

Nadzieja i optymizm a intencja założenia własnej firmy*

Mariola Łaguna**
Instytut Psychologii
Katolicki Uniwersytet Lubelski

HOPE, OPTIMISM AND ENTREPRENEURIAL INTENTION

Abstract. Entrepreneurship is a significant factor in a free-market economy; thus, it is important to understand the personal characteristics encouraging people to become entrepreneurs. Previous research on entrepreneurship as well as social-cognitive theories have guided hypotheses regarding the relationship between entrepreneurial beliefs and the entrepreneurial process. The study concentrates upon beliefs which can be associated with first stages of the entrepreneurial process: with goal commitment, and entrepreneurial intention. The role of three variables has been analysed: optimism, hope and basic hope. Using the Scheier, Carver, and Bridges' LOT-R scale; the Snyder's ADHS scale, and the Trzebinski and Zieba's BHI-12 scale, data from 332 potential entrepreneurs attending an entrepreneurship preparation training were obtained. The findings suggest that the level of hope is a good predictor of the expectancy of attainment when creating a venture, the assessment of the goal importance and the readiness for an effort to achieve this goal. Optimism enables predicting the assessment of the success chance. Optimism and hope are also important predictors of the entrepreneurial intention.

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

** Adres do korespondencji: Instytut Psychologii KUL, Al. Raławickie 14, 20-950 Lublin; e-mail: laguna@kul.lublin.pl

Zgodnie z ujęciem społeczno-poznawczym kluczem do zrozumienia działania jest poznanie przekonań, jakie ludzie mają na swój temat. Pozwalają one doświadczać poczucia kontroli nad własnymi myślami, uczuciami i aktywnością (Bandura, 1986). Mają także wpływ na wiele naszych decyzji, w tym także na wybór zawodu czy decyzję o założeniu własnej firmy (Bandura, 1986; Chen, Greene, Crick, 1998; Krueger, Reilly, Carsrud, 2000).

Mimo rozwoju badań nad procesem podejmowania decyzji o założeniu firmy i intencją przedsiębiorczą, mało jeszcze wiemy o roli osoby przedsiębiorcy, jego osobowości, przekonań i procesów poznawczych (Baron, 2004; Phan, 2004; Sarasvathy, 2004). Choć w rozwoju przedsiębiorczości ważną rolę odgrywają czynniki ekonomiczne, społeczne i polityczne, które tworzą ogólny klimat dla nowych inicjatyw gospodarczych (por. Douglas, Sheperd, 2000; Earle, Sakova, 2000; Noga, 2001), to jednak powstanie nowej firmy zależy w ostateczności od decyzji osoby, która zamierza podjąć się tego zadania. Samozatrudnienie oraz stworzenie szansy pracy dla swoich najbliższych jest także jednym ze sposobów wyjścia z sytuacji bezrobocia. Jednocześnie stosunkowo mało osób podejmuje taką decyzję, a wiele nowych firm upada (Gartner, Shane, 1995; Blanchflower, 2000; Noga, 2001).

Pytanie, dlaczego jedni ludzie są gotowi podjąć się tego zadania, a inni nie, nadal pozostaje nie rozstrzygnięte. Dotychczasowe badania w tej dziedzinie pokazały, że cechy osobowości są słabymi predyktorami zachowań przedsiębiorczych (Wooten, 1999; Berings i in., 2004; Ciavarella i in., 2004), sugerują natomiast, że to przekonania i sądy na temat Ja i świata mogą stanowić wyznacznik sukcesu (Krueger, Reilly, Carsrud, 2000; Shook, Priem, McGee, 2003; Markman, Baron, Balkin, 2005; Hansemark, 2003).

INTENCJA ZAŁOŻENIA NOWEJ FIRMY JAKO JEDEN Z ETAPÓW PROCESU PRZEDSIĘBIORCZEGO

Proponowane tu podejście przyjmuje, że ludzie różnią się pod względem przekonań na temat świata i samych siebie. Ze względu na te właśnie różnice z większym prawdopodobieństwem można przypuszczać, że niektóre osoby podejmą decyzję o założeniu własnej firmy i będą bardziej skłonne dążyć do jej realizacji, niezależnie od przeszkód, jakie napotkają po drodze (por. Gatewood, Shaver, Gartner, 1995). Innymi słowy to, jak potencjalni przedsiębiorcy myślą o sobie i o sytuacji, będzie miało wpływ na sposób spostrzegania przez nich samej możliwości założenia firmy i na intencję przedsiębiorczą.

Powstanie nowej firmy traktowane jest nie jako jednorazowy akt, ale jako proces, na który mogą oddziaływać różne czynniki, w tym osobowość przedsiębiorcy (Shane, Venkataraman, 2000; Shane, Locke, Collins, 2003; Vecchio, 2003; Phan, 2004). Intencja jest jednym z pierwszych etapów tego procesu. W ujęciu zaproponowanym przez Shooka, Priema i McGee (2003) uświadomienie sobie intencji założenia firmy poprzedza proces poszukiwania i odkrywania szans oraz podjęcie decyzji o ich wykorzystaniu poprzez rozpoczęcie działalności gospodarczej. Intencja przedsiębiorcza definiowana jest przez nich

jako świadomy stan umysłu, powiązany ze skierowaniem uwagi w stronę celu, jakim jest założenie nowej firmy. Stanowi ona reprezentację przyszłego kierunku działania, które ma być podjęte. Nie jest to jedynie oczekiwanie lub przewidywanie przyszłego działania, lecz proaktywne zaangażowanie w urzeczywistnienie go. Intencje – jako rodzaj automotywacji, planowania własnego działania – wpływają na wybór kierunku tego działania i podtrzymują je (Bandura, 2001), pozwalają także przewidywać przyszłe planowane zachowania, będąc ich najlepszym predyktorem (Ajzen, 1991; Krueger, Reilly, Carsrud, 2000).

Intencja związana jest więc z ustosunkowaniem wobec celu. Zawiera ono w sobie zarówno spostrzeganie celu – jego ważności, szans realizacji – jak i gotowość do wysiłku dla jego urzeczywistnienia (por. Bandura, 1986; Zaleski, 1991). Ta subiektywna ocena celu może wpływać na intencję, a później na proces jej realizacji. Sama intencja nie jest oczywiście wystarczająca do powstania nowej firmy. Dopiero wtedy, gdy pociągnie za sobą wytrwałe działanie, możliwe będzie osiągnięcie sukcesu.

Przekonania na temat własnej osoby i świata mogą oddziaływać bezpośrednio na intencję, ale także pośrednio – poprzez wpływ na ustosunkowanie się wobec celu i gotowość do działania. Taki pośredni wpływ zawarty jest m.in. w modelu intencji przedsiębiorczej zaproponowanym przez Shapero (1982), Kruegera (2000) i szerszym modelu Ajzena (1991). Modele te uwzględniają m.in. takie zmienne, jak spostrzegana wykonalność (którą można inaczej określić jako szanse realizacji celu) oraz postawa gotowości do działania, traktowane jako zmienne pośredniczące między przekonaniem a intencją przedsiębiorczą. Jednocześnie dotychczasowe modele intencji przedsiębiorczej pomijają w zasadzie zmienne osobowościowe, uwzględniając jedynie przekonanie o własnej skuteczności (Shapero, 1982; Ajzen, 1991; Krueger, 2000; por. też Zaleśkiewicz, 2004).

OPTYMIZM I NADZIEJA A INTENCJA POWSTANIA NOWEJ FIRMY

Osoby bezrobotne jako potencjalni przedsiębiorcy

Prezentowane tu badania dotyczą specyficznej grupy – osób bezrobotnych, dla których podjęcie samodzielnej działalności gospodarczej może być sposobem na zmianę trudnej sytuacji życiowej. Pośród różnych skutków bezrobocia wymienia się m.in. obniżenie samooceny (Bańka, 1992; Skarżyńska, 1992; Dach, 1993; Goldsmith, Veum, Darity, 1997) oraz osłabienie poczucia sprawstwa i motywacji (Jahoda, 1982). Do czynników sprzyjających długotrwałemu bezrobociu zalicza się m.in. poczucie beznadziejności, braku wewnętrznej kontroli, niezadowolenie z siebie, niski poziom sumienia (Retowski, 1995; Kasprzak, 2000). Można przypuszczać, że w tej sytuacji takie pozytywne przekonania, jak optymizm (Scheier, Carver, 1985), nadzieja na osiągnięcie sukcesu (Snyder i in., 2000), a także przekonanie, że świat jest uporządkowany, sen-

sowny i generalnie przychylny ludziom (Trzebiński, Zięba, 2004a), będą sprzyjały zarówno bardziej pozytywnemu spostrzeganiu celu, jakim jest założenie firmy, jak i podjęciu decyzji o zaangażowaniu się w działanie.

O ile optymizm był już wcześniej włączony jako jedna ze zmiennych w badaniach nad przedsiębiorczością (Palich, Bagby, 1995; Simon, Houghton, Aquino, 1999), to badanie nadziei na sukces oraz nadziei podstawowej jest nową propozycją. Poszukiwanie ich związku z procesem powstawania nowej firmy wydaje się interesujące i uzasadnione, ponieważ koncepcja nadziei autorstwa Snydera (2002) odnosi się bezpośrednio do procesu realizacji celu, a dotychczasowe badania wskazują na związek nadziei z powodzeniem w działaniu w innych dziedzinach. Z kolei ujęcie nadziei zaproponowane przez Trzebińskiego i Ziębę (2004a) stanowi uzupełnienie aspektu nadziei związanego – najogólniej mówiąc – z zaufaniem do świata i ludzi, który wydaje się pominięty w koncepcji Snydera (por. Tennen, Affleck, Tennen, 2002). Jest to uzasadnione także dlatego, że ten rodzaj przekonań – zdaniem twórców koncepcji – jest szczególnie ważny w obliczu sytuacji nowych, gdyż zwiększa gotowość do podejmowania nowych wyzwań (Trzebiński, Zięba, 2003; 2004a).

