



UNIVERSITATEA
ȘTEFAN CEL MARE
SUCEAVA

FACULTATEA DE ECONOMIE
ADMINISTRAȚIE ȘI
AFACERI

TEZĂ DE DOCTORAT

DOMENIUL ADMINISTRAREA AFACERILOR

IDENTIFICAREA PROFILULUI ANTREPRENORIAL PENTRU GENERAȚIA Z

REZUMAT

CONDUCĂTOR ȘTIINȚIFIC:

Prof. univ. dr. habil. Gina Ionela BUTNARU

DOCTORAND,
Geanina DONISĂ
(căs. BRÎNZĂ)

Suceava, 2023



UNIVERSITATEA
ȘTEFAN CEL MARE
SUCEAVA

FACULTATEA DE ECONOMIE
ADMINISTRAȚIE ȘI
AFACERI

REZUMATUL TEZEI DE DOCTORAT

IDENTIFICAREA PROFILULUI ANTREPRENORIAL PENTRU GENERAȚIA Z

CONDUCĂTOR ȘTIINȚIFIC:

Prof. univ. dr. habil. Gina Ionela BUTNARU

DOCTORAND,
Geanina DONISĂ
(căs. BRÎNZĂ)

Suceava, 2023

CUPRINSUL REZUMATULUI

Cuprinsul tezei de doctorat	4
Cuvinte cheie	7
Introducere	8
Prezentarea succintă a capitolelor aferente tezei de doctorat	12
Concluzii, discuții, contribuții personale și direcții viitoare de cercetare	20
Concluzii și discuții	20
Contribuții ale cercetării doctorale	21
Direcții viitoare de acțiune aferente cercetării doctorale	22
Bibliografie	23

CUPRINS

LISTA TABELELOR ȘI FIGURILOR	7
LISTA TABELE	7
LISTA FIGURI	9
CUVINTE CHEIE	13
INTRODUCERE	14
PARTEA I	19
STADIUL CUNOAȘTERII ÎN DOMENIUL DE CERCETARE URMĂRIT	19
CAPITOLUL I	20
DESCRIEREA PROFILULUI ANTREPRENORIAL	20
1.1 INTRODUCERE	20
1.2 ANTREPRENOR ȘI ANTREPRENORIAL	20
1.3 DETERMINAREA PROFILULUI ANTREPRENORIAL	23
1.4 PROFILUL DE PERSONALITATE AL ANTREPRENORULUI.....	25
1.5 ABORDAREA GEM ASUPRA PROFILULUI ANTREPRENORIAL.....	31
1.6 EXPLORAREA PROFILULUI ANTREPRENORIAL ÎN ROMÂNIA.....	33
CAPITOLUL II	40
TRĂSĂTURILE DE PERSONALITATE SPECIFICE ANTREPRENORULUI, EDUCAȚIA ȘI INTENȚIA ANTREPRENORIALĂ	40
2.1 TRĂSĂTURILE DE PERSONALITATE.....	40
2.1.1 <i>Locus de control</i>	51
2.1.2 <i>Asumarea riscurilor</i>	53
2.1.3 <i>Nevoia de realizare</i>	55
2.1.4 <i>Creativitatea</i>	56
2.1.5 <i>Autoeficacitatea</i>	59
2.2 EDUCAȚIA ȘI INTENȚIA ANTREPRENORIALĂ.....	61
2.2.1 <i>Educația antreprenorială</i>	61
2.2.2 <i>Intenția antreprenorială</i>	64
2.3 LEGĂTURA DINTRE LITERATURA DE SPECIALITATE ȘI IPOTEZELE CERCETĂRII	66
CAPITOLUL III	69
ANALIZA PROFILULUI ANTREPRENORIAL SPECIFIC GENERAȚIEI Z	69
3.1 CONCEPTUL DE GENERAȚIE	69
3.2 CARACTERISTICI ANTREPRENORIALE ALE GENERAȚIILOR	72
3.3 VIZIUNEA GENERAȚIEI Z ASUPRA CARIEREI.....	76
3.4 CARACTERISTICI ANTREPRENORIALE SPECIFICE GENERAȚIEI Z.....	76
3.5 CARACTERISTICI SOCIO-DEMOGRAFICE	78

