

# LA CREAZIONE D'IMPRESA DI ORIGINE ACCADEMICA. UNO STUDIO SULL'INTENZIONE IMPRENDITORIALE

di Antonio Thomas, Renato Passaro, Giuseppe Scandurra

## 1. L'imprenditorialità accademica

Nell'ambito delle discipline economiche e manageriali, da alcuni anni è maturata una rinnovata consapevolezza sul fatto che taluni dei limiti allo sviluppo delle aziende siano riconducibili alla dinamica dei processi *imprenditoriali* (Marchini 1995; Miolo Vitali 1993). Una tematica che, come noto, affonda le sue radici in consolidati precetti dottrinali (Fazzi, 1966; Amaduzzi, 1969; Masini, 1978).

Tale attenzione procede in parallelo all'enfaticizzazione della piccola impresa e dell'imprenditorialità *tout court* quale viatico per rispondere alle esigenze di espansione economica ed assorbimento occupazionale di vari contesti territoriali. Una fiducia che, condivisa anche da molti policy maker, specialmente a livello internazionale si è manifestata in più direzioni e con il ricorso a molteplici strumenti (dalle misure d'incentivazione alle *business competition*) finalizzati a promuovere la cultura imprenditoriale tra vaste fasce della popolazione ed a favorire specialmente la nascita di nuove aziende.

Anche in Italia, in effetti, in più archi temporali la nascita di nuove aziende ha garantito il dinamismo e la stabilità del sistema economico nazionale (Corbetta *et al.*, 2008; Cassia, Filardo, 2011). Non sorprende, dunque, che in un periodo di profonda crisi economica si guardi con rinnovata fiducia alle potenzialità sottese alla diffusione della mentalità imprenditoriale; fino a preconizzare l'avvento di una società fondata e guidata dall'imprenditorialità stessa (Audretsch, 2009; Filion *et al.*, 2010; Wiklund *et al.*, 2010). Gli sforzi condotti in tale direzione, tuttavia, hanno generato risultati inferiori alle attese. Il turnover aziendale, ad esempio, non ha mostrato chiari miglioramenti dei tassi di natalità, mentre la specializzazione produttiva risente di una cristallizzazione in comparti d'attività cosiddetti tradizionali (Thomas, 2008).

Tra le spiegazioni di tali andamenti una è certamente l'allontanamento dall'originario concetto di Schumpeteriana natura che vuole l'imprenditorialità quale forza trainante dell'innovazione. Molte delle imprese neonate, infatti, presentano formule imprenditoriali contraddistinte da un grado

d'innovazione inadeguato a contrastare, da questo versante, i competitori di paesi che possono usufruire di rilevanti differenziali nei costi degli input produttivi.

In ragione di quest'esigenza, un significativo contributo potrebbe giungere dalle start-up di origine accademica. Esse, infatti, rispetto ad altre tipologie di start-up, riescono mediamente ad assicurare un più alto assorbimento occupazionale, la presenza in settori high-tech, un maggior grado di varietà ed innovazione nonché più elevati livelli di investimenti (Mansfield, 1988; Shane, 2004; Kolvereid e Isaksen, 2005).

La tendenza a posizionare i business supportati o direttamente implementati dalle università nei comparti *cutting-edge* (il cui sviluppo futuro deriva dall'utilizzo di tecnologie e tecniche d'avanguardia frutto di processi di ricerca, di circolazione della conoscenza e di trasferimento tecnologico) rende, quindi, l'attivismo di tale istituzioni verso l'imprenditorialità un *key success loop* per il mantenimento di un differenziale competitivo verso gli imitatori di altri paesi. In virtù di ciò non sorprende che il tema riscuota l'attenzione di un numero crescente di studiosi (Passaro e Thomas, 2007; Salvador, 2007; O'Gorman, 2008; Sorrentino e Esposito, 2008; Pinillos, 2009; Aureli, 2010).

Una delle direzioni di ricerca in tale ottica è l'individuazione di strumenti e percorsi per sostenere gli accademici in senso lato, ovvero le persone a vario livello coinvolte con le istituzioni universitarie (docenti, staff tecnico e studenti) che intendono impegnarsi direttamente in attività economiche e che sono individuate come *imprenditorialità accademica* (Shane, 2004). Rientra in tale ambito, pertanto, sia la diretta generazione di spin-off, sia il supporto erogato a favore di aspiranti imprenditori; così come l'insieme dei tentativi atti ad individuare coloro che mostrano le più "adatte" predisposizioni verso la scelta imprenditoriale (i *profili imprenditoriali*) o le più marcate *intenzioni imprenditoriali* (Krueger e Carsrud 1993; Autio *et al.*, 2001).

Nello specifico di quest'ultimo approccio, definita l'intenzionalità "uno stato mentale diretto all'attenzione della persona, esperienza e comportamento verso un oggetto specifico o metodo di comportamento" (Bird, 1992: 11), l'intenzione imprenditoriale è identificabile come la situazione nella quale l'interesse della persona (e quindi l'esperienza e l'azione) verso uno specifico obiettivo o percorso è finalizzata alla decisione di intraprendere una carriera (principalmente) da lavoratore autonomo, in luogo di un'occupazione alle dipendenze (Bird, 1988).

A dispetto della vasta utilizzazione sul piano internazionale del modello dell'intenzione imprenditoriale di origine accademica, dove numerose sono sia le applicazioni sia i contesti di riferimento, in Italia esso è stato scarsamente utilizzato (Cafferata e Dossena, 2012, Arrighetti, *et al* 2013). Ciò, peraltro, in contrasto con l'accennata recente tendenza alla valorizzazione della cultura imprenditoriale e alla nascita di nuova imprenditorialità.

Inoltre, come sostenuto da più contributi, il modello dell'intenzione imprenditoriale non sempre tiene nell'adeguata considerazione i fattori esogeni e ambientali che influenzano la scelta imprenditoriale (Liñán e Chen, 2009; Kibler, 2013). Fattori che nel caso italiano acquistano una particolare valenza, data l'eterogeneità del quadro territoriale e l'influenza che esso esercita su un tessuto industriale composto in larga parte di piccole imprese.

Partendo da quest'assunto, nel tentativo di individuare metodi sempre più efficaci nel sollecitare l'emersione dell'intenzione imprenditoriale fra gli accademici, il presente contributo analizza le intenzioni di un campione di 88 studenti di ingegneria di uno specifico contesto. Allo scopo si adotta l'approccio cognitivo dell'ampiamente diffusa *Teoria del comportamento pianificato* per verificare, inoltre, come alcuni fattori esogeni al modello o correlati al sistema universitario possono eventualmente favorire il manifestarsi dell'intenzione imprenditoriale tra gli studenti. Nello specifico si tiene conto delle competenze imprenditoriali apprese dall'ambiente di riferimento e dall'università e della percezione dell'influenza dell'ambiente nel promuovere od ostacolare l'emergere dell'intenzione imprenditoriale.

Il lavoro è organizzato come segue. Il successivo paragrafo riporta le basi dell'approccio sull'intenzione imprenditoriale e presenta le ipotesi testate. Il terzo paragrafo descrive la metodologia della ricerca, mentre il quarto riporta i riscontri ottenuti. Nel quinto paragrafo si discutono i risultati, anche alla luce di altri contributi sul tema. Seguono le implicazioni di policy e le considerazioni conclusive.

