

IMPRENDITORI SI NASCE O SI DIVENTA? LA RILEVAZIONE DELLE ATTITUDINI IMPRENDITORIALI: MODELLI DI MISURA ED EVIDENZE EMPIRICHE.

Giuseppe NOTARSTEFANO*

SOMMARIO

L'imprenditorialità riguarda le persone, con le loro scelte ed attività volte ad avviare un'impresa, a prenderne la direzione o a guidarla, oppure il loro coinvolgimento nel processo decisionale di un'azienda. Nei modelli teorici e nelle ricerche recenti sull'imprenditorialità, l'intenzione ha assunto un particolare rilievo testimoniando come le intenzioni imprenditoriali sembrano avere influenza sia nel processo di creazione di nuove imprese sia nelle innovazioni nelle imprese esistenti. Le intenzioni del fondatore d'impresa determinano la forma e la direzione di un'organizzazione nella sua fase iniziale. Il conseguente successo di un'impresa, lo sviluppo, la crescita, la sopravvivenza e l'eventuale cambiamento si basano su queste intenzioni che possono essere modificate, elaborate, incluse o trasformate.

Il contributo, dopo aver offerto una rassegna dei principali strumenti di misure della letterature più recente, propone i risultati di alcune indagini empiriche su due diversi campioni di giovani: il primo relativo ad un gruppo di studenti delle scuole superiori, il secondo relativo ad un gruppo di studenti universitari e il terzo un campione di giovani disoccupati residenti in aree urbane svantaggiate.

1. Introduzione

Come nasce un'attività imprenditoriale? Quali sono le determinanti che influiscono nella scelta di una persona di mettersi in gioco attraverso la costituzione di una nuova attività economica? Quali sono i fattori che possono suscitare agevolare oppure ostacolare la nascita, nonché la sopravvivenza, di una nuova iniziativa imprenditoriale?

Sono tutte questioni che da sempre sono alla base di un gran numero di ricerche e di studi, che distaccandosi dalla prospettiva tipica dell'economia industriale¹, si sono concentrati sul tema

* Dipartimento di Scienze Economiche Aziendali e Statistiche, Università degli studi di Palermo, contatti: giuseppe.notarstefano@unipa.it. Intendo, altresì, ringraziare numerosi colleghi e studenti con i quali ha avuto modo di discutere e approfondire alcuni aspetti dell'argomento e parti del lavoro, in particolare le dott.ssa Maria Concetta Fucà, il dott. Davide Oddo e la dott.ssa Rosalba Ricotta. La responsabilità del contenuto del lavoro rimane unicamente attribuibile al sottoscritto.

¹ In tal senso la nuova imprenditorialità è vista dal punto di vista dell'ingresso nel mercato da parte di un nuovo competitore e si coniuga con i temi classici della tradizione industrialista, in particolare quello dell'innovazione, ma che ha generato anche alcuni sviluppi interessanti ampiamente indagati dai filoni di studio della c.d. demografia industriale (centrati sulla focalizzazione del successo imprenditoriale visto come capacità di

dell'evento nascita di una nuova impresa con un approccio maggiormente rivolto ad indagare il contesto territoriale della “nuova formazione imprenditoriale”², tra questi meritano particolare attenzione gli studi che sottolineano il ruolo del capitale sociale nell'avvio di una nuova impresa inteso sia come rete di relazioni che generano le condizioni di una sorta di accompagnamento o “incubatore informale” del nuovo imprenditore (Presutti, 2005) sia come capacità di sviluppo di interrelazioni tra la nascente impresa, ovvero i soggetti imprenditoriali, e il proprio territorio (Garofalo e Sabatini, 2008).

Le diverse prospettive di analisi e l'interesse suscitato dal tema, si rivela particolarmente rilevante nel periodo dell'attuale crisi economica internazionale che coinvolge le strutture produttive di tanti paesi industriali che rischiano un'implosione in termini di crescita economica, i cui effetti più evidenti si possono osservare nei processi di espulsione dal mercato del lavoro di numerosi addetti e dai crescenti fenomeni di scoraggiamento e di rinuncia alla partecipazione al lavoro soprattutto delle generazioni più giovani.

La necessità di ripensare lo sviluppo in senso “imprenditoriale” diventa, dunque, un'esigenza fortemente avvertita dalle istituzioni che scommettono sulla necessità di una combinazione efficace di politiche pubbliche e di investimenti privati (sia del *profit* che del *non profit*) capace di rilanciare una nuova “società imprenditoriale”³.

Un punto importante di sintesi, che alcuni studiosi denominano come l' “anello mancante”⁴, è ancora la centralità della persona dell'imprenditore quello che lo storico economico italiano Giuseppe Berta ha definito “un enigma tra economia e storia”⁵.

Approfondire le determinanti che sostengono e animano la scelta imprenditoriale, anche in contesti marginali o in fasi cicliche recessive dove questa appare quasi una sorta di “fuga dalla disoccupazione” o scelta di necessità⁶, diventa un tema interessante che incrocia psicologia ed economia e che si articola attraverso i modelli di misura delle attitudini e delle motivazioni degli (aspiranti ma non solo) imprenditori.

Il tema dell'imprenditorialità inoltre si è rivelato come uno straordinario campo di integrazione di diverse discipline e saperi⁷ (si vedano, tra gli altri, Shane e Venkataraman,

permanenza nel mercato e, quindi, di sopravvivenza) e dai modelli di scelta imprenditoriale basati sul contributo fondamentale di Oxenfeld (1945).

² Per una rassegna di tali studi empirici si rinvia principalmente a Mariti (1990), Mussati (1990), Belussi-Pozzana (1995) e infine ad alcuni contributi di chi scrive (2002, 2007, 2009).

³ L'espressione, come è noto, è di David B. Audretsch studioso che ha offerto numerosi contributi di ricerca in questa direzione.

⁴ Si veda Braunerhjelm, Acs, Audretsch, e Carlsson, (2010),

⁵ L'autore ritiene che in passato l'imprenditorialità sia stata identificata soprattutto con la virtù dell'intraprendenza personale da perseguirsi attraverso una tenace e orgogliosa affermazione delle doti individuali, con un impegno e una dedizione rivolti a un risultato tangibile, sotto il segno sia dell'arricchimento che della distinzione sociale, per il dispiego delle proprie qualità e risorse specifiche. La definizione del concetto è legata alle alterne vicende della “funzione imprenditoriale”, all'emergere della figura del management e alle teorie dell'impresa manageriale di Marris e Baumol. Man mano che il lavoro tende a svilupparsi attraverso forme sempre più creative e autonome, l'idea sulla figura dell'imprenditore tenderà a allargarsi ricomprendendo non solo gli innovatori distruttivi shumpeteriani, nei callidi egoisti alla ricerca di come sbarcare il lunario di Cantillon, ma anche i manager del terzo millennio, gli imprenditori sociali e le nuove figure che la nuova economia sta generando.

⁶ Si veda in tal senso lo studio di Lasagni (2010).

⁷ Sebbene alcuni sottolineano come soprattutto le scienze umane quali la psicologia, l'antropologia e la storia hanno suggerito un piano di ricerca più stimolante e approfondito rispetto quello che è stato proposto dalle scienze economiche (così Toninelli, 2006, p. 14).

2000, Bird Schoonhoven e Romanelli Romanelli,2001; Minniti e Levesque, 2008, Peneder, 2009): esso infatti contribuisce all'incontro tra approcci e paradigmi di ricerca diversi.

La definizione proposta dalla Commissione Europea nell'ormai celebre "Libro verde sull'Imprenditorialità in Europa" si focalizza proprio su tale aspetto: "(essa) è uno stato mentale e un processo volto a creare e sviluppare l'attività economica combinando disponibilità a rischiare, creatività e/o innovazione con una sana gestione nell'ambito di un'organizzazione nuova o esistente"(p. 6). Tale affermazione, pertanto, rafforza la convinzione di come l'imprenditorialità si espliciti attraverso attività che richiedono "attitudine, e in particolar modo propensione al rischio, ma che devono anche essere accompagnate da una "sana gestione": il capitale umano deve diventare "capitale intellettuale" anche attraverso opportuni percorsi formative specifici (Chahinian 2010).

Le politiche a sostegno della creazione di impresa e dell'imprenditorialità dovrebbero scommettere maggiormente sulla selettività degli interventi e sul livello qualitativo delle agevolazioni, agire sul contesto istituzionale e sui fattori extra-economici, affidando al mercato il compito di selezionare le imprese efficienti. Visto dal solo punto di vista delle politiche attive del lavoro, il tema dell'imprenditorialità rischia di continuare a generare imprenditori "per bisogno", incapaci di maturare un progetto economicamente ed industrialmente sostenibile e capace di affrontare livelli di competizione sempre più vertiginosi. L'attuale contesto di globalizzazione economica e di competizione internazionale, inoltre, richiede una serie di iniziative territoriali e locali a sostegno dell'internazionalizzazione delle imprese, dell'aumento delle dimensioni medie e del loro *upgrading* tecnologico: in breve una nuova politica industriale e locale.

Il presente lavoro si configura come una raccolta di studi empirici sviluppati in questi anni, ma è anche l'esito di un'attività formativa e di animazione territoriale svolta all'interno di percorsi accademici e non⁸, volti a promuovere l'idea di un nuovo sviluppo fondato sull'attivazione delle capacità e delle risorse (personali e territoriali) nella prospettiva di una competizione globale e secondo un stile innovativo che non si limita al solo aspetto tecnologico e industriale, ma valorizza anche la dimensione sociale, culturale e ambientale⁹.

2. Le determinanti "personali" dell'imprenditorialità: temi e problemi di misura

Nel loro manuale curato per OCSE, in cui si definisce un repertorio di indicatori per lo studio dell'imprenditorialità, Ahmad e Hoffman mettono a fuoco una definizione del fenomeno, capace di mettere in risalto la sua natura dinamica, concentrando l'attenzione più sull'azione piuttosto che sulle intenzioni o le condizioni di domanda offerta (2008).

⁸ In particolare all'iniziativa promossa dal consiglio di territori di Unicredit in Sicilia denominata "Laboratorio Start-up e cultura di impresa".

⁹ "Nel contesto di questo discorso è utile osservare che l'imprenditorialità ha e deve sempre più assumere un significato plurivalente. La perdurante prevalenza del binomio mercato-Stato ci ha abituati a pensare esclusivamente all'imprenditore privato di tipo capitalistico da un lato e al dirigente statale dall'altro. In realtà, l'imprenditorialità va intesa in modo articolato. Ciò risulta da una serie di motivazioni meta-economiche. L'imprenditorialità, prima di avere un significato professionale, ne ha uno umano. Essa è inscritta in ogni lavoro, visto come *actus personae*, per cui è bene che a ogni lavoratore sia offerta la possibilità di dare il proprio apporto in modo che egli stesso « sappia di lavorare *in proprio*» (*Caritas in Veritate* n. 41).

In tale direzione sono state costruite numerose collezioni di dati che consentono il monitoraggio e lo studio del fenomeno imprenditoriale, ma anche dei diversi fattori che determinano il sorgere di nuove iniziative imprenditoriali e il loro affermarsi nel mercato .