Optymizm

Optymizm w ujęciu Scheiera i Carvera (1985; Scheier, Carver, Bridges, 1994) rozumiany jest jako cecha dyspozycyjna, wyrażająca uogólnione oczekiwania pozytywnych zdarzeń. Dotyczy to nie tylko wyników, które są rezultatem własnego działania, ale także wyników zupełnie niezależnych od zachowań, które można przypisać szczęściu, zbiegowi okoliczności itp. (por. Schweizer, Koch, 2001; Carver, Scheier, 2002). Ta autoregulacyjna koncepcja optymizmu nie podkreśla roli Ja jako sprawcy oczekiwanych pozytywnych wyników. Przeciwnie, optymizm może bazować na oczekiwaniu, że inni ludzie lub wyższa siła mogą doprowadzić do osiągnięcia celu (por. Aspinwall, Leaf, 2002), pozwala także przewidywać wysoki wkład wysiłku i faktyczne uzyskanie pozytywnych rezultatów. Optymistyczne myślenie o przyszłości podnosi motywację i skuteczność działania. Jest związane z sukcesem w rozwiązywaniu problemów, ustalaniu wysokich standardów i aspiracji (Oettingen, Mayer, 2002).

Teoretycy zajmujący się przedsiębiorczością wskazują na optymizm jako na jedną z ważnych zmiennych, która może różnić osoby zakładające własne firmy od tych, które wolą pracować w już istniejących organizacjach (Markman, Baron, 2003). W opracowanym przez siebie modelu procesu zakładania firmy Shook, Priem i McGee (2003) wskazują na rolę optymizmu zwłaszcza na etapie podejmowania decyzji o zaangażowaniu się w to przedsięwzięcie. Dotychczasowe badania pokazują, że osoby, które decydują się na założenie firmy, spodziewają się, że ich przyszłość jest lepsza niż przyszłość innych podobnych przedsięwzięć, nawet jeśli nie mają do tego obiektywnych podstaw (Cooper, Dunkelberg, Woo, 1988). Przedsiębiorcy są także bardziej skłonni do spostrzegania sytuacji w bardziej optymistyczny sposób, widząc w niej więcej szans i możliwości niż zagrożeń i słabości (Palich, Bagby, 1995).

Można więc spodziewać się, że wyższy poziom optymizmu będzie związany z wyższą oceną szans na założenie własnej firmy, a w związku z tym będzie przyczyniał się do intencji zaangażowania się w tę działalność. Hipoteza ta nie ma jednak charakteru oczywistości, bo jednocześnie inne badania wskazują, że optymizm i osobiste mistrzostwo pozwala przewidywać szybszą rezygnację z rozwiązywania problemów nierozwiązywalnych, gdy są dostępne alternatywne zadania (Aspinwall, Richter, 1999). Istnieją także badania wskazujące, że optymizm nie był predyktorem podjęcia decyzji o założeniu firmy (Simon, Houghton, Aquino, 1999). Dotychczasowe wyniki nie są więc jednoznaczne.

Nadzieja na sukces

Nadzieja jest przez Snydera definiowana jako pozytywny stan motywacyjny, oparty na wzajemnie ze sobą powiązanych przekonaniach o silnej woli oraz o umiejętności znajdowania rozwiązań, planowania dróg do osiągnięcia celu (Snyder i in., 2000). Silna wola to przekonanie, że ktoś może zainicjować i podtrzymać dążenie do celu, energia skierowana na realizację celu. Energia ta nabiera szczególnego znaczenia w obliczu przeszkód i trudności, pomaga ukierunkować potrzebną motywację na najlepszą z alternatywnych dróg dochodzenia do celu. Drugi komponent nadziei dotyczy spostrzegania siebie jako osoby zdolnej wymyślić jeden lub więcej skutecznych sposobów prowadzących do osiągnięcia pożądanego rezultatu (Snyder, Cheavens, Sympson, 1997). Tak rozumiana nadzieja jest także określana wiarą we własny sukces, gdyż odnosi się do oczekiwania pozytywnych efektów własnych działań (Trzebiński, Zięba, 2003). Towarzyszą jej pozytywne uczucia i zapał odnoszący się do zaangażowania się w realizację celów.

Choć nadzieja na sukces jest konstruktem zbliżonym do optymizmu (por. Peterson, 2000), to koncepcja optymizmu Scheiera i Carvera (1985) podkreśla zaufanie do możliwości osiągnięcia wyniku jako kluczową zmienną, a nie do roli osobistego zaangażowania w działanie, które jest ważne w koncepcji Snydera (por. Carver, Scheier, 2002). Badania empiryczne pokazują także, że optymizm i nadzieja stanowią dwa odrębne czynniki (Magaletta, Oliver, 1999), a traktowanie ich jako odrębnych wymiarów zwiększa ich moc wyjaśniającą (Bryant, Cvengros, 2004).

Zgodnie z teorią Snydera (Snyder, Cheavens, Michael, 1999), przed ustanowieniem celu osoba rozważa wartość wyniku związanego z jego realizacją. Ocena wartości wyniku pojawia się w fazie poprzedzającej działanie. Jeśli wyobrażony cel jest dostatecznie ważny, aby zagwarantować trwale zaangażowanie umysłowe, osoba przesuwana się do dalszych etapów jego realizacji. Osoby z wysokim poziomem nadziei na sukces podchodzą do celów jak do wyzwania, skupiają się raczej na możliwościach sukcesu niż porażki, wysoko oceniają prawdopodobieństwo osiągnięcia celu (Snyder, 1994). Wydaje się więc, że nadzieja ta może sprzyjać zarówno bardziej pozytywnej ocenie samego celu, jakim jest założenie własnej firmy, jak i podjęciu decyzji o jego realizacji. Jednocześnie inne przytoczone przez Snydera (2002) badania pokazały, że osoby o wysokiej nadziei na sukces generują więcej celów, mają więc większą

łatwość zwrócenia się w kierunku nowego celu, gdy pierwotny okaże się nieosiągalny. Może to sugerować, że przy niskiej ocenie szans na założenie własnej firmy będą mniej skłonne deklarować chęć podjęcia się tego zadania.

Nadzieja podstawowa

Według Trzebińskiego i Zięby (2003; 2004a) nadzieja podstawowa to jeden ze składników globalnej wizji świata, przekonanie, że świat jest uporządkowany i sensowny oraz generalnie przychylny ludziom. Tak rozumiana nadzieja jest – zdaniem tych autorów – podstawą interpretacji zdarzeń, przede wszystkim przyszłych, gdy człowiek próbuje przewidzieć ich bieg i ocenić swoje szanse.

Nadzieja podstawowa uaktywnia się zwłaszcza wtedy, gdy osoba musi poradzić sobie z nowymi sytuacjami i możliwościami (np. nowa praca), a także z sytuacjami rozpadu dotychczasowego sposobu życia (np. śmierć bliskiej osoby, utrata pracy, poważna choroba). W obliczu nowych sytuacji zwiększa ona gotowość do podejmowania wyzwań, budowania nowego porządku. Natomiast w sytuacji straty przekonanie o sensowności i przychylności świata pozwala szybciej zaakceptować utratę starego ładu i przejść do etapu budowania nowego (Trzebiński, Zięba, 2003; 2004b). Można przypuszczać, że sytuacja utraty pracy jest związana z rozpadem dotychczasowego porządku.

Trzebiński i Zięba (2003) uważają, że nadzieja w rozumieniu Snydera i nadzieja podstawowa to dwa przekonania, które nie zawsze idą w parze. W przypadku niepowodzeń i trudności w realizacji postawionych celów, gdy zachowany zostaje jednak dotychczasowy ład, większe znaczenie mogą mieć przekonania o własnej skuteczności (Bandura, 1986) i możliwości osiągnięcia celu (Snyder, 2002), które pomagają zrealizować zamiary mimo przeszkód. Natomiast w przypadku zachwiania dotychczasowego porządku lub w nowych sytuacjach stanowiących wyzwanie, nadzieja podstawowa może być tym czynnikiem, który pozwala poradzić sobie i zbudować nowy ład (Trzebiński, Zięba, 2004b).

Wysoki poziom nadziei podstawowej sprzyja także otwartości na nowe doświadczenie, poszukiwaniu nowych sytuacji i osób oraz pozytywnemu ustosunkowaniu wobec nich (Trzebiński, Zięba, 2004b). Dlatego też wydaje się ważne, aby ująć tę zmienną w badaniu podejmowania nowych wyzwań, jakie niesie ze sobą gotowość do założenia własnej firmy. Można więc przypuszczać, że nadzieja podstawowa będzie istotnym czynnikiem pomocnym w radzeniu sobie z sytuacją utraty pracy oraz w podejmowaniu decyzji o wykorzystaniu szansy, jaką dla osoby bezrobotnej może być podjęcie własnej działalności gospodarczej.

PROBLEM I HIPOTEZY BADAWCZE

Przedstawione tu badania koncentrują się na czynnikach indywidualnych związanych z osobą przedsiębiorcy, które mogą mieć wpływ na proces podejmowania decyzji o założeniu własnej firmy. Dotyczą więc początkowego okresu

planowania i podejmowania działalności gospodarczej. Koncentrują się wokół pytania: Na ile takie przekonania, jak optymizm, nadzieja na sukces oraz nadzieja podstawowa wiążą się z intencją założenia własnej firmy przez osoby bezrobotne? Wydaje się, że przekonania te mogą wiązać się zarówno z ustosunkowaniem wobec celu, jak i z samą intencją podjęcia działalności gospodarczej.

Opierając się na przedstawionych powyżej teoriach oraz wynikach dotychczasowych badań, postawione zostały następujące hipotezy:

H 1. Optymizm, nadzieja na sukces i nadzieja podstawowa są związane z bardziej pozytywnym spostrzeganiem celu, jakim jest założenie własnej firmy. Przekonania te są związane z wyższą oceną jego ważności oraz szans realizacji. Z przyjętych założeń teoretycznych wynika, że można się spodziewać większego związku z oceną szans realizacji celu niż ze spostrzeganiem jego ważności. Przekonania te są także związane z większą gotowością do wysiłku w działaniu na rzecz realizacji celu.

