

Orientamento imprenditoriale e al lavoro autonomo.

Una ricerca sugli studenti e i laureati dell'Università di Verona

Indice

L'imprenditoria giovanile e femminile e le variabili della scelta imprenditoriale	5
La ricerca: " <i>Orientamento imprenditoriale e al lavoro autonomo tra gli studenti e laureati dell'Università di Verona</i> ":	9
Descrizione del Questionario	
Prime ricadute del lavoro di ricerca	
Procedure di raccolta e analisi dei dati	
Descrizione socio-anagrafica del campione	
I risultati della ricerca	15
Lavoro autonomo e imprenditoriale	
Immagini del lavoro autonomo/imprenditoriale	
Aspettative e progetto professionale	
Atteggiamento verso il lavoro autonomo/imprenditoriale	
Attitudine Imprenditoriale	
Imprenditoria giovanile: modelli emersi dalla ricerca	39
Considerazioni e sviluppi futuri di ricerca e intervento	41
Bibliografia	43

L'imprenditoria giovanile e le variabili della scelta imprenditoriale

Studi e ricerche sui processi di avvio di impresa (start-up) e sulla gestione delle piccole imprese hanno messo in evidenza che l'età più probabile per iniziare un'attività imprenditoriale è sopra i 30 e in molti casi i 40 anni (CEEDR, 2004) e che negli anni più recenti sono aumentati interesse e attenzione per la creazione di impresa da parte dei più giovani.

La probabilità di diventare imprenditore in Europa come negli Stati Uniti varia con l'età: la fascia compresa tra i 25 e i 34 anni sembra essere quella con il più elevato tasso di attività imprenditoriale¹ (15.0%), seguita dal gruppo tra i 35 e i 44 anni (11.7%) (Reynolds *et al.*, 2002). Il

livello di start up di imprese di un Paese correla positivamente e significativamente con la presenza di una elevata percentuale di popolazione maschile attiva di età compresa tra i 25 e i 44 anni, il dato si attenua considerando le donne (Reynolds *et al.*, 1999).

In Italia oltre un milione di imprenditori ha un'età inferiore ai 40 anni e più di un quarto inferiore ai 30 anni (Confcommercio, 2006²). Quando si osservano i neoimprenditori si ritrova che oltre la metà di loro ha un'età compresa tra i 35 e i 44 anni mentre in altri Paesi la classe di età prevalente è quella come indicato sopra (GEM, 2005).

L'imprenditoria femminile è un fenomeno socio-economico interessante che può, in prima analisi, essere affrontato attraverso una riflessione generale sulle differenti opportunità di partecipazione delle donne al mercato del lavoro. La disoccupazione in Europa ed in Italia è diminuita negli anni ma la possibilità di essere disoccupata per una donna è sempre più elevata che per un uomo, anche se la differenza è più contenuta con il passare degli anni (Favretto *et al.*, 2007).

¹ Presenza di imprenditori della fascia di età in analisi sul Total Entrepreneurial Activity (TEA: numero di imprenditori in rapporto ai lavoratori attivi)

² www.giovanimprenditori.it

In questo scenario sociale e occupazionale la scelta imprenditoriale può risultare una opportunità di inserimento e di realizzazione personale.

“L'imprenditoria femminile si sta espandendo nel mondo. Le donne rappresentano più di un terzo delle persone coinvolte in attività imprenditoriali ... generazioni di donne, provenienti da percorsi molto diversi, portano ricchezza ai loro ambienti e mostrano segni incoraggianti di spirito imprenditoriale”. Con questa dichiarazione si apre il rapporto della ricerca svolta dal Global Entrepreneurship Monitor su 35 Paesi, che, pur tra sottolineature positive, mette appena dopo in evidenza anche la presenza un significativo gender gap nell'essere imprenditori e titolari di impresa per donne e uomini: *“in generale, indipendentemente dal Paese, gli uomini sono con più elevata probabilità coinvolti delle donne in attività imprenditoriali”* (Minniti et al., 2005, p. 6). Per gli stessi autori, nonostante il rapido aumento della presenza delle donne in ruoli manageriali e di responsabilità la differenza di genere nell'imprenditorialità resta significativa: un uomo ha il 50 per cento

in più di probabilità di una donna di diventare imprenditore e le donne proprietarie di impresa tendono meno ad aumentarne le dimensioni e ad espandere la propria azienda.

Alcuni dati a livello internazionale, nazionale e locale permettono di comprendere il fenomeno (Camera di Commercio di Verona, 2007, 2008³; CEEDR, 2000; GEM, 2005; Unioncamere, 2008⁴):

- Sul territorio Nazionale le imprese femminili sono il 24.02%
- In Veneto le donne imprenditrici sono il 21.31% del totale
- In provincia di Verona: 20.84%
- Nel Baldo-Garda: 23.9%
- Nell'Est Veronese: 20.4%
- Nella Valpolicella-Valpantena-Lessinia: 20.2%
- Nella Pianura Veronese: 20.1%
- Nel Villafranchese-Sud Ovest: 19.5%

Il Libro Verde sull'Imprenditorialità in Europa la descrive come

“uno stato mentale e un processo volto a creare e sviluppare l'attività economica combinando disponibilità a rischiare, creatività e/o innovazione

³ www.vr.camcom.it

⁴ www.unioncamere.it

con una sana gestione nell'ambito di un'organizzazione nuova o esistente"

(Commissione delle Comunità Europee, 2003, p. 6).

Definiamo:

- **“impresa”** l'attività economica organizzata per la produzione di beni o servizi;
- **“imprenditore”**, la persona che dà avvio ed esercita professionalmente tale attività;
- **“imprenditorialità”** l'insieme delle attività e delle procedure per creare e far crescere l'impresa.

Il concetto di lavoratore autonomo (self-employed) è da noi assimilato a quello di imprenditore. Come in altri studi, infatti (Grilo & Thurik, 2004; GEM, 2005), il termine lavoratore autonomo è riferito alle persone che provvedono al proprio lavoro come titolari, piuttosto che cercare un lavoro retribuito da dipendente. Il mondo del lavoro chiede sempre di più ai giovani, e alle donne, di orientare la propria scelta professionale nella direzione dell'autonomia e dell'indipendenza dalle forme tradizionali di lavoro.

L'imprenditoria ha diversi riferimenti scientifici: le discipline psicologiche si sono concentrate, nelle prime fasi di studio, sulla comprensione delle motivazioni e dei tratti di personalità

che favoriscono l'avvio d'impresa ed il successo imprenditoriale.

Nel tempo l'attenzione si è spostata sempre di più su modelli che integrano fattori diversi (personali e contestuali) fino alle ricerche più recenti nelle quali si evidenzia infatti quanto gli elementi personali (motivazioni, atteggiamenti, rappresentazioni professionali, tolleranza dell'ambiguità, tendenza al rischio, innovatività...) vadano strettamente collegati e studiati a fianco degli elementi fattuali (aspettative e caratteristiche della famiglia, contesto, supporto sociale e istituzionale, ...) (Brockhaus & Nord, 1989; Favretto & Cubico, 2001).

Gli studi sociologici rivolgono invece l'attenzione sulle origini dell'imprenditore (il background socio-familiare) e gli effetti che questa scelta professionale può esercitare sulla famiglia, i ruoli e la vita sociale in senso più generale (Blanchflower, 2000; Steel, 2004); l'approccio economico si rivolge agli elementi del clima economico (scarsità, opportunità, costi e redditi), allo studio dello sviluppo tecnologico sulle attività professionali e alla composizione demografica degli imprenditori (Audretsch & Thurik, 2001; Cuervo, 2005).

La ricerca: *Orientamento imprenditoriale e al lavoro autonomo tra gli studenti e laureati dell'Università di Verona*

Il progetto di ricerca qui presentato è stato voluto e supportato attivamente nelle sue diverse fasi da ESU A.R.S.D.U. (Azienda Regionale per il Diritto allo Studio Universitario) di Verona.

Lo scenario sin qui considerato invita ad approfondire la tematica della creazione di impresa nell'ambiente in cui i giovani e le donne maturano la scelta professionale: l'Università.

In particolare si dimostra interessante approfondire lo studio della creazione di impresa in chi proviene da *Lauree deboli* (es. Scienze della Formazione, Scienze della Comunicazione...) in quanto più esposti di altri alla difficoltà nell'inserimento professionale.

La scelta professionale ed imprenditoriale risente, i dati sopra esposti lo confermano, delle differenze di genere. È quindi importante analizzare la questione alla luce delle *pari opportunità*: esistono specifiche difficoltà e vantaggi per le donne che scelgono di fare impresa?

Diventare imprenditore o imprenditrice è frutto dell'interazione tra le caratteristiche personali ed elementi di tipo ambientale.

Sarà interessante quindi anche comprendere quale cultura e quale vocazione personale incidono maggiormente sulla scelta imprenditoriale, vengono qui in aiuto gli strumenti che permettono di rilevare le immagini, gli atteggiamenti e l'attitudine imprenditoriale.

In sintesi, la ricerca si pone i seguenti **obiettivi**:

1. misurare il fenomeno della creazione di impresa negli studenti e nei laureati dell'Università di Verona (con particolare attenzione alle Lauree deboli)
2. analizzare il processo della creazione di impresa alla luce delle differenze di genere (pari opportunità)
3. comprendere i meccanismi che regolano la scelta imprenditoriale nei giovani e nelle donne;

4. rilevare gli atteggiamenti e le attitudini nei confronti del lavoro imprenditoriale nei giovani e nelle donne;

5. individuare possibili servizi e supporti per chi abbia desiderio imprenditoriale.

Le **Metodologie** utilizzate sono:

analisi della letteratura nazionale ed internazionale

metodologie di tipo qualitativo e quantitativo.