## **2. Le ipotesi di ricerca**

Come è ben noto, finora gli studiosi non sono riusciti a costruire una teoria esaustiva che spieghi l'origine dei processi imprenditoriali, né che identifichi i profili ideali del divenire imprenditoriale. D'altronde manca ancora una definizione universalmente accettata dello stesso concetto di imprenditorialità.

Una direzione d'indagine relativamente recente si fonda sullo studio dell'intenzione imprenditoriale, giacché in ambito psicologico l'intenzione si è dimostrata essere il migliore predittore di un comportamento pianificato; in particolare quando esso è raro, difficile da osservare, o richiede un impiego di tempo imprevedibile. L'imprenditorialità è un tipico esempio di comportamento che rientra nelle suddette fattispecie.

La nascita dei modelli sull'intenzione imprenditoriale è una conseguenza dei limiti predittivi di quelli basati sui tratti soggettivi o su variabili demografiche; ovvero focalizzati su situazioni consolidate tipiche di chi è già imprenditore. In tali casi si presuppone che i tratti dell'imprenditore, gli atteggiamenti e le credenze non cambino (o siano una conseguenza piutto-

sto che una causa) per effetto dell'esperienza imprenditoriale. Si ipotizza, inoltre, un collegamento diretto tra le caratteristiche soggettive e l'agire imprenditoriale che tende a escludere l'influenza delle aspettative personali, i fattori situazionali e le valutazioni sociali sui processi decisionali (Autio *et al.*, 2001).

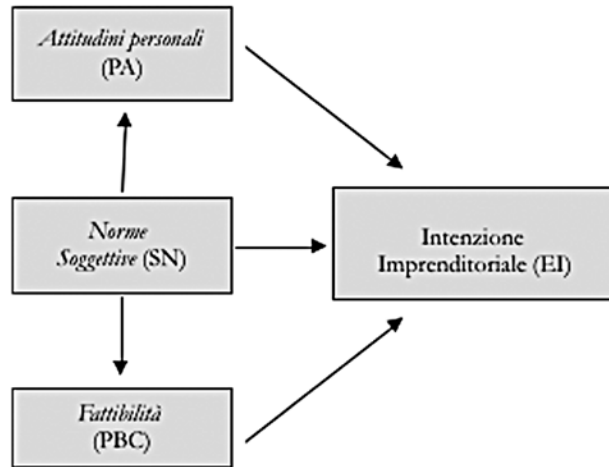
Nei modelli intenzionali, invece, si parte dal presupposto che i tratti della personalità non siano dei buoni predittori delle azioni future giacché gli individui raramente si comportano in modo coerente in tempi e situazioni diverse (Boyd e Vozikis, 1994; Kolvereid, 1996). Diviene, invero, più importante comprendere gli "antecedenti" che portano alla maturazione di una scelta pianificata qual è, appunto, la decisione di intraprendere un'attività imprenditoriale, laddove le variabili esterne o demografiche agiscono solo indirettamente sulle intenzioni, cambiando eventualmente gli atteggiamenti e le decisioni degli individui. Le intenzioni, in sintesi, tendono a svolgere un ruolo di "mediazione" tra l'atto di avviare un'azienda e le influenze esterne (Krueger *et al.*, 2000; Lüthje e Frank, 2003).

Il modello di indagine sull'intenzione imprenditoriale che si è deciso di adottare è quello della *Teoria del comportamento pianificato* (TPB) di Ajzen (1991). La ragione di tale scelta è duplice. La prima è che tale modello è funzionale all'obiettivo del lavoro di tenere nella giusta considerazione l'influenza di fattori esterni nella formazione dell'intenzione quali la percezione dell'ambiente e il contributo fornito dal sistema accademico. La seconda è che tale modello è ampiamente diffuso tra gli studiosi di imprenditorialità e favorisce eventuali confronti tra le indagini condotte.

Nella TPB si sostiene che le intenzioni individuali dipendono fondamentalmente da tre basilari livelli di percezione: *attitudini personali* (PA), *norme soggettive* (SN) e *controllo comportamentale percepito* (PBC) anche definito come *fattibilità*.

Il primo costrutto concerne la desiderabilità percepita nell'adottare un comportamento e dipende dalle attese e dalle convinzioni riguardo alle conseguenze derivanti dall'esito del comportamento stesso. Il secondo costrutto riflette la percezione di quanto le persone di "riferimento" – genitori, amici ma anche persone esterne (gli "eroi") – apprezzano, sostengono o inducono ad eseguire un determinato comportamento. Il terzo, riguarda la soggettiva facilità o difficoltà di assumere un comportamento obiettivo, ovvero la percezione di quanto esso sia personalmente fattibile da parte dell'individuo per raggiungere l'obiettivo prefissato. In combinazione tra loro, tali percezioni determinano la formazione di un'intenzione imprenditoriale che precede il comportamento effettivo (Figura 1).

Fig. 1 - Il modello di Ajzen



Ricorrere all'utilizzo di tale modello per analizzare l'intenzione imprenditoriale di un gruppo d'individui, pertanto, presuppone anzitutto la verifica della sua efficacia testando le tre ipotesi fondamentali teorizzate da Ajzen e in seguito verificate da molteplici altre indagini:

H1 *Le attitudini personali influenzano direttamente l'intenzione imprenditoriale*

H2 *Il controllo comportamentale condiziona direttamente l'intenzione imprenditoriale*

H3 *Le norme soggettive influenzano direttamente l'intenzione imprenditoriale.*

In merito all'ultima ipotesi è da specificare che non tutti gli studi (ad es. Krueger e Carsrud, 1993; Autio *et al.*, 2001) hanno trovato un nesso diretto tra norme soggettive e l'intenzione imprenditoriale. Le norme soggettive, vale a dire, influenzano direttamente attitudini personali e controllo percepito ma non sempre anche le intenzioni imprenditoriali. Una verifica che è condotta testando due ipotesi complementari (Liñán e Chen, 2009):

H4 *Le norme soggettive influenzano direttamente le attitudini personali*

H5 *Le norme soggettive influenzano direttamente il controllo comportamentale percepito*

Acquisita l'efficacia predittiva del modello di Ajzen, una recente direzione di approfondimento che raccoglie l'interesse di un crescente numero di studiosi riguarda l'impatto esercitato dalle variabili esogene e ambientali, peraltro già considerate nella letteratura dell'imprenditorialità, anche sulla genesi delle intenzioni. Si ritiene, ad es., che le persone che vivono in ambienti più sviluppati e stimolanti (*conducive environments*) mostrino una più alta predisposizione imprenditoriale (Liñán *et al.* 2011); a mag-

gior ragione allorché depositarie di tratti caratteriali quali l'ottimismo e l'intraprendenza (Shane e Venkataraman, 2000; Welter, 2011). È certamente plausibile supporre che una soggettiva benevola visione dell'ambiente esogeno incoraggi la scelta imprenditoriale, quantomeno tramite una più favorevole percezione delle norme soggettive sopra definite.