H 2. Wyższy poziom optymizmu, nadziei na sukces i nadziei podstawowej sprzyja intencji założenia własnej firmy.

H 3. Spostrzeganie celu, jakim jest założenie własnej firmy, jest związane z intencją jego realizacji. Im wyższa ocena ważności celu i szans jego realizacji, a także gotowość do wysiłku, tym większe prawdopodobieństwo pojawienia się intencji przedsięwzięcia.

METODA BADAŃ

Osoby badane i sposób przeprowadzenia badań

Badania te są elementem większego projektu; w tej jego części uczestniczyły 332 osoby bezrobotne (w tym 214 kobiet i 118 mężczyzn, co stanowiło odpowiednio 64,46% i 35,54% całej grupy), które zgłosiły się na 3-tygodniowe szkolenie na temat rozpoczynania działalności gospodarczej. Badani stanowią więc specyficzną grupę osób bezrobotnych, które wykazują zainteresowanie takim szkoleniem, przyjmują aktywną postawę wobec sytuacji bezrobocia. Wiek badanych wahał się od 18 do 55 lat ($M = 29,3$; $SD = 9,76$). Średni czas pozostawania bez pracy wynosił 23,6 miesiąca.

Badania prowadzone były w okresie od maja do września 2004 r. Osoby badane w grupach 16- 20-osobowych wypełniały kwestionariusze, które rozdawał im badający w pierwszym dniu szkolenia. Udział w badaniu był dobrowolny, 48 osób odmówiło uczestnictwa. Z osobą badającą spotykali się tylko raz. Ani ta osoba, ani też wyniki badania nie miały wpływu na zakwalifikowanie do udziału w szkoleniu bądź na jego ukończenie, o czym badani zostali poinformowani.

Zastosowane metody

Optymizm mierzony był za pomocą Testu Orientacji Życiowej (LOT-R), opracowanego przez Scheiera, Carvera i Bridges (1994), w adaptacji polskiej Po-

prawy i Juczyńskiego (Juczyński, 2001). Ten szeroko stosowany test składa się z 10 twierdzeń (w tym 6 diagnostycznych), możliwe wyniki mieszczą się w przedziale 0-24 punktów; im wyższy wynik, tym wyższy poziom optymizmu. Rzetelność, określana za pomocą wskaźnika *alfa* Cronbacha, dla wersji oryginalnej wynosi 0,78; dla wersji polskiej *alfa* = 0,76; w tym badaniu *alfa* = 0,60. Wyniki wykazują także stabilność w czasie (korelacja 0,68 po 4 miesiącach; 0,79 po 28 miesiącach). Uzyskane w tym badaniu wyniki niskie mieściły się w przedziale 8-17 punktów u mężczyzn i 4-16 u kobiet; wyniki wysokie 17-24 punktów u mężczyzn i 16,5-24 u kobiet.

Pomiar nadziei został przeprowadzony za pomocą Kwestionariusza Nadziei na Sukces (KNS), opracowanego przez Snydera (Snyder i in., 1991), w polskiej adaptacji Łaguny, Trzebińskiego i Zięby (2005). Skala składa się z 12 twierdzeń (w tym 8 diagnostycznych), możliwe wyniki mieszczą się w przedziale 8-64 punktów; im wyższy wynik, tym wyższy poziom nadziei na sukces. Oprócz wyniku ogólnego skala ma także dwie podskale: siła woli i umiejętność znajdowania rozwiązań. Metoda jest zarówno spójna wewnętrznie (*alfa* Cronbacha 0,74-0,88 dla całej skali, 0,70-0,84 dla podskali siła woli i 0,63-0,86 dla umiejętności znajdowania rozwiązań), jak i stabilna (korelacja 0,85 po 3 tygodniach, 0,82 po 10 tygodniach); uzyskała także potwierdzenie swojej trafności w licznych badaniach (Snyder, 2002). Rzetelność polskiej wersji, określana za pomocą *alfa* Cronbacha, wynosi 0,82; w tym badaniu również *alfa* = 0,82. Wyniki niskie mieściły się w przedziale 31-51 punktów u mężczyzn i 18-49 u kobiet; wyniki wysokie 51-63 punktów u mężczyzn i 49,5-63 u kobiet.

Nadzieja podstawowa mierzona była za pomocą Kwestionariusza Nadziei Podstawowej (BHI-12) Trzebińskiego i Zięby (2003). Skala ta zawiera 12 twierdzeń (w tym 9 diagnostycznych). Możliwe wyniki mieszczą się w przedziale 9-45 punktów; im wyższy wynik, tym wyższy poziom nadziei. Rzetelność (określana za pomocą *alfa* Cronbacha) wynosi 0,70; dla tego badania *alfa* = 0,58. Stwierdzono również satysfakcjonującą stabilność narzędzia (korelacja 0,62 po 2 miesiącach). Badania zarówno eksperymentalne, jak i korelacyjne potwierdziły trafność kwestionariusza. Wyniki niskie mieściły się w przedziale 23-31 punktów u mężczyzn i 16-31 u kobiet; wyniki wysokie 31,5-45 punktów u mężczyzn i 31,5-43 u kobiet.

W badaniu został wykorzystany także Kwestionariusz Celów (KCEL II) Zaleskiego (1991), który był wypełniany w odniesieniu do celu, jakim jest założenie własnej firmy (zmodyfikowana instrukcja). Kwestionariusz zawiera 35 lub 42 twierdzenia (liczba zależy od tego, czy ktoś ma partnera, męża, żonę czy też nie). Metoda pozwala na analizę wyników w 9 podskalach; każda z nich zawiera od 2 do 5 twierdzeń. W tym badaniu wykorzystane zostały trzy podskale kwestionariusza, ważne ze względu na postawione hipotezy: ważność celu (5 twierdzeń), szanse realizacji (4 twierdzenia) i gotowość do wysiłku (5 twierdzeń). Ich rzetelność dla wersji oryginalnej narzędzia wynosi odpowiednio 0,90, 0,84 i 0,91; w tym badaniu *alfa* Cronbacha jest równa odpowiednio 0,68, 0,83 i 0,81.

Za operacjonalizację zmiennej, jaką jest intencja założenia firmy, posłużyło bezpośrednie pytanie o intencję – wybór między trzema twierdzeniami: „Chcę założyć własną firmę”, „Waham się”, „Nie zamierzam zakładać własnej firmy”. Z uwagi na to, że trzecią odpowiedź wybrało tylko przez 14 osób, dwie ostatnie kategorie odpowiedzi połączono w trakcie analiz. W ten sposób zmienna ta została zdychotomizowana, dzieląc grupę na tych, którzy chcą założyć firmę (intencja), oraz tych, którzy nie są na to zdecydowani (brak intencji). Dychotomizacja taka jest stosowana w badaniach nad intencją (Brandstaetter, Heimbeck, Frese, 2003). Metoda ta jest stosunkowo stabilna w czasie – korelacja po roku ϕ Yula = 0,44; $p < 0,001$.

Model statystyczny badania

Ponieważ badania mają charakter korelacyjny, do analizy wyników zastosowane zostały, oprócz podstawowych statystyk opisowych, współczynniki korelacji, a także metoda analizy regresji¹. Wybór tej ostatniej metody wymaga pewnego omówienia.

Zmienna, jaką jest intencja założenia firmy, ma w omawianych badaniach postać dychotomiczną, zaś skośność rozkładów pozostałych zmiennych uniemożliwiała zastosowanie statystyk parametrycznych. Zdecydowano zatem o użyciu metody regresji logistycznej, operującej na danych kategoryalnych i nie stawiającej wymagań co do kształtu rozkładu. Dla jej użycia korzystne okazało się zdychotomizowanie zmiennych dotyczących przekonań – według wartości mediany – na możliwie równoliczne grupy. Wymagania zastosowanego modelu obliczeniowego odnoszące się do liczebności komórek reprezentujących poszczególne konfiguracje wartości analizowanych zmiennych były przy dychotomizacji łatwiejsze do spełnienia niż przy potraktowaniu ich jako zmiennych ciągłych. Analiza regresji logistycznej jest użyteczna w sytuacjach, w których chcemy przewidywać występowanie lub brak jakiejś charakterystyki albo wyniku na podstawie wartości zbioru predyktorów (Norušis, 1999). Szacowane są w niej szanse (*odds*) pojawienia się danego zdarzenia.

WYNIKI BADAŃ

Spośród badanej grupy 139 osób (41,87%) wyraziło intencję założenia własnej firmy, a 193 (58,13%) nie było na to gotowych, mimo chęci uczestniczenia w szkoleniu dotyczącym tej problematyki. Chociaż wśród badanych przeważały kobiety, tylko 67 na 214 było gotowych na założenie firmy (31,31%), podczas gdy istotnie więcej, bo 72 mężczyzn (61,02%), wyraziło taką chęć ($\chi^2_{(1)} = 26,77$; $p < 0,001$). Płeć jest więc istotnym czynnikiem związanym z intencją podjęcia samodzielnej działalności gospodarczej. Okazało się, że ani wiek, ani czas po-

¹ Ponieważ rozkłady zmiennych odbiegały od rozkładu normalnego, a próba nie jest dostatecznie liczna, by możliwe było zastosowanie metod szacowania parametrów nie wymagających rozkładu normalnego, nie została zastosowana metoda analizy ścieżek, która najlepiej pozwalałaby analizować spostrzeganie celu jako zmienną pośredniczącą.

zostawania bez pracy, podzielony według kryterium długotrwałego bezrobocia: poniżej roku i ponad rok (por. Chromińska, 2004), nie są istotnie związane z intencją przedsiębiorczą, choć różnią osoby zdecydowane i niezdecydowane (zob. tabela 3).

