
TEZA DE DOCTORAT

Cercetări privind factorii de succes în antreprenoriat

(REZUMAT AL TEZEI DE DOCTORAT)

Doctorand Ing. **Garofița Loredana Veja (căș. Ilieș)**

Conducător de doctorat **Prof. univ. Dr. Felix H. Arion**



INTRODUCERE

Antreprenoriatul este principalul vector al dezvoltării economice și competitivității, facilitând evoluția socială a diverselor segmente ale populației. Criza economică a determinat decidenții Uniunii Europene să acorde o atenție sporită auto-angajării și antreprenoriatului, considerate catalizatori pentru redresarea economică. Studiile arată că microîntreprinderile reprezintă între 70-95% din totalul firmelor și angajează o treime din forța de muncă privată, evidențind rolul antreprenoriatului în combaterea excluziunii sociale și a șomajului (OECD, 2017; CATHERINE LAFFINEUR și colab., 2017).

Intențiile antreprenoriale reprezintă judecăți individuale privind probabilitatea de a iniția o afacere, fiind primul pas în procesul antreprenorial (CRANT, 1996). Motivația, cunoștințele și abilitățile necesare, cum ar fi vânzările, leadership-ul și planificarea, influențează succesul antreprenorial (SHANE și colab. 2012). Atitudinile pozitive față de antreprenoriat sunt formate în familie, la școală, în societate și la locul de muncă, reflectând credințele și percepțiile individuale determinate de personalitate, educație și experiențe (MUELLER, 2004). Astfel, educația antreprenorială este esențială pentru dezvoltarea unor abilități și atitudini necesare adaptării într-un mediu antreprenorial global în continuă schimbare (EUROPEAN COMMISSION, 2020).

SCOPUL SI OBIECTIVELE CERCETĂRII

Antreprenoriatul este un domeniu de cercetare important atât la nivel internațional, cât și național, cu factori multipli care influențează succesul și intenția antreprenorială. Înțelegerea motivelor din spatele intenției antreprenoriale poate îmbunătăți ecosistemul antreprenorial dintr-o regiune. Teza de doctorat discută **analiza intenției antreprenoriale** în România și stabilește obiective pentru a atinge acest scop.

- Analizarea mediului antreprenorial din România
- Identificarea percepției asupra antreprenoriatului
- Determinarea factorilor care influențează intenția antreprenorială a rezidenților a implicat
- Analiza comparativă a intenției antreprenoriale în funcție de pregătirea respondenților.

METODE DE CULEGERE ȘI ANALIZĂ A DATELOR

Datele au fost colectate online printr-un chestionar Google Forms, adaptat după LIÑÁN și colaboratorii săi (2011), care evaluează intenția antreprenorială, capacitatea antreprenorială, atracția profesională, normele

sociale și caracteristicile socio-demografice, cu analiza datelor prin metode statistice specifice. Acest chestionar a fost distribuit pe rețele sociale și trimis colaboratorilor de la universitățile partenere pentru diseminare în rândul absolvenților. Culegerea datelor a avut loc între martie și decembrie 2021. Doar formularele complete au fost validate și analizate ulterior.

Datele colectate prin ancheta online au fost analizate folosind metode statistice descriptive și testul Shapiro-Wilk pentru a verifica normalitatea distribuției. Testul t a fost utilizat pentru a evalua semnificația diferențelor dintre valorile medii ale grupurilor. Regresia liniară multiplă a determinat influența variabilelor independente asupra intenției antreprenoriale. Analiza factorială a fost folosită pentru a defini structura variabilelor și pentru reducerea datelor, iar analiza componentelor principale a necesitat un eșantion minim de 50 de observații și un raport de 5 observații per variabilă. Testul Bartlett și criteriul KMO au verificat adecvarea datelor pentru analiza factorială, iar selecția factorilor s-a bazat pe valori proprii și varianța explicată.