In un'accezione strettamente economica poi, l'imprenditorialità può essere pensata come un processo dinamico che identifica una serie di occasioni economiche e di azioni che portano allo sviluppo, produzione e vendita di beni e servizi e che si riferisce generalmente agli individui intraprendenti che visualizzano la prontezza di assumersi il rischio-responsabilità con nuove o innovative idee per generare nuovi prodotti o servizi.

La nozione di imprenditore shumpeteriano rimane un riferimento fondamentale, così come lo è la trattazione in ambito economico di variabili legate alla motivazione, tradizionalmente, oggetto di studio di altre discipline. L'individuazione dei fattori in grado di determinare la scelta imprenditoriale costituisce, pertanto, un *topic* sia per l'analisi che per la misurazione del fenomeno. In una prima rozza classificazione, le variabili determinanti all'origine della scelta di avviare un'attività imprenditoriale possono essere raggruppate in due grandi categorie: *le determinanti o fattori personali e le determinanti o fattori ambientali*¹⁰.

I fattori ambientali sono quelli relativi alle variabili tipicamente industriali e tecnologiche, ai fattori localizzativi e spaziali, alla disponibilità di credito e alla presenza di incentivi o agevolazioni di natura pubblica, nel presente lavoro il focus è tuttavia sulla prima categoria ossia quella delle determinanti personali. Questa fa chiaramente riferimento alle caratteristiche peculiari e specifiche di ciascuna persona, del contesto familiare e della "storia" di cui essa è portatrice, nonché di quell'insieme di attitudini e capacità innate o indotte attraverso i percorsi di istruzione, formazione o dall'esperienza lavorativa..

I primi studi sull'imprenditorialità, risalenti al XIX secolo erano soliti dare una forte enfasi sui tratti individuali, quella che alcuni hanno stigmatizzato come tendenza a "romanticizzare" la figura dell'imprenditore¹¹, sino ad ipotizzare come gli imprenditori possano rivelare una categoria di persone dotate di alcune caratteristiche innate per tale attività, un'idea che alcuni fanno risalire sino a sir Francis Galton per cui si ritiene che esista una particolare combinazione di geni che si esprime in una predisposizione ad assumere ruoli di leader, di condottiero e, quindi di imprenditore. Una versione più *soft* di tale ipotesi è quella che immagina come non sia il numero di caratteristiche genetiche a rendere l'imprenditore diverso dalle altre categorie di persone, ma il modo con cui le stesse caratteristiche si manifestano e rispondono alle diverse opportunità ambientali.

Alcune tipiche variabili, rilevanti in tale direzione, sono quelle più oggettivamente misurabili quali il genere, l'età, il titolo di studio, l'etnia, la confessione religiosa, la classe sociale di appartenenza, l'esperienza professionale. La propensione "a fare impresa" è generalmente più elevata negli uomini, nei giovani e nelle persone con un basso grado di istruzione. Infatti gli individui con livelli di istruzione molto elevati, così come quelli con una consolidata esperienza di lavoro (e quindi con una "reputazione" e dei "legami professionali" o capitale

¹⁰ Sebbene in un recente studio, esito di un Progetto di Interesse Nazionale, coordinato dall'Associazione Italiana degli Economisti Aziendali (AIDEA) i curatori affermano che "La decisione di intraprendere un'attività imprenditoriale dipende sia da fattori soggettivi che da caratteristiche del contesto ma gli uni e le altre sono ancora lontani dall'essere identificati e formalizzati in una qualche evidenza che abbia capacità normativa (Cafferata e Dossena, 2012, p. 12)".

¹¹ L'espressione è di Marinella Terrasi in Mariti (1990).

sociale significativi), hanno un elevato costo-opportunità e difficilmente accetterebbero di intraprendere un'attività imprenditoriale con prospettive di guadagno a breve termine modesti. Chi possiede livelli bassi di istruzione, tipicamente, si orienta verso forme di imprenditorialità marginali, come la vendita al dettaglio e altri servizi tradizionali.

Un secondo tipo di variabili sono quelle relative ai tratti personali che richiedono una misurazione soggettiva: le motivazioni personali, i valori, le credenze e le opinioni, l'innovatività, la creatività. Le motivazioni più tipiche si riferiscono all'insoddisfazione verso l'attuale attività lavorativa svolta, l'impossibilità di carriera, il desiderio di una maggiore autonomia e indipendenza, il successo personale ed economico, la voglia di vedere realizzata una propria idea imprenditoriale innovativa, nonché la spinta di proseguire l'attività già intrapresa da altri membri della famiglia.

Per quanto riguarda l'innovatività, concetto paradigmatico nell'impianto shumpeteriano, essa è associata alla possibilità percepita di sfruttare un nuovo prodotto o un nuovo segmento di mercato. L'innovazione è, comunque, un elemento essenziale dell'imprenditorialità: se essa non è condizione necessaria nella fase di start up, certamente è lo si rivela negli anni successivi per la sopravvivenza e il mantenimento della posizione nel proprio mercato di riferimento. Infine vi è una terza tipologia di variabili personali divenute sempre più rilevanti nello studio delle determinanti dell'imprenditorialità soprattutto grazie ai contributi della teoria del capitale sociale e/o relazionale: la fiducia in se stessi e verso gli altri, la stabilità emotiva e la gestione dell'incertezza, il desiderio di autonomia e di indipendenza, l'attitudine a cooperare e ad intessere relazioni, la socialità. Molti autori della scuola austriaca avevano messo l'accento sulla necessità che l'imprenditore fosse un soggetto capace di gestire l'incertezza: Kirzner, come è noto, identifica la dote fondamentale dell'imprenditore nella capacità di scoprire i mezzi disponibili, una volta "scoperti" i fini da raggiungere grazie ad una attenzione-intuizione nel reperire e decifrare le informazioni utili (1973; 1999).

La necessità di studiare in profondità le determinanti del fenomeno imprenditoriale nasce dalla già ricca attenzione assegnata dagli istituti centrali della statistica ufficiale a livello comunitario alle statistiche industriali e, in particolar modo, alla demografica industriale.

Le prime forniscono soprattutto informazioni di carattere strutturale, molto importanti per la rilevazione e la stima del valore aggiunto delle attività produttive, le seconde invece si occupano di rilevare le dinamiche di creazione e distruzione delle attività produttive e di osservarne le "durata", ossia la sopravvivenza.

L'importanza di tali basi informative si rivela particolarmente utile sia per studiare il processo di accumulazione di quello che è stato definito in precedenza il capitale imprenditoriale sia per analizzare le relazioni tra esso ed i più complessivi processi di crescita economica. L'imprenditorialità, tuttavia, in quanto concetto più ampio della formazione di nuove imprese, si sta sempre più imponendo all'attenzione di studiosi di varie discipline nonché di *policy maker* che individuano in essa un indicatore di impatto fondamentale per molte politiche di sviluppo soprattutto a livello territoriale.

L'interesse verso l'imprenditorialità ha una prospettiva notevole in ambito europeo: la politica economica comunitaria supporta attraverso una serie di interventi il relativo fenomeno. Nell'ambito dell'Unione Europea si è cercato anche di ovviare a queste lacune cercando di acquisire nuove informazioni, con riferimento alle motivazioni che spingono alla creazione

d'impresa; ai fattori che ne ostacolano la crescita; alle fonti di finanziamento; al sostegno della famiglia nonché alle aspettative circa il futuro dell'attività. Infatti, nel 2005 l'Eurostat ha progettato un'indagine denominata "Factors of Business Success" (FOBS), basata sull'adozione di definizioni condivise e sull'utilizzo di un questionario comune tra i paesi partecipanti, al fine di ottenere dati confrontabili e armonizzabili a livello europeo¹².

Lo scopo dell'indagine è raccogliere dati confrontabili sulle caratteristiche dei nuovi imprenditori e su numerosi aspetti qualitativi del processo imprenditoriale, al fine di fornire elementi oggettivi per guidare le scelte di politica comunitaria volte al raggiungimento di una maggiore crescita economica. Lo strumento di misura utilizzato è articolato in quattro sezioni: la prima è relativa alla rilevazione dei dati identificativi dell'impresa, la seconda raccoglie informazioni sulle modalità di nascita dell'impresa e al profilo dell'imprenditore, la terza rileva una serie di informazioni economico-gestionali che descrivono la situazione dell'azienda alla data di compilazione del questionario e, infine, la quarta sezione raccoglie alcune valutazioni degli imprenditori in merito a possibili progetti futuri di ampliamento e sviluppo della compagine aziendale. In particolare la sezione seconda del questionario contiene un'ampia batteria di item che consentono la misurazione delle determinanti soggettive-personali e oggettive-ambientali che consentono di indagare i fattori che hanno dato origine alla scelta di costituire l'impresa.

In un precedente lavoro (Milio, Notarstefano e Scuderi, 2009) sono state analizzate le relazioni tra i diversi fattori rilevati sul campione italiano di FOBS e, attraverso la tecnica dell'Analisi delle Corrispondenze Multiple (Benzécri 1992), è stata proposta una articolata, e sintetica ad un tempo, descrizione delle connessioni in questa base di dati.

Il fattore motivazione si rivelato come un paradigma importante per lo studio delle determinanti della scelta imprenditoriale: da un lato agisce una sorta di tensione individuale delle persone a ricercare, attraverso l'impresa, un modo possibile di realizzarsi economicamente e sfuggire alla trappola dell'inattività e della disoccupazione, dall'altro vi è un forte e fitta interazione tra fattori contingenti legati al contesto familiare, sociale, industriale ed istituzionale all'interno del quale la scelta imprenditoriale appare come una "risposta" talvolta legata alla soddisfazione di bisogni immediati ed elementari, talvolta legata a bisogni di livello superiore. In ogni caso emerge con forza, l'importanza di un fattore sociale legato sia alla "spendibilità" dell'istruzione e della formazione specifica, sia alla ruolo delle reti e dei sistemi sociali che agevolano o inibiscono la scelta imprenditoriale.

Tale aspetto suggerisce un maggiore approfondimento dei modelli e degli strumenti di misura delle attitudini che sono alla base della scelta imprenditoriale e che, successivamente, una volta che l'impresa è costituita la sostengono e diventano fattori critici di successo ovvero elementi essenziali per dirigere l'impresa lungo un sentiero di innovazione e crescita sostenibile.

¹² L'indagine condotta in maniera sperimentale, ha coinvolto 15 paesi dell'Unione Europea, che hanno partecipato volontariamente: Austria, Bulgaria, Danimarca, Estonia, Francia, Italia, Lettonia, Lituania, Lussemburgo, Portogallo, Repubblica Ceca, Repubblica Slovacca, Romania, Slovenia e Svezia. Per ciò che concerne l'Italia, l'indagine FOBS è stata condotta nel periodo che intercorre tra l'estate del 2005 e la primavera del 2006 su un campione stratificato (per attività economica, dimensione e regione) di 12.778 imprese. La popolazione obiettivo identificata comprendeva le imprese reali, registrate presso l'archivio ASIA, nate nel 2002 e ancora sopravvivenenti nell'anno di inizio dell'indagine.