Le ricerche sull'impatto dell'ambiente esogeno nella formazione dell'intenzione di avviare un'impresa sono, tuttavia, ancora in una fase iniziale e spesso presentano riscontri contraddittori (Kibler, 2013). Ad ogni modo, pur non essendo ben chiaro come e in che misura l'ambiente agisca sulle scelte professionali, in linea generale esso è ritenuto una possibile causa dell'eventuale disallineamento tra la presenza di attitudini e la manifestazione delle intenzioni (Kolvereid e Isaksen, 2005). Un'indeterminatezza che dovrebbe motivare i ricercatori ad approfondire la tematica (Liñán e Chen, 2009) ed a cui questo lavoro intende contribuire a dare una risposta.

In tale ottica, in coerenza e con modalità similari a quelle di altri studi condotti sull'argomento, la presente indagine considera specificamente tre variabili relative all'ambiente esterno ed in parte correlate al ruolo delle università, quali le *competenze* di natura imprenditoriale apprese dai potenziali imprenditori nell'ambito accademico (AcSk) o dall'ambiente in generale (EnSk), nonché la *percezione soggettiva del contesto esogeno* (CoFa) in termini di supporto e considerazione verso la scelta imprenditoriale da parte dell'ambiente stesso. Precedenti indagini specificamente riferite a tali variabili (Liñán *et al.*, 2011; Lee *et al.*, 2011; Vanevenhoven e Liguori, 2013) hanno rivelato l'esistenza di una relazione indiretta tra l'intenzione imprenditoriale e il possesso di competenze, comunque originate, nonché con la soggettiva percezione del contesto esogeno. Quest'ultimo, invece, incide direttamente sulla percezione individuale facendo riferimento a quanto la "società" di riferimento apprezzi la scelta imprenditoriale (Kibler, 2013).

In ragione di quanto sopra si sono sottoposte a verifica ulteriori ipotesi:

H6 *Le competenze accademiche influenzano indirettamente l'intenzione imprenditoriale*

H7 *Le competenze imprenditoriali influenzano indirettamente l'intenzione imprenditoriale*

H8 *La percezione del contesto esogeno influenza indirettamente l'intenzione imprenditoriale*

H9 *La percezione del contesto esogeno influenza direttamente le norme soggettive.*

### 3. Metodologia

Come suggerito da Ajzen (1991), i costrutti del modello precedentemente descritti sono misurabili in modo diretto ponendo agli interessati domande relative alla loro capacità di adottare un dato comportamento;

oppure indirettamente sulla base di convinzioni riguardanti la loro capacità di confrontarsi con specifici fattori di inibizione o facilitazione verso quel comportamento. Nello specifico, il modello è stato convalidato su un campione di studenti universitari che costituisce una tipologia di aspiranti imprenditori frequentemente utilizzata nelle ricerche sull'intenzione giacché, rispetto agli imprenditori o ai manager, gli studenti non hanno ancora scelto il percorso di carriera definitivo. Essi, inoltre, costituiscono una componente importante e rappresentativa della società ed a seconda del corso di laurea frequentato dispongono di una conoscenza più profonda delle problematiche aziendali e tecnologiche rispetto al grande pubblico (Busenitz *et al.*, 2000), così come di una più alta propensione all'avvio di una attività imprenditoriale o professionale (Bosma e Harding, 2007).

Nello specifico, l'analisi empirica si è basata su un campione non probabilistico (a scelta ragionata) di studenti iscritti nell'anno accademico 2011/2012 alla Facoltà di Ingegneria dell'Università di Napoli Parthenope che avevano già frequentato un corso di Economia Aziendale. Le indagini sull'intenzione imprenditoriale che considerano studenti (o laureati) in ingegneria come popolazione di riferimento (Tkachev e Kolvereid 1999; Lüthje e Franke, 2003; Soutaris *et al.*, 2007) assumono che, rispetto ad altre tipologie di studenti, costoro hanno una maggiore predisposizione verso lo start-up in settori innovativi e con potenziale di espansione. In particolare allorché hanno acquisito delle conoscenze economico-manageriali. Per la determinazione della numerosità campionaria si è fissato un tasso di campionamento del 20%, che ha permesso di invitare 250 studenti a partecipare all'indagine. Agli studenti sono state fornite le credenziali per l'accesso al sito web in cui era implementato il questionario. Al termine della fase di raccolta dei dati, uno screening dei questionari ha portato a escluderne una parte a causa di mancate risposte totali (40%) o parziali (25%) su quesiti chiave. I questionari validi sono stati, quindi, 88 (35%). La numerosità campionaria potrebbe sembrare abbastanza limitata, influenzando negativamente sull'accuratezza delle stime finali. Tuttavia, come suggerito da Tenenhaus *et al.* (2005: pg.202) "there can be more variables than observations and there may be a small amount of data that are missing completely at random" nei modelli strutturali basati sui PLS. Per questo si ritiene che essa non infici la qualità del modello stimato.

Il campione si caratterizza per una prevalenza di studenti di sesso maschile (64,4%), con un'età media di 22,9 anni. La maggioranza vive ancora con i propri familiari (96,6%) nella stessa città di nascita (83%). Il 12,9% si dichiara figlio degli imprenditori (uno dei più marcati predittori dell'intenzione imprenditoriale), mentre il 60,2% sostiene di aver avuto qualche tipo di precedente (breve) esperienza professionale. Quanto alla scelta di carriera, il loro desiderio è diventare manager in una grande azienda (35,2%) o liberi professionisti (20,6%). Solo il 14,8% aspira a essere un famoso im-

prenditore; in ogni caso preferirebbero gestire imprese di piccole piuttosto che di grandi dimensioni (34,5% vs 28,6%).

Il questionario per misurare l'intenzione imprenditoriale è stato pianificato e strutturato, sulla scorta di precedenti questionari utilizzati da altri seminali contributi sul tema, dall'*Entrepreneurship Laboratory* dell'Università degli Studi di Bergamo ([www.elab-unibg.it](http://www.elab-unibg.it)), nell'ambito di un programma di ricerca rientrante nel Gruppo di Studio ed Attenzione *Creazione di impresa e spirito imprenditoriale* dell'A.I.D.E.A. Tale programma ha visto la partecipazione di 11 gruppi di ricerca in rappresentanza di altrettante sedi universitarie. L'elaborazione dei database raccolti dai gruppi di ricerca ed il questionario adottato sono contenuti in Cafferata e Dossena (2012). Il presente lavoro rappresenta un approfondimento dei riscontri sull'intenzione imprenditoriale ottenuti per la sola Università Parthenope. Solo una parte delle domande contenute nel suddetto questionario è stata utilizzata ai fini di tale contributo. Per verificare come i costrutti teorici - *Attitudini personali* (PA), *Norme soggettive* (SN), *Controllo comportamentale percepito* (PBC), *Competenze accademiche* (AcSk), *Competenze imprenditoriali* (EnSk), *Percezione del contesto esogeno* (CoFa) - influiscono sull'intenzione imprenditoriale, tutte variabili non direttamente osservabili, o *latenti*, coerentemente con altre già citate indagini (Krueger e Carsrud, 1993; Krueger *et al.*, 2000; Liñán e Chen, 2009; Liñán *et al.*, 2011), si sono invitati gli intervistati ad indicare il grado di accordo o disaccordo su una serie di *item* (variabili *manifeste*) (v. Allegato). La misurazione della frequenza è stata ottenuta, come suggerito dallo stesso Ajzen (1991), ricorrendo ad una scala *Likert* a 7 punti (1= non concorde; 7= pienamente d'accordo).<sup>1</sup>

Per la verifica delle ipotesi di ricerca alla base della TPB si è fatto ricorso al metodo di stima basato sui *Partial Least Squares* (PLS). Esso rientra nel vasto insieme dei modelli a equazione strutturali, ovvero tecniche di analisi dei dati di seconda generazione che consentono di studiare simultaneamente i legami tra una serie di *item* misurati ed una variabile latente (*modello di misurazione*) nonché le relazioni tra più variabili latenti (*modello strutturale*). Per l'elaborazione si è utilizzato il software SmartPLS 2.0 (Ringle *et al.*, 2005).