I principali **Strumenti**:

Questionario costruito ad hoc (applicato *vis a vis* e via telefono), descritto di seguito

Partecipazione a seminari e corsi

Partecipazione a congressi internazionali e nazionali

Creazione di un gruppo di lavoro dedicato

Elaborazione del report di ricerca

Descrizione del Questionario

Il *Questionario sull'Orientamento Imprenditoriale a al Lavoro Autonomo (QuOILA)*, messo a punto per la ricerca, è composto di sei parti:

1. Dati socio-anagrafici (età, genere, titolo di studio, rete imprenditoriale,...);
2. Il lavoro autonomo/imprenditoriale (quanti imprenditori, chi ci pensato, chi ci ha provato,...);

3. Le immagini del lavoro autonomo/imprenditoriale (caratteristiche dell'imprenditore, dell'imprenditrice,...);

4. Le aspettative/il progetto professionale (lavoro nel futuro, informazioni, le difficoltà,...);

5. L'atteggiamento verso il lavoro autonomo/imprenditoriale;

6. L'attitudine imprenditoriale, rilevata attraverso il *TAI - TEST DI ATTITUDINE IMPRENDITORIALE* (Favretto *et al.*, 2003) versione ridotta a 23 item, attraverso il Partial Credit Model (Master, 1982), per un totale di 50 item (con diverse possibilità di risposta che raccolgono dati per quasi 160 variabili).

Lo studio pilota (realizzato su 147 soggetti) ha permesso di costruire lo strumento mettendo a punto un questionario che si è dimostrato chiaro, il più breve possibile e coerente nel misurare i costrutti oggetto della ricerca. Infatti, l'*Alpha di Cronbach*, indicatore di attendibilità/coerenza interna, è di .849, un valore definibile "*molto buono*" (De Vellis, 2003).

Durata del progetto di ricerca

Un anno (dall'aprile 2009 al marzo 2010) in cui è stata realizzata la ricerca, steso il presente report sintetico e realizzato il convegno/workshop finale.

Procedure di raccolta e analisi dei dati

La raccolta dei dati si è realizzata attraverso due modalità che potremmo definire: una *strettamente organizzata* e l'altra *di circostanza*. La prima, che ha permesso la raccolta della maggior parte dei dati, ha avuto luogo in situazioni predefinite nelle quali gli studenti o i laureati erano espressamente riuniti per partecipare alla ricerca; la modalità *di circostanza* si è realizzata in situazioni non organizzate espressamente in cui è stato possibile entrare in contatto con i soggetti dimostratisi all'occasione disponibili a partecipare alla ricerca.

I dati raccolti attraverso gli strumenti sopra illustrati sono stati inseriti in matrici di dati appositamente create ed elaborati servendosi di pacchetti statistici dedicati. Le statistiche che sono state applicate per analizzare i dati e permettere la verifica delle ipotesi di ricerca sono le seguenti:

- Frequenza e Percentuale;
- Media, Deviazione Standard;
- U - Mann-Whitney Test;
- Chi Quadrato
- *rho* di Spearman
- Analisi Fattoriale Esplorativa e Modelli di Equazione Strutturale.

I risultati che verranno presentati sono una sintesi che si ritiene interessante

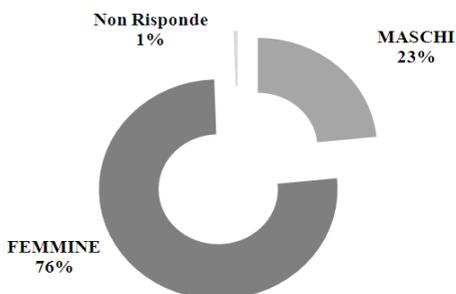
proporre in questa fase. In particolare verranno evidenziati quei dati che permettono di sottolineare differenze statisticamente significative all'interno del campione; le relazioni sono ritenute significative quando il p-value è inferiore a .05 (Corbetta, 1999). Nello specifico, la significatività statistica misura se la differenza osservata sia effettiva oppure casuale, quando *p/livello di probabilità* è almeno inferiore a .05 significa che il risultato ottenuto è da considerarsi statisticamente significativo e non dovuto al caso (Primi & Chiesi, 2005), anche in presenza di ridotte differenze tra i valori.

In questa sede si è preferito sintetizzare i risultati emersi senza la presentazione di specifici indicatori o citazioni dedicate, riguardo a questo si rimanda alla pubblicazione scientifica prevista nella fase finale del progetto.

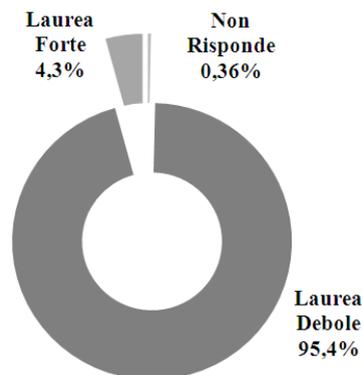
Descrizione socio-anagrafica del campione

Di seguito verranno riportati i dati descritti del campione composto da **560 soggetti** di età media pari a 22.36 anni (deviazione standard 3.42).

DISTRIBUZIONE di GENERE del CAMPIONE



Facoltà di Provenienza: Deboli/Forti



Il genere femminile prevale su quello maschile. Le studentesse rappresentano oltre due terzi del campione interessato

Tale distribuzione di genere è spiegabile attraverso l'analisi della tipologia di Facoltà su cui si è scelto di concentrare il processo di ricerca in riferimento agli obiettivi definiti dal progetto.

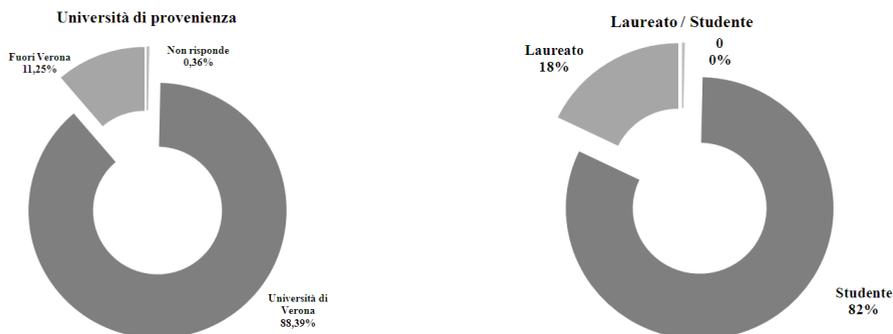
L'analisi dei dati illustra una distribuzione prevalentemente di Facoltà definibili "deboli" (oltre il 95.4%), contro una presenza ridotta di Facoltà che possiamo classificare come "forti".

Tra le Facoltà Deboli, presenti nel campione, troviamo: Economia, Giurisprudenza, Architettura, Lettere e Filosofia, Lingue e Letterature Straniere, Psicologia, Scienze della Formazione, Scienze Motorie.

Tra le Facoltà Forti ci sono: Biologia, Ingegneria, Medicina e Chirurgia, Scienze Matematiche Fisiche e Naturali.

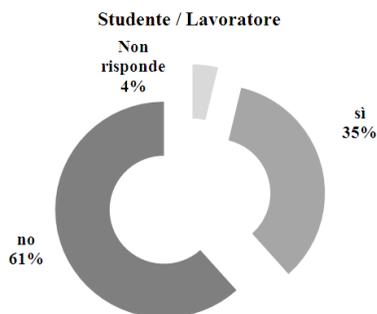
Tale ripartizione è avvenuta sulla base dei dati riportati in "Umanisti e scienziati al lavoro" (AlmaLaurea, 2006), un estratto del IX rapporto AlmaLaurea sulla condizione occupazionale dei laureati raggruppati in queste due macroaree proprio ad indicare la possibilità occupazionale offerta dai corsi di studi universitari.

Orientamento imprenditoriale e al lavoro autonomo



Come previsto da progetto, la raccolta dei dati si è concentrata sull'Ateneo Veronese fino a raggiungere l'88,39% del campione. Le altre Università rappresentate sono: Università degli Studi di Padova, l'Università Cà Foscari, IUAV.

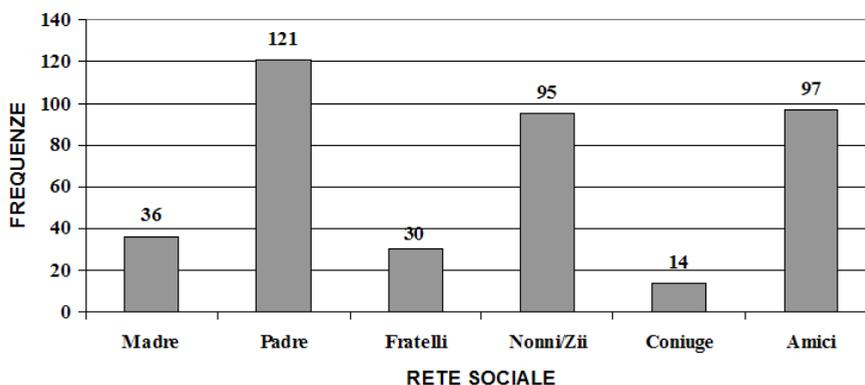
Il campione è composto in larga misura da studenti non ancora laureati, appartenenti quindi al primo triennio di studi universitari. Sono invece stati considerati Laureati gli allievi del biennio di specialistica e gli studenti dei Master.



Il 35% del campione risulta essere studente lavoratore, dato non irrilevante vista la giovane età media degli studenti (22.36) e la prevalente presenza di studenti di I ciclo (Laurea triennale).

Il 41% del campione ha familiari (nei diversi gradi di parentela) e/o amici imprenditori nella rete sociale di appartenenza. Questo dato ha consentito una prima riflessione sui possibili legami tra “l’essere imprenditore” e la “cerchia sociale” di appartenenza.

CHI COMPONE LA TUA RETE SOCIALE D'IMPRENDITORI?



