

LE DETERMINANTI DELL'IMPRENDITORIALITÀ: ALCUNE EVIDENZE A PARTIRE  
DALL'INDAGINE FOBS

Simona MILIO<sup>1</sup>, Giuseppe NOTARSTEFANO<sup>2</sup> e Raffaele SCUDERI<sup>3</sup>

**SOMMARIO**

Il rinnovato e recente interesse per lo studio del fenomeno imprenditoriale è sostenuto altresì da un'ampia fioritura multidisciplinare di studi teorici e di indagini. Il tema dell'analisi delle motivazioni alla base della scelta imprenditoriale si rivela, tra gli altri, molto importante.

L'indagine *Factor on Business* promossa da Eurostat costituisce un'importante contributo all'approfondimento di tale tema nell'ambito dell'esperienza di alcuni paesi appartenenti all'Unione. Il presente contributo, utilizzando i microdati provenienti da FOBS, propone un modello di analisi multivariata per l'identificazione delle determinanti all'origine della scelta di avviare una nuova impresa. Il bisogno di autorealizzazione e la necessità di far fronte a contingenze di natura materiale costituiscono due variabili latenti di notevole interesse per la comprensione delle motivazioni della scelta imprenditoriale e suggeriscono una lettura ed interpretazione delle informazioni fornite dal questionario, offrendo alcuni spunti interessanti per la comprensione della realtà imprenditoriale italiana

---

<sup>1</sup> ESOC Lab London School of Economics. Contatti: s.milio@lse.ac.uk

<sup>2</sup> Dipartimento di Scienze Economiche, Aziendali e Finanziarie della Università degli studi di Palermo, viale delle Scienze (parco D'Orléans), edificio 13 – 90128 Palermo. Contatti: giunotar@unipa.it.

<sup>3</sup> Dipartimento di Scienze Economiche, Aziendali e Finanziarie della Università degli studi di Palermo, viale delle Scienze (parco D'Orléans), edificio 13 – 90128 Palermo. Contatti: scuderi@unipa.it.

## 1 Introduzione<sup>4</sup>

Lo studio del fenomeno imprenditoriale si è imposto in questi ultimi anni come un crocevia interdisciplinare di diversi approcci di ricerca (Shane e Venkataraman, 2000; Minniti e Levesque, 2008; Peneder, 2009): un filone fecondo per una serie di studiosi provenienti da diversi settori scientifici (si ricordi l'ormai celebre volume *The Encyclopedia of Entrepreneurship* edita a cura di Kent, Sexton e Vesper nel 1982, ma anche il più recente volume curato da Bird Schoonhoven e Romanelli nel 2001), ma tutti accomunati dal voler dare una risposta a quello che lo storico economico italiano Giuseppe Berta ha definito “un enigma tra economia e storia”<sup>5</sup>.

Dal punto di vista dei contenuti sviluppati nella letteratura recente, è interessante notare come oltre ai temi tradizionali legati alla formazione di nuove imprese e all'analisi dei processi di creazione e distruzione della base imprenditoriale, di cui ci siamo occupati in lavori precedenti (fra gli altri si vedano Lo Jacono e Notarstefano, 2007, nonché Notarstefano e Scuderi, 2009), nonché a quello relativo all'analisi della relazione tra imprenditorialità e crescita economia territoriale (in tal senso si veda il numero speciale di *Regional Studies* curato da Acs e Storey nel 2004 così come i lavori del gruppo di ricerca su “Entrepreneurship, Growth and Public Policy” del Max Planck Institute di Jena coordinato da David B. Audretsch<sup>6</sup>), sono stati sviluppati contributi che analizzano la dimensione sociale del fenomeno imprenditoriale (Ulhoi, 2005; Lindsay, 2005; Casson e Della Giusta, 2007; Ferrante e Sabatini, 2007). Il contesto sociale, inteso come complesso reticolato di interazioni tra persone che stabiliscono legami di fiducia in vista anche di relazioni economico-produttive, costituisce un fattore determinante per la formazione di capitale imprenditoriale in un settore di attività economica e, ancor di più, in un'area territoriale.

---

<sup>4</sup> Il presente contributo si inserisce nell'ambito di una ricerca condotta tra il Dipartimento SEAF ed ESOC-Lab della London School of Economics. Pur essendo frutto di un lavoro comune, Giuseppe Notarstefano ha curato i paragrafi 1, 2 e 3, il paragrafo 4.1 e l'Appendice sono da attribuirsi a Raffaele Scuderi, i par. 4.2 e 4.3 ad entrambi gli autori, mentre Simona Milio ha curato il paragrafo 5.

<sup>5</sup> 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 schumpeteriani, 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.

<sup>6</sup> In particolare a questo autore si deve lo sviluppo del concetto di “capitale imprenditoriale” come *region's endowment with factor conducive to the creation of new business* (si veda Audretsch e Keilbach, 2004, p. 951 e, per una specifica verifica empirica al caso italiano, si veda anche Lasagni, 2007). Si tratta di un concetto già presente in letteratura come interfaccia tra le determinanti individuali-personali, sociali-relazionali e ambientali-territoriali dell'imprenditorialità (Firkin, 2001).

Ireland, Hitt e Sirmon (2003) ritengono che l'imprenditorialità sia un processo sociale, che dipende da un contesto in cui gli individui generano una ricchezza unica utilizzando tutte le risorse e sfruttando le occasioni del mercato.

Fra tali risorse vi sono certamente i valori e la cultura di un territorio: i fattori antropologico - culturali hanno una duplice connessione con l'imprenditorialità, i cui nessi vengono diversamente specificati e valutati dalle analisi empiriche proposte.

Da un lato essi risultano legati alla cultura di un territorio nella quale si sedimentano i saperi individuali (locali) derivanti dalle tradizioni produttive e dalla pratica economica attivata (si pensi in tal senso alla vasta letteratura sui distretti produttivi, in cui il fattore contiguità è generalmente da intendersi in senso più ampio della sola prossimità spaziale e geografica): una simile dinamica è stata rappresentata da Gartner (1985), che propone un modello culturale della pensione imprenditoriale locale.

Dall'altro essi sono riferibili ai processi di accumulazione del capitale umano, alla formazione ed agli effetti di laboratori o incubatori di impresa, dove si apprende, si sviluppa una motivazione o un'idea imprenditoriale.

Un fondamentale riferimento istituzionale è quello offerto dalla Commissione Europea, attraverso con il celebre Libro Verde, nel quale vengono fornite le coordinate per una definizione operativa, anche ai fini della valutazione di impatto delle politiche pubbliche, della imprenditorialità. Essa – vi si legge - è uno “stato mentale, 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” (Commissione Europea, 2003, p.6); in quanto un soggetto, l'imprenditore, attraverso le proprie capacità, la propria creatività e le proprie motivazioni, riesce a riconoscere un'opportunità e a sfruttarla per trarne un profitto e quindi, acquisire un successo economico. La variabile motivazionale, pur essendo a lungo dibattuta in letteratura (si vedano in tal senso le critiche proposte da Deakins, 1996), costituisce una chiave interpretativa dell'evoluzione e della crescita del capitale imprenditoriale e delle sue determinanti (paragrafo 2).

Il presente contributo, infatti, utilizzando i microdati forniti dall'ISTAT relativi alla sezione italiana del campione selezionato ai fini dell'indagine “Factor on Business” promossa dall'Eurostat (paragrafo 3), si concentra ad analizzare le determinanti dell'imprenditorialità con particolare attenzione alle motivazioni che stanno all'origine della scelta imprenditoriale. In lavori precedenti abbiamo avuto il modo di sottolineare la multidimensionalità del concetto di imprenditorialità: ciò è particolarmente rilevante ai fini della misurazione (tra gli altri Notarstefano, 2002) <sup>7</sup>. Tale approccio, capace di considerare simultaneamente una molteplicità di fattori rilevanti per la comprensione del fenomeno socio-economico in questione, si rivela particolarmente promettente anche in questo caso.

---

<sup>7</sup> “Lo studio dei fenomeni sociali ed economici è per sua natura complesso e caratterizzato spesso dalla gestione di informazioni spesso interconnesse” (p. 35).