PRINCIPALELE REZULTATE

Analiza componentelor principale s-a realizat pe baza valorilor proprii pentru a accesa dimensionalitatea celor 20 de itemi (Tabelul 6.18.). Pentru a respecta regulile analizei componentelor principale, s-a asigurat un raport minim de 10:1 între numărul de observații valide și numărul de itemi analizați. Măsura generală Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) a eșantionării este 0,94, iar testul Bartlett de sfericitate este semnificativ ($\chi^2 = 14645,06$, $p < 0,000$), indicând că datele sunt potrivite pentru analiza componentelor principale (KAISER, 1974; DING și HE, 2004). Analizând valoarea comunalităților rezultate în urma aplicării metodei componentelor principale, s-a decis păstrarea tuturor variabilelor în analiză. Reținerea numărului de factori s-a realizat aplicând regula valorii proprii ≥ 1 . În urma analizei componentelor principale cu rotația Varimax și normalizare Kaiser, a fost reținută o soluție cu patru factori, cu valori proprii între 1,127 și 11,99. Această soluție explică 82,3% din varianța totală. Încărcările factorilor depășesc valorile minime de $\pm 0,300$ recomandate (HAIR și colab., 2013).

Primul factor, „**Intenția antreprenorială**”, reprezintă 59,96% din varianță, cu o valoare proprie de 11,99. Are o medie de $4,42 \pm 1,88$ și o consistență internă bună ($\alpha = 0,967$). Este compus din șase itemi, inclusiv intenția de a înființa o firmă ($4,70 \pm 2,113$), eforturile necesare ($4,44 \pm 1,996$), obiectiv profesional ($4,15 \pm 2,015$) și sacrificiile necesare ($3,95 \pm 1,888$).

Al doilea factor, „**Capacitatea antreprenorială**” ($4,23 \pm 1,71$), reprezintă 9,91% din varianță și are o valoare proprie de 1,982. Testul alfa lui Cronbach ($\alpha = 0,953$) indică o consistență internă bună. Include șase itemi despre detaliile practice pentru a înființa o firmă ($4,26 \pm 1,978$), cunoștințele pentru dezvoltarea unui proiect antreprenorial ($4,15 \pm 1,935$), procesul de creare a unei noi firme ($4,25 \pm 1,894$) și încrederea în propriile abilități ($4,48 \pm 1,824$).

Al treilea factor, „**Atracția profesională**”, are o consistență internă bună ($\alpha = 0,945$), o valoare proprie de 1,366 și o varianță de 6,831%. Este format din cinci itemi despre atractivitatea de a fi antreprenor ($5,07 \pm 1,800$), resursele și oportunitățile necesare ($5,49 \pm 1,695$), satisfacția de a fi antreprenor ($5,31 \pm 1,680$) și avantajele antreprenoriatului ($5,00 \pm 1,584$).

Al patrulea factor, „**Evaluarea socială**”, este compus din trei itemi cu o bună consistență internă ($\alpha = 0,809$). Respondenții au menționat că susținerea antreprenorială vine de la membrii familiei ($5,49 \pm 1,725$) și colegi ($5,49 \pm 1,625$). Acest factor are o valoare proprie de 1,127 și explică 5,636% din varianța totală a modelului.

Tabelul 6.18.

Table 6.18.

***Analiza componentelor principale
Principal component analysis results***

Valoarea proprie/ Eigenvalue	Varianța/ Variance %	Factor/ Factor	Item / Item	Încărcările factorilor/ Factor Loading	Media/ Mean	DS/ SD
11.994	59.969	Intenția antreprenorială/ Entrepreneurial intention mean = 4.42 SD = 1.8897	Sunt hotărât să demarez o afacere în viitor/ I'm determined to create a firm in the future	0,893	4,54	2,093
			Am intenția fermă de a demara o afacere într-o zi/ I've got the firm intention to start a firm some day	0,869	4,70	2,113
			M-am gândit foarte serios la înființarea unei afaceri/ I have very seriously thought about starting a firm	0,867	4,62	2,031
			Voi depune toate eforturile pentru a demara propria afacere/ I will make every effort to start and run my own firm	0,802	4,44	1,996