Alla parte del campione che ha affermato di avere imprenditori nella propria cerchia familiare e sociale è stato chiesto di specificare le figure che la compongono. Come si può evincere dal grafico la presenza padre-imprenditore è dominante con una frequenza di 121 risposte. Sono state riportate le frequenze poiché ai soggetti è stata data la possibilità di dare più risposte fornendo così un quadro più completo possibile della propria rete socio-imprenditoriale. Si vedrà, dall’illustrazione dei grafici successivi, come la presenza di alcune figure familiari sembrano essere collegate (correlate) con alcuni aspetti della percezione della figura imprenditoriale tanto da creare delle differenze significative rispetto alla restante parte del campione.

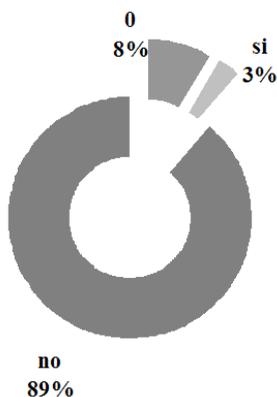
I risultati della ricerca

Lavoro autonomo e imprenditoriale

Nell'illustrare la prima parte dei risultati descriviamo qui la presenza "dell'imprenditore/lavoratore autonomo" all'interno del nostro campione, quanti ci hanno pensato e quanti hanno riferito di aver fatto un tentativo.

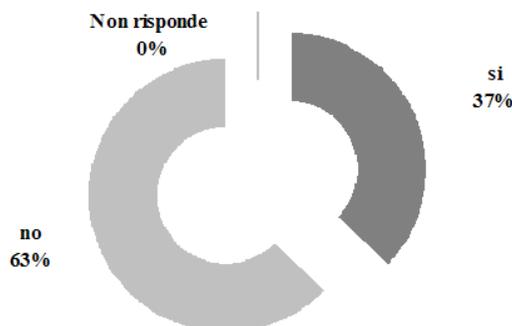
L'obiettivo è quantificare la presenza dell'idea del lavoro imprenditoriale, come effettiva possibilità lavorativa, all'interno del campione.

Sei un imprenditore/lavoratore autonomo?



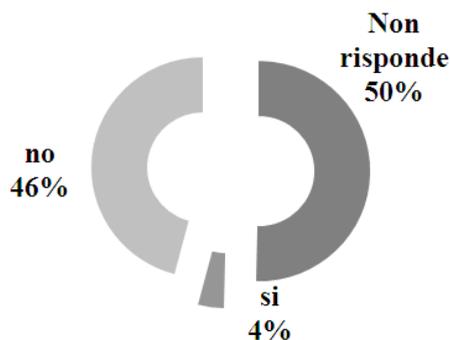
Meno del 3% del campione riferisce di essere un imprenditore/lavoratore autonomo. La percentuale, messa vicino a quanti rispondono di essere lavoratori (36%), restituisce una prima immagine della presenza del lavoro imprenditoriale tra gli studenti.

Hai mai pensato di aprire un'impresa /la Partita Iva?



Il 37% riferisce però di aver almeno pensato al lavoro imprenditoriale/autonomo. Il dato testimonia una discreta consapevolezza, da parte degli intervistati, di tale possibilità come sbocco lavorativo.

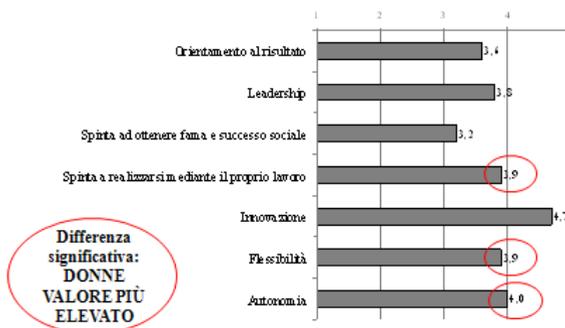
Hai mai tentato di aprire impresa / P.Iva?



Se, come dimostra il grafico precedente, c'è una certa consapevolezza delle possibilità offerte dal lavoro imprenditoriale/autonomo (il 37% afferma di averci pensato), le idee difficilmente si traducono in tentativi reali. Infatti solo il 4% del campione afferma di aver effettivamente tentato di lanciarsi in un'attività imprenditoriale.

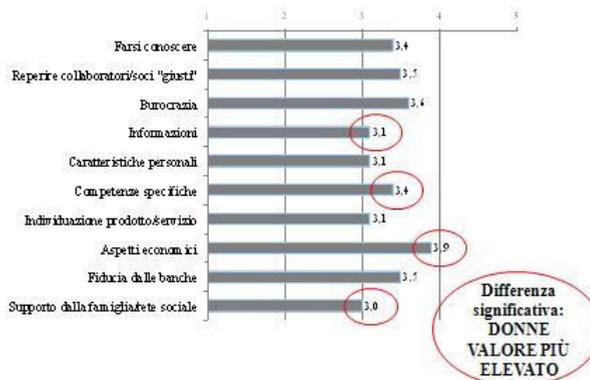
Immagini del lavoro autonomo/imprenditoriale

Le caratteristiche personali per avviare un'impresa:
(1: per nulla - 3: abbastanza - 5: moltissimo)



Le donne del campione definiscono la figura dell'imprenditore più caratterizzata dal desiderio di realizzarsi, dalla flessibilità e dall'autonomia.

Le possibili difficoltà nel creare la propria impresa
(1: per nulla - 3: abbastanza - 5: moltissimo)



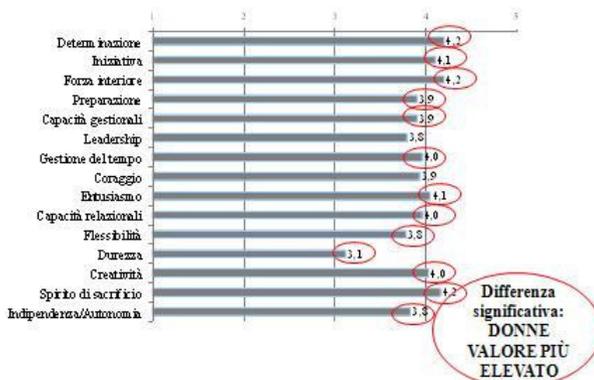
Le donne evidenziano maggiori difficoltà nel creare un'impresa, nell'aver le informazioni, nelle competenze specifiche, negli aspetti economici e nell'aver supporto dalla famiglia/rete sociale.

Un uomo imprenditore è caratterizzato da:
(1: per nulla - 3: abbastanza - 5: moltissimo)



Secondo le donne un imprenditore è più duro e indipendente dal punto di vista economico; i maschi definiscono invece l'imprenditore caratterizzato dal coraggio, dall'entusiasmo, dalla creatività e dallo spirito di sacrificio.

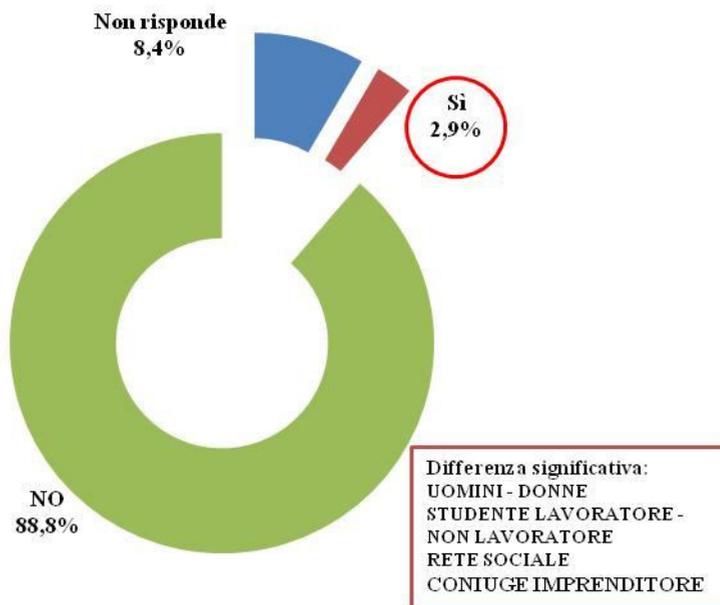
Una donna imprenditrice è caratterizzata da:
(1: per nulla - 3: abbastanza - 5: moltissimo)



Sembra che essere imprenditrice per una donna chieda capacità superiori che per un uomo, secondo le donne, infatti queste definiscono le imprenditrici caratterizzate da valori più elevati in quasi tutti gli attributi proposti.

Aspettative e progetto professionale

Studenti che si dichiarano imprenditori

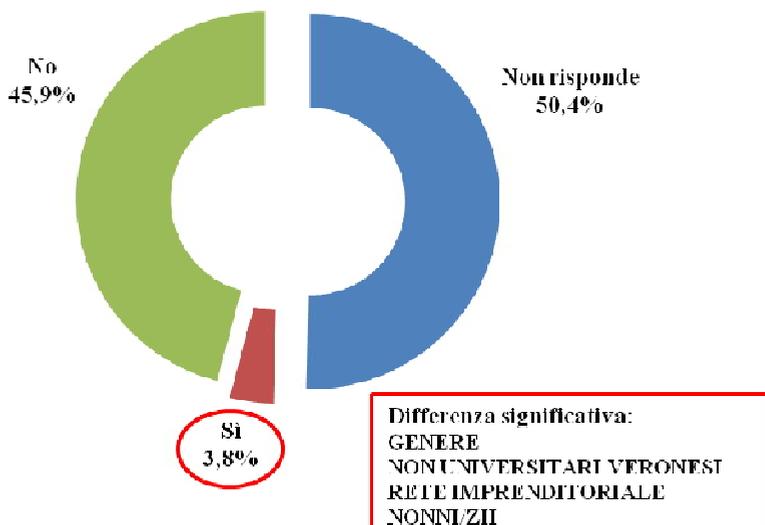


Nel dettaglio, il 2.9% del campione dichiara di essere imprenditore.