3. La misura delle attitudini imprenditoriali: una rassegna ragionata della letteratura

Trasformare in successo un'iniziativa imprenditoriale significa combinare creatività e innovazione con una sana gestione e di saper adattare un'impresa per ottimizzarne lo sviluppo in tutte le fasi del ciclo di vita, un processo che va ben oltre la gestione quotidiana e riguarda la strategia di un'impresa. L'imprenditorialità riguarda le persone che, con le proprie scelte, determinano una successioni di attività indirizzate razionalmente (ma non solo) alla creazione dell'impresa: attitudini, propensioni e motivazioni sono pertanto fattori o determinanti importanti. L'imprenditorialità è il risultato di un complesso integrarsi di fattori e di processi che si esplicita in azioni che permeano profondamente scelte e modalità della realtà umana, sociale ed economica. La ricerca psicologica sull'imprenditorialità parte dal presupposto che quest'ultima sia fondamentalmente un fattore umano e riguarda la visione, l'intenzione e l'azione per tra-sformare idee imprenditoriali in prodotti, servizi e imprese.

La ricerca psicologica si è occupata di sperimentare modelli e strumenti di misura idonei a rilevare le caratteristiche personali, comportamenti e determinanti dell'agire imprenditoriale.

In questa sede ci soffermeremo ad analizzare tre modelli teorici: il modello delle *aspirazioni imprenditoriali* (Scott e Twomey, 1988), il modello dell'*intenzionalità imprenditoriale* (Bird,1988) e il modello della *self- efficacy* e delle *intenzioni imprenditoriali* (Boyd e Vozikis,1994). Il primo modello si pone come obiettivo l'approfondimento della formazione delle determinanti imprenditoriali già nel loro stato di aspirazioni: l'aspirazione costituisce pertanto una pre-condizione dell'intenzione imprenditoriale. A tal fine gli autori propongono una classificazione delle determinanti in due gruppi: *i fattori di predisposizione* che rappresentano la percezione della propria realtà, la personalità che si sviluppa negli anni, le esperienze lavorative e del tempo libero, l'influenza genitoriale e i modelli di ruolo, l'esperienza personale, le conoscenze di sé e della realtà imprenditoriale nella quale vive; *i fattori scatenanti*, come la ricerca di un'occupazione, l'esperienza, lo stato della disoccupazione e la consulenza da parte di servizi specializzati. A ciò bisogna aggiungere la rilevanza di una precisa idea imprenditoriale, fattore-chiave per far emergere le aspirazioni per una carriera imprenditoriale: la nascita dell'impresa è fortemente condizionata da tale fattore ideale che secondo Shane e Venkataraman (op. cit.) oscilla tra due elementi determinanti ossia la *scoperta dell'opportunità* e la *volontà di sfruttarla*.

L'idea imprenditoriale può pertanto influire sulla nascita di aspirazioni imprenditoriali ma anche fornire una spinta indipendente verso l'imprenditorialità.

Il secondo modello, detto dell'intenzionalità imprenditoriale, si fonda sulla focalizzazione nel processo di creazione imprenditoriale di un fattore intenzionale, determinante per l'avvio della nuova attività di impresa. "L'intenzionalità è uno stato della mente che dirige l'attenzione della persona (quindi l'esperienza e l'azione) verso uno specifico oggetto (obiettivo) o un percorso per raggiungere qualcosa (mezzi)" (Bird, op. cit. p.442).

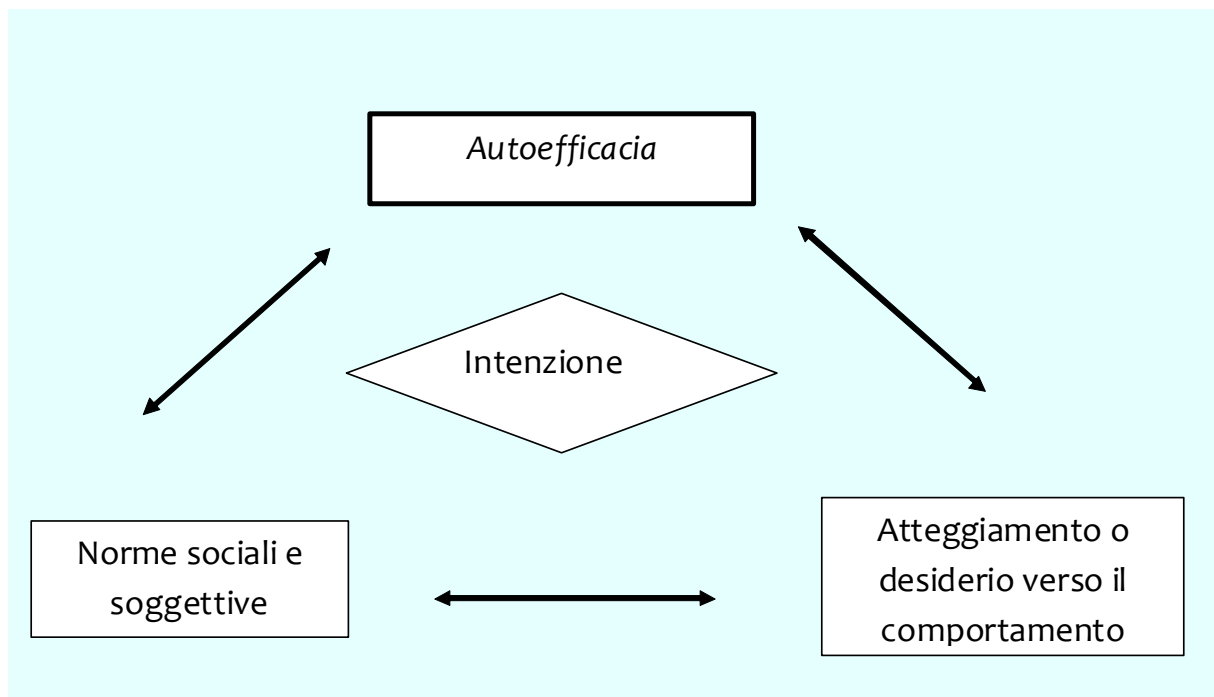
Le intenzioni sono relative ad una pluralità di fattori immateriali (credenze, valori, abitudini, bisogni)¹³ tra cui i fattori cognitivi e si traducono in attitudine ad interagire da un contesto che può pertanto valorizzare o deprimere tali fattori intenzionali.

¹³ Tali elementi non possono non ricordare il concetto di "capitale civico" introdotto da Guiso, Sapienza e Zingales per spiegare il buon funzionamento dei mercati (2010).

Tale modello, che come ricorda l'autrice è un modello "comportamentale" e non istituzionale, ha visto numerose rivisitazioni tra cui quella proposta da Boyd e Vozikis che hanno proposto il concetto di della *self- efficacy* (SE) che viene intesa come processo di maturazione delle proprie intenzioni e motivazioni (propensioni). Le situazioni percepite, le aspettative, gli atteggiamenti, le credenze e le preferenze influenzano lo sviluppo delle intenzioni in sincronia con l' sviluppo della persona: sviluppa un repertorio di abilità e di atteggiamenti come esito delle reazioni attraverso i processi di pensiero (analitico/razionale o olistico/intuitivo).

Sole in presenza di un'elevata auto-efficacia, le intenzioni imprenditoriali si tradurranno nelle sequenza di operazioni ed azioni progettali che conduce all'avvio della (nuova) attività imprenditoriale. Misurare, dunque, l'auto-efficacia, significa pertanto rilevare il livello di motivazione e lo sforzo che la persona eserciterà e, inoltre, quanto a lungo persevererà per raggiungere un obiettivo. Una maggiore determinazione, rappresentata da una dotazione elevata di valori, credenze, bisogni, *et similia*, determinerà una maggiore propensione del successo imprenditoriale. Solo di recente il modello di Boyd e Vozikis, benché ben strutturato e teoricamente fondato, ha ricevuto alcune verifiche empiriche (Chen, Greene, Crick, 1998; Zhao, Seibert, Hills, 2005).

Fig. 1- *Modello del comportamento pianificato di Aizen (1991)*



Fonte: Nostra elaborazione.

Un ultimo modello molto importante è quello relativo alla Teoria del Comportamento Pianificato di Ajzen (figura 1): l'autore sviluppa la propria teoria con la premessa che qualsiasi comportamento richiede una certa quantità di pianificazione e può essere previsto dall'intenzione di adottare tale comportamento. La scelta imprenditoriale diventa pertanto l'esito dell'interazione di tre fattori: l'atteggiamento o il desiderio verso il comportamento

proposto, le norme sociali e soggettive, le quali tengono conto delle opinioni altrui del comportamento proposto, e la percezione del controllo o la fattibilità del comportamento proposto (una sorta di autoefficacia).

4. Modelli e strumenti per la misurazione

Sin dai primi studi negli anni '60, gli studiosi hanno cercato di proporre strumenti di misura idonei a rilevare ed individuare profili imprenditoriali, attingendo agli strumenti più accreditati per la misurazione della personalità¹⁴.

Tutti gli strumenti di misura utilizzati, pur in un'eterogeneità di risultati ottenuti, evidenziano alcune caratteristiche che vengono tipicamente rilevate attraverso batterie complessi di item: bisogno di realizzazione, *locus of control* interno¹⁵, tendenza alla creatività e propensione al rischio. Il bisogno di realizzazione risulta positivamente associato a caratteristiche quali auto-coscienza, capacità di pianificazione, motivazione, propensione a rischio, responsabilità, capacità di decisione, forte superego. Il *locus of control* interno risulta positivamente associato con una serie di caratteristiche classicamente definite imprenditoriali, ovvero intuito, iniziativa, tolleranza, autorità, realizzazione, benessere, affermazione, efficacia, operosità, socievolezza, efficienza intellettuale. La tendenza alla creatività è caratterizzata da una modalità di risolvere i problemi adattiva o innovativa dove, nel primo caso, l'individuo progredisce all'interno delle strutture esistenti, mentre nel secondo caso modifica quelle strutture e si assume il rischio anche in presenza di esito incerto.

L'ampia gamma di caratteristiche personali indagate dai ricercatori negli ultimi anni, porta alcuni ad affermare che l'imprenditore sia una sorta di *everyman* (Gartner, 1998).

Gli studi più recenti hanno posto maggiormente l'accento sull'aspetto sperimentale, proponendo un vasto repertorio di strumenti di misura che cercano di rendere operativi e, pertanto misurabili, i modelli teorici visti in precedenza, inoltre esse sono caratterizzate da una coraggiosa interdisciplinarietà, decisamente più marcata con riferimento agli studi di genesi di nuova imprenditorialità dove variabili di tipo psicologico, sociale ed organizzativo hanno un ruolo strategico. Un primo strumento di misura è quello proposto prima da Robinson *et alii* (1991) e poi da McCline, Bhat e Baj (2000)¹⁶ noto come *Entrepreneurial Attitude Orientation* (EAO). Altri due questionari sono il PEC (*Personal Entrepreneurial Competencies*) e il *Delfi* che perseguono la misurazione delle attitudini imprenditoriali considerate fondamentali per poter diventare un imprenditore di successo.

