Intention-Based Models of Entrepreneurship Education*, IntEnt Conference Proceedings, Naples, 5–7 July 2004.

[8] LIÑÁN F., RODRIGUEZ-COHARD J.C., RUEDA CANTUCHE J.M., *Factors Affecting Entrepreneurial Intentions*, paper prepared for 45th Congress of the European Regional Science Association, Amsterdam, 23–27 August 2005.

[9] LIÑÁN F., CHEN Y.-W., *Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to*

Measure Entrepreneurial Intentions, „Entrepreneurship Theory and Practice”, May 2009.

[10] REITAN B., *Where Do We Learn that Entrepreneurship is Feasible, Desirable and/or Profitable?*, Norwegian University of Science and Technology, Proceedings of United States Association of Small Business and Entrepreneurship (USASBE) Conference, San Francisco, June 1997.

[11] SHOOK C.L., PRIEM R.L., MCGEE J.E., *Venture Creation and the Enterprising Individual: A Review and Synthesis*, „Journal of Management” 2003, vol. 29, no. 3.

[12] SHULTZ T.R., *Development of the Concept of Intention*, in: W.A. COLLINS (ed.), *Development of Cognition, Affect, and Social Relations*, Minnesota Symposia on Child Psychology, vol. 13, Erlbaum, Hillsdale, NJ 1980.

[13] TEGTMEIER S., ASPLUND C.-J., BENGTSSON L., KLAPPER R., KURCZEWSKA A., KYRÖ P., LÉGER-JARNIOU C., PRUVLI E., TZEREMES N.G., VLIAMOS S.J., *Increasing Entrepreneurial Intentions through Innovations in Pedagogy: European Approaches, Programmes, and Tools*, Proceedings of ICSB Conference, Seoul 2009.

[14] TOUNÈS A., *L'intention entrepreneuriale des étudiants: les cas français*, „La Revue des Sciences de Gestion, Direction et Gestion” n° 219, Mai–Juin 2006.

[15] THOMPSON E., *Individual Entrepreneurial Intent: Construct Clarification and Development of an Internationally Reliable Metric*, „Entrepreneurship Theory and Practice”, May 2009.

[16] WEBER R., GRAEVENITZ von G., HARHOFF D., *The Effects of Entrepreneurship Education*, Discussion paper 2009 – 11, Munich School of Management, University of Munich, August 2009.

[17] WHITE P.A., *The Understanding of Causation and the Production of Action: from Infancy to Adulthood*, Erlbaum, Hove 1995.

Summary

The decision to start up a business is a final step of an entrepreneurial process. It is preceded and influenced by entrepreneurial intentions, shaped by set of factors connected with the human perception of reality (perception of feasibility and willingness). The most recognizable theories describing mechanisms and reasons of entrepreneurship are: *Model of Entrepreneurial Event* (Shapero and Sokol) and *Theory of Planned Behavior* (Ajzen). The aim of the article is to review the output in field of models of entrepreneurial intentions and present new concept of factors influencing human entrepreneurship, emphasizing the role of education.