Charakterystykę zmiennych niezależnych ujętych w tych badaniach przedstawia tabela 1. Korelacje pomiędzy przekonaniami są istotne statystycznie, choć niezbyt wysokie. Wahają się od 0,33 do 0,46, z wyjątkiem zdecydowanie wyższych korelacji między podskalami Kwestionariusza Nadziei na Sukces a jej wynikiem ogólnym.

Tabela 1.

Statystyki opisowe i korelacje między badanymi przekonaniem

Przekonania	<i>M</i>	<i>Me</i>	<i>SD</i>	Korelacje			
				1	2	3	4
Optymizm	16,4	16,5	3,62	–	–	–	–
Nadzieja na sukces, wynik ogólny	49,5	50	7,46	0,39	–	–	–
Nadzieja na sukces, umiejętność znajdowania rozwiązań	26,5	27	3,79	0,33	0,88	–	–
Nadzieja na sukces, siła woli	22,9	23	4,49	0,39	0,91	0,62	–
Nadzieja podstawowa	31,6	31	4,54	0,46	0,39	0,37	0,35

Wszystkie korelacje są istotne na poziomie $p < 0,001$ (dwustronnie)

Optymizm i nadzieja a postrzeganie celu

Pierwsza z hipotez dotyczyła pozytywnego związku między badanymi przekonaniem a ustosunkowaniem wobec celu, jakim jest założenie firmy. Badania pokazały, że związek taki faktycznie istnieje, a wszystkie korelacje między przekonaniem a trzema wymiarami celu, choć niezbyt wysokie, są istotne statystycznie (tabela 2). Jednocześnie, zgodnie z przewidywaniami, wartości korelacji są wyższe w przypadku oceny szans powodzenia przedsięwzięcia niż w przypadku oceny jego ważności.

Tabela 2.
Korelacje przekonań z ustosunkowaniem wobec celu, jakim jest założenie firmy, oraz z intencją jej założenia

Przekonania	Spostrzeganie celu			Intencja
	ważność	szanse realizacji	wysiłek	
Optymizm	0,15	0,35	0,33	0,25
Nadzieja na sukces – wynik ogólny	0,29	0,42	0,36	0,27
Nadzieja na sukces – umiejętność znajdowania rozwiązań	0,32	0,32	0,32	0,19
Nadzieja na sukces – siła woli	0,22	0,43	0,33	0,28
Nadzieja podstawowa	0,17	0,29	0,26	0,21

Wszystkie korelacje są istotne na poziomie $p < 0,001$ (dwustronnie)

Aby poddać hipotezę bardziej rygorystycznej weryfikacji i sprawdzić, w jakim stopniu badane przekonania pozwalają przewidywać pozytywne ustosunkowanie się wobec podejmowania działalności gospodarczej, zastosowana została logistyczna analiza regresji. Zmienną zależną w kolejnych analizach były trzy wymiary celu: spostrzeganie jego ważności, szans realizacji oraz gotowość do wysiłku. Najpierw przeprowadzone zostały analizy dla całej badanej grupy, ponieważ jednak płeć okazała się istotna dla analizowanego problemu, przeprowadzone zostały osobne analizy dla kobiet i mężczyzn. Ze względu na wysokie korelacje między podskalami Kwestionariusza Nadziei na Sukces a wynikiem ogólnym wykonano dwie osobne analizy – najpierw dla wyniku ogólnego, później dla wyników w podskalach².

Jeśli chodzi o spostrzeganie ważności celu, to istotnym jej predyktorem okazała się nadzieja na sukces. Chodzi tu o wynik ogólny testu KNS, który jest istotny dla całej grupy ($Exp(B) = 0,51$; $p.u. = 0,32-0,81$; $p < 0,01$)³. Osobne analizy dla obu płci pokazały, że pozwala on przewidywać wysoką ocenę ważności celu w przypadku kobiet ($Exp(B) = 0,47$; $p.u. = 0,26-0,86$; $p < 0,01$), nie jest jednak istotny w przypadku mężczyzn. Analiza uwzględniająca wyniki w podskalach wykazała, że to podskala „umiejętność znajdowania rozwiązań” ma istotną moc predykcyjną, i to zarówno w przypadku kobiet, jak i mężczyzn (dla całej grupy: $Exp(B) = 0,34$; $p.u. = 0,20-0,59$; $p < 0,001$; dla kobiet: $Exp(B) = 0,41$;

² Ze względu na ograniczone ramy artykułu nie jest możliwa pełna prezentacja wyników liczbowych, omówiono tylko istotne zależności; analizy dla wszystkich modeli są dostępne u autorki.

³ Przy opisie podane zostały wartości $Exp(B)$ i 95-procentowe przedziały ufności dla wyników wysokich (powyżej mediany).

$p.u. = 0,21-0,81; p < 0,01$; dla mężczyzn: $Exp(B) = 0,28; p.u. = 0,11-0,71; p < 0,01$). Ani optymizm, ani nadzieja podstawowa, ani też podskala „siła woli” nie przyczyniły się istotnie do wzrostu prawdopodobieństwa wysokiej oceny ważności przypisywanej założeniu własnej firmy.

Wysoka ocena szans realizacji celu związana jest zarówno z wysoką nadzieją na sukces, jak i z optymizmem. W przypadku analizy uwzględniającej wynik ogólny, w skali nadziei okazał się on istotnym predyktorem (dla całej grupy: $Exp(B) = 0,28; p.u. = 0,17-0,45; p < 0,001$; dla kobiet: $Exp(B) = 0,27; p.u. = 0,15-0,50; p < 0,001$; dla mężczyzn: $Exp(B) = 0,28; p.u. = 0,12-0,66; p < 0,01$) wraz z optymizmem, który zwiększał szanse poprawnych przewidywań w przypadku całej grupy ($Exp(B) = 0,46; p.u. = 0,28-0,76; p < 0,01$), oraz w przypadku mężczyzn ($Exp(B) = 0,20; p.u. = 0,07-0,54; p < 0,001$), nie miał natomiast takiego znaczenia w przypadku kobiet. Analizy przeprowadzone przy uwzględnieniu wyników w podskalach KNS pokazały, że to komponent nadziei związany z siłą woli jest istotnym predyktorem przy analizie wyników całej grupy ($Exp(B) = 0,38; p.u. = 0,22-0,65; p < 0,001$), a także w podgrupie kobiet ($Exp(B) = 0,28; p.u. = 0,14-0,58; p < 0,001$); nie był natomiast istotny u mężczyzn. Wysokie wyniki w skali optymizmu LOT-R w obu analizach pozwalały istotnie zwiększyć poprawne przewidywania wysokiej oceny szans założenia własnej firmy w przypadku całej grupy (dla analizy uwzględniającej wynik ogólny KNS: $Exp(B) = 0,46; p.u. = 0,28-0,76; p < 0,01$; dla analizy uwzględniającej wyniki w podskalach: $Exp(B) = 0,50; p.u. = 0,30-0,83; p < 0,01$), a także w przypadku mężczyzn (dla analizy uwzględniającej wynik ogólny KNS: $Exp(B) = 0,20; p.u. = 0,07-0,54; p < 0,001$; dla analizy uwzględniającej wyniki w podskalach: $Exp(B) = 0,22; p.u. = 0,08-0,59; p < 0,01$). Nadzieja podstawowa oraz podskala KNS „umiejętność znajdowania rozwiązań” nie zwiększały prawdopodobieństwa poprawnych przewidywań.

Okazało się, że istotnym predyktorem wysokiej gotowości do wysiłku w dążeniu do założenia własnej firmy jest nadzieja na sukces, a zwłaszcza przekonanie o umiejętności znajdowania rozwiązań. Przekonania te były istotne w analizach wyników całej grupy (analiza dla wyniku ogólnego: $Exp(B) = 0,46; p.u. = 0,28-0,73; p < 0,001$; dla podskali umiejętności znajdowania rozwiązań: $Exp(B) = 0,46; p.u. = 0,27-0,78; p < 0,01$). Także przy uwzględnieniu płci okazały się zwiększać prawdopodobieństwo poprawnych przewidywań zarówno w przypadku kobiet, jak i mężczyzn. Pozostałe przekonania nie wykazały istotnej mocy predykcyjnej w przewidywaniu gotowości do wysiłku.

Warto zaznaczyć, że w przypadku kobiet także wiek istotnie wiązał się ze wzrostem prawdopodobieństwa pozytywnej oceny celu, jakim jest założenie własnej firmy; nieco starsze kobiety oceniały ten cel bardziej pozytywnie. Czas pozostawania bez pracy nie był istotnym predyktorem ani w przypadku kobiet, ani w przypadku mężczyzn.

Podsumowując można stwierdzić, że hipoteza 1 została częściowo potwierdzona. Choć wszystkie badane przekonania istotnie wiążą się ze stosunkiem do założenia własnej firmy, największą moc predykcyjną w przewidywaniu wysokich szans powodzenia tego przedsięwzięcia mają optymizm i nadzieja na

sukces, zwłaszcza zawarte w niej przekonanie o możliwości znajdowania dróg do celu. Ważnym predyktorem wysokiej oceny ważności tego celu, jak również gotowości do wysiłku dla jego urzeczywistnienia, jest wysoki poziom nadziei na sukces, przy czym większe znaczenie ma tu przekonanie o silnej woli. Nadzieja podstawowa nie jest istotnym predyktorem pozytywnej oceny celu, choć na poziomie korelacji ujawniły się związki zgodne z oczekiwaniami.

Optymizm i nadzieja a intencja przedsiębiorcza

W celu weryfikacji hipotezy 2 najpierw porównane zostały wyniki osób gotowych założyć własną firmę oraz tych, które nie wyrażają takiej intencji. Osoby skłonne podjąć taką decyzję uzyskały wyższe wyniki we wszystkich analizowanych przekonaniach (tabela 3). Warto też zaznaczyć, że są one starsze i dłużej pozostają bez pracy. Także współczynniki korelacji między intencją przedsiębiorczą a wszystkimi analizowanymi przekonaniem okazały się istotne statystycznie (zob. tabela 2). Wyższy poziom optymizmu, nadziei na sukces oraz nadziei podstawowej jest więc istotnie związany z większym prawdopodobieństwem pojawienia się intencji założenia firmy.