È rilevabile una differenza significativa legata al genere: risulta infatti maggiore la presenza di uomini, pari al 3.1% degli imprenditori, superiore a quella delle donne (2.6%). Pur nel ristretto numero di imprenditori, si presenta come più elevato il dato (3.5%) per coloro che hanno a disposizione una rete imprenditoriale (chi non ce l'ha è il 1.9%).

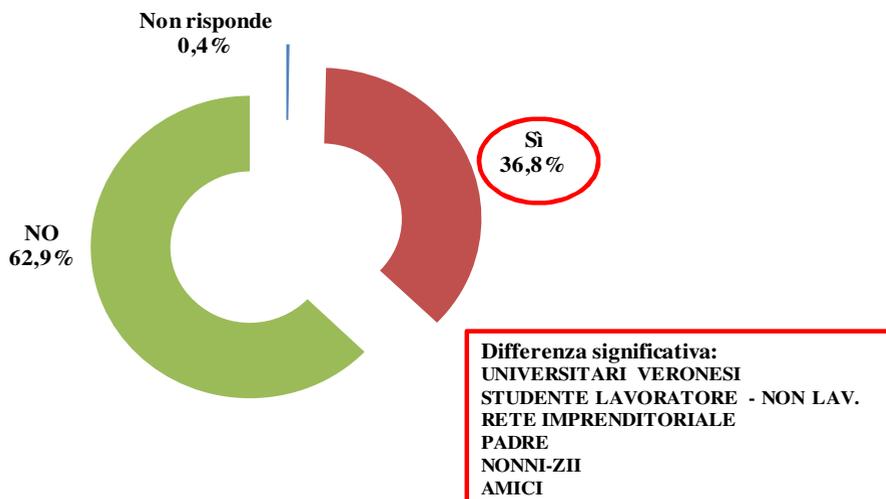
Risultati che sottolineano il valore della rete nella creazione della propria impresa e lo *stereotipo di genere*.

Chi ha tentato di aprire un'impresa tra gli studenti



Il 3.8% degli intervistati afferma di aver tentato di aprire un'impresa. In questa percentuale i maschi sono in numero maggiore (4.6%) rispetto alle femmine (3.3%). Significativo è anche il dato relativo alla sede universitaria, gli studenti non appartenenti all'ateneo veronese (in particolare iscritti al corso di Consulente del lavoro) sembrano "tentare maggiormente" (12.7%) dei veronesi (2.6%). Tendenza simile per chi si trova all'interno di una rete imprenditoriale (5.6%).

Hai mai pensato di aprire un'impresa?

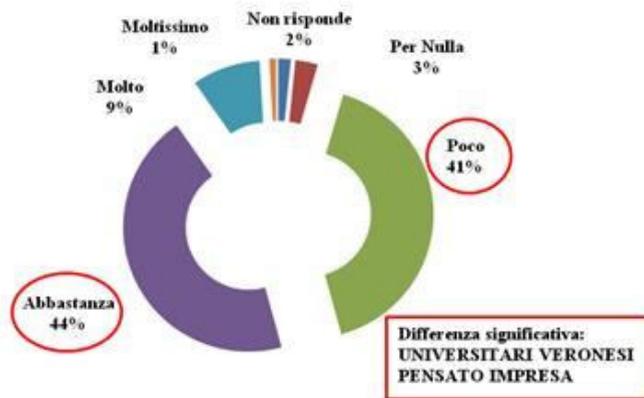


Il grafico illustra quanti studenti del nostro campione hanno pensato ad avviare un'impresa: il 36.8% del campione e di questi il 49.6% è il dato relativo ai maschi e 32.3% alle femmine.

Anche in questo caso il campione "veronese" è in minoranza rispetto al gruppo "extra Verona", questo ultimo presenta il 55.6%.

Il 49.5% di chi ha risposto affermativamente è studente lavoratore, impegnato cioè in qualche attività oltre ad essere iscritto all'università. La rete imprenditoriale è fortemente presente in chi ha pensato all'impresa: il 49.4% dichiara di avere conoscenze/rete nel mondo imprenditoriale.

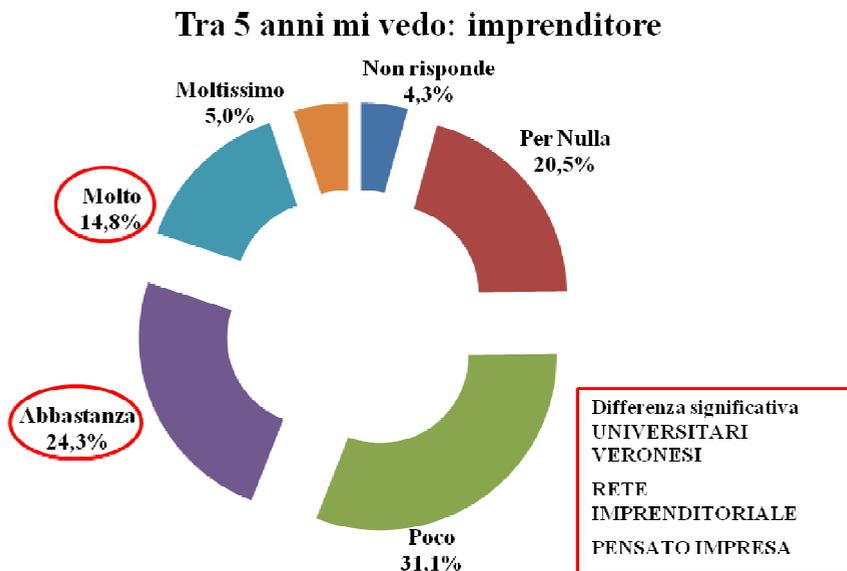
Una volta laureato/a la probabilità di trovare una collocazione professionale soddisfacente è..



In generale gli intervistati si dichiarano *abbastanza* convinti (44%) o *poco* convinti (41%) di trovare una collocazione soddisfacente dopo la laurea. Vi è anche una percentuale (9%) di *molto* convinti rispetto al positivo inserimento lavorativo.

Nello specifico, gli studenti dell'ateneo veronese affermano che sono *poco* convinti di trovare un lavoro soddisfacente (43.8%) rispetto ai fuori Verona che sembrano meno "pessimisti" (20.6%).

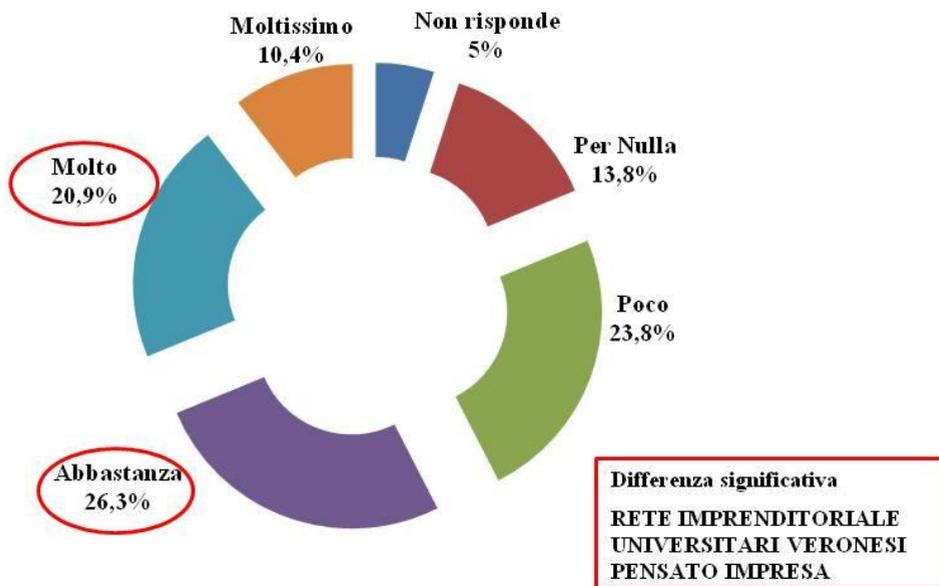
Significativo è il dato di coloro che hanno pensato di aprire un'attività i quali (12.1%) vedono come *molto* probabile un buon futuro lavorativo confronto a coloro che non ci hanno pensato (6.8%).



Interessante è il progetto professionale del nostro campione. Essi si vedono tra 5 anni *abbastanza* (24.3%) e *molto* (14.8%) imprenditori. In particolare è significativo il dato degli studenti universitari veronesi i quali per il 22.2% segnano *per nulla* probabile l'essere imprenditori tra 5 anni. Questo dato evidenzia delle differenze con i soggetti fuori Verona che indicano solo un 7.9%.

Al contrario, coloro che non appartengono all'ateneo veronese indicano un moltissimo (9.5%) al contrario dei "veronesi" (4.4%) rispetto all'idea di essere imprenditori. Chi ha rete imprenditoriale si vede *molto* più imprenditore (20.8%) di non ha rete (9.3%) e chi ha già pensato di aprire un'impresa indica valori positivi, verso questa idea, e di tre volte superiori a chi non l'ha pensato.