La verifica del modello, pertanto, implica l'analisi sia del modello di misurazione che strutturale. In particolare, occorre valutare l'unidimensionalità degli indicatori attraverso l'*Alpha di Cronbach* e analizzare i *loading* (pesi) e le *communality* (varianza in comune tra gli item) delle variabili manifeste su

---

<sup>1</sup>L'intenzione imprenditoriale è un costrutto teorico che sottende una serie di variabili e coinvolge una grande varietà di misurazioni raggruppate all'interno di domini omogenei. Essa, cioè, è una variabile latente (LV) stimabile a partire da osservazioni empiriche che si ipotizza incidono su di essa. Ne consegue la necessità di studiare le relazioni strutturali tra le variabili non direttamente osservabili (LV) e quelle manifeste (MV). Le prime sono i fattori che determinano l'intenzione imprenditoriale, le seconde permettono di sintetizzare le LV considerate attraverso una serie di misurazioni oggettive.



quelle latenti. In seguito, si è verificato il modello strutturale, analizzando le relazioni tra le variabili latenti (considerando gli  $R^2$  ed i *path coefficient*).

Giacché il metodo di stima basato sui PLS è non parametrico, la verifica delle significatività dei coefficienti stimati ha richiesto una procedura di ricampionamento, o *bootstrap* (basato su 1.000 replicazioni).<sup>2</sup>

#### 4. Riscontri empirici

I dati raccolti sono stati ripartiti in blocchi omogenei, ciascuno dei quali associato a una singola variabile latente coincidente con le dimensioni individuate da Ajzen. A queste ultime sono state aggiunte le altre descritte dimensioni concernenti specificamente l'effetto delle variabili contestuali considerate: *competenze accademiche* (AcSk), *competenze imprenditoriali* (EnSk), *percezione del contesto esogeno* (CoFa). Questa procedura si rifà alle caratteristiche del questionario e alle analogie con le singole variabili latenti identificate. In pratica, un insieme di indicatori distinti è stato associato alle variabili latenti onde ottenerne una loro rappresentazione. Per valutare la corretta specificazione del modello di misurazione e la relativa unidimensionalità, la stima è avvenuta in maniera iterativa. Si è inizialmente stimato il modello completo considerando, quindi, tutti gli item. Questa stima preliminare ha permesso di individuare una serie di variabili multicollineari. L'analisi dei *loading* ha, infatti, evidenziato per taluni di essi coefficienti inferiori a 0,6. Questi indicatori sono stati eliminati e si è stimato un nuovo modello (Roldan e Leal, 2003). Tutti gli indicatori considerati hanno *loading* superiori a 0,7 (Tabella 1) mentre l'*Alpha di Cronbach* (Tabella 2) ha permesso di rilevare la corretta specificazione delle variabili latenti (tutti >0,7).

Tab. 1 - Stime degli Outer loadings, errori standards e T statistiche

	Outer loadings (O)	Errore Standard (Er_St)	Statistiche T ( O /Er_St)
PA_1 ← PA	0,8318	0,0354	23,4661
PA_2 ← PA	0,8126	0,0363	22,4077
PA_4 ← PA	0,8917	0,0234	38,1151
PA_5 ← PA	0,6007	0,0877	6,8498
EI_1 ← EI	0,8721	0,0264	33,0817
EI_2 ← EI	0,8863	0,0189	46,8495
EI_4 ← EI	0,908	0,0155	58,4129

<sup>2</sup>Sebbene la teoria dimostri che in determinate condizioni già con 200 replicazioni i risultati sono robusti, in questo lavoro si è replicata la stima ampliando progressivamente il numero di replicazioni fino a 3.000. I risultati non variano, se non negli errori standards che, comunque, non inficiano la significatività dei risultati riportati (Efron e Tibshirani, 1993).

EI_5 ← EI	0,9238	0,0123	75,0259
PBC_1 ← PBC	0,8126	0,0252	32,2043
PBC_3 ← PBC	0,815	0,0369	22,077
PBC_4 ← PBC	0,7955	0,0433	18,3695
PBC_6 ← PBC	0,7463	0,0548	13,6245
SN_1 ← SN	0,7648	0,0564	13,5631
SN_2 ← SN	0,8804	0,0223	39,4411
SN_3 ← SN	0,782	0,0347	22,5128
EnSk_1 ← EnSk	0,9166	0,0224	40,861
EnSk_2 ← EnSk	0,8386	0,0423	19,8086
EnSk_3 ← EnSk	0,8209	0,0488	16,8164
EnSk_4 ← EnSk	0,8941	0,028	31,9235
EnSk_5 ← EnSk	0,766	0,0554	13,8222
AcSk_1 ← AcSk	0,8676	0,0244	35,5836
AcSk_2 ← AcSk	0,7771	0,0413	18,8269
AcSk_3 ← AcSk	0,6583	0,0735	8,959
AcSk_4 ← AcSk	0,8676	0,0228	38,0515
AcSk_5 ← AcSk	0,8272	0,0304	27,2006
AcSk_6 ← AcSk	0,7888	0,0404	19,53
CoFa_1 ← CoFa	0,7923	0,0277	28,5851
CoFa_4 ← CoFa	0,7506	0,04	18,7501
CoFa_7 ← CoFa	0,6368	0,1492	4,2677
CoFa_8 ← CoFa	0,6205	0,11	5,6402
CoFa_9 ← CoFa	0,7728	0,0606	12,7418

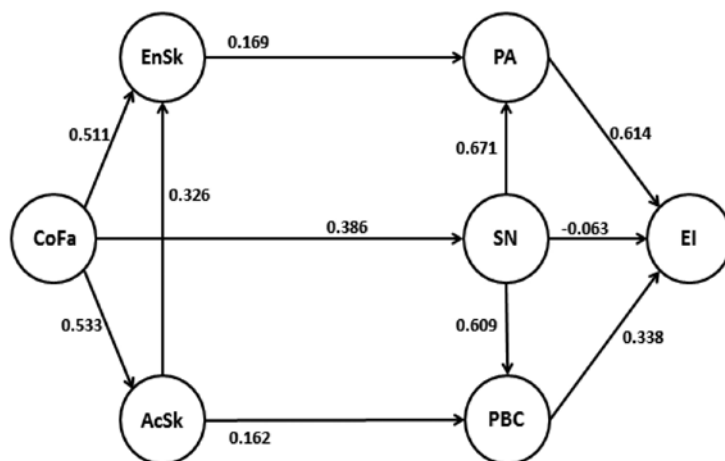
Valutata la qualità del modello di misurazione, si è passati alla verifica del modello strutturale attraverso l'analisi dei coefficienti di determinazione delle variabili (latenti) endogene. La variabilità spiegata dalle variabili latenti e misurata mediante l' $R^2$  varia tra 0,149 e 0,731 (Tabella 2)

Tab. 2 - Alpha di Cronbach e  $R^2$  per le variabili latenti nel modello strutturale stimato.

