

Євангелія Куцоянні, Дімітріос Ставрулакис, Мільтіадіс Халікіас, Александрос Сайнідіс

### **Особиста агентність та підприємницькі наміри серед студентів-бізнесменів**

Література з підприємництва сприймає підприємницьку діяльність як приклад агентності та визначила намір найважливішим попередником підприємницької поведінки. Дослідження аналізує зв'язок між особистою агентністю та підприємницьким наміром, використовуючи вибірку студентів, які розглядають можливість працевлаштування. Дослідження спирається на теорію агентності, яка містить орієнтацію в часі індивідів. Оскільки намір можна розглядати як можливий прояв чийогось агентського сприйняття, введення поняття часу у вивчення наміру дало б додаткове уявлення про процес формування підприємницького наміру. Застосована модель помірною посередництва; використані дані опитування 537 студентів-бізнесменів, які навчаються в Грецькому державному університеті. Отримані результати показали, що сприйняття студентами агентських здібностей стимулює їхні підприємницькі наміри. Зокрема, емансипація, яка визначається як поточне судження людини про здатність вибудувати кар'єрні плани, додатково пояснює розвиток самооціночних намірів, впливаючи на сприйманий поведінковий контроль і індивідуальні установки; ця змінна має більш значний вплив. Результати також вказали, що орієнтація на майбутнє, визначене як сприйняття людиною здатності до довгострокового планування, впливає на ефект емансипації на підприємницькі наміри, роблячи позитивне ставлення до підприємництва більш помітним.

**Ключові слова:** емансипація, орієнтація на майбутнє, підприємницькі наміри, темпоральність, студенти бакалаврату

**Класифікація JEL:** M13, M21, I25



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.