Tabela 3.
Statystyki opisowe i istotność różnic między osobami, które wyraziły intencję założenia własnej firmy, oraz osobami nie zdecydowanymi na to

Zmienne	Brak intencji N = 193		Intencja N = 139		W Wilcoxona	z	p<
	M	SD	M	SD			
Wiek	27,3	8,86	32,2	10,11	27946,0	-5,32	0,001
Czas pozostawania bez pracy (w miesiącach)	20,7	30,68	27,5	46,39	24601,5	-2,56	0,01
Optymizm	15,6	3,41	17,5	3,64	28508,5	-4,40	0,001
Nadzieja na sukces – wynik ogólny	47,8	7,55	51,8	6,69	27879,0	-4,94	0,001
Nadzieja na sukces – umiejętność znajdowania rozwiązań	26,0	3,72	27,4	3,74	28742,0	-3,95	0,001
Nadzieja na sukces – siła woli	21,9	4,59	24,5	3,90	27739,0	-5,11	0,001
Nadzieja podstawowa	30,8	4,40	32,8	4,50	29145,0	-3,95	0,001

Aby stwierdzić, które z analizowanych przekonań mają istotne znaczenie dla przewidywania intencji założenia firmy, przeprowadzono też szereg kolejnych logistycznych analiz regresji dla zmiennej zależnej, jaką jest intencja przedsiębiorcza. Przedstawione zostaną trzy modele uwzględniające inne zesty zmiennych niezależnych. Choć planowana była także analiza uwzględ-

niająca wszystkie te zmienne łącznie w jednym modelu, to struktura analizowanych danych nie pozwoliła na jej rzetelne przeprowadzenie. Pierwszy model (tabela 4) uwzględniał wiek badanych oraz czas pozostawania bez pracy. W modelu drugim do analizy wprowadzone zostały optymizm, wynik ogólny w skali nadziei na sukces i nadzieja podstawowa. Z uwagi na wysokie korelacje między wynikiem ogólnym w Kwestionariuszu Nadziei na Sukces i wynikami w podskalach, w modelu trzecim zostały wprowadzone te same zmienne co w modelu 2, przy zastąpieniu wyniku ogólnego wynikami w podskalach KNS.

Analizy prowadzone były dla całej grupy badanych, a także osobno dla kobiet i mężczyzn. Okazało się jednak, że wyniki uzyskane dla całej grupy znajdują odzwierciedlenie w wynikach kobiet, natomiast w przypadku mężczyzn wszystkie analizowane zmienne, z wyjątkiem jednej, jak również całe modele okazały się nieistotne w przewidywaniu prawdopodobieństwa intencji przedsiębiorczej. Jedynie pozostawanie bez pracy ponad rok zwiększa w przypadku mężczyzn prawdopodobieństwo gotowości do założenia własnej firmy ($Exp(B) = 2,77$; $p.u. = 1,14-6,74$; $p < 0,05$). Dlatego też opisane zostały tutaj prawidłowości, które uwidoczniły się w całej grupie oraz w analizach dla grupy kobiet.

Zmienne analizowane w modelu pierwszym (tabela 4), czyli wiek i czas pozostawania bez pracy, łącznie są dobrymi predyktorami intencji przedsiębiorczej w całej badanej grupie, a zwłaszcza w odniesieniu do kobiet. Jednak jedynie wiek jest pojedynczym istotnym predyktorem w przypadku kobiet – starsze (25 i więcej lat) w stosunku do młodszych (18-24 lata) są częściej skłonne rozważać możliwość założenia własnej firmy. Czas pozostawania bez pracy nie okazał się istotny.

Zarówno wszystkie zmienne uwzględnione w modelu drugim łącznie, jak i wysoki poziom nadziei na sukces oraz optymizmu okazały się dobrymi predyktorami intencji przedsiębiorczej u osób bezrobotnych. Jednak w przypadku kobiet jedynie nadzieja na sukces istotnie zwiększa prawdopodobieństwo intencji. Cały model nie był jednak istotny statystycznie.

Model trzeci pozwala na przewidywania przy uwzględnieniu wszystkich zmiennych niezależnych, jeśli chodzi zarówno o wyniki całej grupy, jak i podgrupy kobiet. Jedynie w przypadku kobiet można wskazać na pojedynczy istotny predyktor, jakim jest podskala „silna wola” w skali KNS. Kobiety bardziej przekonane, że potrafią zainicjować dążenie do celu po wybranej drodze i wytrwać w nim, mimo napotykanym przeszkód, są bardziej gotowe założyć własną firmę niż kobiety o niższym poziomie tych przekonań.

Tabela 4.

Wyniki logistycznej analizy regresji dla zmiennej zależnej intencja założenia firmy przy uwzględnieniu przekonań, wieku i czasu pozostawania bez pracy jako zmiennych niezależnych

Zmienne	Dla całej grupy						Dla kobiet					
	Model 1		Model 2		Model 3		Model 1		Model 2		Model 3	
	<i>Exp(B)</i>	<i>p.u.</i> (95,0%)	<i>Exp(B)</i>	<i>p.u.</i> (95,0%)	<i>Exp(B)</i>	<i>p.u.</i> (95,0%)	<i>Exp(B)</i>	<i>p.u.</i> (95,0%)	<i>Exp(B)</i>	<i>p.u.</i> (95,0%)	<i>Exp(B)</i>	<i>p.u.</i> (95,0%)
Wiek: 25-34 lata	2,40 ^b	1,35-4,26					2,56 ^c	1,15-5,71				
Wiek: 35 i więcej lat	3,70 ^a	2,03-6,73					4,59 ^a	2,06-10,25				
Czas bez pracy: ponad rok	1,01	0,62-1,65					0,66	0,34-1,27				
Optymizm			1,64 ^c	1,01-2,67					1,73	0,92-3,24		
Nadzieja na sukces – wynik ogólny			1,83 ^b	1,14-2,94					2,66 ^b	1,39-5,09		
Nadzieja podstawowa			1,40	0,86-2,27					1,30	0,68-2,45		
Optymizm					1,58	0,97-2,59					1,54	0,81-2,94
Nadzieja na sukces – umiejętność znajdowania rozwiązań					1,42	0,84-2,40					1,28	0,61-2,67
Nadzieja na sukces – siła woli					1,49	0,88-2,53					2,89 ^b	1,33-6,27
Nadzieja podstawowa					1,35	0,82-2,21					1,30	0,68-2,49
R^2 Nagelkerke'a	0,09		0,08		0,09		0,11		0,14		0,12	
χ^2 dla modelu	21,87 ^a ($df=3$)		21,36 ^a ($df=3$)		21,69 ^a ($df=4$)		15,24 ^b ($df=3$)		7,99 ($df=3$)		22,81 ^a ($df=4$)	

Oznaczenia poziomu istotności: ^a $p < 0,001$; ^b $p < 0,01$; ^c $p < 0,05$

W odniesieniu do przekonań wartości zostały podane dla wyników wysokich w testach, kategorią odniesienia są wyniki niskie; dla wieku kategorią odniesienia jest przedział 18-24 lata; dla czasu bez pracy – pozostawanie bez pracy krócej niż rok.

Spostrzeganie celu a intencja przedsiębiorcza

W celu zweryfikowania hipotezy 3 najpierw ocenione zostały różnice między grupą wyrażającą intencję założenia firmy oraz grupą, która nie była na to zdecydowana. Zarówno ocena ważności tego celu, jak i szans jego realizacji oraz gotowość do działania były istotnie wyższe u osób traktujących podjęcie samodzielnej działalności gospodarczej jako realną możliwość na zmianę swojej sytuacji życiowej (tabela 5). Także wartości współczynników korelacji wskazują na istotny związek między intencją przedsiębiorczą a pozytywnym spostrzeganiem celu (dla ważności celu $r = 0,41$; dla szans realizacji $r = 0,51$; dla gotowości do wysiłku $r = 0,48$; wszystkie korelacje istotne na poziomie $p < 0,001$).

Tabela 5.

Spostrzeganie celu – statystyki opisowe i istotność różnic między osobami, które wyraziły intencję założenia własnej firmy, oraz osobami nie zdecydowanymi na to

Spostrzeganie celu	Brak intencji <i>N</i> = 193		Intencja <i>N</i> = 139		<i>W</i> Wilcoxon	<i>z</i>	<i>p</i> <
	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>			
Ważność celu	25,1	5,30	29,5	4,24	23699,0	-7,91	0,001
Szanse realizacji	17,1	4,61	22,2	3,65	22353,0	-9,52	0,001
Gotowość do wysiłku	24,78	5,62	30,0	4,12	21281,5	-8,49	0,001

Przeprowadzona została także logistyczna analiza regresji⁴, gdzie jako zmienne niezależne wprowadzone były trzy wymiary spostrzegania celu, a jako zmienna zależna – intencja przedsiębiorcza (tabela 6). Podobnie jak w przypadku przekonań, tak i tu wyniki całej grupy odzwierciedlają przede wszystkim wyniki kobiet. W ich przypadku zarówno spostrzegane szanse realizacji celu, jak i gotowość do wysiłku okazują się istotnymi predyktorami intencji przedsiębiorczej, a cały model pozwala wyjaśnić 45% wariancji. W przypadku mężczyzn jedynie spostrzeganie szans założenia firmy zwiększa znacząco prawdopodobieństwo intencji. Jeśli chodzi o ocenę ważności celu, można mówić także o pewnej tendencji ($p = 0,08$) – spostrzeganie celu jako ważnego zwiększa prawdopodobieństwo intencji przedsiębiorczej. Tak więc w przypadku kobiet im bardziej pozytywnie spostrzegają one szanse podjęcia samodzielnej działalności gospodarczej i są gotowe do wysiłku w tym kierunku, tym bardziej są skłonne do zaangażowania w urzeczywistnianie celu. W przypadku mężczyzn to przede wszystkim wysoka ocena szans realizacji celu sprzyja intencji przedsiębiorczej.