Variabili latenti	Alpha di Cronbach	$R^2$
PA	0,798	0,55
EnSk	0,902	0,55
EI	0,920	0,73
PBC	0,804	0,46
SN	0,739	0,15
AcSk	0,886	0,28
CoFa	0,764	Esogena

La stima del modello strutturale (Figura 2) ipotizzato ha permesso di evidenziare i legami tra i domini individuati e l'intenzione imprenditoriale, quindi di appurare le ipotesi avanzate nel presente lavoro. L'analisi dei *path coefficient* (e della loro significatività) consente di riscontrare che quasi tutti i domini considerati sono legati all'intenzione imprenditoriale (Tabella 3).

Fig. 2 - Il modello strutturale.



Dall'analisi dei risultati emerge che è maggiore il peso della componente relativa alle attitudini personali – PA – (0,614), seguita dalla PBC (0,338). In questo modo sono confermate le ipotesi H1 e H2.

La dimensione concernente le “norme soggettive” presenta, invece, un coefficiente basso (-0,063) e statisticamente non significativo ( $R^2=0,15$ ). Un riscontro, come già specificato, coerente con altre indagini sul tema che porta a rigettare l'ipotesi H3.

Pur non avendo un effetto diretto sulla EI, le norme soggettive presentano una relazione diretta sia con PA (0,671) sia con PBC (0,609). Questo risultato consente di verificare le ipotesi H4 e H5. Le norme soggettive, quindi, influenzano l'intenzione solo indirettamente.

Tab. 3 - Path Coefficients. Errori standard e statistiche T per il modello strutturale.

	Path Coefficients (O)	Errore Standard (Er_St)	Statistiche T ( O/Er_St )
AcSk → EnSk	0,3256	0,0696	4,6751
AcSk → PBC	0,1621	0,0683	2,3745
CoFa → AcSk	0,5328	0,093	5,7302
CoFa → EnSk	0,5113	0,0774	6,6097
CoFa → SN	0,3857	0,1276	3,0241
EnSk → PA	0,1687	0,0676	2,4939
PA → EI	0,6135	0,0572	10,7337
PBC → EI	0,3378	0,0499	6,7656
SN → EI	-0,0633	0,052	1,2188
SN → PA	0,6713	0,0729	9,2133
SN → PBC	0,609	0,071	8,5822

Appurate le ipotesi alla base della TBP si è, quindi, passati alla verifica delle successive ipotesi H6 – H9 che, invece, afferiscono alle nuove dimensioni inserite in questo lavoro e di cui si è inteso accertata la fondatezza. In sintesi, esse valutano l’impatto di taluni fattori di contesto che si ipotizzano influire indirettamente, tramite le dimensioni già individuate, sui costrutti basilari.

L’analisi dei *path coefficient* sottolinea che le competenze accademiche (AcSk) impattano indirettamente su EI, attraverso PBC (0,162) e le competenze imprenditoriali (EnSk, 0,326). L’ipotesi 6 è, quindi, verificata. Anche H7 è verificata, considerato che EnSk presenta una relazione diretta con PA (0,169) nonché, indirettamente, con EI. La Figura 2 evidenzia come i fattori di contesto (CoFa) presentino una relazione diretta con AcSk e EnSk. Entrambi i coefficienti sono simili e maggiori di 0,5, confermando la relazione diretta di CoFa con AcSk e EnSk (H8). Inoltre, CoFa ha una relazione diretta con le norme soggettive (0,386), confermando l’ultima ipotesi (H9). Va osservato che la relazione di EnSk su PA è rinforzata dal contributo di AcSk. Similmente, la relazione indiretta di CoFa su EI deriva da un effetto combinato di diverse variabili (EnSk, AcSk, SN, PA, PBC). In sostanza, il modello proposto conferma come l’intenzione imprenditoriale sia il frutto di un complesso sistema d’interrelazioni basato su attitudini e comportamenti personali, ma anche su fattori contestuali che qui si è inteso verificare. Le competenze apprese dal sistema universitario, in quanto componenti rilevanti del contesto ambientale, giocano un ruolo importante nel processo di emersione dell’intenzione imprenditoriale; in ciò valorizzando il ruolo delle università e della formazione da esse erogate. Similarmente, l’ambiente esogeno ispira il processo di genesi delle competenze e la formazione di un complesso di norme sociali che approva e sostiene la scelta imprenditoriale.

## 5. Discussione

I risultati derivanti dall'indagine empirica consentono di rimarcare almeno tre punti salienti.

- 1) In linea con i riscontri di altre numerose indagini sul tema (ad es. Krueger *et al.*, 2000; Lee *et al.*, 2011; Liñán *et al.*, 2011), si comprova l'efficacia predittiva della *Teoria del comportamento pianificato*. Infatti, sia PA, sia PBC risultano predittori delle intenzioni imprenditoriali. La circostanza per la quale le SN non appaiono significative non limita l'efficacia predittiva del modello. Si tratta, infatti, di un risultato che oltre ad essere in linea con molta della letteratura (ad es. Krueger e Carsrud, 1993; Autio *et al.*, 2001) appare alquanto plausibile alla luce del prevalente orientamento verso l'imprenditorialità della realtà socio, economico e territoriale indagata. Un'area caratterizzata da scarso attivismo imprenditoriale (inteso anzitutto come natalità aziendale), la preferenza per la ricerca di lavori alle dipendenze (in specie di natura pubblica e che nel tempo ha alimentato, peraltro, molti luoghi comuni), diffuse criticità sul piano del controllo del territorio (Thomas, 2008).
- 2) Ancora, sempre coerentemente con altre citate indagini (Souitaris *et al.*, 1997; Liñán *et al.*, 2011; Kibler, 2013), i fattori contestuali considerati evidenziano un'influenza indiretta sulle intenzioni imprenditoriali tramite i costrutti PA e PBC. Le competenze imprenditoriali, di natura accademica e non, possono ad ogni modo svolgere un ruolo importante nel sostenere l'intenzione imprenditoriale. In particolare, le competenze imprenditoriali accademiche rafforzano tanto la percezione di un maggiore controllo nel perseguire i propri obiettivi quanto la diffusione della cultura imprenditoriale all'interno dell'ambiente. Ciò è coerente con il fatto che questo target di studenti universitari manifesta una maggiore intenzione imprenditoriale, ritenendo evidentemente di possedere gli strumenti adatti non solo per affrontare specifici problemi gestionali, ma anche per valorizzare le competenze imprenditoriali acquisite o rese disponibili nell'ambiente. Queste ultime, a loro volta, sembrano accrescere la percezione di desiderabilità nell'assumere la decisione di dedicarsi a un'attività imprenditoriale (attitudine personale). Il possesso di specifiche competenze, in sostanza, aiuta gli studenti a vedersi come potenziali imprenditori.
- 3) La soggettiva percezione della propensione verso l'imprenditorialità da parte dell'ambiente esterno contribuisce ad aumentare, seppure indirettamente, attitudini personali e controllo percepito. Essa, inoltre, stimola esplicitamente il desiderio di accrescere il bagaglio di competenze. Ciò è coerente con altri contributi sul tema (Shane e Venkataraman, 2000; Lüthje e Frank, 2003; Pinillos, 2009). Probabil-

mente ciò deriva: a) dal fatto che le competenze imprenditoriali costituiscono parte integrante del sistema sociale, economico e culturale; b) dal fatto che la consapevolezza che la disposizione dell'ambiente verso l'imprenditorialità induce ad accrescere il proprio livello di controllo, mediante le competenze, dell'ambiente stesso.