¹⁴ Fra gli altri Caird (1993) ha elaborato una vasta e articolata rassegna della letteratura delineando una sintesi dei risultati delle ricerche che avevano utilizzato i test psicologici sugli imprenditori, sottolineando anche che la scarsa omogeneità della popolazione imprenditoriale rappresenta uno degli aspetti critici per la rilevazione e la definizione delle caratteristiche di personalità. Il Thematic Apperception Test (TAT), l'Edwards Personal Preference Schedule (EPPS), l'Honey and Mumford Measure of Learning Styles (HMMLS), il Jackson's Personality Inventory (IPI) e il Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) sono i test maggiormente utilizzati per esplorare la personalità imprenditoriale.

¹⁵ Con tale espressione si intende la capacità di controllare gli eventi di successo o insuccesso, intendendoli come esito di processi controllabili dal soggetto. Il *locus of control* esterno è, invece, l'esatto contrario.

¹⁶ Gli autori propongono un modello modificato per andare ad analizzare il riconoscimento dell'opportunità imprenditoriale e la disponibilità al rischio imprenditoriale, due caratteristiche non considerate nell'EAO originale.

Fig. 2- *Strumenti di misura: una sinossi delle dimensioni utilizzate*

EAO	EAO modificato	ATE test	Delfi	PEC
<i>Successo</i>	<i>Successo</i>		<i>Successo</i>	
<i>Autostima</i>	<i>Autostima</i>	<i>Realizzazione</i>		<i>Autostima</i>
<i>Innovazione</i>	<i>Innovazione</i>	<i>Creatività</i>	<i>Creatività</i>	
	<i>Propensione al rischio</i>		<i>Propensione al rischio</i>	<i>Propensione al rischio</i>
	<i>Riconoscimento delle opportunità</i>	<i>Intuizione</i>		<i>Riconoscimento delle opportunità</i>
<i>Controllo personale</i>	<i>Controllo personale</i>	<i>Controllo personale</i>	<i>Locus of Control</i>	
		<i>Leadership</i>	<i>Bisogno di potere</i>	
			<i>Gestione dello stress</i>	
			<i>Bisogno di autonomia</i>	
			<i>Abilità relazionali</i>	<i>Persuasione</i>
				<i>Impegno nel lavoro</i>
				<i>Efficienza e Qualità</i>
				<i>Definizione degli obiettivi</i>
				<i>Persistenza</i>
				<i>Ricerca di informazioni</i>
				<i>Pianificazione/Monitoraggio sistematico</i>

Fonte: Nostra Elaborazione.

Il primo è un questionario formato da ottantacinque item che rilevano alcune dimensioni rilevanti per la scelta di intraprendere : il riconoscimento delle opportunità, l'impegno nel lavoro, la persistenza, la propensione al rischio, l'efficienza e qualità, la definizione degli obiettivi, la ricerca di informazioni, la pianificazione e il monitoraggio sistematico, la persuasione e l' autostima. Le scale utilizzate sono del tipo Likert e i profili imprenditoriali si ricavano dalla combinazione dei punteggi ottenuti. Il secondo¹⁷ è un test per l'autovalutazione

¹⁷ Il test Delfi è stato realizzato dal Prof. Enzo Spaltro con la collaborazione del Dr. Giancarlo Barnabei e del Dr. Luca Amovilli - Cattedra di psicologia del lavoro Università di Bologna - è distribuito a cura di RETECAMERE

molto utilizzato nell'ambito dei corsi di formazione imprenditoriale e negli sportelli che assistono gli aspiranti imprenditori.

Infine viene proposto uno strumento che, distaccandosi dai precedenti, ha come obiettivo la misura del potenziale imprenditoriale ossia la capacità di risposta rispetto a programmi specifici di formazione (e agevolazione) imprenditoriale, si tratta del test *Attitude Toward Enterprise* (ATE) di Athajde(2009). La figura 2 presenta una sinossi degli strumenti menzionati, in relazioni alle dimensioni di analisi da ciascuno contenute.

5. Alcuni indagini locali: evidenze empiriche e considerazioni critiche

La prima indagine è stata svolta nell'estate del 2012 nel comprensorio del comune di Gela¹⁸, nell'ambito di un progetto¹⁹ rivolto a giovani in particolare residenti in aree a svantaggio sociale e con elevato titolo di studio. Tale intervento sociale si proponeva di costruire una serie di interventi in primo luogo di carattere educativo e culturale per promuovere la cultura imprenditoriale, ma anche di accompagnamento alla fase di costituzione di nuove imprese.

I quasi 200 intervistati, selezionati in modo non randomizzato, ma sulla base del criterio di appartenenza alle associazioni ed enti non profit che aderivano al partenariato progettuale, costituiscono una selezione non campionaria della fascia di età 15-35 dell'area territoriale²⁰ e pertanto di cui si discute in seguito non possono essere utilizzati per fare inferenza sulla popolazione, ma rimangono utili per evidenziare alcune strutture e relazioni tra condizioni e attitudini. Lo strumento di misura utilizzato si componeva di quattro sezioni volte a rilevare informazioni di carattere socio-demografico ed economico sull'intervistato e sulla famiglia di provenienza, mentre una sezione era sostanzialmente volta a misurare la propensione imprenditoriale attraverso gli item suggeriti dallo schema Delfi, di cui si è detto in precedenza. Attraverso il test, infatti, si è riusciti ad attribuire a ciascun soggetto intervistato un livello di *stile imprenditoriale*, ottenuto come punteggio sintetico esito dell'analisi delle relazioni osservate tra i sessanta item, relativi ad otto dimensioni latenti (Motivazione al successo, Abilità relazionali, Locus of control, Gestione dello Stress, Bisogno di Potere, Bisogno di Autonomia, Propensione al rischio, Creatività).

Senza entrare nel dettaglio dei risultati ottenuti²¹, ci si limita in questa sede ad evidenziare soltanto alcune delle evidenze più interessanti: sono i più giovani e, in particolare, le donne ad evidenziare, in termini relativi, uno stile imprenditoriale elevato.

(Società delle Camere di Commercio per i progetti e servizi integrati). Il test riguarda la misura di varie attitudini imprenditoriali preventivamente selezionate. La filosofia che ha determinato la scelta di queste attitudini da misurare, è che l'imprenditore abbia bisogno di capacità molto eterogenee. Questo perché l'imprenditore è una professione complessa, in cui è la sinergia di più attitudini che determina la capacità finale. Ogni attitudine non è semplicemente complementare, ma ha un valore e significato solo se rapportata ad un'altra, o ad un insieme di altre attitudini. Non esiste un solo modo di fare l'imprenditore: più stili possono essere ugualmente efficaci. Per questo motivo una valutazione finale dell'attitudine complessiva all'imprenditorialità non è data dalla semplice somma di attitudini positive, ma dal loro incrocio.

¹⁸ Si tratta di una serie di comuni che fanno parte del Sistema Locale del Lavoro di Gela.

¹⁹ Il progetto era denominato "Autonoma-mente: Percorsi e reti per la Microimpresa, l'inclusione sociale e la Legalità" ed è stato finanziato dalla Fondazione con il Sud.

²⁰ Due importanti fattori di distorsione vanno però evidenziati: la sovra rappresentazione dei maschi rispetto alla composizione per genere della popolazione di riferimento, e quella relativa alla fascia giovanile 15-20 anni.

²¹ Il rapporto di ricerca, infatti verrà pubblicato successivamente (Foderà, Notarstefano e Pipitone, 2012). Le conclusioni dell'analisi empirica, e questo va ricordato, sono state lungamente discusse all'interno di alcuni *focus*

Incrociando il punteggio imprenditoriale con la variabile titolo di studio, è possibile inventire una sorta di relazione concava: la soglia della laurea sembra decretare sostanzialmente una sorta di “disillusione” imprenditoriale. Sebbene una tale relazione andrebbe ulteriormente saggiata attraverso alcune opportune misure statistiche di connessione e relativi test statistici, non possiamo non rilevare come sia evidente come l’investimento formativo che spesso conduce i giovani, soprattutto quelli meridionali e residenti in aree marginali come lo è quella deindustrializzata di Gela, a proseguire gli studi sino alla laurea (e oltre in non pochi casi) contribuisca ad “appassire” le attitudini imprenditoriali. In tal caso il paradigma dell’autoefficacia funziona ma in senso negativo: sviluppando le proprie competenze nei corsi di studio universitari e incrementando le conoscenze rispetto al contesto di riferimento, le intenzioni imprenditoriali restano tali, anzi pian piano si affievoliscono per cedere il posto all’aspirazione verso uno sbocco lavorativo che riduca rischio e incertezza, mito sempre coltivato da generazioni di giovani laureati meridionali. Un ultimo “fatto stilizzato” è di particolare importanza, ed è relativo all’importanza del capitale sociale giocato nella propensione imprenditoriale: raggiungeva livelli maggiori chi conta principalmente su mezzi propri (o di familiari) per costituire una nuova impresa, mentre chi aspira a sussidi e agevolazioni mostra livelli molto bassi nel punteggio relativo allo stile imprenditoriale. Un risultato che merita di essere approfondito, si dirà qualcosa nelle conclusioni.

La seconda indagine è stata effettuata sulla popolazione studentesca delle quarte e quinte classi di nove plessi scolastici facenti capo a quattro Istituti Scolastici Superiori di un’area interna della provincia di Agrigento²². Agli intervistati, ossia gli studenti presenti nel giorno stabilito per la rilevazione in accordo con i dirigenti scolastici, è stato somministrato un questionario risultato di una sintesi ragionata di diversi strumenti di misura presentati nella sinossi della figura 1. Le dimensioni latenti misurate attraverso i trentasei item rilevati sono²³: successo, abilità relazionali, controllo personale, innovazione, creatività, autostima, leadership, propensione al rischio, gestione dello stress, bisogno di autonomia, riconoscere le opportunità/ intuizione, impegno nel lavoro, efficienza e qualità, definizione degli obiettivi, persistenza, ricerca di informazioni, pianificazione e monitoraggio sistematico, persuasione. Gli studenti intervistati realizzano punteggi medio-alti in tutte le dimensioni indagate, ad eccezione della propensione al rischio dove i valori medi sono spiccatamente assestati nei valori più bassi della scala utilizzata²⁴. Ed tale rilevante dimensione “kirzneriana” che risulta essere uno dei tre fattori significativi (gli altri due sono il bisogno di autonomia e la variabile

group con i destinatari del progetto, ossia con molti degli interessati, pertanto le considerazioni qui svolte sono anche l’esito della combinazione tra informazioni qualitative e quantitative.

²² I Sistemi Locali del Lavoro di Canicattì, di Naro e di Ravanusa. Una versione più ampia dei risultati e della metodologia utilizzata per la ricerca in Fucà e Notarstefano (2013). L’area geografica considerata esprime una struttura imprenditoriale tradizionalmente vivace, per approfondimenti (Notarstefano, 2002).