PARTEA A II-A	79
CERCETĂRI APLICATIVE	79
CAPITOLUL IV	80
PROIECTAREA CERCETĂRII	80
4.1 FUNDAMENTAREA TEORETICĂ A CERCETĂRII.....	80
4.2 MOTIVAȚIA CERCETĂRII.....	80
4.3 CUNOȘTIINȚELE NECESARE.....	80
4.4 UTILITATEA ȘTIINȚIFICĂ A CERCETĂRII.....	81
4.5 PROBLEMA DE CERCETARE.....	81
4.6 SCOPUL CERCETĂRII.....	81
4.7 ARIA DE CERCETARE.....	82
4.8 OBIECTIVUL GENERAL.....	82
4.9 OBIECTIVE SPECIFICE.....	82
CAPITOLUL V	83
CONSTRUCȚIA, PRETESTAREA ȘI VALIDAREA INSTRUMENTELOR DE CERCETARE	83
5.1 METODOLOGIA UTILIZATĂ ÎN ETAPA DE PRETESTARE.....	83
5.2 PARTICIPAȚII ÎN CADRUL DEMERSULUI DE CERCETARE DIN ETAPA DE PRETESTARE.....	83
5.3 CERCETAREA CALITATIVĂ PRELIMINARĂ ASUPRA PROFILULUI ANTREPRENORIAL SPECIFIC GENERAȚIEI Z.....	85
5.3.1 <i>Opțiunea epistemologică</i>	85
5.3.2 <i>Eșantionarea și colectarea datelor din etapa preliminară</i>	85
5.3.3 <i>Analiza datelor calitative din etapa de preliminară</i>	89
5.3.4 <i>Evaluarea rezultatelor cercetării calitative preliminare</i>	105
5.3.5 <i>Concluzii și discuții aferente cercetării calitative preliminare</i>	105
5.3.6 <i>Limite ale cercetării calitative preliminare</i>	106
5.3.7 <i>Direcții viitoare de acțiune aferente cercetării calitative preliminare</i>	106
5.4 CERCETAREA CANTITATIVĂ AFERENTĂ ETAPEI DE PRETESTARE.....	107
5.4.1 <i>Realizarea instrumentului de pretestare</i>	107
5.4.2 <i>Delimitarea ariei de cercetare</i>	107
5.4.3 <i>Participații în cadrul demersului de cercetare</i>	107
5.4.4 <i>Codificarea datelor</i>	109
5.4.5 <i>Analiza statistică privind variabilele cercetării</i>	109
5.5 REZULTATELE OBTINUTE ÎN URMA VERIFICĂRII IPOTEZELOR ÎN ETAPA PRELIMINARĂ.....	109
5.5.1 <i>Prelucrarea datelor și analiza rezultatelor aferente etapei preliminare</i>	109
5.5.2 <i>Evaluarea rezultatelor cercetării cantitative preliminare</i>	115
5.5.3 <i>Concluzii și discuții aferente cercetării cantitative preliminare</i>	115
5.5.4 <i>Limite ale cercetării cantitative preliminare</i>	116
5.5.5 <i>Direcții viitoare de acțiune aferente cercetării cantitative preliminare</i>	116
CAPITOLUL VI	117
REZULTATELE FINALE ALE ANALIZELOR PRIVIND PROFILUL ANTREPRENORIAL SPECIFIC GENERAȚIEI Z	117
6.1 METODOLOGIA UTILIZATĂ ÎN ETAPA DE TESTARE FINALĂ.....	117
6.2 PARTICIPAȚII ÎN CADRUL DEMERSULUI DE CERCETARE FINALĂ.....	117