La complessità del concetto da misurare (l'imprenditorialità) richiede, prima della ricerca di indicatori sintetici (particolarmente interessanti nel caso di dati ecologici, territoriali o aggregati) o modelli statistici (che presuppongono la specificazioni di modelli teorici e di ipotesi opportunamente specificate su comportamenti, relazioni e funzioni), una descrizione multidimensionale del fenomeno che possa contenere all'interno di un quadro comune un'informazione notevolmente articolata: la scelta che compiamo è relativa all'utilizzo di una tecnica tipica dell'analisi dei dati di scuola francese nota come Analisi delle Corrispondenze Multiple (paragrafo 4.2). Essa si rivela particolarmente interessante sui microdati dell'indagine FOBS, consentendo il trattamento congiunto di informazioni soggettive ed oggettive a partire dalle variabili ipotizzate nello strumento di misura adottato. L'ausilio di tale tecnica di analisi dei dati ci ha consentito di valutare alcune associazioni tra tali variabili che si prospettano particolarmente interessanti per la misurazione dell'imprenditorialità (paragrafo 4.3).

## **2 Le determinanti “personali” dell'imprenditorialità**

Ahmad e Hoffman (2008), in un celebre lavoro di natura metodologica promosso da OCSE, 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. In tale direzione sono stati sviluppati numerosi repertori e collezioni di indicatori che consentono il monitoraggio e lo studio del fenomeno imprenditoriale, ma anche dei diversi fattori che lo determinano<sup>8</sup>.

Nel suo significato strettamente economico poi, l'imprenditorialità è 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 rimane, in senso shumpeteriano, molto rilevante. 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 è, 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 individuali* e le determinanti o *fattori ambientali*.

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

---

<sup>8</sup> Si veda in tal senso il progetto OCSE-Eurostat *Entrepreneurship Indicators Programme*.

agevolazioni di natura pubblica, nel presente lavoro tuttavia ci concentriamo sulla prima categoria. Essa 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<sup>9</sup> erano soliti dare una forte enfasi sui tratti individuali, quella che alcuni hanno stigmatizzato come tendenza a “romanticizzare” la figura dell’imprenditore<sup>10</sup>, 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 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;

---

<sup>9</sup> Per una interessante rassegna si rinvia a Mussati (1996).

<sup>10</sup> L’espressione è usata da Marinella Terrasi, in un volume di ricerca curato da Paolo Mariti “La formazione di nuove imprese” relativo ad un progetto finalizzato del Consiglio Nazionale delle Ricerche del 1990 che, a sua volta, cita un lavoro di Boswel del 1973 “The Rise and Decline of Small Firms” pp. 42-43.

- 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<sup>11</sup>.

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 ad esempio 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<sup>12</sup>.

### **3 L'indagine *Factor on Business* di Eurostat**

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.

---

<sup>11</sup> Bhidé (2000) ha verificato come in molti casi di nuove imprese, l'innovazione non rappresenti quasi mai un elemento essenziale per la costituzione e l'avvio dell'attività imprenditoriale.

<sup>12</sup> Per un ulteriore approfondimento si veda Terrasi op. cit. pp. 69-79.

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 esso 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 europeo.

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.

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.

### *Struttura e obiettivi dell'indagine*

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<sup>13</sup>. 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

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

---

<sup>13</sup> In considerazione del tipo di stratificazione adottato, l'Istat ha dichiarato di aver censito tutte le imprese con oltre 10 addetti. Inoltre, ai fini di una stima significativa dei domini di studio settoriale e regionale, il disegno di campionamento ha previsto un allargamento del campione previsto sino a 19.091 imprese contattate.

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<sup>14</sup>. Il presente contributo si concentra principalmente sulla domanda con cui veniva chiesto agli intervistati di dichiarare la motivazione fondativa<sup>15</sup> alla base della propria scelta imprenditoriale: l'analisi che sviluppiamo nei paragrafi successivi cerca di mettere in relazioni proprio le motivazioni dichiarate dagli imprenditori ed alcune delle più tipiche determinanti soggettive e oggettive.

### *Alcune evidenze empiriche in ambito europeo*

Prima di analizzare in dettagli i dati relativi al campione italiano, si è ritenuto di offrire alcune evidenze relative all'intero campione europeo, al fine di identificare alcuni tratti rilevanti per lo studio delle motivazioni che spingono alla creazione di un'attività economica imprenditoriale di successo, laddove – ed è bene ricordarlo - con tale espressione ci si limita a rilevare la capacità di restare sul mercato dopo un certo periodo dalla fase di *start up*.

I fattori di successo più rilevanti per la costituzione di una nuova impresa, nel campione comunitario, sembrano essere legati alla giovane età e all'esperienza lavorativa nello stesso settore di attività, mentre le difficoltà principali, percepite dagli imprenditori nella fase di avvio, sono legate costruzione di un portafoglio clienti e ai problemi burocratici e amministrativi. Il profilo di imprenditore che emerge, nel complesso dei paesi che hanno partecipato all'indagine, è sostanzialmente legato a settori tradizionali e condizionato dai fattori locali (talvolta opportunità per l'impresa e talaltra veri e propri vincoli alla crescita): piccola dimensione, bassa propensione innovativa e bassa internazionalizzazione sono alcuni dei tratti che specificano tale profilo.

Per ciò che concerne la motivazione, è possibile rilevare che in prevalenza vengono indicate come ragioni che hanno condotto alla scelta imprenditoriale, il desiderio di autonomia e di lavorare in proprio e la previsione di un maggior profitto e guadagno economico.

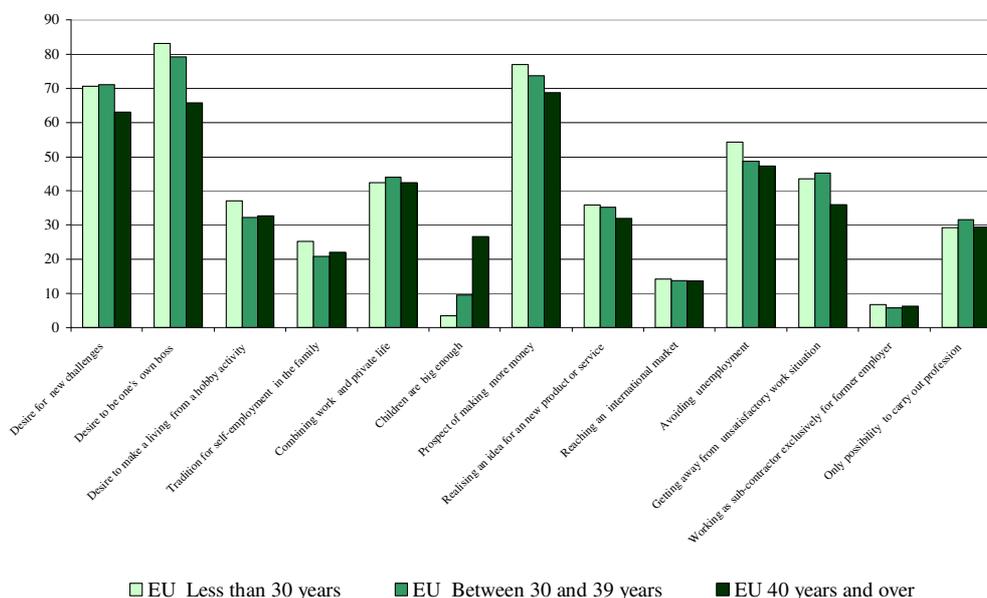
Abbiamo provato ad incrociare le risposte relative alle motivazioni con tre variabili soggettive importanti: il genere, la classe di età e il titolo di studio (Figure 1, 2 e 3): autonomia e attesa di un maggior guadagno sembrano essere le motivazioni prevalenti, sebbene siano più marcate per i maschi, i giovani con meno di 40 anni e le persone con un basso titolo di studio.

---

<sup>14</sup> Per ulteriori informazioni relative al disegno dell'indagine, è possibile consultare la Nota metodologica predisposta da ISTAT.

<sup>15</sup> Si trattava di una domanda a risposta multipla, con modalità previste di risposta secondo una scala qualitativa "molto, in parte, per niente e non so".