²³ Esse sono l’esito di un di *pilot test* effettuata su una selezione non randomizzata di studenti, nonché di alcuni confronti con esperti psicologi che ci hanno aiutato nella selezione passando da una batteria iniziale di sessantaquattro item che, poteva incoraggiare il tasso di non risposta o persino una tendenza a rispondere volutamente in modo non veritiero da parte di giovani.

²⁴ Sono state utilizzati dei punteggi Likert con cinque modalità di risposta, sono state anche effettuate la verifica della coerenza interna attraverso l’utilizzo della statistica-test *Alpha* di Cronbach che ha prodotto valori ampiamente superiori a quelli empiricamente accettati negli studi sperimentali, confermando l’unidimensionalità delle scale utilizzate. Per determinare il punteggio sintetico per dimensione è stato utilizzato un indice, originariamente proposto per determinare una misura sintetica di Soddisfazione negli studi di *Customer Satisfaction* (Iezzi, 2009).

“shumpeteriana” per eccellenza: l’innovazione) emersi dopo un processo di riduzione statistica condotta attraverso una tecnica di riduzione nello spazio delle variabili²⁵.

I punteggi per dimensione, sono stati ulteriormente disaggregati rispetto ad alcune variabili di stratificazione rilevate dal questionari: il genere, l’eventuale attività imprenditoriale dei genitori e la tipologia di istituto frequentato. Le ragazze mostrano punteggi relativamente superiori rispetto ai propri compagni di banco nelle attitudini più relazionali così come nell’innovatività e nell’intuizione, mentre i ragazzi appaiono più sicuri di sé e capaci di esercitare una leadership delle coetanee. La provenienza da una famiglia “imprenditoriale”²⁶ (appena un quarto della popolazione degli studenti intervistati) non mostra particolare capacità discriminanti²⁷ mentre la cross-classificazione con la tipologia di istruzione superiore frequentata appare interessanti perché fa emergere come i punteggi superiori in quasi tutte le dimensioni sono quelli attribuibili agli studenti che frequentano i licei (meno per gli iscritti agli istituti tecnici e ancor perno i professionali). Sola propensione al rischio, come già detto in precedenza, è l’unica dimensione che accomuna i punteggi medi di tutti gli intervistati.

Anche questo studio, pur con i suoi limiti, consente di acquisire alcuni spunti di notevole interesse soprattutto in relazione alla relazione tra capitale umano e imprenditorialità.

La terza ed ultima indagine che viene presentata in questa breve rassegna di studi empirici sulla misurazione delle attitudini imprenditorialità in contesti a ritardo di sviluppo, è dedicata ad una rilevazione compiuta sugli iscritti del corso di Laurea Magistrale in Scienze Economico-Aziendali dell’Università di Palermo. Tale universo comprendeva 116 studenti di cui 61 di sesso maschile e 55 di sesso femminile. Al momento della rilevazione, svoltasi mediante intervista, gli studenti in corso erano 99, 17 i fuori corso mentre l’età mediana degli intervistati è di 25 anni. Lo strumento di misura utilizzato è stato un questionario sottoposto in modalità face to face le cui proprietà psicometriche sono state già validate empiricamente (Liñán e Chen, 2009; Liñán Urbano e Guerrero ,2011): l’*Entrepreneurial Intention Questionnaire* (EIQ)²⁸. Rinviano all’Appendice 2 per una presentazione dei principali risultati dell’indagine, ci soffermiamo in questa sede ad evidenziare due aspetti particolarmente interessanti: da un lato gli intervistati dichiarano di possedere abilità imprenditoriali maggiori rispetto a quelle che l’ università trasferisce loro e dall’altro la forte convinzione che creatività, innovatività, avere nuove idee siano fattori determinanti per intraprendere una carriera imprenditoriale, atteggiamenti percepiti dagli studenti di economia aziendale come più importanti di quelli relativi alla capacità di pianificazione e organizzazione. Un ultima considerazione è quella che si ricava da una sorta di contraddizione

²⁵ È stata dapprima utilizzata la tecnica delle componenti principali in senso confermativo, poi è stata effettuata una rotazione degli assi (Varimax) come suggerito in molti studi, per restringere il campo agli autovalori “informativi, quindi si sono messe a confronto diverse tecniche ottenendo comune stabilmente una soluzione a tre fattori: evidenza confermata sempre dall’ispezione del grafico decrescente degli autovalori (*scree plot*).

²⁶ Scott e Twomwy (op. cit.) rilevano che la presenza di modelli di ruolo, in particolare la presenza di genitori o parenti stretti che svolgono attività di impresa insieme alle precedenti esperienze lavorative e al background culturale sono elementi che costituiscono quel bagaglio di conoscenze che un soggetto costruisce e porta con sé condizionando la propensione imprenditoriale degli individui.

²⁷ Alcune verifiche sono state fatte utilizzando l’ANOVA, sia nel caso in cui gli studenti sono stati raggruppati secondo la provenienza o meno da una famiglia che possiede un’azienda sia nel caso in cui la classificazione è stata fatta discriminando gli studenti con almeno un genitore imprenditore dagli altri..

²⁸ La presentazione dei fondamenti teorici e della struttura del questionario in Cafferata e Dossena, op. cit. p. 21-30.

rilevata nelle risposte: gli intervistati concordano nell'attribuire al contesto regionale una sorta di ambiente non favorevole e inadatto allo sviluppo di un'impresa ma contemporaneamente dichiarano di conoscere poco o nulla le istituzioni e gli strumenti (normativi e finanziari) a sostegno della creazione e dello sviluppo di una nuova attività imprenditoriale

6. Alcune sommesse considerazioni conclusive

Il presente contributo è pensato come un primo tentativo di rilettura critica di una serie di indagini sul campo in un area socioeconomica “ a ritardo di sviluppo”, accomunate sia dall'obiettivo di misurare le attitudini personali che sono alla base della propensione imprenditoriale dei giovani cercando di metterne a fuoco le determinanti psicologiche e i dispositivi cognitivi e intenzionali che conducono alla scelta concreta di intraprendere una nuova attività sia da un orizzonte (l'espressione paradigma è forse troppo impegnativa) che definisce lo sviluppo come un complesso e articolato processo di costruzione sociale raccordato da azioni imprenditoriali che si esprimono in forme organizzative plurali.

Tali indagini hanno consentito, in primo luogo, di muovere i primi passi all'interno di una letteratura molto ricca, la cui varietà ed estensione conferma la necessità di sviluppare sempre più un approccio multidimensionale nello studio del fenomeno imprenditoriale: di tale rassegna si è potuto dare una sintetica documentazione rinviando a lavori in corso di stampa l'approfondimento degli aspetti più problematici e metodologicamente critici.

In secondo luogo esse ci hanno consentito di mettere a fuoco alcune domande/ipotesi da cui riprendere la riflessione e la sperimentazione.

Una prima questione è propriamente metodologica, quanto la sperimentazione di diversi modelli e strumenti di misura debba coniugarsi più con l'esigenza di un approccio “personalizzato” con il tema della formazione imprenditoriale rispetto che commisurarsi all'opportunità di individuare modelli teorici universalistici, soprattutto nella prospettiva di politiche pubbliche efficaci. Una seconda questione è relativa alla relazione tra imprenditorialità e capitale umano: la conoscenza è fattore di crescita e i percorsi formativi (scuola e università) promuovono l'attivazione delle attitudini/intenzioni imprenditoriale nel senso precisato dal modello dell'auto-efficacia). Tuttavia come spiegare alcuni risultati acquisiti che sembrano costringerci a guardare in un'altra direzione.

Il progredire degli studi soprattutto universitari sembra costituire paradossalmente un fattore di decelerazione di alcune istanze o ambizioni in merito alla scelta di intraprendere così come le doti imprenditoriali percepite dagli studenti universitari sono superiori a quelle “svilupate” nei corsi di studi. Anche il ruolo della famiglia di provenienza (il retroterra) sembra svilupparsi non senza qualche scostamento dalle ipotesi formulate dai tradizionali modelli teorici: l'appartenenza a famiglie con imprenditori (o che possiedono aziende) non sempre migliorare la propensione imprenditoriale (sia nel caso degli studenti agrigentini che di quelli palermitani). Un'ultima questione è quella relativa al ruolo del capitale sociale che si potrebbe articolare in due linee di ricerca: da un lato la persistente convinzione che l'aspirante imprenditore debba essere dotato di reti “corte” (contatti, conoscenze, aiuti accessibili e prossimi..) e l'esperienza insegna come tali legami di *Bonding Social Capital* (Garofalo e Sabatini, 2008) possano degenerare (o confluire) in clan antagonisti rispetto alle logiche del buon mercato (competizione) e del sano rapporto con le istituzioni (corruzione/concussione),

dall'altro nella sostanziale diffidenza (mancanza di fiducia) verso le risorse del proprio territorio / contesto socioeconomico che decreta come la *exit strategy* sia l'unico esito di successo di un percorso di acquisizione di consapevolezza delle proprie attitudini e motivazioni imprenditoriali.

L'evidenza empirica e la riflessione critica è arricchita e sostenuta anche da un complesso di stimoli e informazioni qualitative che derivano da una pluralità di percorsi di animazione culturale e sociale volti ad accompagnare i giovani siciliani verso la riscoperta della cultura di impresa e la valorizzazione delle proprie risorse e capacità in una dimensione proattiva rispetto alle sfide della qualità, dell'innovazione e dello sviluppo.

Nelle regioni meridionali in questi ultimi anni, e ciò è particolarmente vero per la Sicilia, la questione del lavoro è stata tragicamente disallineata dallo sviluppo delle attività produttive e alla valorizzazione delle capacità e risorse territoriali (solo per evocarlo, potremmo dire il "capitale territoriale" di cui parla Roberto Camagni).

Assumere una nuova centralità del ruolo dell'impresa e, prima ancora, promuovere un ampio e rigoroso programma di educazione imprenditoriale che attraversi trasversalmente, e sin dalle prime fasi della scuola dell'obbligo, i percorsi formativi in cui si contribuisca alla formazione di capitale umano, è ormai improcrastinabile.

Anche il dialogo tra università e mondo del lavoro è stato sostanzialmente schiacciato nel mero adattamento – peraltro appena tollerato dall'inerzia degli organismi accademici – ai deboli segnali di una fragilissima domanda di lavoro interna²⁹. La ripresa dei flussi migratori, che come è stato statisticamente accertato determina un vero e proprio riversamento di capitale umano dalle aree meridionali ad altre aree che, sempre più in questi anni di crisi, non sempre riescono a "mettere a valore".