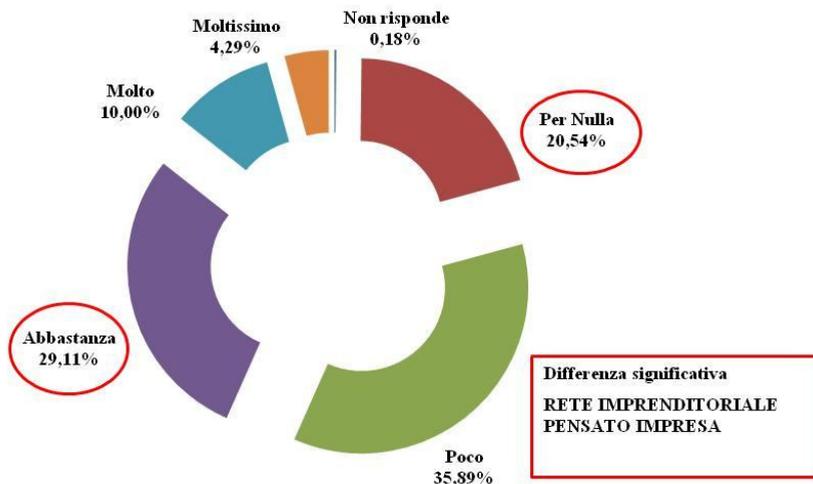
Tra 10 anni mi vedo: Imprenditore



Da questo grafico i soggetti intervistati indicano un forte aspettativa verso l'imprenditoria. In particolare, i soggetti che hanno dichiarato di avere una certa rete imprenditoriale, giudicano assai elevata la possibilità di essere imprenditori tra 10 anni (quasi il 40%) al contrario di chi non ha rete che raggiunge un 20%.

Gli universitari veronesi coinvolti non si vedono *imprenditori* e indicano *poco* probabile questa eventualità (25.3%) al contrario dei colleghi "fuori Verona". Il campione afferma che chi ha pensato a fare impresa, giudica in modo *molto* positivo l'essere imprenditore tra 10 anni (31.1%) contro chi non ha pensato all'attività in proprio che non si vede imprenditore (15.1%).

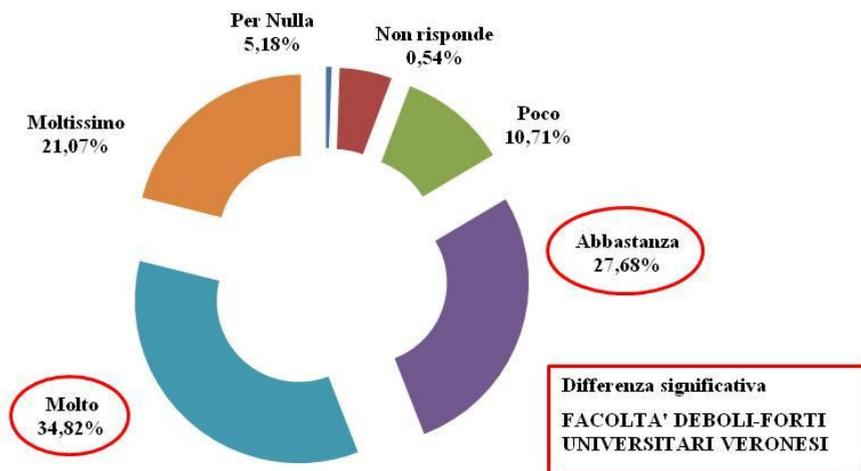
Le difficoltà sono le stesse per una donna e per un uomo



Con questo item si chiede ai soggetti se le difficoltà nel creare impresa sono le stesse per una donna o per un uomo ed essi rispondono con un *per nulla* (20.54%), con *poco* 35.29% e con *abbastanza* (29.11%).

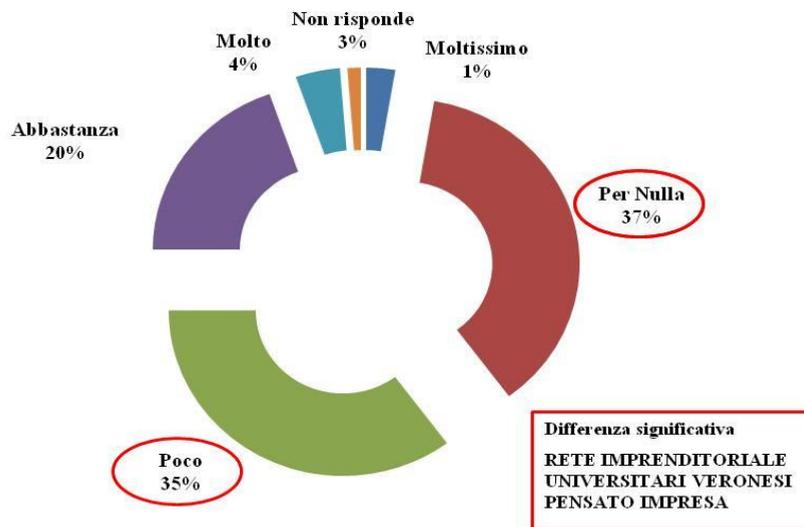
Chi ha pensato ad aprire un'attività imprenditoriale sostiene (17.8%) che la donna abbia *moltissime* difficoltà nel creare impresa rispetto ad un uomo. Questo dato si confronta con chi non ha mai pensato di aprire un'attività imprenditoriale che, per il 2.3%, ritiene ci siano maggiori difficoltà per una donna imprenditrice.

La scelta imprenditoriale comporta più sacrifici per una donna



La scelta imprenditoriale è vista dal campione come *abbastanza* (27.68) e come *molto* (34%) caratterizzata da sacrifici. Chi appartiene all'Università di Verona sostiene che la donna debba affrontare meno sacrifici nello scegliere il mondo imprenditoriale (5.5%, indica un *per nulla*, quindi poca fatica), mentre chi è da fuori Verona segnala un valore molto più basso (1.6%) evidenziando che la scelta imprenditoriale per le donne è faticosa.

Conosco le tappe necessarie per avviare un'impresa



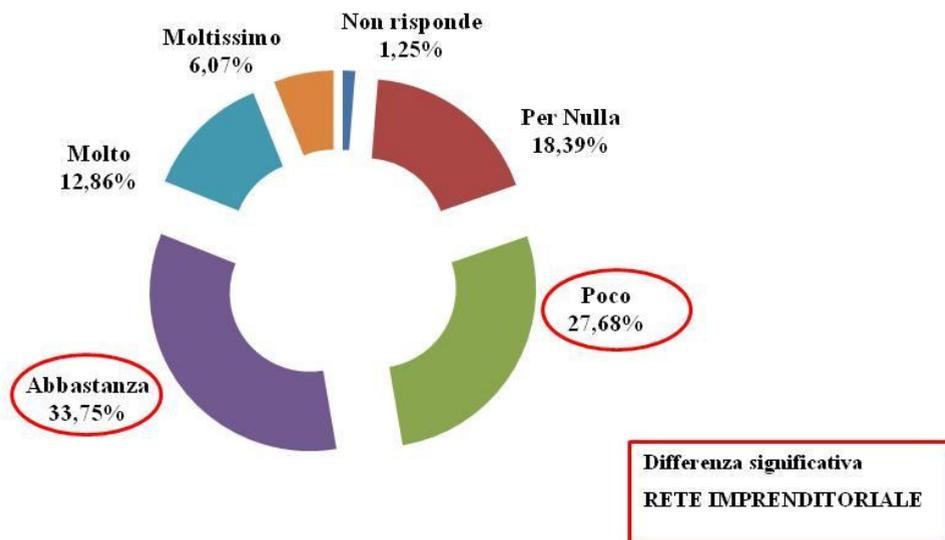
Il conoscere le tappe necessarie per avviare un'attività in proprio è un elemento importante per chi vuole intraprendere questo percorso. Il grafico c'illustra una situazione particolare: oltre il 70% degli studenti afferma di conoscere *poco* (35%) o addirittura *per nulla* (37%) il percorso di creazione d'impresa.

In questo senso, la rete imprenditoriale è un elemento di aiuto, poiché chi indica di essere in rete con imprenditori afferma di conoscere *abbastanza* (26.8%) le tappe per l'avvio all'impresa (chi è "fuori rete" indica solo il 12.2%).

Gi studenti veronesi non conoscono le tappe per aprire un'impresa (il 39.4% indica *per nulla* contro il 17% dei soggetti fuori Verona).

Dai dati si evince inoltre che chi ha pensato all'impresa conosce *abbastanza* il percorso imprenditoriale (33%) mentre solo l'11.9% di chi non ci ha pensato dichiara di conoscere *abbastanza* le varie fasi d'avvio all'attività in proprio.

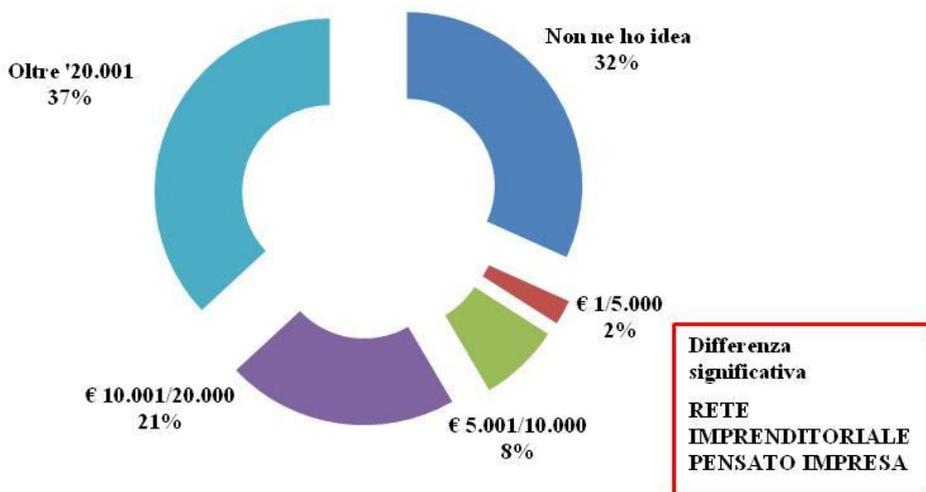
Supporto economico parenti



Con questo item si chiede ai soggetti se i parenti sosterebbero economicamente l'idea imprenditoriale. Come si vede, più del 27% sostiene che verrebbe aiutato *poco* dai parenti, mentre il 22,75% è convinto che avrebbe abbastanza sostegno. Quasi un 20% afferma che avrebbe molto e moltissimo aiuto.