In sostanza, dunque, si conferma che la partecipazione ai processi di trasferimento delle conoscenze offerti dal sistema universitario accresce la possibilità che si manifesti, nei beneficiari, una scelta di tipo imprenditoriale. Una riprova del fatto che gli studenti con un maggiore bagaglio di competenze di natura imprenditoriale hanno una più elevata possibilità di tradurre le proprie attitudini in intenzione (Tkachev e Kolvereid, 1999; Liñán, 2004; Vanevenhoven e Liguori, 2013).

Va da sé che, indipendentemente dalla conferma del modello della TBP, le specificità del campione non rendono generalizzabili i suddetti riscontri. L'indagine, inoltre, contiene alcune peculiarità nelle variabili esogene analizzate; ad es. sono considerate solo talune delle competenze imprenditoriali della lunga lista di abilità, attitudini e capacità legate ai profili imprenditoriali. Come altre ricerche sul tema, lo studio è, altresì, privo di prospettiva longitudinale; non consente, dunque, di sapere quanti di coloro che hanno mostrato un'intenzione imprenditoriale daranno realmente seguito alla stessa. Esso, inoltre, soffre della limitatezza del campione, che comunque non inficia la validità delle stime.

Nonostante le richiamate limitazioni, si ritiene che il lavoro contribuisca al consolidamento del filone di ricerca sull'intenzione imprenditoriale, perché riesce comunque ad evidenziare i vantaggi derivanti della combinazione tra prospettive economiche e psicologiche nello studio delle intenzioni imprenditoriali. Ciò rafforza ulteriormente la validità di tale filone, sebbene ancor'oggi richieda ulteriori approfondimenti per meglio sviluppare e validare empiricamente i costrutti che lo definiscono. Sia a livello regionale che nazionale, l'utilizzazione di questa tipologia di lavori può indubbiamente contribuire alla definizione di misure di policy a vantaggio dei processi di formazione sviluppo imprenditoriale.

## **6. Considerazioni conclusive**

Nel corso degli ultimi anni si è assistito ad un fiorire di studi e ricerche tese a monitorare ed approfondire il ruolo del fattore imprenditoriale quale elemento propulsivo dello sviluppo e della creazione aziendale allorché promosso, implementato o supportato dal sistema universitario (ad es., Shane, 2014; Wright e Zahra, 2011). Tra essi un filone d'indagine relativamente recente analizza il tema dell'intenzione imprenditoriale espressa da studenti, docenti e altro personale accademico. Un approccio ancora poco

utilizzato in Italia. In tale ottica, il presente contributo propone un'implementazione dell'ampiamente diffusa *Teoria del comportamento pianificato* (Ajzen, 1991) che indaga l'intenzione imprenditoriale manifestata da un campione di studenti di ingegneria di un Ateneo localizzato in un contesto ambientale caratterizzato da una bassa propensione verso la scelta imprenditoriale; nonostante la presenza di elevatissimi tassi di disoccupazione giovanile<sup>3</sup> e di quattro atenei.

I ricercatori concordano nel ritenere che, per la loro importanza, nell'ambito dello studio dei modelli intenzionali gli elementi del contesto esogeno (dalle infrastrutture fisiche agli incubatori, dalle fonti di finanziamento ai supporti non monetari) hanno bisogno di essere compresi appieno e precisamente analizzati per ciascuna area (Busenitz *et al.*, 2000; Lüthje e Franke, 2003). Proprio in ragione delle peculiarità del territorio di riferimento, l'indagine ha mirato a verificare se alcune variabili di natura contestuale o legate al ruolo svolto dalle università sono in grado di influenzare l'intenzione imprenditoriale.

I riscontri ottenuti rafforzano un convincimento diffuso secondo il quale la prioritaria attività di trasferimento di competenze imprenditoriali (economiche, tecnologiche, manageriali) da parte universitaria, è un efficace strumento di promozione della scelta imprenditoriale degli studenti anche negli ambienti meno ospitali. Il trasferimento di conoscenze nelle sue varie modalità, infatti, migliora le attitudini, abilità e competenze utili ad affrontare le complessità incorporate nell'avvio e nella gestione di attività imprenditoriali; in tal modo accrescendo la stessa intenzione imprenditoriale. Un'imprenditorialità, per giunta, "virtuosa", giacché le iniziative imprenditoriali di origine accademiche sono solite caratterizzarsi per un elevato contenuto innovativo; in particolare quando promesse nell'ambito delle discipline economiche e scientifiche (Mansfield, 1988; Shane, 2004; Kolveid e Isaksen, 2005; Aureli, 2010). Esse, dunque, seppure più rischiose in assoluto, sono più consone ad un contesto con un elevato livello medio di istruzione possedendo, inoltre, maggiori prospettive di espansione futura nonché di reggere la concorrenza internazionale.

Quanto sopra conferma il ruolo cruciale che il sistema universitario può svolgere a favore della scelta imprenditoriale, laddove l'offerta diretta di formazione specifica è, comunque, solo una delle molteplici direzioni dove essa agisce. In tale senso, senza voler entrare in modo approfondito sulle possibili azioni di policy da intraprendere da parte delle università, vale la pena evidenziare in questa sede che occorrerebbe ulteriormente rafforzare quelle linee, già intraprese negli ultimi anni, finalizzate a sviluppare un più intenso sistema di relazioni con il mondo delle imprese e delle professioni

---

<sup>3</sup> 56,3% nella fascia 15-24 anni (Istat, 2013, *Tassi disoccupazione a livello provinciale – Napoli*).

a supporto della didattica e dell'apprendimento mediante una molteplicità di canali e strumenti (stage, tirocini, seminari, tesi e dottorati aziendali, *business game*, visite didattiche, etc.) coerenti con l'obiettivo di sviluppare la cultura imprenditoriale. In tal modo, diffondendo un orientamento idoneo ad accrescere, in positivo, la considerazione e l'accettazione della scelta imprenditoriale da parte dell'intera società. Uno degli elementi che la suddetta *Teoria del comportamento pianificato* considera essenziale ai fini dell'insorgenza della stessa intenzione imprenditoriale.

Sul piano più generale si tratta, chiaramente, di agire a più ampio spettro anche verso il miglioramento del *business climate* (dal versante infrastrutturale, burocratico, del controllo del territori. ecc) poiché, in questa come altre indagini, emerge che la soggettiva "convinzione" di avviare un'azienda è, appunto, correlata alla percezione del contesto esogeno. L'atteggiamento della società nei confronti dell'imprenditorialità, nonché l'eventuale offerta di strumenti di facilitazione e supporto, vale a dire, in qualche misura influiscono sulla scelta imprenditoriale.