6.3 CERCETAREA CALITATIVĂ FINALĂ ASUPRA PROFILULUI ANTREPRENORIAL SPECIFIC GENERAȚIEI Z.....	118
6.3.1 Opțiunea epistemologică.....	118
6.3.2 Eșantionarea și colectarea datelor din etapa finală.....	119
6.3.3 Prelucrarea datelor calitative din etapa finală.....	120
6.3.4 Analiza calitativă a interviurilor finale.....	121
6.3.5 Evaluarea rezultatelor cercetării calitative finale.....	140
6.3.6 Concluzii și discuții aferente cercetării calitative finale.....	140
6.3.7 Limite ale cercetării calitative finale.....	141
6.3.8 Direcții viitoare de acțiune aferente cercetării calitative finale.....	141
6.4 CERCETAREA CANTITATIVĂ FINALĂ.....	142
6.4.1 Realizarea instrumentului de testare final.....	142
6.4.2 Populația statistică aferentă testării finale.....	142
6.5 REZULTATELE VERIFICĂRII IPOTEZELOR ÎN ETAPA FINALĂ.....	144
6.5.1 Prelucrarea datelor și analiza rezultatelor aferente testării finale.....	144
6.5.2 Fiabilitatea variabilelor.....	145
6.5.3 Tabulare încrucișată.....	147
6.5.4 Coeficientul de corelație al rangului lui Spearman.....	159
6.5.5 Rezultatele analizelor ipotezelor finale prin regresia logistică.....	160
6.5.6 Evaluarea rezultatelor cercetării cantitative finale.....	167
6.5.7 Concluzii și discuții aferente cercetării cantitative finale.....	167
6.5.8 Limite ale cercetării cantitative finale.....	168
6.5.9 Direcții viitoare de acțiune ale cercetării cantitative finale.....	169
CONCLUZII ALE CERCETĂRII DOCTORALE PRIVIND IDENTIFICAREA PROFILULUI ANTREPRENORIAL PENTRU GENERAȚIA Z.....	170
CONCLUZII ȘI DISCUȚII.....	170
LIMITE ALE CERCETĂRII DOCTORALE.....	175
DIRECȚII VIITOARE DE ACȚIUNE AFERENTE CERCETĂRII DOCTORALE.....	176
CONTRIBUȚII ALE CERCETĂRII DOCTORALE.....	177
Contribuții cu caracter de sinteză.....	178
Contribuții cu caracter aplicat.....	179
BIBLIOGRAFIE.....	180
ANEXE.....	196
ANEXA 1.....	197
INTERVIU PENTRU ANTREPRENORI.....	197
ANEXA 2.....	201
INTERVIU PENTRU SPECIALIȘTI.....	201
ANEXA 3.....	206
CHESTIONAR.....	206
INDICATORI DE PERFORMANȚĂ REALIZAȚI PE PARCURSUL ANILOR DE STUDII DOCTORALE.....	219
1. Lista lucrărilor publicate în domeniul tezei de doctorat.....	219
2. Lista lucrărilor prezentate la conferințe naționale și internaționale.....	222
3. Lista programelor de pregătire profesională.....	225

CUVINTE CHEIE

Antreprenor, antreprenoriat, asumarea riscurilor, autoeficacitate, creativitate, educație antreprenorială, GEM, generația Z, intenție antreprenorială, locus de control, nevoia de realizare, profil antreprenorial, trăsături de personalitate.

INTRODUCERE

Contextul actual economic, este caracterizat prin complexitatea tipurilor de afaceri. Acesta oferă climatul favorabil dezvoltării antreprenoriatului, considerat o alternativă pentru dezvoltarea economiei românești, axat pe bunăstarea umană. Așadar, antreprenoriatul este considerat o alternativă pentru crearea de noi locuri de muncă, punând bazele unei economii mai prospere. Aceste aspecte pun accent pe faptul că generațiile aflate în proces de formare ar trebui integrate în programe de educație care promovează formarea abilităților antreprenoriale.