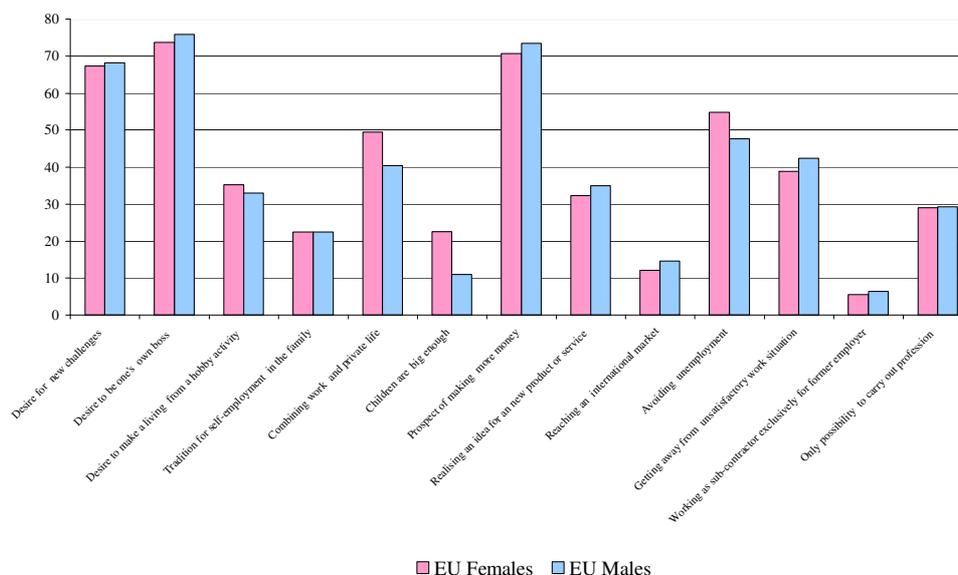
Figura 1 – Motivazioni che hanno spinto all'avvio dell'impresa per classe di età , valori medi, 2005 (% di rispondenti)\*



\* Weighted average based on data available for the Bulgaria, the Czech Republic, Denmark, Estonia, Italy, Latvia, Lithuania, Luxembourg, Austria, Portugal, Romania, Slovenia, Slovakia and Sweden; multiple answers permitted.

Fonte: [http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/european\\_business/special\\_sbs\\_topics/factors\\_business\\_success](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/european_business/special_sbs_topics/factors_business_success).

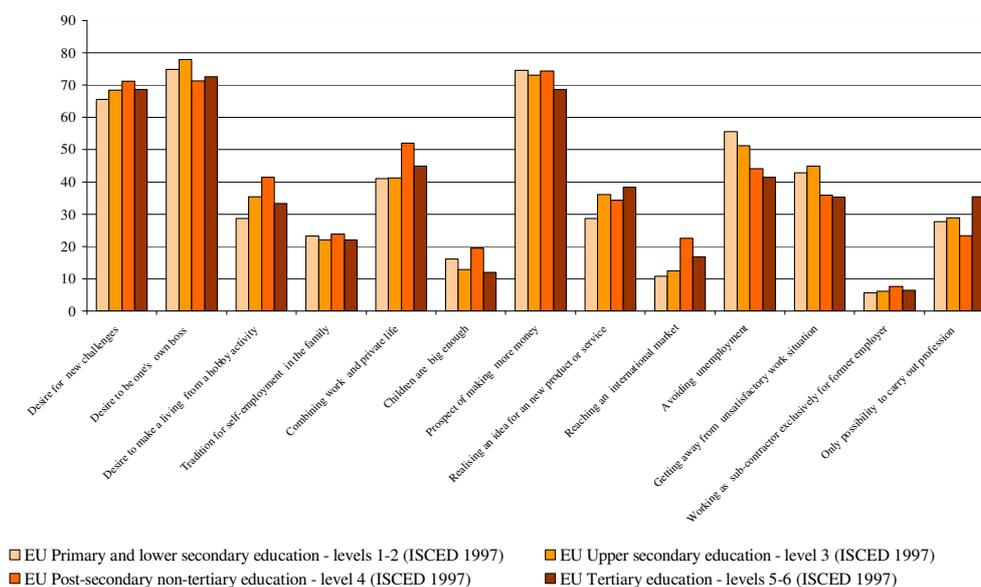
Figura 2 – Motivazioni che hanno spinto all'avvio dell'impresa per genere , valori medi, 2005 (% di rispondenti)\*



\* Weighted average based on data available for the Bulgaria, the Czech Republic, Denmark, Estonia, Italy, Latvia, Lithuania, Luxembourg, Austria, Portugal, Romania, Slovenia, Slovakia and Sweden; multiple answers permitted.

Fonte: [http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/european\\_business/special\\_sbs\\_topics/factors\\_business\\_success](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/european_business/special_sbs_topics/factors_business_success).

Figura 3 – Motivazioni che hanno spinto all'avvio dell'impresa per titolo di studio, valori medi, 2005 (% di rispondenti)\*



\* Weighted average based on data available for the Bulgaria, the Czech Republic, Denmark, Estonia, Italy, Latvia, Lithuania, Luxembourg, Austria, Portugal, Romania, Slovenia, Slovakia and Sweden; multiple answers permitted.

Fonte: [http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/european\\_business/special\\_sbs\\_topics/factors\\_business\\_success](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/european_business/special_sbs_topics/factors_business_success).

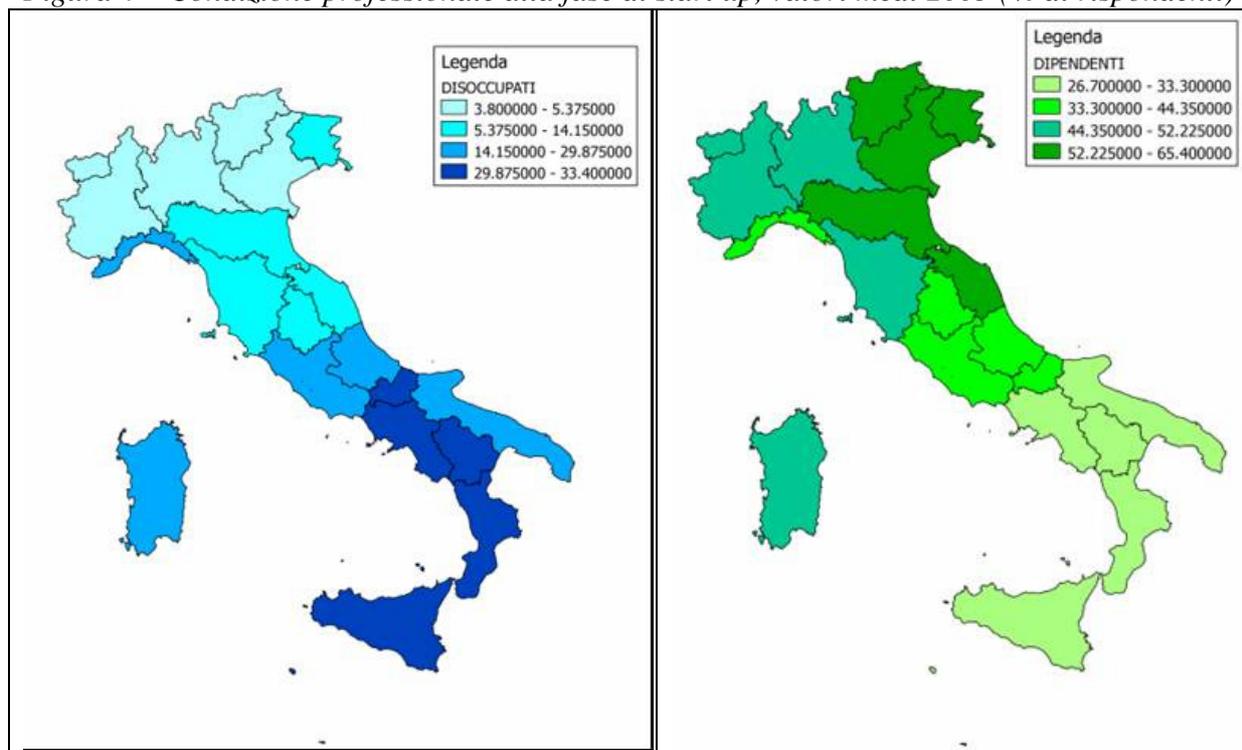
### Il profilo nazionale dell'imprenditore italiano: omogeneità e disomogeneità territoriali

La prima evidenza empirica relativa al profilo dell'imprenditore italiano è che le caratteristiche individuali sono tra i fattori più importanti per il successo dell'impresa, un'evidenza che è sostanzialmente comune in tutto il territorio nazionale..

Tale profilo identifica un soggetto prevalentemente maschio, di circa 40 anni e con un diploma di scuola superiore: un simile profilo accomuna tutte le regioni italiane con alcune lievi differenze: gli imprenditori del Nord-Est sono i meno secolarizzati rispetto a quelli della altre circoscrizioni, le imprenditrici donne sono tendenzialmente più giovani e più istruite dei colleghi maschi. Una significativa differenza territoriale emerge quando si osservano le risposte relative alle motivazioni: l'imprenditore meridionale generalmente sfugge ad una condizione di disoccupazione (*escape from unemployment* che genera una sorta di *entrepreneurship for necessity*) mentre l'imprenditore centro-settentrionale sceglie di avviare una propria attività per corrispondere concretamente ad un bisogno di autonomia e di "mettersi in proprio".