Ne discende un ruolo più attivo che dovrebbe essere svolto, oltre che dalle Università, dalle varie istituzioni ed organismi pubblici, che a vario titolo e con differenti gradi d'intensità hanno tra i loro compiti anche quello di creare le condizioni di contesto più favorevoli alla nascita, sviluppo e consolidamento delle attività economiche. Auspici che si scontrano, purtroppo, con l'attuale realtà di drastici ridimensionamenti dei budget disponibili per specifici programmi a supporto della scelta imprenditoriale.

In tali circostanze, pertanto, diviene quanto mai significativo riuscire a selezionare, anche con i modelli intenzionali, gli studenti che palesano le maggiori inclinazioni e predisposizioni verso la scelta imprenditoriale. Quanto sopra induce a prevedere e auspicare che nelle future ricerche si presti una crescente attenzione all'interazione tra fattori economici e psicologici; preferibilmente utilizzando prospettive di indagine longitudinali onde verificare quante aziende, con quali caratteristiche e modalità ed in quali contesti saranno poi effettivamente create.

Antonio Thomas  
Università di Napoli Parthenope  
antonio.thomas@uniparthenope.it

Renato Passaro  
Università di Napoli Parthenope  
renato.passaro@uniparthenope.it

Giuseppe Scandurra  
Università di Napoli Parthenope  
scandurra@uniparthenope.it



## **Riassunto**

Il riuscire a supportare e diffondere un'imprenditorialità di tipo virtuoso, intendendo con ciò l'avvio di iniziative high-tech o posizionate sulla frontiera della conoscenza con prospettive di espansione futura, è considerata pressoché unanimemente una possibile soluzione alla crisi economico-finanziaria che da vari anni attanaglia l'Italia, come molti altri paesi occidentali. In tale ottica il contributo approfondisce il tema della cosiddetta imprenditorialità accademica, proponendo l'analisi delle intenzioni imprenditoriali manifestate da un campione di studenti universitari. Allo scopo si utilizza un'applicazione della *Teoria del comportamento pianificato*. I riscontri ottenuti confermano l'efficacia della suddetta teoria nel prevedere la scelta imprenditoriale.

## **Abstract**

To be able to support and spread a virtuous entrepreneurship is almost unanimously considered a possible solution to the problems caused by the economic and financial crisis in many Western countries. In order to generate virtuous entrepreneurship, that is high-tech and cutting-edge initiatives with high prospects for future expansion, the university system is able to play a relevant role through the academic entrepreneurship. In this perspective, the contribution specifically examines an aspect of this academic entrepreneurship proposing an analysis of the entrepreneurial intent expressed by a sample of university students. To this purpose we adopt an application of the well-known Theory of planned behavior. The findings obtained confirm the effectiveness of this Theory to predict people's entrepreneurial choice.

## **Classificazione JEL:** M13

**Parole chiave (keywords):** imprenditorialità accademica, start-up, intenzione imprenditoriale, teoria del comportamento pianificato (academic entrepreneurship, start-up, entrepreneurial intent, theory of planned behaviour)

## Bibliografia

- Amaduzzi A., 1969, *L'Azienda*, Utet.
- Ajzen I., 1991, "The Theory of Planned Behaviour", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, vol. 50, n. 2, pp. 179-211.
- Arrighetti A., Caricati L., Landini F., Monacelli N., 2013, *Explaining entrepreneurial orientation among university students: evidence from Italy*, CMet Working Paper 01/2013, University of Parma.
- Audretsch D.B., 2009, "The entrepreneurial society", *The Journal of Technology Transfer*, vol. 34, n. 3, pp. 245-254.
- Aureli S., 2010, "Dalla ricerca universitaria alla creazione d'impresa: il caso EryDel SpA", *Piccola Impresa/Small Business*, n. 3, pp. 119-130.
- Autio E., Keeley R.H., Klofsten M., Parker G.G.C., Hay M., 2001, "Entrepreneurial intent among students in Scandinavia and in the USA", *Enterprise and Innovation Management Studies*, vol. 2, n. 2, pp. 145-160.
- Bird B., 1988, "Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention", *Academy of Management Review*, vol. 13, n. 3, pp. 442-454.
- Bird B., 1992, "The operation of intentions in time: The emergence of the new venture", *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 17, n. 1, pp. 11-20.
- Boyd N.G., Vozikis G.S., 1994, "The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions", *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 18, pp. 63-90.
- Bosma N., Harding R. (Eds), 2007, *Global Entrepreneurship Monitor: GEM 2006 Summary Results*, Babson College, London Business School.
- Busenitz L.W., Gomez C., Spencer J.W., 2000, "Country Institutional Profiles: Unlocking Entrepreneurial Phenomena", *Academy of Management Journal*, vol. 43, n. 5, pp. 994-1003.
- Cafferata R., Dossena G. (Eds.), 2012, *Spirito imprenditoriale e formazione d'impresa*, Il Mulino.
- Cassia L., Filardo G.N. (Eds), 2011, *Imprenditorialità, cambiamento, crescita*, University Press, Sestante Edizioni.
- Corbetta G., Canato A., Dowson A. (Eds.), 2008, *Global Entrepreneurship Monitor, 2007 Executive Report – Italy*, Babson College.
- Efron B., Tibshirani R.J., 1993, *An Introduction to the Bootstrap*, Chapman & Hall.
- Fazzi R., 1966, "Formazione storica e prospettive degli studi sui comportamenti imprenditoriali", in Cursi C. (Ed.), *Studi di Tecnica economica Organizzazione e Ragioneria. Scritti in memoria del Prof. Gaetano Corsani*.
- Filion L.J., Dana L.P., Julien P.A., Veciana J.M., Johannessen T.A., Raith M.G., 2010, "The Future of Entrepreneurship Research", *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, vol. 11, n. 2, pp. 105-120.
- Kibler E., 2013, "Formation of Entrepreneurial Intentions in a Regional Context", *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 25, n. 3/4, pp. 293-323.
- Kolvereid L., 1996, "Organizational employment versus self-employment: reasons for career choice intentions", *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 20, n. 3, pp. 23-31.
- Kolvereid L., Isaksen E., 2005, "New business start-up and subsequent entry into self-employment", *Journal of Business Venturing*, vol. 21, n. 6, pp. 866-885.
- Krueger N.F. Jr., Carsrud A.L., 1993, "Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behavior", *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 5, n. 4, pp. 315-330.
- Krueger N.F. Jr., Reilly M.D., Carsrud A.L., 2000, "Competing Models of Entrepreneurial Intentions", *Journal of Business Venturing*, vol. 15, pp. 411-432.
- Lee L., Wong P.K., Der F.M., Leung A., 2011, "Entrepreneurial intentions: The influence of organizational and individual factors", *Journal of Business Venturing*, vol. 26, n. 1, pp. 124-136.
- Liñán F., 2004, "Intention-Based Models of Entrepreneurship Education", *Piccola*

*Impresa/Small Business*, vol. 3, pp. 11-34.

Liñán F., Chen Y.W., 2009, "Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions", *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 33, n. 3, pp. 593-617.