La famiglia, la scuola, l'università, il territorio mentre da un lato consegnano ai giovani una diffusa e generalizzata percezione di incertezza e precarietà del proprio futuro professionale (e globale), dall'altro non riescono a rafforzare quelle doti di gestione positiva e "profittevole" del rischio che potrebbe alimentare una traduzione in senso imprenditoriale delle proprie aspettative lavorative. Il nodo, pertanto, è ancora un volta educativo e culturale ed è tanto serio che non vorremmo avventurarci in vistose semplificazioni, ma ci sentiamo di suggerire due piste: promuovere reti e luoghi in cui alimentare e sviluppare percorsi di innovazione sociale, innescando forme nuove possibili di organizzazione produttiva e di imprenditorialità (le esperienze ci sono e sono interessanti, citiamo ad esempio la rete HUB), ripensare i percorsi formativi (soprattutto istruzione superiore e primo livello di laurea) secondo un principio di maggiore personalizzazione in un reale orientamento selettivo al merito e proattivo di capacità e risorse personali.

²⁹ La documentazione in tal senso è davvero ampia, ci permettiamo di segnalare un piccolo contributo in Notarstefano (2007).

Riferimenti bibliografici

- Acs, Z. J. e Storey, D. J. (a cura di) (2004), Special Issue: Entrepreneurship and Regional Development: Essays in Honour of David Keeble in Regional Studies Vol. 38, N. 8, Novembre.
- Acs, Z.J., Storey, D. J. (2004) Regional Studies, Special Issue: Entrepreneurship and Regional Development - Essays in Honour of David Keeble (edited by), 38, 8.
- Acs, Z. J., Audretsch, D. B., Braunerhjelm, P., Carlsson, B. (2009): The knowledge spillover theory of entrepreneurship, Small Business Economics (32):15–30.
- Ahmad N. e Hoffmann A. (2008) A Framework for Addressing and Measuring Entrepreneurship, OECD Statistics Working Paper STD/DOC(2008)2, <http://www.oecd.org/std/research>.
- Ahmad N. e Seymour R. G. (2008) Defining Entrepreneurial Activity: Definitions Supporting Frameworks for Data Collection, OECD Statistics Working Paper STD/DOC(2008)1, <http://www.oecd.org/std/research>.
- Ahmad N., Hoffman A. (2008), A Framework for Addressing and Measuring Entrepreneurship, OECD Statistics Working Papers No 2008/2, OECD Statistics Directorate
- Alberti, F. (1999), “La formazione imprenditoriale: teorie e prospettive di ricerca”, Liuc Papers, n°65
- Arminda, M., Finisterra Do Paço, João, M., F., Raposo, M., Rodrigues, R.G., Dinis, A. (2011) “Behaviours and entrepreneurial intention: Empirical findings about secondary students”, International Entrepreneurship e Management Journal
- Athayde, R. (2009), “Measuring Enterprise Potential in Young People” Entrepreneurship Theory and Practice, Baylor University.
- Audretsch, D. B. (2002) Entrepreneurship: A Survey of the Literature, report CE DG-Enterprise, http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship/green_paper/literature_survey_2002.pdf
- Audretsch, D. B. (2007) Entrepreneurship capital and economic growth, Oxford Review of Economic Policy, vol. 32, n.1, pp. 63-78.
- Audretsch, D. B. e Keilbach, M. (2004) Entrepreneurship Capital and Economic Performance in Regional Studies, vol. 38, n. 8, 949-959.
- Audretsch, D.B. (2002) Entrepreneurship: A Survey of the Literature, Prepared for the European Commission, Enterprise Directorate General, London
- Audretsch, D.B. (2002), “Entrepreneurship: A Survey of the Literature”, Mimeo
- Battistelli, A., Odoardi, C. (2008), “La psicologia dell’ imprenditorialità”, Argentero, P., Cortese, C.G., Piccardo C., “Psicologia del lavoro”, Raffaello Cortina

- Belussi, F. e Pozzana, R. (a cura di) (1995) "Natalità e mortalità delle imprese e determinanti dell'imprenditorialità", FrancoAngeli, Milano.
- Benzécri, J.P. (1992). Correspondence Analysis, Handbook. Dekker, New York.
- Berta G. (2004) L'imprenditore, Marsilio, Padova.
- Bird Schoonhoven C. e Romanelli R. (a cura di) (2001), The Entrepreneurship dynamic. Origins of Entrepreneurship and Evolutions of Industries, Stanford University Press, Stanford, California.
- Braunerhjelm, P., Acs, Z.J., Audretsch, D.B., Carlsson, B. (2010), The missing link: knowledge diffusion and entrepreneurship in endogenous growth, Small Business Economic 34 (2) 105 – 125.
- Cafferata, R. e Dossena, G. (a cura di) (2012) Spirito imprenditoriale e formazione di impresa. O risultati di un'indagine empirica nazionale, Collana AIDEA – Accademia di Economia Aziendale, Il Mulino, Bologna.
- Caird, S. P. (1993) What Do Psychological Tests Suggest about Entrepreneurs?, Journal of Managerial Psychology, (8, 6):11 – 20.
- Carsrud, A.L., Brännback, M. (a cura di). (2009), Understanding the Entrepreneurial Mind. Opening the Black Bo", Springer.
- Casson M. e Della Giusta M. (2007) Entrepreneurship and Social Capital. Analysing the Impact of Social Networks on Entrepreneurial Activity from a Rational Action Perspective, International Small Business Journal, vol 25, n. 3, 220-244.
- Chahinian, R. (2010) L'imprenditorialità nella conoscenza e nell'innovazione, in "L'industria" 1, pp. 93-122.
- Chen, C. C., Greene, P. G. e Crick, A. (1998) Does Entrepreneurial Self Efficacy Distinguish Entrepreneurs from Managers?, Journal of Business Venturing, (13, 4): 295- 316.
- Comeche J.M., Loras J. (2010), "The influence of variables of attitude on collective entrepreneurship", International Entrepreneurship e Management Journal (6): 23 – 38.
- Commissione Europea (2003) Libro verde. L'imprenditorialità in Europa, COM(03) 27 [http:// ec.europa.eu/enterprise.htm](http://ec.europa.eu/enterprise.htm).
- Commissione Europea (2003), "Libro verde: L'imprenditorialità in Europa", Bruxelles, COM 27.
- Commissione Europea (2004), "Educazione allo spirito imprenditoriale" Relazione finale del gruppo di esperti "educazione allo spirito imprenditoriale". Progredire nel promuovere gli atteggiamenti e le capacità imprenditoriali nella scuola primaria e secondaria <http://europa.eu.int/comm/enterprise/entrepreneurship/index.htm>.
- Commissione Europea (2004), "Piano D'azione: Un'agenda Europea Per L'imprenditorialità", Bruxelles, COM 70

- Commissione Europea (2004), "Contribuire a creare una cultura imprenditoriale: guida alle buone prassi nel promuovere attitudini e competenze imprenditoriali attraverso l'istruzione", http://europa.eu.int/comm/enterprise/entrepreneurship/support_measures/training_education/index.htm
- Deakins, D. (1996) *Entrepreneurship and Small Firms*, McGraw-Hill, Londra.
- Delai, N. (a cura di) (2007) *L'industria per il futuro. Reinvestire il capitale imprenditoriale del territorio*, FrancoAngeli, Milano.
- Favretto G. e Sartori, R. (2007), "Le età dell' impresa: giovani imprenditori e lavoratori esperti", Franco Angeli
- Ferrante F. e Sabatini F. (2007) *Education, social capital and entrepreneurial selection in Italy*, MPRA Paper No. 2451 <http://mpa.ub.uni-muenchen.de/2451/>
- Firkin P. (2001) *Entrepreneurial Capital: a Resource-Based Conceptualisation of Entrepreneurial Process*, Working Paper n. 7, Albany and Palmerston North, Labour Market Dynamics Research Programme.
- Foderà, R., Notarstefano, G. e Pipitone, V. (2012) *Diventare imprenditori in aree marginali: necessità o missione impossibile?*, mimeo.
- Formez (2007) *Programma per l'innovazione e l'imprenditorialità, Fondi strutturali e programmi comunitari*, in www.europa.formez.it.
- Fritsch M. e Schiude J. (a cura di) (2006) *Entrepreneurship in the Region*, ISEN-Springer Science Business Media Inc., New York..
- Fucà, M. C. e Notarstefano, G. (2013) *Imprenditorialità e capitale umano in aree a ritardo di sviluppo: un'indagine sulle attitudini imprenditoriali degli studenti agrigentini*, articolo sottomesso a rivista.
- Gagliardi, C. e Mauriello, D. (2005) *Il processo di enterprise creation e i percorsi di crescita delle nuove imprese*, in Unioncamere (a cura di), "Le nuove imprese in Italia 1998-2002", FrancoAngeli, Milano.
- Garofalo G. e Sabatini F. (a cura di) (2008) *Homo oeconomicus? Dinamiche imprenditoriali in laboratorio*, Il Mulino, Bologna.
- Gartner W. B. (1985) *A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation*, *Academy of Management Review*, 10(4), 696-706.
- Guerrero M., Rialp J., Urbano D. (2006), *The impact of desirability and feasibility on entrepreneurial intentions: A structural equation model*, *International Entrepreneurship e Management Journal* (4):35-50.
- Guiso, L., Sapienza, P. e Zingales L. (2010) *Civic Capital as the Missing Link*, NBER Working Progress 15845.
- Iezzi, D. F. (2009), "Statistica per le scienze sociali. Dalla progettazione dell'indagine all'analisi dei dati", Carocci, Roma.

- Ireland R. D. , Hitt M. A. e Sirmon D. G. (2003) A Model of Strategic Entrepreneurship: The Construct and its Dimensions, *Journal of Management* vol. 29; 963.
- ISTAT (1998) L'impianto normativo, metodologico e organizzativo, Censimento intermedio dell'industria e dei servizi, in www.istat.it.
- ISTAT (2006) Le nuove attività imprenditoriali. Anno 2005, *Statistiche in breve* in www.istat.it.
- ISTAT (2008) La demografia d'impresa. Anno 2001-2006, *Statistiche in breve* in www.istat.it.
- Kickul J., Gundry L.K., Barbosa S.D., Whitcanack L. (2009), "Intuition Versus Analysis? Testing Differential Models of Cognitive Style on Entrepreneurial Self-Efficacy and the New Venture Creation Process", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Baylor University.
- Kirzner, I. M. (1973). *Competition and Entrepreneurship*. Chicago: University of Chicago Press.
- Kirzner, I. M. (1999) Creativity and/or Alertness: A Reconsideration of the Schumpeterian Entrepreneur, *Review of Austrian Economics*, 11: 5-17.
- Knight, F. (1960) *Rischio, incertezza e profitto*, La nuova Italia, Firenze.
- Lasagni, A. (2007) Il capitale imprenditoriale nel settore delle tecnologie dell'informazione: un'analisi empirica per l'Italia, *Sviluppo locale*, XII, 29-30, 61-82.
- Liebenstein, H. (1987) Entrepreneurship, Entrepreneurial Training and X-efficiency Theory, in *Journal of Economic Behaviour and Organization*, 8, 2, pag. 191-205.
- Liñán, F. e Chen, Y. W. (2009) Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions, in *Entrepreneurship: Theory and Practice*, (33, 3): 593 -617.
- Liñán, F., Urbano, D. e Guerrero, M. (2011) Regional Variation in Entrepreneurial Cognitions: Start-Up Intentions of University Students in Spain, in *Entrepreneurship and Regional Development* (23, 3-4): 443-453.
- Lindsay, N. J. (2005) Toward A Cultural Model of Indigenous Entrepreneurial Attitude, *Academy of Marketing Science Review*, vol. 2005, n. 25.
- Lo Jacono. V. e Notarstefano. G. (2007) *Determinanti territoriali della formazione di nuove imprese* , *Scritti di Statistica Economica* n. 14, Liguori, Napoli.
- Mariti, P. (a cura di) (1990), *La formazione di nuove imprese*, FrancoAngeli, Milano.
- McStay, D. (2008), *An investigation of undergraduate student self-employment intention and the impact of entrepreneurship education and previous entrepreneurial experience*, Bond University.