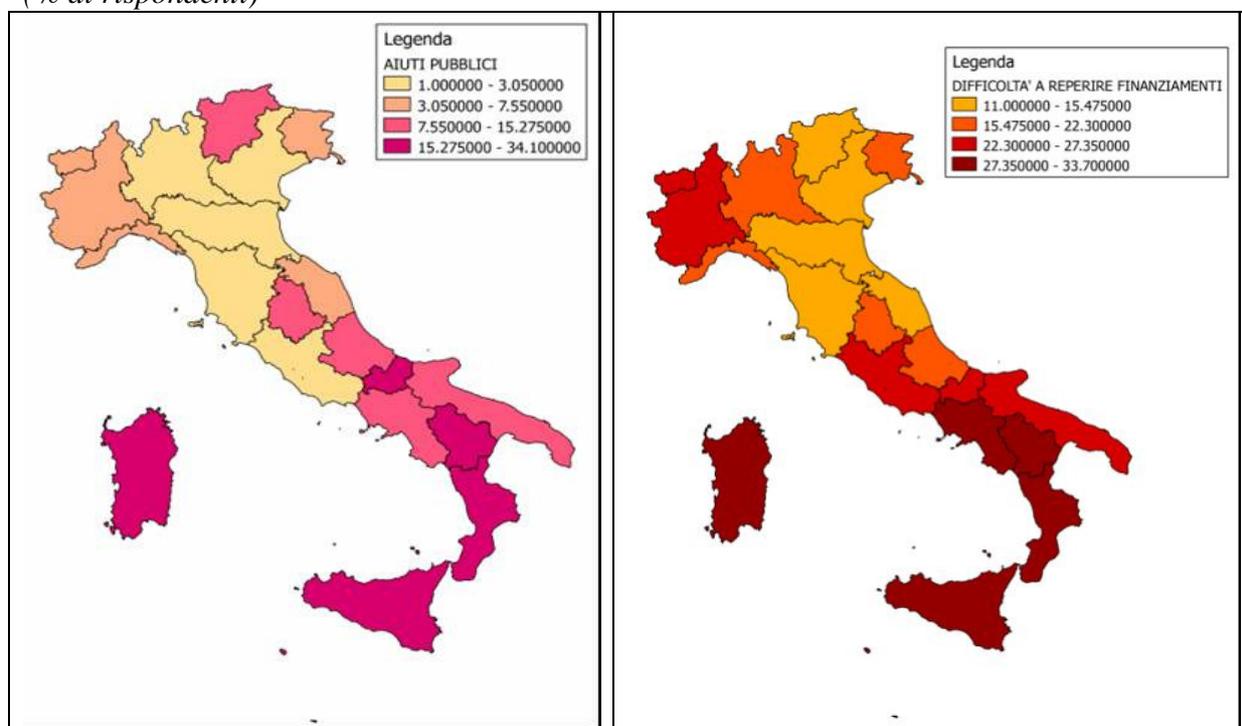
Il dato viene confermato dalla distribuzione territoriale della condizione professionale al momento della fase di avvio dell'impresa (figura 4).

Figura 4 – Condizione professionale alla fase di start up, valori medi 2005 (% di rispondenti)



Fonte: Nostra Elaborazione su dati FOBS.

Figura 5 – Presenza di aiuti pubblici e difficoltà a reperire finanziamenti, valori medi 2005 (% di rispondenti)



Fonte: Nostra Elaborazione su dati FOBS.

Circa l'85% dei neo imprenditori è esclusivamente dedicato all'impresa che ha avviato e solo il 10,6% dichiara di avere una seconda attività imprenditoriale. Nel campione osservato prevale l'imprenditore che proviene da un'attività lavorativa nello stesso settore dell'impresa che ha avviato: l'incidenza di tale condizione abbastanza simile in tutte le regioni mentre vi sono sostanziali differenze nei diversi settori di attività<sup>16</sup>.

Alcune differenze territoriali interessanti si osservano sia nel caso della rilevanza percepita dai rispondenti di aiuti pubblici per la fase di avvio sia nelle difficoltà dichiarate nel reperire finanziamenti (figura 5): non solo gli imprenditori meridionali, ma anche quelli del nord-ovest (soprattutto Piemonte, Valle D'Aosta e Liguria) dichiarano di aver avuto difficoltà nel trovare mezzi finanziari per sostenere la propria attività, così come gli incentivi e le agevolazioni si rivelano importante in tutto il Mezzogiorno e, in genere, nelle regioni a statuto speciale.

## **4 Un'analisi multivariata sui microdati italiani**

### *4.1 La tecnica dell'Analisi delle Corrispondenze Multiple*

L'analisi delle corrispondenze multiple (Benzécri, 1963, 1992; Bolasco, 1999) è una tecnica di analisi dei dati di tipo esplorativo che consente di rappresentare le relazioni tra variabili a partire da una tabella di contingenza. Tale tecnica descrittiva, applicabile tanto a tabelle a due vie quanto a quelle a più vie, estrapola le misure di corrispondenza (cosiddetti "fattori latenti") tra le dimensioni della tabella di contingenza, al fine di convertire l'informazione numerica in una rappresentazione grafica bidimensionale. I fattori latenti individuati hanno la caratteristica di essere tra di loro indipendenti, di essere le migliori combinazioni lineari delle variabili originarie, e, analogamente a tecniche quali l'analisi delle componenti principali (ACP), di spiegare in ordine decrescente una parte dell'inerzia totale (che corrisponde alla varianza dell'ACP). La rappresentazione grafica dei risultati consente di visualizzare le relazioni esistenti tra variabili categoriali anche in set di dati ampi. L'individuazione di due assi cartesiani da rappresentare nelle due dimensioni, ciascuno corrispondente ai due fattori latenti che spiegano la maggior parte dell'inerzia totale, permette di distinguere per ciascuno un semi-asse positivo e uno negativo. Tale bipartizione consente di identificare una "polarità" nel fattore latente individuato e di fornire un'opportuna valenza semantica ai risultati ottenuti. Negli assi identificati possono proiettarsi tanto punti-individui quanto punti-modalità, le cui coordinate corrispondono ai rispettivi baricentri (rispettivamente, delle modalità e degli individui).

---

<sup>16</sup> La precedente esperienza lavorativa "pesa" di meno nel commercio rispetto agli altri settori dell'industria in senso stretto e dell'edilizia.

Nel caso specifico si è scelto di sintetizzare i fattori latenti relativi agli item del questionario sulla motivazione alla base della scelta imprenditoriale (variabili “attive”, ossia quelle che concorrono direttamente all’individuazione dei fattori latenti). Alla luce dei due fattori estratti si è provveduto quindi a proiettare nello spazio da essi generato altri item opportunamente scelti (variabili “supplementari”), allo scopo di provvedere a una interpretazione e caratterizzazione dei fattori estratti, e quindi evidenziare alcune caratteristiche del fenomeno imprenditoriale emergenti dalla struttura di interdipendenza tra le variabili.

La tecnica opera a partire da un *set* di  $K$  variabili categoriali “attive” relative a  $N$  individui, con  $Q$  modalità complessive. Essa scompone inizialmente l’informazione nella matrice di dati originale “individui  $\times$  variabili” in una matrice  $\mathbf{Z}$  detta “disgiuntiva completa”. Quest’ultima è una matrice “individui  $\times$  modalità” di dimensioni  $N \times Q$ , che riporta al suo interno valori pari a “1” se l’individuo di una determinata riga possiede la modalità di una determinata colonna, “0” altrimenti. La matrice  $\mathbf{Z}$  può pertanto intendersi come una matrice a  $K$  blocchi, dove ciascun blocco ha dimensione  $N \times Q_k$ , in cui  $Q_k$  è il numero delle modalità della variabile  $k$ -esima,  $k = 1, \dots, K$ , espresse come detto da variabili *dummy*.

Il prodotto matriciale  $\mathbf{B} = \mathbf{Z}' \mathbf{Z}$  permette di ottenere la cosiddetta “matrice di Burt”, matrice quadrata e simmetrica a blocchi di dimensione “ $Q \times Q$ ” che costituisce lo strumento di partenza dell’analisi delle corrispondenze multiple. I “blocchi” di tale matrice non sono altro che tabelle di contingenza di dimensione “ $Q_h \times Q_k$ ”, dove  $h$  e  $k$  sono sempre due generiche variabili appartenenti al set di numerosità  $K$ , tranne nella diagonale principale (in cui  $h=k$ ) dove si trovano sub-matrici diagonali che contengono le frequenze di ciascuna modalità. La matrice “rappresenta l’insieme delle facce dell’ipercubo di contingenza” (Bolasco, 1999) di  $K$  dimensioni.