Cercetări privind factorii de succes în antreprenoriat

			Scopul meu profesional este să devin un antreprenor/ My professional goal is becoming an entrepreneur	0,756	4,15	2,015
			Sunt gata să fac orice pentru a fi antreprenor/ I'm ready to do anything for becoming an entrepreneur	0,647	3,95	1,888
			Știu cum să dezvolt un proiect antreprenorial/ I know how to develop an entrepreneurial project	0,834	4,15	1,935
			Cunosc detaliile practice necesare pentru a începe o afacere/ I know the necessary practical details to start a firm	0,811	4,26	1,978
		Capacitatea antreprenorială	Pot controla procesul de creare a unei noi afaceri/ I can control the creation of/process of a new firm	0,807	4,25	1,894
1.982	9.910	Entrepreneurial capacity mean = 4.23 SD = 1.7168	Sunt pregătit să încep o afacere viabilă/ I'm prepared to start a viable firm	0,721	4,33	1,895
			Dacă aș încerca să încep o afacere, aș avea o mare probabilitate de a reuși/ If I tried to start a firm, I would have a high probability of succeeding	0,718	4,48	1,824
			Demararea unei afaceri și apoi menținerea sa în activitate, ar fi relativ simplu pentru mine/ Starting a firm and keeping it working would be easy for me	0,702	4,18	1,736
		Atracția profesională	A fi antreprenor mi-ar aduce multe satisfacții/ Being an entrepreneur would entail great satisfaction for me	0,826	5,31	1,680
1.366	6.831	Professional attraction mean = 5.21 SD = 1.5534	Dintre diversele opțiuni mi-aș dori să fiu antreprenor/ Among various options, I'd rather be an entrepreneur	0,810	5,17	1,756
			O carieră ca și antreprenor este atractivă pentru mine/ A career as entrepreneur is attractive for me	0,785	5,07	1,800

			Dacă aş avea ocazia și resursele, aş dori să încep o afacere/ If I had the opportunity and resources, I'd like to start a firm	0,771	5,49	1,695
			A fi antreprenor presupune mai multe avantaje decât dezavantaje/ Being an entrepreneur implies more advantages than disadvantages to me	0,686	5,00	1,584
			În rândul prietenilor/ Your friends	0,876	5,08	1,651
1.127	5.636	Norme sociale/ Social valuation mean = 5.34 SD = 1.4224	În rândul colegilor/ Your colleagues and mates	0,861	5,49	1,625
			În mediul familial/ Your close family	0,700	5,49	1,725
Total	82,346,					
	variance	$\alpha = 0,963$				

Sursa: adaptare după GAROFIȚA LOREDANA ILIEȘ și colab. (2023)

Source: adapted after GAROFIȚA LOREDANA ILIEȘ et al. (2023)

Pe baza modelului au fost enunțate următoarele ipoteze:

H1: Capacitatea antreprenorială are o influență semnificativă asupra intenției antreprenoriale.

H2: Atracția profesională are o influență semnificativă asupra intenției antreprenoriale.

H3: Mediul social (normele sociale) are o influență semnificativă asupra intenției antreprenoriale.

H4: Educația antreprenorială are o influență semnificativă asupra intenției antreprenoriale.

Rezultatele analizei de regresie (Tabelul 6.19.) au arătat că variabilele independente prezic semnificativ intenția antreprenorială, $F(4, 577) = 235,58$, $p < 0,05$. Intenția antreprenorială este influențată pozitiv de mediul economic/educația antreprenorială ($\beta = 0,280$, $p < 0,05$), capacitatea antreprenorială ($\beta = 0,527$, $p < 0,05$) și atracția profesională ($\beta = 0,476$, $p < 0,05$), dar este influențată negativ de normele sociale ($\beta = -0,102$, $p < 0,05$). Rezultatele susțin toate cele patru ipoteze enunțate anterior.

Tabelul 6.19.

Table 6.19.

**Modelul de regresie
Regression analysis.**

Variabile / Variables	Model /Model
Variabila dependentă / Dependent variable	
Intenția antreprenorială/ Entrepreneurial intention	
Variable independente / Independent variables	
Constanta / Constant	0,110 ***
Background economic/educație antreprenorială / Economic background/entrepreneurial education ¹	0,280 ***
Capacitatea antreprenorială/ Entrepreneurial capacity	0,527 ***
Atracția profesională/ Professional attraction	0,476 ***
Norme sociale/ Social valuation	-0,102 ***
R²	0,620

Notă: Nivel de semnificație: *** 0,1%; 1 mediul economic/educația antreprenorială variabilă dummy: 1 da, 0 nu/ Note: Sig. level: *** 0.1%; economic background/entrepreneurial education dummy variable: 1 yes, 0 no.

Sursa: adaptare după GAROFIȚA LOREDANA ILIEȘ și colab. (2023)

Source: adapted after GAROFIȚA LOREDANA ILIEȘ et al. (2023)

Rezultatele analizei de regresie au relevat faptul că intenția antreprenorială este influențată semnificativ pozitiv de educația antreprenorială, capacitatea antreprenorială și atracția profesională, în timp ce acestea sunt influențate semnificativ negativ de validarea socială. Aceste rezultate sunt diferite de cele din studiile lui LINDQUIST și colab. (2015) și FATOKI (2014), care au descoperit că sprijinul părinților pentru activitățile antreprenoriale ar putea influența interesul pentru implicarea în antreprenoriat. Totuși, rezultatele sunt în concordanță cu cele ale studiilor lui OZARALLI și RIVENBURGH (2016), LIÑÁN și colab. (2005) și MUELLER (2006), care ajung la concluzii similare privind influența familiei asupra intenției antreprenoriale.