- McCline, R. L., Bhat, S., & Baj, P. (2000). Opportunity recognition: an exploratory investigation of a component of the entrepreneurial process in the context of the health care industry. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 25(2), 81-94.
- Mcgee, J.E., Peterson, M., Mueller, S.L. e Sequeira, J.M. (2009), "Entrepreneurial Self-Efficacy: Refining the Measure", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Baylor University.
- Milio S., Notarstefano G. e Scuderi R. (2011) Le determinanti dell'imprenditorialità: alcune evidenze a partire dall'indagine FOBS, paper presentato alla XXXII Conferenza Italiana di Scienze Regionali, Torino.
- Minniti, M. e Lèvesque, M. (2008), Recent Developments In The Economics Of Entrepreneurship, *Journal of Business Venturing* (23) 603 - 612.
- Mussati, G. (1990) (a cura di) All'origine dell'imprenditorialità. La nascita di nuove imprese: analisi teorica e verifiche empiriche, ETASlibri, Milano.
- Notarstefano G. (2002), Le determinanti dell'imprenditorialità. Un modello interpretativo, in Notarstefano G. (a cura di) "Imprenditorialità: tratti, fatti e ritratti. Misure e modelli per l'analisi del fenomeno imprenditoriale", Anteprema editore, Palermo.
- Notarstefano, G. (2007) L'analisi del fabbisogno occupazionale nell'area palermitana in Buccafusco, A. (a cura di) Il futuro oltre lo "stretto". Indagine sul capitale umano: i diplomandi nel sistema locale del lavoro di Palermo, Franco Angeli, Milano.
- Notarstefano G. e Scuderi R. (2009) Per una stima dei divari di imprenditorialità: misure, "geografie" ed interpretazioni, presentato alla XXX Conferenza Nazionale AISRe svoltasi a Firenze.
- Oosterbeek H., van Praag M. e Ijsselstein A. (2010) The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation in *European Economic Review* 54, 442-454.
- Oxenfeldt A. R. (1945) New Firms and Free Enterprise: Pre-War and Post-War Aspects in *The Accounting Review*, Vol. 20, No. 1 (Jan., 1945), pp. 123-124.
- Peneder M. (2009), "The Meaning of Entrepreneurship: A Modular Concept", *Journal of Industry Competition and Trade* (9): 77-99.
- Peterman E.N., Kennedy J. (2003), "Enterprise Education: Influencing Students' Perceptions of Entrepreneurship", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Baylor University.
- Presutti M. (2005) Il capitale sociale. Da relazione a risorsa imprenditoriale, Bonomia University Press.
- Robinson P.B., Stimpson D.V., Huefner J.C., Hunt H.K. (1991), An attitude Approach to the prediction of Entrepreneurship, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Baylor University.
- Scott, M. G. e Twomey D. F. (1988) The Long-Term Supply of Entrepreneurs: Students' Career Aspirations in Relation to Entrepreneurship, in *Jurnal of Small Business Management*, (26, 4): 5 - 13.

- Shane S. e Venkataraman S. (2000) The promise of entrepreneurship ad a field of research, *Academy of Management Review*, vol. 25, 217-226.
- Shumpeter, J. A. (1993) *L'imprenditore e la storia dell'impresa. Scritti 1927-1949*, Universale Bollati Boringhieri, Torino.
- Sutter R. (2008) The Existence of Positive Psychological Environments and Their Impact on Regional Entrepreneurship in *The Journal of Regional Analysis and Policy* 38(3): 279-292.
- Terrasi, M. (1990) I fattori spaziali con particolare riferimento all'Italia, in Mariti, P. (a cura di), "La formazione di nuove imprese", FrancoAngeli, Milano.
- Toninelli ,P. A. (2006) *Storia d'impresa*, Il Mulino, Bologna.
- Torrise, S. (2002) *Imprenditorialità e distretti ad alta tecnologia. Teoria ed evidenza empirica*, FrancoAngeli, Milano.
- Ulhoi J. P. (2005) The Social Dimensions of Entrepreneurship, *Technovation*, 25, 939-946.
- Van Stel A. J. (2005) *Entrepreneurship and Economic Growth Some Empirical Studies*, EUR working papers, http://publishing.eur.nl/ir/repub/asset/1914/few_stel_20050310.pdf .
- Wennekers S., Thurik R. (1999), "Linking Entrepreneurship and Economic Growth", EIM Small Business Research and Consultancy,
- Zaho, H., Seibert, E. E. e Hills, G. E. (2005) The Mediating Role of Self-Efficacy in the Developmet of Entrepreneurial Intentions, *Journal of applied Psychology* (90, 6): 1265 - 1272.

Appendice 1 – Alcuni studi empirici a confronto

Autori/anno	Teoria	Obiettivo studio	Questionario	Campione
Robinson, Stimpson, Huefner, Hunt, 1991	Orientamento all'attitudine imprenditoriale (Robinson, Stimpson, Huefner, Hunt)	-Sviluppare la scala EAO -Convalidare la scala EAO	75 item suddivise in 4 dimensioni (realizzazione, innovazione, controllo personale, autostima). 3 tipi di reazioni misurate (affettiva, cognitiva, comportamentale)	-91 studenti di psicologia -54 imprenditori e 57 non imprenditori
Mccline, Bhat, Baj, 2000	Orientamento all'attitudine imprenditoriale (Robinson, Stimpson, Huefner, Hunt)	-Ampliare la scala EAO	-75 item suddivisi in 4 dimensioni (realizzazione, innovazione, locus of control, autostima). 3 tipi di reazioni misurate affettiva, cognitiva comportamentale) - 11 item per la scala ERW - 7 item per la scala EOR	- 515 infermieri registrati all'NNBA
Peterman, Kennedy, 2003	Modello degli eventi imprenditoriali (Shapero)	-valutare gli effetti della partecipazione ad un programma di formazione aziendale sull'intenzione di avviare un business	- 1 item per le intenzioni di avviare un business, 5 item sulla fattibilità percepita, 3 item sulla desiderabilità percepita, 4item sulle esperienze imprenditoriali	-117 studenti per il gruppo di partecipazione al programma e 119 per il gruppo di controllo iscritti nella stessa scuola
Guerrero, Rialp, Urbano, 2006	Modello del potenziale imprenditore (Krueger & Carsrud)	-Analizzare la relazione tra desiderabilità e fattibilità sulle intenzione di avviare un business	-2 item sull'intenzione di avviare un business, 1 item sulla desiderabilità e 1 item sulla fattibilità	- 719 studenti universitari di cui 279 iscritti a corsi attinenti con l'imprenditorialità, 300 iscritti a corsi non attinenti all'imprenditorialità e 140 iscritti al corso di ingegneria
McGee, Peterson, Muller e Sequeira, 2009	Modello dell'autoefficacia e delle intenzioni imprenditoriali (Boyd e Vozikis)	-Raffinare e standardizzare il costruito ESE	- 3 item per la fase della ricerca, 4 item per la pianificazione, 3 item per l'assemblaggio, 5 item per l'attuazione delle persone e 3 per l'attuazione finanziaria	- 303 individui di cui 142 maschi e 161 femmine diversi per istruzione, etnia ed esperienze lavorative
Athayde, 2009	Orientamento all'attitudine imprenditoriale (Robinson, Stimpson, Huefner, Hunt)	-sviluppo e verifica dell'affidabilità del test ATE -Influenza delle caratteristiche demografiche sul "potenziale d' impresa"	-18 item suddivisi in 4 dimensioni (leadership, creatività, realizzazione, controllo personale). 3 tipi di reazioni misurate (affettiva, cognitiva, comportamentale)	- 122 ragazzi e 127 ragazze da 3 scuole private, 3 scuole statali con età media pari a 17
Raposo, Paco, Ferreira, Rodrigues, Dinis, 2011	Teoria del comportamento pianificato (Ajzen)	-individuare i fattori influiscono sull'intenzione di avviare un business su studenti della scuola superiore.	-5 item sulle attitudini personali, 1 item sulle norme soggettive, 6 sul controllo comportamentale, 6 sulle intenzioni imprenditoriali	-74 studenti (47% femmine e 53% maschi) con età compresa tra i 14-15 anni

Fonte: Nostra Elaborazione

Appendice 2 – Principali risultati dell'indagine svolta sugli studenti del corso di laurea LM77
– Economia

Tabella 1A - Identikit dei rispondenti

<i>Genere, età, iscrizione, anno di corso, titolo di studio conseguito fino ad oggi</i>	<i>Quantità</i>	<i>%</i>
Maschio	54	62,79
Femmina	32	37,21
Totale	86	100,0
Classi di età		
23-24	35	
25-26	28	40,7%
27-29	19	32,6%
30 e oltre	4	22,1%
		4,7%
<i>Totale</i>	86	100,0

Tabella 1B - Identikit universitario dei rispondenti

<i>Anno di iscrizione all'università (in media)</i>	2006	
<i>titolo di studio conseguito fino ad oggi</i>	Laurea triennale	
<i>Anno di corso attuale</i>	<i>Quantità</i>	<i>%</i>
1° anno	49	57,97
2° anno	32	37,21
Fuori corso	2	4,82

Tabella 2 - Background familiare

<i>Background familiare</i>	<i>Quantità</i>	<i>%</i>
<i>Con chi vivi?</i>		
Con famiglia di origine	73	85,88
Da solo/a	8	9,30
Con parenti e/o amici	5	5,81
<i>Dove vivi?</i>		
Nella città dove sono nato/a	58	67,44
In una città diversa da dove sono nato/a per scelta	7	8,14
In una città diversa da dove sono nato/a per esigenze di studio/lavoro	21	24,42
Totale	86	100,0

Tabella 3 - Background familiare

<i>Background familiare</i>	<i>Quantità</i>	<i>%</i>
<i>Titolo di studio conseguito da tua madre</i>		
Media	8	9,3
Diploma	58	67,4
Laurea	16	18,6
Altro	4	4,7
Totale	86	100,0
<i>Titolo di studio conseguito da tuo padre</i>		
Media	13	15,1
Diploma	46	53,5
Laurea	23	26,7
Altro	4	4,7
Totale	86	100,0