L’analisi delle corrispondenze multiple consiste nell’applicare l’analisi delle corrispondenze semplici alla matrice  $\mathbf{B}$ . Ulteriori dettagli sulle procedure computazionali di stima, congiuntamente alle caratteristiche del pacchetto “ca” del software R utilizzate nelle analisi di seguito riportate, sono descritti in Nenadic e Greenacre (2007a; 2007b). Attraverso di esse si perviene al calcolo delle coordinate fattoriali, sia delle unità che delle modalità per ciascun fattore latente estratto. Date le premesse di cui sopra, nel presente lavoro ci si rivolgerà esclusivamente alla rappresentazione dei punti-modalità.

Le coordinate di questi ultimi permettono di “quantificare” la posizione di una modalità lungo l’asse di ciascuna variabile latente, e pertanto concorrere alla definizione semantica dell’elemento latente individuato. La proiezione dei punti-modalità sul sistema di assi cartesiane, generato dalle due variabili latenti maggiormente rilevanti in termini di potere esplicativo dell’inerzia totale, permette altresì di valutare la loro distanza attraverso la metrica del  $\chi^2$ . Una eventuale vicinanza nel sottospazio fattoriale di due punti implicherebbe che gli individui possiedono un profilo simile per tutte le altre caratteristiche considerate.

Ulteriore elemento di valutazione di ciascun punto è la “massa”, corrispondente alla frequenza ad esso associata; nei grafici di seguito riportati tale elemento è rappresentato dalla dimensione del simbolo associato a ciascun punto.

Spunti significativi possono infine emergere dallo studio delle “traiettorie” identificate congiungendo con un segmento i punti-modalità relativi ad una stessa variabile, e l’interpretazione di tale spezzata rispetto al valore semantico attribuito ai due fattori latenti.

#### *4.2 Identificazione dei fattori latenti*

Le variabili “attive” considerate per l’individuazione dei due principali assi sono quelle legate alla domanda del questionario “Quali sono state le motivazioni che hanno determinato la nascita della sua impresa?”, la cui struttura è stata presentata nel paragrafo 3: l’elenco dettagliato delle variabili è riportato in Appendice A, corredato delle etichette utilizzate nella nostra analisi. Ai fini di una migliore rappresentazione ed interpretazione dei risultati, si è scelto di procedere ad una aggregazione delle modalità di risposta, riducendole da quattro a due: sono state accorpate quelle in cui una determinata motivazione era in qualche modo presente (molto, in parte) e quelle in cui era assente o di dubbia presenza (per niente, non so). I due fattori latenti estratti e riportati in Figura 6 “spiegano” rispettivamente il 34,2% e il 13,3% dell’inerzia complessiva, con una percentuale cumulata pari al 47,4%.

L’ideale congiunzione con un segmento delle due modalità relative ad uno stesso item suggerisce l’idoneità della contrapposizione semantica, ricercata nell’accorpamento delle modalità di risposta da quattro a due. Modalità di significato opposto, difatti, si trovano in quadranti opposti rispetto all’origine degli assi, anche se spesso nettamente non equidistanti da questa.

Le coordinate dell’asse orizzontale, rappresentante proprio quel fattore latente che spiega la maggior parte di inerzia, indicano una netta separazione delle modalità indicanti la “presenza” e l’“assenza o dubbia presenza” delle motivazioni indicate nel questionario.

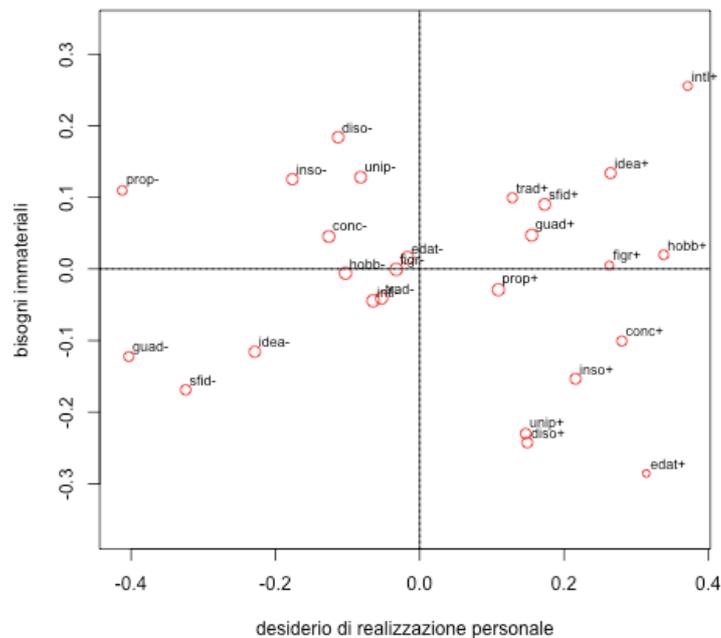
Tale polarità suggerisce un’interpretazione fondata su un elemento fortemente connaturato all’attività imprenditoriale in sé. L’ordine in cui appaiono le modalità induce ad etichettare tale fattore come “desiderio di realizzazione personale”, legandole all’individualismo della figura dell’imprenditore.

Le modalità si dispongono in maniera da descrivere un gradiente delle variabili relative all’assenza di desiderio di mettersi in proprio, di guadagnare e di intraprendere una nuova sfida, rappresentate graficamente con i punti più lontani dall’origine nel semiasse negativo.

Le modalità maggiormente concentrate attorno all’origine del semiasse sono invece quelle attribuibili alla mancanza/dubbia presenza di fattori in cui l’elemento “ambientale” potrebbe invece assumere una certa valenza. Quelle invece che indicano la presenza di una qualche motivazione si collocano in posizione maggiormente distante dall’origine rispetto alle

categorie complementari etichettate con il segno “-”. In una sorta di ideale *climax* verso motivazioni maggiormente collegate all’autorealizzazione, le etichette negative ordinano *in primis* un elemento fondativo per l’avvio di un’attività imprenditoriale (il desiderio di mettersi in proprio), seguito dalla presenza di fattori “socio-ambientali” che favoriscono la creazione dell’impresa (tradizione familiare, unica possibilità per esercitare la professione, disoccupazione, etc.), quindi, si leggono i fattori connessi alla maggiore soddisfazione e realizzazione personale (conciliare lavoro e vita privata, assumere lo stesso ruolo del precedente datore lavorando per costui, esaltare le proprie caratteristiche personali che inducevano a praticare un hobby, realizzarsi raggiungendo anche a quote di mercato all’estero).

Figura 6 – Motivazioni alla base della scelta imprenditoriale: analisi delle corrispondenze multiple



Fonte: Nostra Elaborazione su dati FOBS.

La proiezione dei punti sull’asse verticale suggerisce invece la presenza di una variabile latente legata alla natura immateriale dei bisogni che hanno determinato la scelta imprenditoriale. Nel semiasse positivo vengono, infatti, collocate le motivazioni meno legate a elementi “tangibili” quali, ad esempio, quelle relative al “raggiungimento di mercati internazionali”, “all’affermazione di un’idea imprenditoriale”, alla “tradizione familiare”, al desiderio di “vincere una nuova sfida” ed anche, un po’ più distanti, alcuni fattori *push* quali “la possibilità di nuovi guadagni”, alla possibilità di “rendere impresa un *hobby*”, al “venir meno di certe responsabilità sui figli”, variabili più legate a elementi “materiali”.

A questi ultimi si contrappongono, nel semiasse negativo, alcuni fattori derivanti da contingenze concrete e, diremmo per certi versi, più “tangibili” (nell’ordine “voglia di mettersi in proprio”, “conciliare lavoro e famiglia”, “insoddisfazione del lavoro che si svolgeva prima”, “unica possibilità per esercitare la professione”, disoccupazione, “lavorare in esclusiva per il datore di lavoro”).

Una conferma del valore semantico attribuito all’asse ci viene offerta dalla constatazione che le modalità che rivelano l’assenza o la dubbia presenza di determinate motivazioni hanno generalmente una posizione speculare e completano le modalità presenti nel semiasse positivo: ciò appare come un’indicazione che alla presenza di bisogni e aspirazioni più immateriali corrisponda l’assenza o la dubbia presenza di alcuni elementi materiali.