C'è differenza significativa tra coloro che hanno e non hanno rete imprenditoriale: i primi per il 9,5% rispondono *moltissimo* all'ipotesi di un supporto economico proveniente da parenti, i secondi solo per 3,3% indicano assai possibile questa eventualità.

Il capitale minimo per avviare un'impresa

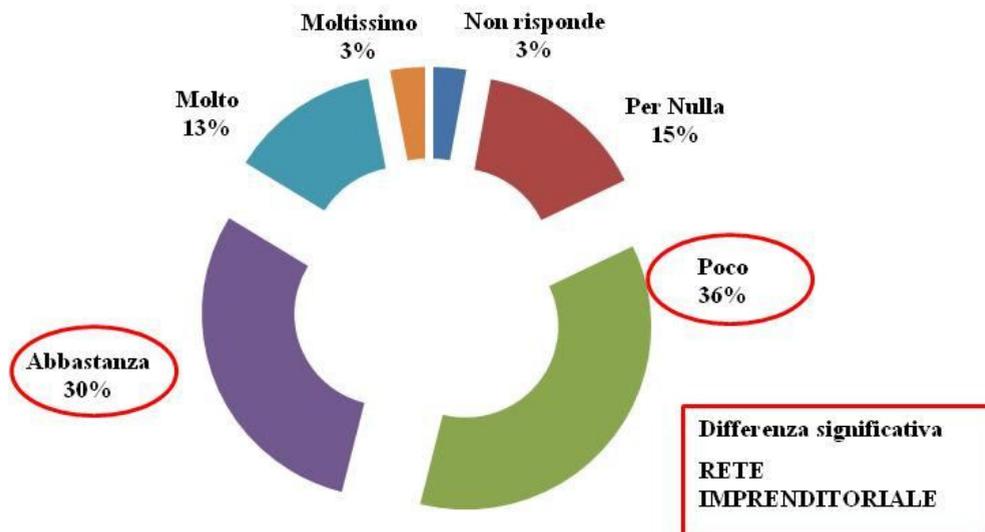


Rispondendo a questo item gli studenti si distribuiscono in tre grandi sezioni. Il 21% afferma che per avviare un'impresa sia necessario un capitale tra i dieci e i ventimila Euro, mentre il 37% è convinto di aver bisogno di oltre ventimila Euro per la stessa operazione. Chi non ha la minima idea di quanto denaro sia necessario arriva al 32% del campione.

Coloro che non hanno idea di quanto denaro serva per avviare un'impresa sono soprattutto quelli che non hanno una rete imprenditoriale (38.5%) dato quasi doppio rispetto a quello emerso tra chi ha rete imprenditoriale (22.9%).

Chi non ha mai pensato di avviare un'attività in proprio sostiene (39.2) di non avere idea di quanto sia necessario per l'avvio d'impresa (chi ci ha già pensato è circa la metà, il 18%).

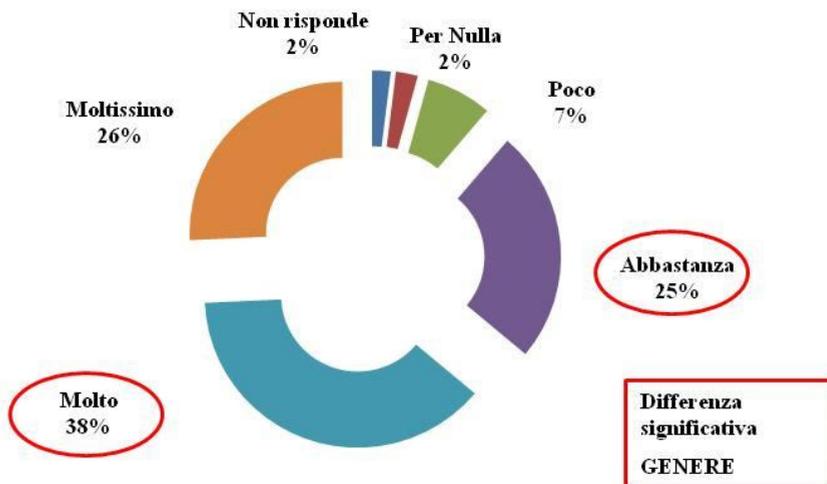
Per aprire un'impresa mi rivolgerei ai Servizi Pubblici



Il grafico illustra una buona predisposizione degli studenti a rivolgersi ai Servizi pubblici per avviare impresa. Il 30% indica come *abbastanza* probabile la possibilità di rivolgersi a servizi pubblici. Da sottolineare che oltre il 15% degli intervistati ritiene assai probabile (molto e moltissimo) questa eventualità. Tuttavia il 36% ritiene poco probabile l'utilizzo di queste strutture.

Chi non ha non rete imprenditoriale indica generalmente una fiducia maggiore nel rivolgersi ai servizi pubblici rispetto a chi è in rete. Ad esempio, i primi (chi non ha rete) indicano *abbastanza* probabile l'idea di rivolgersi ai servizi pubblici (34%), mentre nella stessa situazione (chi non ha rete) segnala tale possibilità in modo inferiore (26%).

Per aprire un'impresa mi rivolgerei a: altri imprenditori, conoscenti, commercialisti

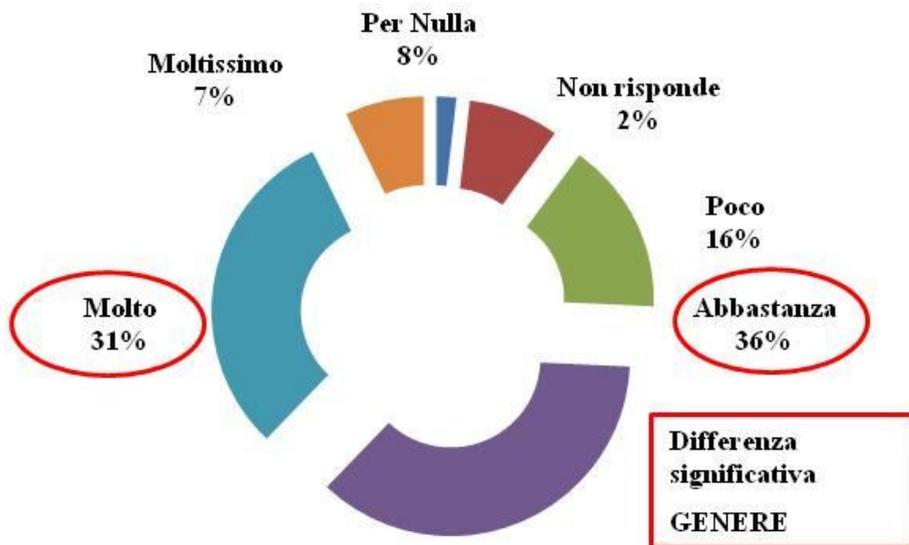


Coloro che preferiscono aprire un'impresa sembrano abbastanza convinti della necessità di rivolgersi ad altri imprenditori, a conoscenti ed a commercialisti.

Oltre il cinquanta per cento del campione indica fortemente (molto 38% e moltissimo 26%) la possibilità di farsi aiutare da imprenditori o conoscenti. Il 25% afferma che questa eventualità sia *abbastanza probabile*.

Le donne dimostrano, in linea di massima, più fiducia verso i conoscenti o altri imprenditori in genere, indicando valori di fiducia spesso doppi di quelli degli uomini.

Per aprire un'impresa mi rivolgerei alla BANCA

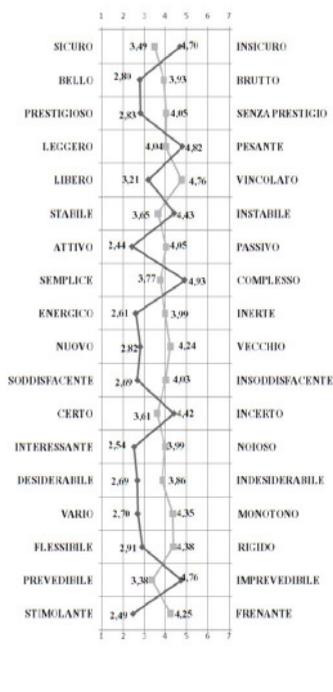


Gli intervistati che ritengono molto probabile il rivolgersi ad una banca per ottenere aiuto sono il 31%. Seguiti dal 36% che indica come *abbastanza* probabile questa eventualità.

I maschi, nelle analisi effettuate, sottolineano una generale diffidenza verso gli istituti bancari. In particolare indicano *per nulla* probabile (13%) la possibilità di rivolgersi alla banca (le donne nella stessa situazione indicano circa un 6%).