Liñán F., Urbano D., Guerrero M., 2011, "Regional variations in entrepreneurial cognitions: Start-up intentions of university students in Spain", *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 23, n. 3-4, pp. 187-215.

Lüthje C., Franke N., 2003, "The 'making' of an entrepreneur: testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT", *R&D Management*, vol. 33, n. 2, pp. 135-147.

Mansfield E. 1998, "Academic research and industrial innovation", *Research Policy*, vol. 26, n. 7-8, pp.773-776.

Marchini I., 1995, *Il governo della piccola impresa*, Piccola Impresa/Small Business. Ins-Edit.

Masini C., 1978, *Lavoro e risparmio*, Utet.

Miolo Vitali P., 1993, "Comportamenti decisionali e condizioni di sviluppo nelle piccole e medie imprese", in Padroni G. (Ed.), *Lo sviluppo della piccola-media impresa: vincoli ed opportunità*, Angeli.

O'Gorman C., 2008, "Commercialisation activity and the emergence of a university incubator in a public university in Ireland", *Piccola Impresa/Small Business*, vol. 1, pp. 15-42.

Passaro R., Thomas A., 2007, "La relazione tra ruolo imprenditoriale e piccole aziende ad alto potenziale: una proposta di inquadramento concettuale", *Piccola Impresa/Small Business*, vol. 3, pp. 9-35.

Pinillos M.J., 2009, "The influence of values and the culture on entrepreneurial activity: an analysis of the difference between countries with different development levels", *Piccola Impresa/Small Business*, vol. 2, pp. 9-27.

Ringle C.M., Wende S., Will A., 2005, *SmartPLS ver. 2.0 (beta)*. SmartPLS, University of Hamburg, Germany.

Roldan J.L., Leal A., 2003, "A validation test of an adaptation of the DeLone and McLean's model in the Spanish EIS field", Cano J.J. (Ed.), *Critical reflections on information systems. A systematic Approach*, Hershey, PA: Idea Group.

Salvador E., 2007, "Il finanziamento delle imprese Spin-off della ricerca in Italia", *Piccola Impresa/Small Business*, vol. 1, pp. 75-107.

Shane S.A., 2004, *Academic entrepreneurship: University spinoffs and wealth creation*, Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.

Shane S.A., Ventakaraman S., 2000, "The Premise of entrepreneurship as a Field of Research", *Academy of Management Review*, vol. 25, n. 1, pp. 217-226.

Sorrentino M., Esposito A., 2008, "Improving the role of Business Angels in financing entrepreneurship: a positioning map for us angel groups", *Piccola Impresa/Small Business*, vol. 2, pp. 9-39.

Souitaris V., Zerbini S., Al-Laham A. 2007, "Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources", *Journal of Business Venturing*, vol. 22, n. 4, pp. 566-591.

Tenenhaus M., Vinzi V.E., Chatelin Y.M., Lauro C., 2005, "PLS path modelling", *Computational Statistics and Data Analysis*, vol. 48, pp. 159-205.

Tkachev A., Kolvereid L., 1999, "Self-employment intentions among Russian students", *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 11, n. 3, pp. 101-14.

Thomas A., 2008, *Il legame biunivoco tra imprenditorialità e sviluppo economico: origini, evoluzioni e scelte di policy*, Guida.

Vanevenhoven J., Liguori E., 2013, "The Impact of Entrepreneurship Education: Introducing the Entrepreneurship Education Project", *Journal of Small Business Management*, vol. 51, n. 3, pp. 315-328.

Welter F., 2011, "Contextualizing Entrepreneurship-Conceptual Challenges and Ways

Forward", *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 35, n. 1, pp.165-184.

Wiklund J., Davidsson P., Audretsch D.B., Karlsson C., 2010, "The Future of Entrepreneurship Research", *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 35, n. 1, pp. 1-9.

Wold H., 1982, "Soft modelling: the basic design and some extensions", Jöreskog K.G., Wold H. (Eds.), *Systems under indirect observations: Causality, structure, prediction*, Part 2, Amsterdam, pp. 1-54.

Wright M., Zahra S.A., 2011, "The Other Side of Paradise: Examining the Dark Side of Entrepreneurship", *Entrepreneurship Research Journal*, vol. 1, n. 3, pp. 1-5.

Allegato  
Variabili ed item del questionario

Variabili	Item (Indica il tuo livello di accordo con le seguenti affermazioni...)
Attitudine personale (PA)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Trovo la carriera da imprenditore molto attraente</li> <li>2) Se avessi l'opportunità e le risorse mi piacerebbe aprire un'azienda</li> <li>3) Tra le alternative professionali esistenti, mi piacerebbe far tutto tranne l'imprenditore</li> <li>4) Credo che diventare imprenditore mi darebbe molte soddisfazioni</li> <li>5) A mio avviso il divenire imprenditore comporta più vantaggi che svantaggi</li> </ol>
Norme soggettive (SN)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) I miei amici approverebbero la mia scelta se decidessi di aprire attività imprenditoriale</li> <li>2) La mia famiglia approverebbe la mia decisione di aprire un'attività imprenditoriale</li> <li>3) La mia famiglia mi supporterebbe economicamente nella decisione di aprire un'attività imprenditoriale</li> </ol>
Controllo percepito (PBC)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Per me aprire e gestire un'azienda sarebbe facile</li> <li>2) Penso che sarei completamente incapace di aprire un'azienda</li> <li>3) Sono in grado di controllare il processo di creazione di un'azienda</li> <li>4) Se aprissi un'azienda avrei molte probabilità di successo</li> <li>5) Sarebbe molto difficile per me sviluppare una business idea</li> <li>6) Ho le conoscenze tecniche richieste per aprire un'azienda</li> </ol>
Intenzione imprenditoriale (EI)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Sono pronto a fare qualsiasi cosa pur di diventare imprenditore</li> <li>2) Farei qualsiasi sforzo per aprire e gestire una mia azienda</li> <li>3) Ho seri dubbi sulla possibilità di riuscire ad aprire un'azienda</li> <li>4) Sono determinato ad aprire un'azienda in futuro</li> <li>5) Il mio obiettivo professionale è divenire imprenditore</li> <li>6) La mia intenzione di avviare un'azienda in futuro è molto bassa</li> </ol>
Competenze imprenditoriali (EnSk)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Saper riconoscere un'opportunità</li> <li>2) Essere creativo/a</li> <li>3) Problem solving</li> <li>4) Leadership e comunicazione</li> <li>5) Saper sviluppare nuovi prodotti/servizi</li> <li>6) Network e costruzione di una rete di servizi</li> </ol>
Competenze accademiche (AcSk)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Saper riconoscere un'opportunità</li> <li>2) Essere creativo/a</li> <li>3) Problem solving</li> <li>4) Leadership e comunicazione</li> <li>5) Saper sviluppare nuovi prodotti/servizi</li> <li>6) Network e costruzione di una rete di servizi</li> </ol>
Percezione del contesto esterno (CoFa)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) La cultura della regione in cui vivo è molto favorevole all'attività imprenditoriale</li> <li>2) Nella mia regione le condizioni socioeconomiche rendono difficile fare l'imprenditore</li> <li>3) La regione in cui vivo possiede risorse per stimolare l'imprenditorialità</li> <li>4) La mia regione non ha caratteristiche idonee a favorire la creazione di nuove imprese</li> </ol>