#### *4.3 Proiezione delle variabili supplementari sul sistema di assi individuato*

Le figure riportate in Appendice B proiettano le variabili “supplementari”, descritte in Appendice A, sul sistema di assi cartesiane individuato dalle variabili latenti. Ne emerge un quadro di notevole interesse e coerente con la descrizione delle dimensioni descritte in precedenza. Le evidenze empiriche riportate in Fig. B1 riguardano variabili socio-demografiche degli intervistati.

Dal punto di vista della localizzazione geografica delle imprese, il grafico in Fig. B1.a associa maggiormente le regioni del Mezzogiorno al desiderio di affermazione individuale e a bisogni “tangibili”, e tale legame si sposta alle porzioni di assi cartesiane semanticamente opposte da ambedue i punti di vista man mano che si osservano regioni del Nord Italia. Da tali figure emerge inoltre che una maggiore motivazione all’affermazione individuale e al soddisfacimento di bisogni “tangibili” proviene da imprenditori più giovani, prevalentemente donne e che non svolgono altra attività remunerativa. Anche il grado di istruzione conferma l’ipotesi interpretativa degli assi fornita nel paragrafo precedente: il possesso di un titolo di studio elevato si associa positivamente sia con fattori immateriali che con il bisogno di autorealizzazione. Simmetricamente agisce l’elemento etnico, o meglio il fattore cittadinanza: gli imprenditori di provenienza extracomunitaria scelgono di avviare la propria attività in base alla spinta di bisogni legati a contingenze e in base ad esigenze di realizzazione personale di affrancamento economico e di stabilizzazione a livello sociale<sup>17</sup>.

Le figure B2 riportano, invece, elaborazioni relative alla formazione dell’imprenditore prima di intraprendere l’attività. La precedente posizione lavorativa sembrerebbe essere associata positivamente con la “materialità” dei bisogni nel determinare la scelta imprenditoriale, relazione fortemente confermata anche l’associazione positiva tra valori negativi dell’asse

---

<sup>17</sup> Gli studi sull’imprenditorialità immigrata in ambito internazionale e, anche, nazionali sono ricchissimi: i recenti rapporti ISTAT hanno rilevato l’importante contributo degli extracomunitari alla creazione e sviluppo della base imprenditoriale italiana. È, dunque, possibile, che l’evidenza empirica riscontrata nei dati del 2005 sia presto superata dalla dinamica di tale fenomeno.

verticale e la precedente condizione di disoccupato o in cerca di prima occupazione e di lavoratore dipendente. Chi era pensionato sembrerebbe, invece, essere associato più frequentemente a motivazioni di tipo “immateriale” e meno legate al desiderio di affermazione personale. La prevalenza di fattori immateriale e di forte autorealizzazione personale è positivamente associata con la ricerca di percorsi di formazione imprenditoriale che aiutino i soggetti ad intraprendere la nuova attività.

Quest’ultima tipologia di motivazioni sembra maggiormente legata con le iniziative di formazione, seppur sussista una differenza, peraltro ragionevole, tra chi è “spinto” da bisogni contingenti e tende a formarsi presso istituzioni pubbliche, e chi intraprende un percorso personale di propria iniziativa poiché non guidato da necessità contingenti.

Gli imprenditori maggiormente spinti da una forte tensione alla realizzazione personale sembrano essere, inoltre, i “neofiti” ossia coloro che non hanno mai intrapreso un’attività imprenditoriale e sono motivati da cause contingenti, mentre chi ha alle spalle una o più attività ha meno motivazione all’autorealizzazione e risulta maggiormente guidato da motivazioni meno “materiali”.

La figura B3 presenta infine alcune caratteristiche organizzative e di mercato delle imprese: il settore di attività economica, la propensione all’internazionalizzazione, l’innovazione (o meglio l’opinione degli imprenditori in merito al grado di innovazione della propria impresa) e la tipologia di cooperazione con altre imprese.

Per quanto la branca produttiva cui afferisce la nuova impresa, l’evidenza empirica più interessante è relativa agli imprenditori operante nel settore dell’Energia: appaiono i più motivati e svincolati da fattori contingenti. Mentre per i restanti settori di attività il pattern più tipico verso la scelta imprenditoriale, sembra essere fortemente legato alle contingenze<sup>18</sup> e lievemente associato al bisogno di autorealizzazione nel caso dei settori manifatturiero, commerciale e dell’intermediazione finanziaria.

Anche la percezione dell’innovazione, lo sbocco su mercati internazionali e la ricerca di cooperazione con le imprese, maggiormente associati ad un alto desiderio di realizzazione personale e a bisogni meno materiali.

## **5 Conclusioni**

Il quadro che emerge dalle analisi precedenti consente alcune interessanti valutazioni in ordine alla natura ed alle prospettive del fenomeno imprenditoriale, soprattutto, con riferimento all’Italia.

---

<sup>18</sup> Sebbene l’addensamento dei punti vicino all’origine, farebbe presupporre una bassa associazione tra i fattori motivazionali e la dimensione settoriale.

Tale possibilità di approfondimento è stata arricchita dallo strumento analitico dell'ACM, che ci ha consentito di fornire una articolata, e sintetica ad un tempo, descrizione delle connessioni presenti tra le variabili rilevate attraverso il questionario utilizzato da FOBS.

Il fattore motivazione si rivela 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 ci sembra di rilevare con forza, l'importanza del 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.

Le politiche a sostegno della creazione di impresa e dell'imprenditorialità dovrebbero, in tal senso, scommettere maggiormente sulla selettività degli interventi e sulla 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.

## 6 Bibliografia

- 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.
- Ahmad N., Hoffman A. (2008), *A Framework for Addressing and Measuring Entrepreneurship*, OECD Statistics Working Papers No 2008/2, OECD Statistics Directorate
- Audretsch D.B. (2002) *Entrepreneurship: A Survey of the Literature*, Prepared for the European Commission, Enterprise Directorate General, London
- Audretsch D. B. e Keilbach M. (2004) *Entrepreneurship Capital and Economic Performance* in *Regional Studies*, vol. 38, n. 8, 949-959.
- Benzécri, J.P. (1963). *Cours de Linguistique Mathématique*. Université de Rennes, Rennes.

- 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.
- Bolasco, S. (1999). *Analisi multidimensionale dei dati*. Carocci, Roma.
- 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.
- Commissione Europea (2003) *Libro Verde. L'imprenditorialità in Europa*, Bruxelles, COM (2003) 27.
- Deakins D. (1996) *Entrepreneurship and Small Firms*, McGraw-Hill, Londra.
- 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.
- Gartner W. B. (1985) *A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation*, Academy of Management Review, 10(4), 696-706.
- 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 DOI: 10.1016/S0149-2063\_03\_00086-2 .
- 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.
- 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.
- Minniti M. , Levesque M. (2008) *Recent developments in the economics of entrepreneurship*, Journal of Business Venturing, 23
- Mussati G. (1990) (a cura di) *All'origine dell'imprenditorialità. La nascita di nuove imprese: analisi teorica e verifiche empiriche*, ETASlibri, Milano.
- Nenadic, O. and Greenacre, M. (2007a), Correspondence analysis in R, with two- and three-dimensional graphics: The ca package. Journal of Statistical Software, 20 (3), disponibile all'URL <http://www.jstatsoft.org/v20/i03/>
- Nenadic, O., Greenacre, M. (2007b), Computation of Multiple Correspondence Analysis, with Code in R, in Multiple Correspondence Analysis and Related Methods (eds. M. Greenacre and J. Blasius), Chapman & Hall / CRC, Boca Raton, London, New York, pp. 523-551

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", Anteprima editore, Palermo.

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.

OECD (2008), *Measuring Entrepreneurship - A digest of indicators*, OECD-Eurostat Entrepreneurship Indicators Program.

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.

Shane S. e Venkataraman S. (2000) *The promise of entrepreneurship ad a field of research*, Academy of Management Review, vol. 25, 217-226.

Ulhoi J. P. (2005) *The social dimensions of entrepreneurship*, Technovation, 25, 939-946.