Au fost elaborate două modele în vederea analizării regresiei grupului cu studii economice/antreprenoriale (Tabelul 6.29.).

Modelul 1 include variabile de control (vârstă, gen, venit, cunoștințe despre împrumuturi și asistență tehnică pentru demararea afacerii) și explică 11,6% din varianță.

Modelul 2 adaugă variabilele independente (atracția profesională, capacitatea antreprenorială) și explică 60,5% din varianță. Modelul 2 a indicat că variabilele independente prezic semnificativ intenția antreprenorială, $F(6,305) = 77,25$, $p < 0,001$. Intenția antreprenorială este influențată pozitiv de cunoștințele despre ajutorul tehnic ($\beta = 0,172$, $p < 0,001$), atracția profesională ($\beta = 0,327$, $p < 0,001$) și capacitatea

antreprenorială ($\beta = 0,719$, $p < 0,001$), dar negativ de vârstă ($\beta = -0,032$, $p < 0,001$) și evaluarea socială ($\beta = -0,230$, $p < 0,001$). Rezultatele susțin ipotezele, dar indică un impact negativ al evaluării sociale asupra intenției antreprenoriale. Aceste constatări sunt în concordanță cu cercetările anterioare privind influența pozitivă a capacității antreprenoriale asupra intenției antreprenoriale (LIÑÁN et al., 2011; PĂUNESCU et al., 2018).

Tablelul 6.29.**Table 6.29.**

Analiza regresiei (studii economice)
Regression analysis (economic background).

Variabilele dependente/ Dependent variable	Model 1	Model 2
Intenția antreprenorială/ Entrepreneurial intention		
Variabilele independente/ Independent variable		
Constanta/ Constant	4,482***	1,935***
Cunoștințe despre împrumuturi în condiții favorabile/ Knowledge about loans in favorable terms	-	-
Cunoștințe despre asistența tehnică pentru începerea afacerii/ Knowledge about technical aid to start the business	0,260***	0,180***
Vârsta/ Age	-0,026*	-
Genul/ Gender	n.s.	-
Venitul/ Income	n.s.	-
Atracția profesională/ Professional attraction	-	0,327***
Capacitatea antreprenorială/ Entrepreneurial capacity	-	0,719***
Norme sociale/ Social valuation	-	-
		0,230***
R ²	0,116	0,605

Sursa: adaptare după GAROFIȚA LOREDANA ILIEȘ și colab. (2024). Notă: nivel de semnificație: ***- 0,1%; **- 1%; *- 5%; n.s. – nu e semnificativ

Source: adapted after GAROFIȚA LOREDANA ILIEȘ et al. (2024); Note: significance level: ***- 0.1%; **- 1%; *- 5%; n.s.-not significant.

CONCLUZII ȘI RECOMANDĂRI

Locuitorii din NV și V al României sunt atrași de antreprenoriat, în special tinerii, bărbații și cei cu studii economice, dar sunt nemulțumiți de educația antreprenorială actuală, indicând necesitatea adaptării curriculei și promovării programelor de finanțare pentru femei.

Studiul arată că respondenții cu studii economice au o intenție antreprenorială mai mare, percepție pozitivă asupra capacităților lor și preferință pentru cariera antreprenorială, influențate de educația antreprenorială și sprijinul resurselor, în comparație cu cei fără studii economice.

Cercetarea subliniază importanța educației antreprenoriale în regiunile Nord-Vest și Vest ale României și sugerează extinderea studiilor la

alte regiuni și analiza factorilor socio-demografici pentru a adapta curricula și sprijini programele de educație și finanțare antreprenorială.

Rezultatele cercetării sugerează îmbunătățirea educației antreprenoriale, informarea deciziilor politice și sprijinirea dezvoltării economice prin simplificarea procedurilor administrative, oferirea de sprijin financiar pentru start-up-uri și implicarea comunității de afaceri în mentorat și acces la resurse.