Tabella 4 - *Background familiare*

<i>Background familiare</i>	<i>Quantità</i>	<i>%</i>
Studenti con genitori che possiedono un'attività (impresa)	22	25,9
Casi in cui l'attività è familiare	20	90,9

Tabella 5 - *Background lavorativo*

<i>Background lavorativo</i>	<i>Quantità</i>	<i>%</i>
Studenti con precedente esperienza lavorativa	57	66,3
Studenti con esperienza lavorativa in azienda	39	45,9
Studenti che in passato hanno visitato un'azienda	64	79,0

Tabella 6 - *Aspetti caratteriali dei rispondenti*

<i>Quanto credi sia importante nella vita</i>	<i>Punteggio medio (scala 1-7)</i>
Dare il massimo di sé	6,70
Lasciare "un'impronta"	6,01
Migliorare la condizione delle persone	6,13
Vivere bene	6,44

Tabella 7 - *Aspetti caratteriali dei rispondenti*

<i>Come si definisce ciascun rispondente</i>	<i>Punteggio medio (scala 1-7)</i>
Una persona testarda ed ambiziosa che quando si fissa un obiettivo non si arrende fino a quando non lo raggiunge	5,74
Una persona ragionevole che preferisce obiettivi fattibili all'ambizione	4,16
Una persona che attribuisce eventuali fallimenti ad un insufficiente impegno/conoscenza	5,33
Una persona che attribuisce eventuali fallimenti principalmente ad ostacoli esterni	3,17

Tabella 8 - *Propensione imprenditoriale*

<i>Perceived Behavioral Control (PCB)</i>	<i>Punteggio medio (scala 1-7)</i>
Aprire un'attività mia e gestirla sarebbe facile per me	3,73
Sono in grado di controllare il processo di creazione di un'impresa	4,29
Se aprissi un'attività avrei alte possibilità di avere successo	4,58
Ho le conoscenze tecniche base necessarie per avviare un'attività	4,57
Valore medio del Perceived Behavioral Control (PCB)	4,29

Tabella 9 - *Propensione imprenditoriale*

<i>Attitudine e propensione imprenditoriale (PA, EI)</i>	<i>Punteggio medio (scala 1-7)</i>
Una carriera da imprenditore è attraente per me	5,38
Farò qualsiasi sforzo pur di aprire e gestire un'attività mia	5,42
Se ne avessi l'opportunità e le risorse mi piacerebbe aprire un'attività	5,51
Sono determinato/a ad aprire un'attività nel futuro	4,18
Diventare un imprenditore/trice mi darebbe molte soddisfazioni	5,47
Il mio obiettivo è di fare l'imprenditore/trice	4,15
Fare l'imprenditore implica più vantaggi che svantaggi per me	4,33
Valore medio dell'attitudine e della propensione imprenditoriale	4,92

Tabella 10 - *Propensione imprenditoriale*

<i>Subjective norms (SN)</i>	<i>Punteggio medio (scala 1-7)</i>
I miei amici approverebbero se decidessi di aprire un'attività	5,34
La mia famiglia approverebbe la mia decisione di aprire un'attività	5,42
La mia famiglia mi supporterebbe economicamente nella mia decisione di aprire un'attività	5,03
Valore medio delle norme soggettive	5,26

Tabella 11 - *Propensione imprenditoriale*

<i>Hai mai considerato seriamente l'idea di diventare imprenditore?</i>	<i>Quantità</i>	<i>%</i>
Si	53	61,6
No	31	36,0
Non rispondenti	2	2,3
<i>Totale</i>	<i>86</i>	<i>100,0</i>

Tabella 12: - *Aspirazioni per il futuro*

<i>Tenuto conto dei vantaggi e degli svantaggi (economici, personali, sociali, ecc.). Indica quanto sei attratto dalle seguenti opzioni</i>	<i>Punteggi medi (scala 1-7)</i>
Lavorare come dipendente in un'azienda (pubblica/privata)	4,29
Lavorare come dipendente in un'azienda assumendo posizioni di responsabilità	5,68
Lavorare come libero professionista	5,24
Fare l'imprenditore	5,16

Tabella 13 - *Aspetti legati al contesto*

<i>Aspetti legati al contesto</i>	<i>Punteggi medi (scala 1-7)</i>
Quanto saresti disposto a lasciare permanentemente la regione in cui vivi per raggiungere i tuoi obiettivi lavorativi?	4,95
Quanto saresti disposto a lasciare per qualche anno la regione in cui vivi per raggiungere i tuoi obiettivi lavorativi?	5,56

Tabella 14: - *Aspetti legati al contesto*

<i>Considerando la regione in cui vivi, quali pensi che siano le possibilità che si verifichino i seguenti eventi?</i>	<i>Punteggi medi (scala 1-7)</i>
Lavorare come dipendente in un'azienda (pubblica/privata)	3,40
Lavorare come dipendente in un'azienda assumendo posizioni di responsabilità	3,42
Lavorare come libero professionista	4,47
Fare l'imprenditore	3,85

Tabella 15 - *Percezioni relative alla società e al contesto*

<i>Percezioni relative alla società e al contesto</i>	<i>Punteggio medio (scala 1-7)</i>
Percezione dei valori che la società attribuisce all'attività imprenditoriale (Social Valuation)	3,33
<i>Percezione dell'adeguatezza del contesto rispetto allo svolgimento di attività imprenditoriali</i> <i>Visione di un contesto poco favorevole:</i> Nella regione in cui vivo le condizioni socio-economiche rendono difficile fare l'imprenditore	5,47
La regione in cui vivo non ha le caratteristiche per favorire la creazione di nuove imprese	4,62
<i>Visione di un contesto favorevole:</i> Nella regione in cui vivo l'imprenditore è visto come una persona di successo	4,62
La regione in cui vivo ha le risorse per stimolare l'imprenditorialità	2,99

Tabella 16 - *Percezione delle proprie competenze imprenditoriali*

<i>Quanto pensi di essere dotato delle seguenti competenze imprenditoriali</i>	<i>Punteggi medi (scala 1-7)</i>
Capacità di riconoscere un'opportunità	5,07
Essere creativo	5,14
Capacità di <i>problem solving</i>	5,55
Capacità di leadership e comunicazione	5,34
Capacità di sviluppare nuovi prodotti e servizi	4,81
Capacità di networking e di costruire una rete di contatti	5,14

Tabella 17 - *Competenze imprenditoriali e università*

<i>Indica quali delle tue competenze stai sviluppando grazie all'università</i>	<i>Punteggi medi (scala 1-7)</i>
Capacità di riconoscere un'opportunità	4,08
Essere creativo	3,64
Capacità di <i>problem solving</i>	4,68
Capacità di leadership e comunicazione	4,42
Capacità di sviluppare nuovi prodotti e servizi	3,86
Capacità di networking e di costruire una rete di contatti	3,95

Tabella 18 - *Competenze imprenditoriali e università*

<i>Indica quanto ti reputi idoneo a svolgere le seguenti attività</i>	<i>Punteggi medi (scala 1-7)</i>
Risolvere problemi	5,41
Gestire denaro	5,76
Essere creativo	5,22
Convincere le persone della bontà delle tue idee	5,62
Essere un leader	5,47
Prendere decisioni	5,78

Tabella 19 - *Conoscenza delle fonti di assistenza per imprenditori*

<i>Indica il tuo livello di conoscenza relativamente a queste fonti di assistenza per gli imprenditori</i>	<i>Punteggi medi (scala 1-7)</i>
Associazioni di categoria	3,95
Camera di commercio	4,12
Enti per la formazione di giovani imprenditori	3,5
Enti che forniscono prestiti agevolati per imprenditori	3,67
Enti che offrono supporto a chi vuole aprire un'attività	3,55
Incubatori	3,59
Microcredito	3,77

Tabella 20 - *I fattori critici di successo che gli studenti riconoscono in generale*

<i>Indica quanto ritieni siano importanti i seguenti fattori per il successo imprenditoriale</i>	<i>Punteggio medio (scala 1-7)</i>
Guidare un'azienda nota a livello locale/nazionale/internazionale	4,83
Raggiungere elevati livelli di guadagni	4,92
Fare un lavoro che veramente piace	6,01
Ottenere il consenso della società	5,67
Aiutare le persone che vivono nella mia regione a risolvere problemi	5,26
Mantenere in vita l'impresa	5,92
Mantenere un trend di crescita	6,04

Tabella 21 - *Fattori critici di successo che gli studenti individuano per la crescita*

<i>Indica quanto pensi che siano importanti, al giorno d'oggi, le seguenti azioni per espandere un tuo eventuale business</i>	<i>Punteggi medi (scala 1-7)</i>
Esportare in larga parte i miei prodotti	5,42
Introdurre costantemente nuovi prodotti e servizi	5,68
Introdurre costantemente nuovi processi o sistemi	5,66
Condurre progetti di ricerca e sviluppo	6,09
Pianificare nel dettaglio ogni attività aziendale	5,86
Ricercare accordi di cooperazione o partnership con altre imprese	6,10
Offrire ai miei dipendenti corsi di aggiornamento e specializzazione	5,91
Crescere in termini di dipendenti e di struttura	5,33

Tabella 22 - *Conoscenza personale di imprenditori*

<i>Conosci personalmente qualche imprenditore?</i>	<i>Quantità</i>	<i>%</i>
No	27	31,4
Sì, ne conosco 1	8	9,3
Sì, ne conosco 2	12	14,0
Sì, ne conosco 3	9	10,5
Sì, ne conosco più di 3	29	33,7
Totale	85	98,8
Non rispondenti	1	1,2
Totale	86	100,0

Tabella. 23 - Valutazione da parte degli studenti degli imprenditori di loro conoscenza

	<i>Punteggi medi (scala 1-7)</i>
<i>L'imprenditore proviene dalla famiglia</i>	
Quanto ne sai della sua attività imprenditoriale?	4,74
Quanto potrebbe essere definito come un buon imprenditore?	5,15
<i>L'imprenditore proviene dal gruppo di amici</i>	
Quanto ne sai della sua attività imprenditoriale?	4,67
Quanto potrebbe essere definito come un buon imprenditore?	4,94
<i>L'imprenditore è il mio datore di lavoro</i>	
Quanto ne sai della sua attività imprenditoriale?	3,42
Quanto potrebbe essere definito come un buon imprenditore?	4,0
<i>L'imprenditore non appartiene a nessuna delle categorie precedenti</i>	
Quanto ne sai della sua attività imprenditoriale?	3,96
Quanto potrebbe essere definito come un buon imprenditore?	4,25

ABSTRACT

Entrepreneurship is "a state of mind", so it has something to do with people's choices. Several theoretical models have been proposed and many surveys aimed to detect the intensions behind the "entrepreneurial choice." The intentions of the entrepreneur affect the development and organization of his business, as well as also his ability to succeed.

If the intentions of supporting the entrepreneurial motivation to be able to translate into entrepreneurial propensity will need to interact with the external environment

This paper aims to carry out a review of the main questionnaires used in recent surveys, then presents the results of some empirical studies on two different samples of young people: the first relating to a group of high school students, the second for a group college students and the third a sample of young unemployed living in deprived areas.