## APPENDICE A - Variabili utilizzate e loro etichetta

### Variabili attive

Quali sono state le motivazioni che hanno determinato la nascita della sua impresa?		
Item	Etichette	
	Molto/In parte	Per niente/Non so
il desiderio di una nuova sfida	sfid+	sfid-
il desiderio di mettermi in proprio	prop+	prop-
il desiderio di rendere redditizio quello che era un hobby	hobb+	hobb-
la presenza di una tradizione imprenditoriale all'interno della mia famiglia	trad+	trad-
per conciliare lavoro e vita privata	conc+	conc-
I figli erano sufficientemente grandi da permettermi di creare un'impresa	figr+	figr-
la prospettiva di ulteriori guadagni	guad+	guad-
la realizzazione di un'idea innovativa	idea+	idea-
per raggiungere un mercato internazionale	intl+	intl-
per evitare la disoccupazione	diso+	diso-
per sfuggire a una situazione lavorativa insoddisfacente	inso+	inso-
allo scopo di lavorare in esclusiva per il mio precedente datore di lavoro	edat+	edat-
è l'unica possibilità per svolgere la mia professione	unip+	unip-

### Variabili supplementari

Item	Modalità	Etichette
Regione italiana	Piemonte e Valle d'Aosta Lombardia Trentino Alto-Adige Veneto Friuli-Venezia Giulia Liguria Emilia-Romagna	Reg.PIE Reg.LOM Reg.TAA, Reg.VEN Reg.FVG Reg.LIG Reg.EMR

	Toscana Umbria Marche Lazio Abruzzo Molise Campania Puglia Basilicata Calabria Sicilia Sardegna	Reg.TOS Reg.UMB Reg.MAR Reg.LAZ Reg.ABR Reg.MOL Reg.CAM Reg.PUG Reg.BAS Reg.CAL Reg.SIC Reg.SAR
Svolge altra attività remunerativa?	Sì No	AltraRemun.si AltraRemun.no
Classe di età	Meno di 30 Da 30 a 39 Da 40 a 49 Da 50 in poi	Eta.<30 Eta.30-39 Eta.40-49 Eta.>50
Genere	Maschio Femmina	Gen.m Gen.f
Cittadinanza	Italiana Straniera, Unione Europea Straniera, altro	Cit.ita Cit.eu Cit.noEU
Titolo di studio al momento della creazione dell'impresa	Nessuno Licenza elementare Licenza media inferiore Licenza media superiore Diploma di laurea Laurea	Istruz.no Istruz.ele Istruz.smInf Istruz.smSup Istruz.dipLau Istruz.Lau
Precedente condizione professionale	Lavoratore in proprio Libero professionista Lavoratore dipendente Studente Disoccupato o in cerca di prima occupazione Nessuna attività o non in cerca di occupazione Pensionato	Prima.lav.proprio Prima.libero prof. Prima.lav.dip. Prima.studente Prima.disocc./cerca a I occ.", Prima.no attiv./no cerca occ.", Prima.pensionato
Precedente esperienza professionale nel ramo	Sì No	Lavnelramo.si Lavnelramo.no
Ha ricevuto una particolare formazione mirata ad aiutarla nell'avvio?	Sì, su mia iniziativa Sì, su iniziativa di istituzioni pubbliche No	FormPart.si mia iniz. FormPart.si ist.pub. FormPart.no
Ha mai intrapreso un'attività imprenditoriale prima di questa?	Sì, una volta Sì, più di una volta No	ImprPrima.1 ImprPrima.>1 ImprPrima.no
Attività economica svolta, cod. ATECO	CE DA, DB, DC, DD, DE, DFG, DH, DI, DJ, DK, DL, DM, DN F G1, G2 H I J Ka, Kb	ATECO.ENER ATECO.MANI  ATECO.COST ATECO.COMM ATECO.ALBE ATECO.TRAS ATECO.INTE ATECO.SERV
Considera la sua impresa innovativa? In che ambito?	innovazione di prodotto, sì innovazione di prodotto, no innovazione di processo, sì innovazione di processo, no innovazione organizzativa, sì innovazione organizzativa, no innovazione di marketing, sì innovazione di marketing, no	Prodotto.si Prodotto.no Processo.si Processo.no Organizz.si Organizz.no Marketing.si Marketing.no
Mercato di sbocco	Locale-regionale, sì Locale-regionale, no Nazionale, sì Nazionale, no Internazionale UE, sì Internazionale UE, no Internazionale extra UE, sì Internazionale extra UE, no	LocReg.si LocReg.no Naz.si Naz.no IntUE.si IntUE.no IntNoUE.si IntNoUE.no
Tipologia di cooperazione con altre imprese	Rete di piccole imprese Subappalto	Coop.rete Coop.subap

	Franchising Joint venture Nessuna	Coop.franch Coop.jv Coop.no
--	---	-----------------------------------

APPENDICE B – Analisi delle Corrispondenze Multiple, proiezione delle variabili supplementari

Figura B1 – Territorio, altre fonti di reddito, classe di età, genere, cittadinanza e titolo di studio.

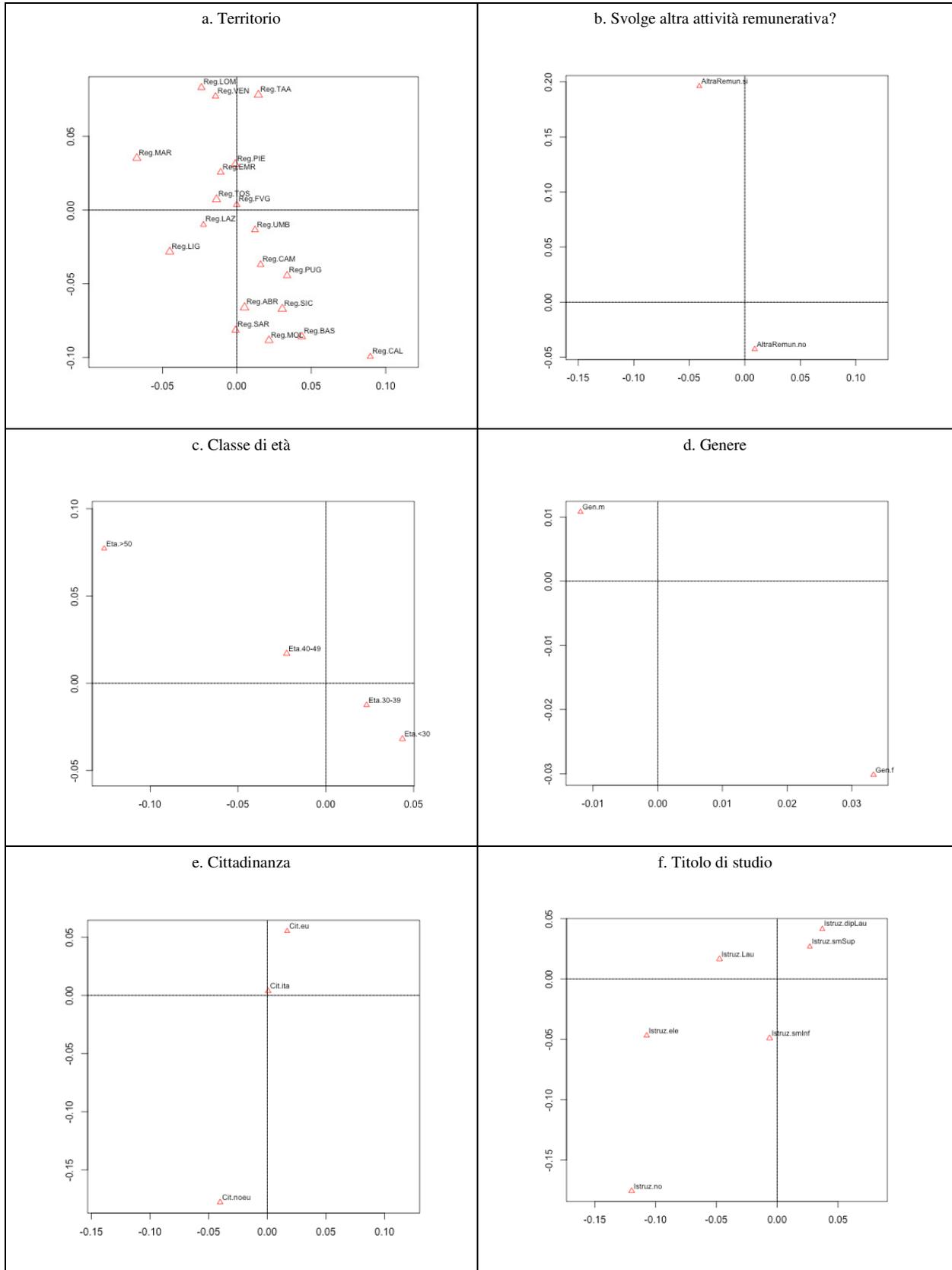


Figura B2 – Precedente condizione professionale, esperienza professionale nel ramo, formazione specifica, precedente esperienza professionale.