ORIGINALITATEA ȘI CONTRIBUȚIILE INOVATIVE ALE TEZEI

Teza testează intențiile antreprenoriale folosind un instrument consacrat, aplicat inițial studenților, oferind o înțelegere detaliată a tendințelor antreprenoriale în regiunile NV și V ale României, și extinde cercetarea dincolo de limitele studiilor anterioare, contribuind la un studiu comprehensiv la nivel național.

Tema de actualitate abordată scoate în evidență problemele relevante în antreprenoriat, fiind pertinentă atât pentru domeniul academic, cât și pentru cel practic, oferind perspective utile pentru cercetări și politici viitoare.

O contribuție inovatoare a tezei este crearea unui instrument de cercetare personalizat pentru măsurarea intențiilor antreprenoriale, adaptat la contextul socio-economic și cultural al României, folosind un chestionar bazat pe modele și teorii existente, dar ajustat pentru specificul românesc.

Implicațiile practice ale cercetării sunt semnificative, recomandările putând modela curricula educațională, dezvolta programe de educație antreprenorială și ghida proiectele de finanțare, precum și să sprijine studenții și antreprenorii în devenire. Învățământul superior ar trebui să includă mai multe cursuri de antreprenoriat pentru a îmbunătăți autoeficacitatea și cunoștințele practice ale studenților.

Teza contribuie cu cercetări originale și oferă instrumente și perspective inovatoare aplicabile în diverse contexte practice, sprijinind astfel un mediu mai favorabil pentru antreprenoriat în România.

BIBLIOGRAFIA SELECTIVĂ

1. Crant, J. M. (1996). The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 34(3), 42-49.
2. Ding, C. S., & He, X. (2004). K-means clustering via principal component analysis. *Proceedings of the 21st international conference on Machine learning*.
3. European Commission. (2020). *Entrepreneurial Education in Europe: Current State and Future Challenges*. Publications Office of the European Union.

4. Fatoki, O. (2014). The entrepreneurial intention of undergraduate students in South Africa: The influences of entrepreneurship education and previous work experience. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(7), 294.
5. Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2013). Partial least squares structural equation modeling: Rigorous applications, better results and higher acceptance. *Long range planning*, 46(1-2), 1-12.
6. Ilieș G.L., I.C., Mureșan, I.D., Arion, F.H. Arion, 2023, The Influence of Economic and Entrepreneurial Education on Perception and Attitudes towards Entrepreneurship, *Administrative Sciences*, 13(10), 212.
7. Ilieș, Garofița Loredana, Iulia Cristina Mureșan, and Felix Horațiu Arion. 2024. "Driving Entrepreneurship in Romania: Insights from Regional Perspectives." *ProEnvironment Promediu* 17, no. 57.
8. Kaiser, H. F. (1974). An index of factorial simplicity. *Psychometrika*, 39(1), 31-36.
9. Laffineur, C., Denis, D., & Lallement, F. (2017). *Entrepreneurship as a Factor in Combating Social Exclusion*. OECD Publishing.
10. Liñán, F., Rodríguez-Cohard, J. C., & Rueda-Cantuche, J. M. (2005). Factors affecting entrepreneurial intention levels: A role for education. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2), 195-218.
11. Liñán, Francisco, Juan Carlos Rodríguez-Cohard, and José M. Rueda-Cantuche. 2011. Factors affecting entrepreneurial intention levels: A role for education. *International Entrepreneurship and Management Journal* 7: 195–218.
12. Lindquist, M. J., Sol, J., & Van Praag, M. (2015). Why do entrepreneurial parents have entrepreneurial children? *Journal of Labor Economics*, 33(2), 269-296.
13. Mueller, S. L. (2004). Gender gaps in entrepreneurship: The impact of family and work experiences. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 10(1), 20-39.
14. Mueller, S. L. (2006). Exploring the knowledge filter: How entrepreneurship and university-industry relationships drive economic growth. *Research Policy*, 35(8), 1076-1086.
15. OECD. (2017). *Micro-enterprises and Employment: A Global Perspective*. OECD Publishing.
16. Ozaralli, N., & Rivenburgh, N. K. (2016). Entrepreneurial intention: antecedents to entrepreneurial behavior in the U.S.A. and Turkey. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6(1), 3.
17. Păunescu, C., Drăgan, D., & Drăgan, G. (2018). Entrepreneurial intentions of Romanian students: A study on the relevance of entrepreneurial education. *Amfiteatru Economic*, 20(48), 315-330.
18. Shane, S., Locke, E. A., & Collins, C. J. (2012). Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review*, 22(3), 237-250.