⁴ Charakter danych pozwolił na przeprowadzenie analizy bez dychotomizowania zmiennych niezależnych.

Tabela 6.
Wyniki logistycznej analizy regresji dla zmiennej intencja założenia firmy przy uwzględnieniu wymiarów spostrzegania celu jako zmiennych niezależnych

Zmienne	Dla całej grupy		Dla mężczyzn		Dla kobiet	
	<i>Exp(B)</i>	<i>p.u.</i> (95,0%)	<i>Exp(B)</i>	<i>p.u.</i> (95,0%)	<i>Exp(B)</i>	<i>p.u.</i> (95,0%)
Ważność celu	1,07 ^c	1,00-1,15	1,10	0,99-1,24	1,06	0,96-1,17
Szanse realizacji	1,26 ^a	1,16-1,37	1,21 ^b	1,05-1,41	1,25 ^a	1,13-1,39
Gotowość do wysiłku	1,09 ^b	1,01-1,18	1,07	0,95-1,21	1,12 ^c	1,00-1,24
<i>R</i> ² Nagelkerke'a	0,43		0,32		0,45	
χ^2 dla modelu (<i>df</i> = 3)	121,89 ^a		29,42 ^a		79,35 ^a	

Oznaczenia poziomu istotności: a – $p < 0,001$; b – $p < 0,01$; c – $p < 0,05$

PODSUMOWANIE I DYSKUSJA WYNIKÓW

Podsumowując wyniki badań można stwierdzić, że stanowią one potwierdzenie dla koncepcji teoretycznych, na których zostały oparte. optymizm jako uogólnione oczekiwanie pozytywnych zdarzeń (Scheier, Carver, 1985; Scheier, Carver, Bridges, 1994) wiąże się przede wszystkim z wyższą oceną szans powodzenia w zakładaniu własnej firmy, ma też związek z intencją przedsiębiorczą u osób bezrobotnych. Przekonanie, że poprzez własne działanie uda się osiągnąć sukces, wiąże się z wyższą oceną szans powodzenia oraz z intencją założenia firmy, co także potwierdza tezę Snydera (2002), że nadzieja sprzyja oczekiwaniu pozytywnych efektów, a towarzyszący jej zapał i pozytywne emocje mogą mobilizować do działania (Snyder i in., 1991). Przeświadczenie o umiejętności znajdowania sposobów realizacji celu wiązało się głównie z wysoką oceną jego ważności i gotowością do wysiłku. Drugi komponent nadziei na sukces – przekonanie o silnej woli, energii – miało związek z wyższą oceną szans powodzenia oraz z intencją założenia firmy. Ponieważ osoby o wyższym poziomie nadziei i optymizmu oceniają wyżej otrzymywane wsparcie społeczne (Barnum i in., 1998; Brissette, Scheier, Carver, 2002), także to może tłumaczyć ich większą gotowość do podejmowania się zadania założenia firmy.

Można też powiedzieć odwrotnie: niski poziom nadziei na sukces oraz optymizmu wiąże się z niską oceną szans powodzenia przedsięwzięcia i wobec tego też z małą gotowością do podejmowania działalności gospodarczej. Może sprzyjać rezygnacji z realizacji tego celu, która jednak nie zawsze musi mieć charakter porażki, może prowadzić do zaangażowania w realizację celu alternatywnego, np. poszukiwania pracy (por. Wrosch i in., 2003). Jednocześnie

przyczyną niższej nadziei na sukces u osób niezdecydowanych na podjęcie działalności gospodarczej, przy jednoczesnym wysokim poziomie bezrobocia, może być frustracja spowodowana trudnością znalezienia pracy, która – jak się okazało – wiąże się z niższą nadzieją także w innych badaniach (por. Snyder, 2002). Niższe wyniki w podskali wyrażającej przekonanie o sile woli niż w podskali opisującej wiarę w umiejętność znajdowania dróg do celu mogą potwierdzać przypuszczenie Aspinwall i Leaf (2002), że przekonanie o umiejętności znajdowania rozwiązań jest stosunkowo trwałym komponentem nadziei, natomiast energia skierowana na realizację celu może być bardziej podatna na obniżenie pod wpływem negatywnych zdarzeń, w tym przypadku braku pracy.

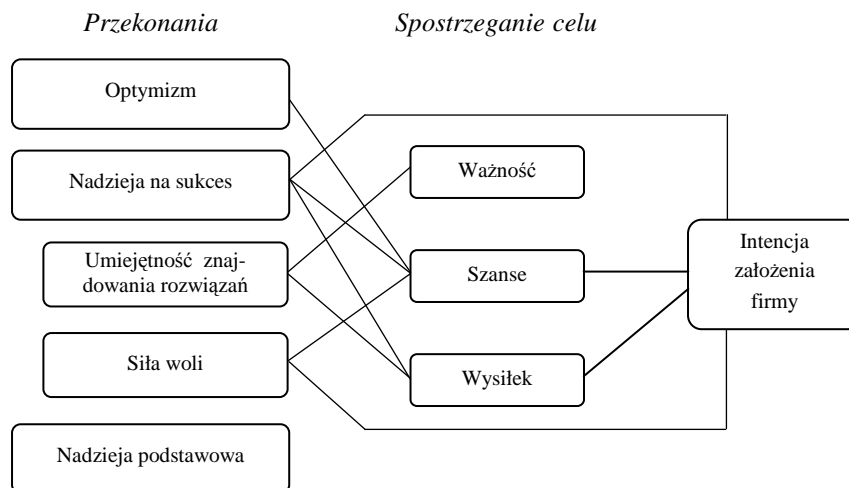
Nadzieja podstawowa jest mniej istotnym czynnikiem, choć jej wysoki poziom przyczynia się – wraz z innymi przekonaniem – do zwiększenia prawdopodobieństwa intencji przedsiębiorczej. Wynik taki jest zgodny z tezą Trzebińskiego i Zięby (2004b) – gdy zachowany jest dotychczasowy ład, większą rolę może odgrywać nadzieja na sukces. Wydaje się, że badane osoby znajdują się w takim momencie, że faktycznie nie podjęły jeszcze działań, które zmieniłyby dotychczasowy porządek ich codziennego życia, nie zaangażowały się jeszcze w budowanie własnej firmy. Choć można było przypuszczać, że sam fakt utraty pracy może mieć charakter takiej zmiany, to na wynikach badania mógł zaciążyć charakter badanej grupy – nie wszyscy badani stali się bezrobotni na skutek utraty pracy, część z nich nigdy jej nie podjęła, nie znalazła zatrudnienia od czasu ukończenia edukacji. Osoby te nie doświadczyły więc sytuacji, w której – zgodnie z teorią – mogłaby uaktywnić się nadzieja podstawowa. Nadal interesujące pozostaje pytanie, w jakim momencie procesu przedsiębiorczego zaczyna ona odgrywać większą rolę. Można przypuszczać, że okaże się istotna, gdy badani faktycznie spróbują się odnaleźć w nowej roli przedsiębiorcy, i wtedy może sprzyjać powodzeniu działania. Być może już sam fakt zgłoszenia się na szkolenie jest związany z większym niż przeciętne zaufaniem do reguł rządzących światem⁵. Średni poziom nadziei podstawowej w badanej grupie jest wyższy niż średni wynik wśród młodzieży (Trzebiński, Zięba, 2003), a można przypuszczać, że także w całej populacji. Jednocześnie badania pokazują, że wyższa nadzieja podstawowa jest związana z bardziej pozytywną oceną przemian ustrojowych w Polsce oraz perspektyw rozwoju gospodarczego, a wraz z proaktywnym stylem autonarracji sprzyja uczestnictwu w szkoleniach (Drogosz, Trzebiński, Zięba, 2005).

Ważne okazało się uwzględnienie płci potencjalnych właścicieli firm, która bywa często ignorowana w badaniach nad przedsiębiorczością (por. Hansemark, 2003). Pojawiły się wyraźne różnice między mężczyznami i kobietami w powiązaniach badanych zmiennych. Większe korelacje u kobiet między zmiennymi związanymi ze stosunkiem do siebie i do świata stwierdzono także w innych badaniach, tłumacząc je mniejszym zróżnicowaniem osobowości u studentek (Scheier, Carver, 1985). Badana tutaj grupa jest bardziej zróżni-

⁵ Za tę sugestię dziękuję Mariuszowi Ziębie.

cowana pod względem wieku i doświadczenia, więc wyniku nie można przypisać czynnikom rozwojowym. Być może wskazują one na większą spójność przekonań u kobiet⁶.

Można spróbować podsumować stwierdzone zależności między zmiennymi w postaci schematycznych modeli (rysunek 1 i 2). Na rysunkach zaznaczone zostały te zależności, które okazały się istotne na podstawie analizy regresji. U badanych kobiet (rysunek 1) przekonania wiążą się wyraźnie ze sposobem spostrzegania celu, a z kolei spostrzeganie celu wiąże się z intencją przedsiębiorczą. Także nadzieja na sukces, a zwłaszcza przekonanie o silnej woli, ma bezpośredni związek z intencją. Jeśli kobiety widzą szanse założenia firmy i są gotowe do wysiłku, są jednocześnie bardziej skłonne podjąć decyzję o zaangażowaniu się w to przedsięwzięcie. Łatwiej też przychodzi to kobietom nieco starszym, niż tym, które dopiero niedawno ukończyły edukację. Jednocześnie kobiety o niskim poziomie nadziei na sukces z mniejszym prawdopodobieństwem dostrzegają szanse powodzenia samodzielnej działalności gospodarczej, ten cel nie będzie miał dla nich dużego znaczenia, będą też mniej skłonne do wysiłku. W konsekwencji jest mniej prawdopodobne, że zdecydują się na to, raczej mogą łatwiej zrezygnować, niezależnie od poziomu posiadanych kompetencji w tej dziedzinie. Dlatego też w działaniach praktycznych zmierzających do promowania wyborów przedsiębiorczych u kobiet ważna wydaje się praca zwłaszcza nad podwyższaniem nadziei na sukces.