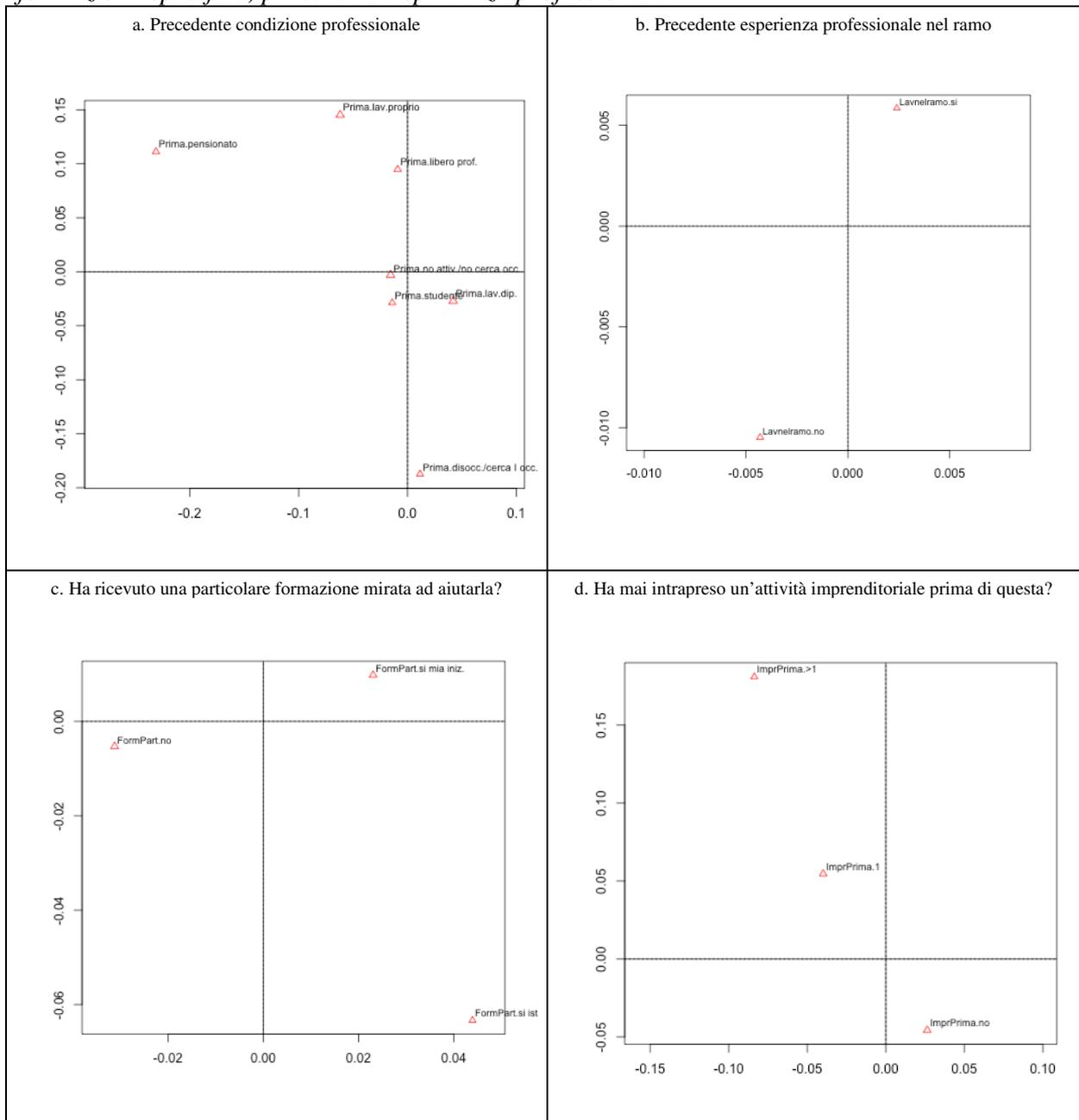
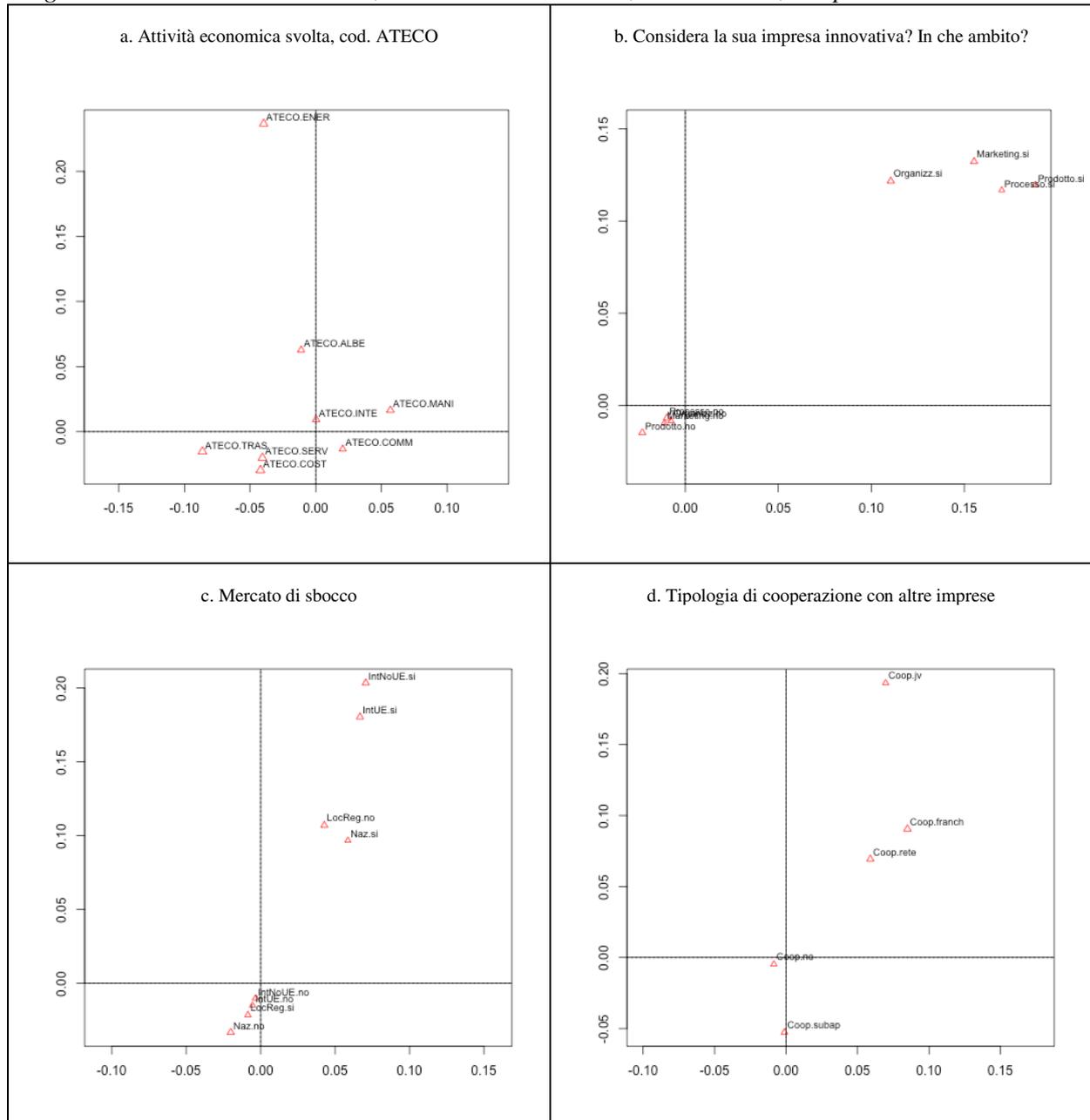


Figura B3 – Attività economica, internazionalizzazione, innovazione, cooperazione.



## ABSTRACT

The recent and renewed interest for entrepreneurship has been developed by many different disciplines, where one of the main relevant themes has been the analysis of the motivations of the entrepreneurial choice. The Factor of Business Success (FOBS) survey, promoted by the ISTAT, offers an important contribution to the study of such issue. This contribution makes use of FOBS microdata, which are analyzed by multivariate analysis techniques with the scope to identify the main determinants characterizing the decision to fund a new enterprise. The need of self-realization, as well as the necessity to match material needs, offer an interesting key to the interpretation of the entrepreneurship in Italy.