Atteggiamento verso il lavoro imprenditoriale

IL LAVORO DIPENDENTE ED IL LAVORO AUTONOMO PER ME SONO:

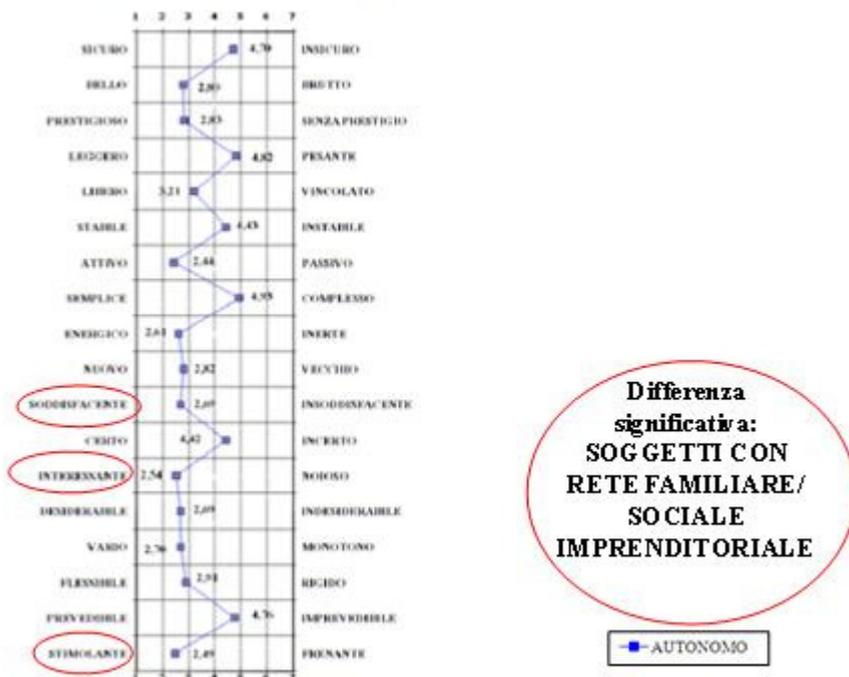


Il grafico riporta la rappresentazione del campione relativamente agli atteggiamenti nei confronti del lavoro autonomo e del lavoro dipendente.

Come si può vedere il lavoro Dipendente sembra essere meno caratterizzato di quello Autonomo concentrandosi i dati prevalentemente sulla colonna centrale del differenziale.

Il Lavoro Autonomo sembra invece essere più polarizzato nella rappresentazione che gli studenti hanno di questa tipologia di lavoro che viene descritto come attivo, interessante, stimolante, energetico, pesante, imprevedibile e complesso .

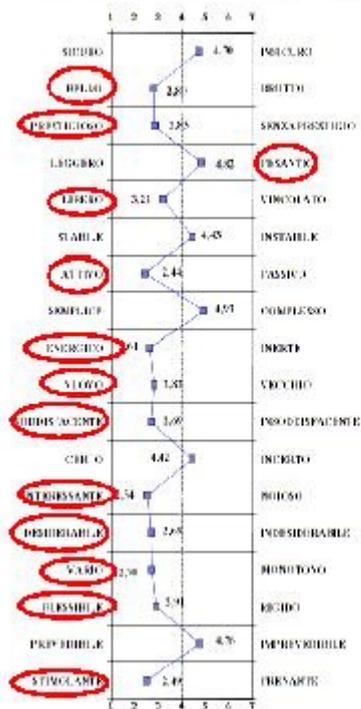
IL LAVORO AUTONOMO PER ME È:



Nel grafico sono state evidenziate le differenze significative riscontrate nella percezione del Lavoro Autonomo da parte di Soggetti che hanno segnalato di avere, all'interno della propria rete familiare (madre, padre, fratelli, nonni, coniugi) e sociale (amici), imprenditori nella cerchia sociale.

Come si può vedere il lavoro autonomo viene percepito, da tali soggetti, più 'soddisfacente' della media (Media Soggetti con Rete: 2.58; Media del campione: 2.69), più 'interessante' (Media Soggetti con Rete: 2.35; Media del campione: 2.54) e più 'stimolante' (Media Soggetti con Rete: 2.33; Media del campione: 2.49)

IL LAVORO AUTONOMO PER ME È:



Differenza
significativa
SOGGETTI CHE
HANNO GIÀ PENSATO
DI APRIRE IMPRESA

■ AUTONOMO

Nel grafico sono state evidenziate le differenze significative riscontrate nella percezione del Lavoro Autonomo da parte di Soggetti che hanno già pensato di aprire Impresa. Come si può vedere il lavoro autonomo viene percepito, da tali soggetti, in maniera più positiva rispetto al campione generale infatti viene valutato più 'bello' (Media: 2.53); più 'prestigioso' (Media: 2.54); più 'libero' (Media: 2.99); più 'attivo' (Media: 2.17); più 'energico' (Media: 2.33); più 'nuovo' (Media: 2,45); più 'soddisfacente' (Media: 2.36); più 'interessante' (Media: 2.17); più 'desiderabile' (Media: 2.40); più 'vario' (Media: 2.46); più 'flessibile' (Media: 2.74); più 'stimolante' (Media: 2.16); l'unico dato che si discosta da una visione pienamente positiva è il riferimento a 'pesante' (Media: 4.93) che, nel quadro complessivo, può essere letto come consapevolezza dell'impegno richiesto da questo tipo di lavoro.

Attitudine Imprenditoriale

L'American Psychological Association (APA, 2009, p. 34) definisce l'*attitudine* come "la capacità di acquisire competenze o abilità attraverso la formazione. *Attitudine specifica* è il potenziale in una area particolare (es. *attitudine artistica o matematica*); *l'attitudine generale* è il potenziale in diversi ambiti. Entrambe sono distinte dall'**ABILITÀ** che è una competenza esistente". In questa sede possiamo usare una definizione operativa di che ci permette di descrivere l'attitudine imprenditoriale come il *potenziale nel creare e sviluppare impresa o lavoro autonomo* (Cubico et al., in press).

Il *TAI - Test di Attitudine Imprenditoriale* è stato creato negli Anni Novanta (Favretto et al., 2003). Il *TAI* è un questionario, composto da 75 item, che descrive il profilo imprenditoriale e rileva le attitudini personali ad un lavoro di tipo autonomo e imprenditoriale. Con le ultime analisi (Sartori & Favretto, 2007) il test si assesta sulla misurazione dei seguenti 8 fattori:

F1. *Orientamento al risultato* – determinazione a perseguire un obiettivo e percezione di avere un forte controllo della situazione

F2. *Leadership* – attitudine alla dirigenza

F3. *Adattamento* – capacità di percepire i mutamenti ambientali e di adattarsi ad essi

F4. *Need for Achievement* – spinta ad ottenere fama e successo sociale

F5. *Need for Empowerment* – spinta a realizzare se stessi mediante il proprio lavoro, al di là del riscontro economico

F6. *Innovazione* – atteggiamento e curiosità verso il nuovo

F7. *Flessibilità* – tendenza a riorientare i propri obiettivi in base alla situazione esterna

F8. *Autonomia* – necessità di avere un proprio spazio autonomo di decisione e di scelta

e un'area trasversale denominata *Attitudine Imprenditoriale*.

Nel nostro campione il *TAI* presenta un punteggio medio di 3.07 (deviazione standard .69) che appare simile a quello dei gruppi già analizzati in altre ricerche. L'attitudine imprenditoriale risulta quindi moderata, con qualche soggetto che però presenta punteggi oltre il 5.00. Dato l'esiguo numero di imprenditori nel campione (16 soggetti su 560, il 2.9%) si è preferito evitare il confronto delle attitudini tra i due gruppi (imprenditori/non imprenditori). Un risultato interessante e che

vogliamo qui riportare è la differenza significativa che emerge tra chi ci ha pensato (36.8%) e chi non ha neanche immaginato nel suo futuro un lavoro autonomo/imprenditoriale): i primi presentano una attitudine significativamente più elevata.

Interessanti correlazioni significative si possono evidenziare tra i punteggi del TAI e il progetto imprenditoriale a medio (*rho* .382) e lungo (*rho* .405) termine, la consapevolezza delle tappe per la creazione della propria impresa (*rho* .414) e il poter contare sulla propria rete familiare (*rho* .316) o sociale (*rho* .222). Una serie di dati che fanno ipotizzare che ad una buona attitudine imprenditoriale corrisponda soprattutto una buona capacità di progettare, progettarsi, creare reti e raccogliere informazioni: competenze importanti per un aspirante imprenditore.

Imprenditoria giovanile: modelli emersi dalla ricerca

Per comprendere i meccanismi che regolano la scelta imprenditoriale nei giovani (il nostro campione ha infatti un'età media di meno di 23 anni) sono state realizzate delle specifiche elaborazioni statistiche che permettono di comprendere le strutture che legano i dati.

In particolare, l'*Analisi Fattoriale Esplorativa* (Analisi delle Componenti Principali) ha semplificato l'insieme delle variabili in poche variabili tra loro indipendenti (dette Fattori) e il *Modello delle Equazioni Strutturali* ha evidenziato la forza e la natura delle relazioni esistenti tra le variabili (Pedon, 2009).

I 10 principali Fattori che emergono (qui etichettati con denominazioni di fantasia che permettono di rendere l'idea riguardo il loro contenuto) descrivono il fenomeno dell'imprenditoria nei giovani studenti nelle sue diverse sfaccettature:

1. *La Donna e l'Impresa*
2. *L'Uomo e l'Impresa*

3. *Il Progetto Futuro e il Capitale Umano*
4. *L'Altro Indefinito*
5. *Le Difficoltà*
6. *Io Imprenditore*
7. *Io Dipendente Pubblico*
8. *Io Dipendente Privato*
9. *Inconsapevolezza*
10. *Imprenditore, no grazie.*

Il modello imprenditoriale che emerge è caratterizzato da forti sottolineature delle differenze tra generi, tra professioni e tra il possedere o meno informazioni, reti o supporti.

In particolare, i fattori più rappresentativi permettono di evidenziare che essere imprenditore appare come un compito diverso tra uomo e donna. All'imprenditrice (Fattore 1) vengono legate indipendenza, coraggio, gestione del tempo e flessibilità ma soprattutto le difficoltà e i sacrifici che sottendono alla scelta imprenditoriale per il genere femminile. Nel Fattore 2 - *L'Uomo e l'Impresa* si presentano con maggiore forza le caratteristiche di entusiasmo, flessibilità e forza interiore.

Il Fattore 3 (*Il Progetto Futuro e il Capitale Umano*) lega strettamente le variabili che indicano una forte capacità progettuale a medio e lungo termine con il capitale personale (rete imprenditoriale e supporto di famiglia e

amici) e contiene l'attitudine imprenditoriale.

Merita attenzione il Fattore 6 – *Io Imprenditore* nel quale appaiono le principali caratteristiche dell'essere imprenditore legate ad aspetti minori della rete familiare e sociale.