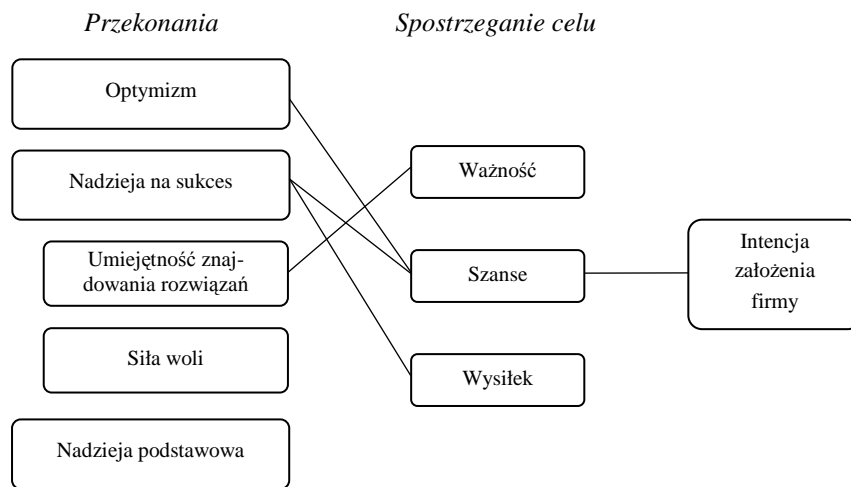


Rysunek 1. Najważniejsze związki między przekonaniem, spostrzeganiem celu i intencją przedsiębiorczą u kobiet

Inaczej wyglądają zależności między zmiennymi u bezrobotnych mężczyzn (rysunek 2). Przekonania nie wiążą się u nich bezpośrednio tak wyraźnie

⁶ Trochę żartobliwie: odmiennosc interpretacji może wiązać się z płcią autora artykułu.

z intencją przedsiębiorczą, raczej spostrzeganie szans realizacji celu, a w nieco mniejszym stopniu także jego ważności, jest powiązane z gotowością do założenia firmy. Rysuje się tu jakby pewna ścieżka zależności: wysokie przekonanie o umiejętności znajdowania rozwiązań wiąże się z wysoką oceną szans realizacji celu, a ta z kolei przyczynia się do podjęcia intencji. Dodatkową ważną rolę może odgrywać także determinacja związana z długością czasu pozostawania bez pracy, jak można podejrzewać – wynikająca z presji kulturowej. Gotowość do wysiłku jest w przypadku mężczyzn związana z intencją podjęcia działalności gospodarczej. Pojawia się w związku z tym pewne niebezpieczeństwo, że nawet osoby o małej gotowości do wysiłku mogą decydować się na założenie firmy, co ostatecznie może prowadzić do porażki. Jednocześnie nawet niski poziom optymizmu i nadziei nie będzie u mężczyzn przyczyniał się do rezygnacji z intencji przedsiębiorczej. Tak więc w działaniach praktycznych mających na celu promowanie przedsiębiorczości, w przypadku bezrobotnych mężczyzn ważna może być nie tyle zmiana przekonań, budowanie nadziei czy optymizmu, co uświadamianie znaczenia gotowości do wytrwałego działania przed podjęciem decyzji o założeniu firmy.



Rysunek 2. Najważniejsze związki między przekonaniem, spostrzeganiem celu i intencją przedsiębiorczą u mężczyzn

Inny wniosek, który może być ważny z praktycznego punktu widzenia, opiera się na spostrzeżeniu, że gotowość do wysiłku jest powiązana przede wszystkim z nadzieją na sukces, zwłaszcza z przekonaniem o umiejętności znajdowania drogi do celu. Ponieważ właśnie wysiłek i wytrwałość przyczyniają się do powodzenia działań przedsiębiorczych (Markman, Baron, Balkin, 2005), podnoszenie nadziei będzie prawdopodobnie wpływać także na jego

poziom, a co za tym idzie – na faktyczne szanse sukcesu. Hipoteza ta może być punktem wyjścia do dalszych badań.

Przedstawione badania pokazały, że przekonania, a zwłaszcza nadzieja na sukces, sprzyjają gotowości do założenia własnej firmy. Mają one jednak pewne ograniczenia. Wprawdzie zarówno pojedyncze zmienne, jak i całe modele testowane w analizie regresji pozwalały w pewnym stopniu przewidywać intencję przedsiębiorczą, jednak procent wyjaśnianej przez nie wariacji jest stosunkowo mały, co wskazuje na potrzebę poszukiwania jeszcze innych uwarunkowań. Zaprezentowane modele nie pretendują do kompletności. Przyszłe badania powinny poszukiwać kolejnych czynników zwiększających zainteresowanie podejmowaniem działalności gospodarczej wśród osób bezrobotnych.

Badania nie uwzględniały także pomiaru faktycznych kompetencji. Wprawdzie osoby z wyższym poziomem nadziei oraz z większym optymizmem są bardziej skłonne do założenia firmy, nie wiemy jednak, czy faktycznie podejmą takie działanie i czy odniosą w nim sukces. Badana była jedynie intencja, czyli deklarowana gotowość do założenia firmy. Choć jest ona ważnym krokiem w procesie przedsiębiorczym, nie jest równoznaczna z sukcesem w tej dziedzinie. Osoby skłonne w chwili badania podjąć taką decyzję mogą jej nie wprowadzić w czyn, natomiast te, które nie deklarowały takiej gotowości, mogą jeszcze zmienić swoje zdanie. Mając na uwadze dynamiczny charakter całego procesu, nie można uogólniać wniosków z tych badań na dalsze etapy procesu. Koncentrują się one na intencji przedsiębiorczej, jednak przyszłe badania powinny uwzględnić także relację między intencją a działaniem, podjęciem faktycznej aktywności, aby tę intencję zrealizować; stan intencjonalny nie jest sam w sobie wystarczający (por. Bandura, 2001). Wymagałoby to przeprowadzenia badań podłużnych, rozróżniających tych, którzy zrealizują faktycznie swoje zamiary, od tych, którzy tego nie zrobią (por. Shook, Priem, McGee, 2003). Pozwoliłyby one także na wnioskowanie o przyczynach, do czego nie uprawniają badania zaprezentowane w artykule, oraz na ocenę, czy przekonania, które sprzyjają intencji przedsiębiorczej, są także wyznacznikami sukcesu w tej dziedzinie.

Niezależnie od przedstawionych ograniczeń, badania te mają ważne implikacje zarówno dla przyszłych badań i rozwoju teorii, jak i dla działań praktycznych, podnosząc m.in. kwestie sposobów promowania wyborów przedsiębiorczych. W przeciwieństwie do wielu badań nad przedsiębiorczością prowadzonych na studentach – jako łatwo dostępnej próbie (por. Shook, Priem, McGee, 2003; Vecchio, 2003) – objęły one osoby, przed którymi wybór działalności gospodarczej stoi jako realna szansa życiowa, a wyrażenie intencji znalazło dodatkowe potwierdzenie poprzez fakt zgłoszenia się na szkolenie i poświęcenie mu swojego czasu. Dotychczasowe badania koncentrowały się na intencji przedsiębiorczej, tutaj uwzględniony też został sposób spostrzegania celu. Nowość stanowi także wprowadzenie zmiennych (np. nadziei), które dotychczas nie były analizowane w odniesieniu do przedsiębiorczości, choć zaczynają być dostrzegane jako ważne w obszarze zarządzania (Luthans, Youssef, 2004). Mimo że przedstawione tu wnioski wymagają jeszcze potwierdzenia w dal-

szych badaniach prowadzonych na innych grupach, wydaje się, że budząc zaangażowanie w działanie u osób bezrobotnych, zwłaszcza kobiet, warto uwzględnić nadzieję i optymizm w programach szkoleniowych i doradczych.

BIBLIOGRAFIA

- Ajzen, I. (1991). Theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Aspinwall, L. G., Leaf, S. L. (2002). In search of the unique aspects of hope: Pinning our hopes on positive emotions, future-oriented thinking, hard times, and other people. *Psychological Inquiry*, 13, 4, 276-288.
- Aspinwall, L. G., Richter, L. (1999). Optimism and self-mastery predict more rapid disengagement from unsolvable tasks in the presence of alternatives. *Motivation and Emotion*, 23, 221-245.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Englewood Cliffs–New York: Prentice Hall.
- Bandura, A. (2001). Social cognitive theory: An agentic perspective. *Annual Review of Psychology*, 52, 1-26.
- Bańka, A. (1992). *Bezrobocie. Podręcznik pomocy psychologicznej*. Poznań: Print-B.
- Barnum, D. D., Snyder, C. R., Rapoff, M. A., Mani, M. M., Thompson, R. (1998). Hope and social support in the psychological adjustment of children who have survived burn injuries and their matched controls. *Children's Health Care*, 27, 1, 15-30.
- Baron, R. (2004). Potential benefits of the cognitive perspective: Expanding entrepreneurship's array of conceptual tools. *Journal of Business Venturing*, 19, 169-172.
- Berings, D., De Fruyt, F., Bouwen, R. (2004). Work values and personality traits as predictors of enterprising and social vocational interests. *Personality and Individual Differences*, 36, 349-364.
- Blanchflower, D. G. (2000). Self-employment in OECD countries. *Labour Economics*, 7, 471-505.
- Brandstaetter, V., Heimbeck, D., Frese, M. (2003). Goals need implementation intentions: The model of action phases tested in the applied setting of continuing education. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 12, 1, 37-59.
- Brissette, I., Scheier, M. F., Carver, Ch. S. (2002). The role of optimism in social network development, coping, and psychological adjustment during life transition. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82, 1, 102-111.
- Bryant, F. B., Cvengros, J. A. (2004). Distinguishing hope and optimism: Two sides of a coin, or two separate coins? *Journal of Social and Clinical Psychology*, 23, 2, 273-302.
- Carver, Ch. S., Scheier, M. F. (2002). The hopeful optimist. *Psychological Inquiry*, 13, 4, 288-290.
- Chen, C. C., Greene, P. G., Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 13, 295-316.
- Chromińska, B. (2004). Bezrobotni pozostający bez pracy powyżej 12 miesięcy według stanu w końcu 2003 r. *Rynek Pracy*, 3, 112-125.

- Ciavarella, M. A., Buchholtz, A. K., Riordan, Ch. M., Gatewood, R. D., Stockes, G. S. (2004). The Big Five and venture survival: Is there a linkage? *Journal of Business Venturing*, 19, 465-483.
- Cooper, A. C., Dunkelberg, W. C., Woo, C. Y. (1988). Entrepreneurs' perceived chances for success. *Journal of Business Venturing*, 3, 2, 97-109.
- Dach, Z. (1993). *Bezrobocie w okresie przemian systemowych gospodarki polskiej*. Wrocław: Ossolineum.
- Douglas, E. J., Sheperd, D. A. (2000). Entrepreneurship as a utility maximizing response. *Journal of Business Venturing*, 15, 3, 231-251.
- Drogosz, M., Trzebiński, J., Zięba, M. (2005). Styl autonarracji i poziom nadziei podstawowej a postawy społeczne Polaków. [W:] W. Jakubowska, K. Skarżyńska (red.), *Demokracja w Polsce. Doświadczenie zmian* (s. 100-112). Warszawa: Wyd. SWPS Academica.
- Earle, J. S., Sakova, Z. (2000). Business start-ups or disguised unemployment? Evidence on the character of self-employment from transition economies. *Labour Economics*, 7, 575-601.
- Gartner, W., Shane, S. (1995). Measuring entrepreneurship over time. *Journal of Business Venturing*, 10, 283-301.
- Gatewood, E. J., Shaver, K. G., Gartner, W. (1995). A longitudinal study of cognitive factors influencing start-up behaviors and success at venture creation. *Journal of Business Venturing*, 10, 371-391.
- Goldsmith, A. H., Veum, J. R., Darity, W. (1997). Unemployment, joblessness, psychological well-being and self-esteem: Theory and evidence. *Journal of Socio-Economics*, 26, 2, 133-158.
- Hansemark, O. C. (2003). Need for achievement, locus of control and prediction of business start-ups: A longitudinal study. *Journal of Economic Psychology*, 24, 301-319.
- Jahoda, M. (1982). *Employment and unemployment. A social psychological analysis*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Juczyński, Z. (2001). *Narzędzia pomiaru w promocji i psychologii zdrowia*. Warszawa: Pracownia Testów Psychologicznych PTP.
- Kasprzak, E. (2000). Osobowość młodych bezrobotnych a sukces i porażka na rynku pracy. *Czasopismo Psychologiczne*, 6, 1-2, 55-61.
- Krueger, N. F., Jr. (2000). The cognitive infrastructure of opportunity emergence. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 24, 3, 5-23.
- Krueger, N. F., Reilly, A. L., Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15, 411-432.
- Luthans, F., Youssef, C. (2004). Human, social, and now positive psychological capital management: Investing in people for competitive advantage. *Organizational Dynamics*, 33, 2, 143-160.
- Łaguna, M., Trzebiński, J., Zięba, M. (2005). *KNS – Kwestionariusz Nadziei na Sukces*. Warszawa: Pracownia Testów Psychologicznych PTP.
- Magaletta, P. R., Oliver J. M. (1999). The hope construct, will, and ways: The relations with self-efficacy, optimism, and general well-being. *Journal of Clinical Psychology*, 55, 5, 539-551.

- Markman, G. D., Balkin, D. B., Baron, R. A. (2002). Inventors and new venture formation: The effects of general self-efficacy and regretful thinking. *Entrepreneur Theory and Practice*, 4, 149-165.
- Markman, G. D., Baron, R. A. (2003). Person-entrepreneurship fit: Why some people are more successful as entrepreneurs than others. *Human Resource Management Review*, 13, 281-301.
- Markman, G. D., Baron, R. A., Balkin, D. B. (2005). Are perseverance and self-efficacy costless? Assessing entrepreneurs' regretful thinking. *Journal of Organization Behavior*, 26, 1, 1-19.
- Noga, A. (2001). *Makroekonomia a przedsiębiorczość*. Warszawa: Wyższa Szkoła Ubezpieczeń i Bankowości.
- Norušis, M. J. (1999). *Logistic regression: SPSS Regression Models 10.0*. New York: SPSS Inc.
- Oettingen, G., Mayer, D. (2002). The motivating function of thinking about the future: Expectations versus fantasies. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83, 1198-1221.
- Palich, L. E., Bagby, D. R. (1995). Using cognitive theory to explain entrepreneurial risk-taking: Challenging conventional wisdom. *Journal of Business Venturing*, 10, 425-438.
- Peterson, Ch. (2000). The future of optimism. *American Psychologist*, 55, 1, 44-55.
- Phan, P. H. (2004). Entrepreneurship theory: Possibilities and future directions. *Journal of Business Venturing*, 19, 617-620.
- Retowski, S. (1995). Psychologiczne korelaty długotrwałego bezrobocia. *Przegląd Psychologiczny*, 38, 1-2, 161-178.
- Sarasvathy, S. D. (2004). The questions we ask and the questions we care about: Reformulating some problems in entrepreneurship research. *Journal of Business Venturing*, 19, 617-620.
- Scheier, M. F., Carver, Ch. S. (1985). Optimism, coping, and health: Generalized outcome expectancies. *Health Psychology*, 4, 3, 219-247.
- Scheier, M. F., Carver, Ch. S., Bridges, M. W. (1994). Distinguishing optimism from neuroticism (and trait anxiety, self-mastery, and self-esteem): A reevaluation of the Life Orientation Test. *Journal of Personality and Social Psychology*, 67, 6, 1063-1078.
- Schweizer, K., Koch, W. (2001). The assessment of components of optimism by POSO-E. *Personality and Individual Differences*, 31, 563-574.
- Shane, S., Locke, E. A., Collins, Ch. J. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review*, 13, 257-279.
- Shane, S., Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25, 217-226.
- Shapiro, A. (1982). Social dimensions of entrepreneurship. [W:] C. A. Kent, D. L. Sexton, K. H. Vesper (red.), *The encyclopedia of entrepreneurship* (s. 72-90). Englewood Cliffs-New York: Prentice-Hall.
- Shook, Ch. L., Priem, R. L., McGee, J. E. (2003). Venture creation and the enterprising individual: A review and synthesis. *Journal of Management*, 29, 3, 379-399.

- Simon, M., Houghton, S. M., Aquino, K. (1999). Cognitive biases, risk perception, and venture formation: How individuals decide to start companies. *Journal of Business Venturing*, 15, 113-134.
- Skarżyńska, K. (1992). Psychologiczne aspekty bezrobocia. *Nowiny Psychologiczne*, 1, 17-28.
- Snyder, C. R. (1994). *Hope and optimism*. [W:] V. S. Ramachandren (red.), *Encyclopedia of Human Behavior* (vol. 2, s. 535-542). New York: Academic Press.
- Snyder, C. R. (2002). Hope theory: Rainbows in the mind. *Psychological Inquiry*, 13, 4, 249-275.
- Snyder, C. R., Cheavens, J., Michael, S. T. (1999). Hoping. [W:] Snyder, C. R. (red.), *Coping: The psychology of what works* (s. 205-251). New York: Oxford University Press.
- Snyder, C. R., Cheavens, J., Sympson, S. C. (1997). Hope: An individual motive for social commerce. *Group Dynamics: Theory, Research, and Practice*, 1, 2, 107-118.
- Snyder, C. R., Harris, Ch., Anderson, J. R., Holleran, S. A., Irving, L. M., Sigmon, S. T., Yoshinobu, L., Gibb, J., Langelle, Ch., Harney, P. (1991). The will and ways: Development and validation of an individual-difference measure of hope. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60, 4, 570-585.
- Snyder, C. R., Sympson, S. C., Michael, S. T., Cheavens, J. (2000). Optimism and hope constructs: Variations on a positive expectancy theme. [W:] E. C. Chang (red.), *Optimism and pessimism: Implications for theory, research and practice* (s. 101-123). Washington: American Psychological Association.
- Tennen, H., Affleck, G., Tennen, R. (2002). Clipped feathers: The theory and measurement of hope. *Psychological Inquiry*, 13, 4, 311-317.
- Trzebiński, J., Zięba, M. (2003). *Kwestionariusz Nadziei Podstawowej – BHI-12*. Warszawa: Pracownia Testów Psychologicznych PTP.
- Trzebiński, J., Zięba, M. (2004a). Basic hope as a world-view: An outline of a concept. *Polish Psychological Bulletin*, 35, 3, 173-182.
- Trzebiński, J., Zięba, M. (2004b). *Basic Hope, Stress and Personality Growth* (The 12th European Conference on Personality, Groningen).
- Vecchio, R. P. (2003). Entrepreneurship and leadership: Common trends and common threads. *Human Resource Management Review*, 13, 303-327.
- Wooten, K. C., Timmerman, T. A., Folger, R. (1999). The use of personality and the Five-Factor Model to predict new business ventures: From outplacement to start-up. *Journal of Vocational Behavior*, 54, 82-101.
- Wrosch, C., Scheier, M. F., Carver, Ch. S., Schultz, R. (2003). The importance of goal disengagement in adaptive self-regulation: When giving up is beneficial. *Self and Identity*, 2, 1-20.
- Zaleski, Z. (1991). *Psychologia zachowań celowych*. Warszawa: PWN.
- Zaleśkiewicz, T. (2004). Przedsiębiorczość i podejmowanie ryzyka. [W:] T. Tyszka, (red.), *Psychologia ekonomiczna* (s. 303-333). Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.