Si presentano poi tre Fattori (7, 8 e 10) che definiscono il lavoratore non imprenditore, con richiami forti alle professionalità di dipendente pubblico o privato e alle speculari difficoltà del lavoro autonomo.

Altri due Fattori (4 e 9) segnalano la tendenza a ignorare procedure e passi della creazione di impresa e la difficoltà a definire o definirsi imprenditore/lavoratore autonomo.

Questa analisi mette in luce i rischi di categorizzazione che chi si avvicina alla scelta professionale può mettere in atto: pensare cioè che il lavoro autonomo/imprenditoriale sia una scelta che pochi uomini (più che donne) possono pensare e che abbia caratteristiche negative che per qualcuno superano le positive.

Il lato incoraggiante che emerge è l'importanza che acquistano gli atteggiamenti, le informazioni, le reti familiari e sociali, la capacità progettuale, il potenziale e le caratteristiche personali nel creare un orientamento imprenditoriale positivo e

attivo. Elementi sui quali, in buona parte, è possibile intervenire ed operare con la ricerca e con l'intervento.

La successiva analisi realizzata con Modello delle Equazioni Strutturali ci permette di poter qui sottolineare che le variabili definite come componenti l'orientamento imprenditoriale si legano tra di loro e presentano interessanti caratteristiche. In particolare l'attitudine imprenditoriale lega in modo diretto con il possedere rete familiare e sociale imprenditoriale e l'averne un progetto imprenditoriale.

Le analisi mettono in evidenza che le attitudini imprenditoriali sono in qualche misura più presenti in quegli indirizzi di studio che più hanno a che fare con attività di maggior contatto con le imprese (un esempio, i consulenti del lavoro).

Un dato confortante che questo tipo di elaborazione ci propone è l'assenza di *variabili latenti*, cioè quelle variabili che non si prevede di osservare ma che possono intervenire in un modello complesso come quello considerato. In questo modo ci sentiamo incoraggiati nel procedere nello studio dell'orientamento imprenditoriale utilizzando i riferimenti scientifici, di letteratura e delle precedenti ricerche realizzate.

Considerazioni e sviluppi futuri di ricerca e intervento

In questo lavoro abbiamo voluto evidenziare l'importanza dell'imprenditoria nello sviluppo socio-economico e il significato delle caratteristiche personali dell'imprenditore o del futuro imprenditore.

Per quanto riguarda gli elementi della persona, si mostrano come interessanti da approfondire gli elementi legati all'attitudine imprenditoriale, all'immagine dell'imprenditore e agli atteggiamenti che i giovani hanno nei confronti del lavoro autonomo/imprenditoriale. L'insieme di queste variabili ci permette di comprendere meglio l'orientamento imprenditoriale.

I dati emersi suggeriscono inoltre riflessioni su possibili ambiti di ricerca e intervento.

In particolare, dal lato dei servizi offerti che riguardano il lavoro imprenditoriale e/o il supporto alla messa a punto del proprio progetto professionale è interessante procedere

nella comprensione delle relazioni tra gli elementi che definiscono il giovane nella fase della costruzione del suo futuro e le informazioni che sono disponibili per la realizzazione del progetto (Quali servizi sono presenti? Che tipo di linguaggi utilizzano per comunicare? Quanto sono tra loro integrati? Riescono i giovani ad entrare facilmente in contatto con i servizi?).

Dal punto di vista formativo e universitario è importante definire i diversi modelli utilizzati per lo sviluppo delle competenze imprenditoriali e creare un ambiente in cui gli studenti possano *respirare* una cultura imprenditoriale. In questo ambito la ricerca potrà continuare nella messa a punto di strumenti che permettano di comprendere al meglio il fenomeno della creazione di impresa (cosa caratterizza un imprenditore? Come nasce l'idea imprenditoriale? Quali fattori favoriscono o creano limiti nella costruzione dell'immagine di un futuro come imprenditore? Che valore ha la rete sociale e familiare?) e di dispositivi formativi/informativi in cui i giovani possano trovare quanto a loro utile per la definizione del loro futuro (corsi dedicati? Modi diversi di erogare tematiche formative tradizionali? Nuove competenze? Centri di ricerca?).

Queste attività, per poter essere efficaci, devono svolgersi in stretto legame con il territorio. Un lavoro che si proponga di conoscere e intervenire sul fenomeno della creazione di impresa non può prescindere dalle relazioni con le diverse parti interessate: le associazioni imprenditoriali, gli enti bilaterali, gli istituti bancari, le università, le istituzioni che concorrono a definire le politiche del lavoro, gli enti locali e nazionali, i servizi informativi e formativi, le associazioni giovanili, i centri di ricerca a livello nazionale e internazionale ... in sintesi, tutti quei soggetti pubblici e privati che hanno attenzione e interesse allo sviluppo del lavoro, dei giovani e delle imprese.

Bibliografia

- AlmaLaurea (2006). *Umanisti e scienziati al lavoro* [on line: <http://www.alma laurea.it/info/almanews/lavoro/060313.shtml>]
- APA (2009). *Concise Dictionary of Psychology*. Washington DC: American Psychological Association
- Audretsch, D.B., and Thurik, R. (2001). What's New about the New Economy? Sources of Growth in the Managed and Entrepreneurial Economies. *Industrial and Corporate Change*, 10(1), 267-315.
- Blanchflower, D.G. (2000). Self-employment in OECD Countries. *Labour Economics*, 7(5), 471-505.
- Brockhaus, R.H., and Nord, W.R (1989). *An Exploration of Factor Affecting the Entrepreneurial Decision: Personal Characteristics vs. Environmental Conditions*. Proceeding of the Academy of Management, 364-368.
- CEEDR - Centre for Enterprise and Economic Development Research, (2000). *Young, Women, Ethnic Minority and Co-Entrepreneurs - Final Report*. Middlesex University
- Commissione delle Comunità Europee (2003). *Libro Verde. Imprenditorialità in Europa*. COM(2003)27 del 21.01.2003
- Corbetta P. (1999). *Metodologia e tecniche della ricerca sociale*. Bologna: Il Mulino
- Cubico S., Bortolani E., Cubico A. & Favretto G. (2008). *Entrepreneurial Choice: Aptitudes, Motivations and Behavior*. The World Meeting 2008 of IAREP-The International Association for Research in Economic Psychology and SABE-The Society for Advancement of Behavioral Economics (Roma, September, 3-6)
- Cubico, S., Bortolani, E., Favretto, G., Sartori, R. (in press). Describing the Entrepreneurial Profile: The Entrepreneurial Aptitude Test (TAI). *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*
- Cuervo, A. (2005). Individual and Environmental Determinants of Entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1(3), 293-311
- De Vellis R. (2003). *Scale Development. Theory and Applications*. London: Sage Publications
- Favretto G. e Sartori R. (2007). *Le età dell'impresa. Giovani imprenditori e lavoratori esperti*. Milano: Franco Angeli
- Favretto G., Pasini M., Sartori, M. (2003). Attitudine imprenditoriale e misura psicometrica: il TAI (Test di Attitudine Imprenditoriale). *Risorsa uomo*, 3-4, 271-282
- Favretto, G. e Cubico, S. (2001). L'esperienza del Centro Imprenditoria Giovanile di Verona. Valutazione e sviluppo del potenziale imprenditoriale. *Magellano - Rivista di orientamento*, 7, 23-32
- Favretto, G., Cubico S. & Bortolani, E. (2007). Imprenditoria giovanile e imprenditoria femminile: un'introduzione. In Favretto, G. & Sartori, R. (a cura di), *Le età dell'impresa. Giovani imprenditori e lavoratori esperti* (pp. 75-100). Milano: Franco Angeli
- GEM – Global Entrepreneurship Monitor (2005). *Rapporto Nazionale Italia* [on line: www.gemconsortium.org]

- Grilo, I., and Thurik, R. (2004). *Determinants of Entrepreneurship in Europe*. ERIM Report Series Research in Management, ERS-2004-106-ORG. [on line:
<http://publishing.eur.nl/ir/repub/asset/1823/ERS%202004%20106%20ORG.pdf>]
- Masters G. N. (1982). A Rasch model for partial credit scoring. *Psychometrika*, 47, 149-174
- Minniti, M., Allen, I.E., & Langowitz, N. (2005). *Global Entrepreneurship Monitor 2005 Report on women and entrepreneurship* [on line:
<http://www3.babson.edu/CWL/upload/GEM%20Womens%20Report.pdf>]
- Pedon, A. (2009). *Dizionario di statistica e metodologia delle scienze del comportamento*. Roma: Alpes
- Primi C. e Chiesi F. (2005). *Introduzione alla psicometria*. Bari: Laterza
- Reynolds, P.D., Bygrave, W.D., Autio, E., Cox, L.W., Hay, M. (2002). *Global Entrepreneurship Monitor: 2002 Executive Report*. Kansas City, MO: Ewing Marion Kauffman Foundation [on line:
<http://sites.kauffman.org/pdf/GEM2002.pdf>]
- Reynolds, P.D., Hay, M. & Camp, S.M. (1999). *Global Entrepreneurship Monitor: 1999 Executive Report*, London Business School and the Kaufmann Centre for Entrepreneurial Leadership [on line:
www.gemconsortium.org/download.asp?id=140]
- Sartori R., Favretto G., and Sartori, A. (2007). *Aspetti Quantitativi dell'Attitudine Imprenditoriale. Il TAI (Test di Attitudine Imprenditoriale)*. In G. Favretto e R. Sartori. *Le età dell'impresa* (pp. 101-122). Milano: Franco Angeli
- Steele, G.R., (2004). Understanding Economic Man. Psychology, Rationality, and Values. *The American Journal of Economics and Sociology*, 63(5), 1021-1055.