Numeroase cercetări analizate prin acest studiu au fost realizate pe tematica profilului antreprenorial, parte din acestea fiind create pe aspecte ce urmăresc trăsăturile de personalitate, iar altele bazate pe tema intenției antreprenoriale, tocmai pentru a contura o perspectivă psihologică sau economică asupra acestui subiect. Studiile identificate s-au bazat pe datele furnizate de Global Entrepreneurship Monitor sau pe analiza privind trăsăturile de personalitate și intenția antreprenorială. Acestea au fost realizate cu precădere pentru generațiile Baby Boomers, X sau Y.

Studiile au fost înclinate mai mult către identificarea trăsăturilor de personalitate, adică pe determinarea trăsăturilor de personalitate a indivizilor din perspectivă psihologică, la modul general, ulterior conturându-se trăsăturile specifice pentru spectrul antreprenorial. Un alt aspect care conturează profilul antreprenorial este determinat de intenția antreprenorială, acesta fiind corelat pozitiv cu trăsăturile de personalitate.

În prezent, profilul antreprenorial specific generației Z reprezintă un subiect în continuă cercetare, studiat insuficient, neputând să ne ofere o imagine clară despre profilului antreprenorial.

Titlul ales al lucrării este *Identificarea profilului antreprenorial pentru Generația Z*. Acesta reflectă intenția de studiu prin intermediul cercetării doctorale, anume îmbinarea cunoștințelor privind trăsăturile de personalitate specifice antreprenorilor cu educația și intenția antreprenorială. Faptul că generația Z este încă tânără, iar o mică parte aceștia fiind integrată în activități generatoare de venituri, face ca tema să fie de actualitate, iar numărul de studii realizate pe acest subiect să fie redus. Aceste aspecte reprezintă punctele forte ale cercetării de față.

Motivația cercetării pornește în pasiunea de a aprofunda cunoașterea tinerilor, tineri care îmi sunt elevi sau studenți în activitatea didactică pe care o realizez de peste 9 ani. De asemenea, cercetarea doctorală a avut la bază și dorința de perfecționare, precum și completarea studiilor în domeniul administrării afacerilor.

Motivația principală a apărut din dorința de identificare a principalelor trăsături de personalitate, intenției antreprenoriale și influența educației antreprenoriale ce determină profilului antreprenorial specific generației Z. Practic, doresc să identific profilul antreprenorial al tinerilor generației Z deoarece cred în potențialul antreprenorial al tinerilor, aflați actualmente, în mare parte, în proces de formare profesională la nivel de studii preuniversitare și universitare.

Punctul de plecare al acestei lucrări derivă din dorința de perfecționare a carierei, deoarece activitatea pe care o desfășor, în cadrul Colegiului Economic „Virgil Madgearu” Iași, în calitate de cadru didactic, profesor asociat în cadrul Facultății de Economie și Administrarea Afacerilor de la Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași, și specialist consiliere în proiecte cu finanțare europeană în domeniul educației, implică formarea tinerilor din generația Z în management, marketing, contabilitate, managementul proiectului și coordonarea activităților prin Firmele de Exercițiu - firme prin intermediul cărora se vizează stimularea spiritului antreprenorial al tinerilor.

Utilitatea cercetării este reprezentată de potențialul pe care îl are aprofundarea cunoașterii profilului antreprenorial specific generației Z. Această lucrare va contribui eficient la literatura de specialitate, deoarece va reprezenta un reper pentru identificarea profilului antreprenorial specific

generației Z, tinerii putându-și identifica trăsăturile de personalitate dominante și intenția antreprenorială în corelație cu educația pentru antreprenoriat. În același timp, lucrarea de față poate fi considerată un reper pentru decidenții politici și specialiști din educație cu scopul dezvoltării unor programe care să încurajeze dezvoltarea de afaceri, adaptate nevoilor din societatea românească.

Problema de cercetare derivă din nevoia de a identifica tinerii care au trăsături de personalitate specifice antreprenorilor, din dorința de a favoriza programe educaționale care dezvoltă cunoștințe, abilități și comportamente pentru antreprenoriat și formarea intenției antreprenoriale pentru tinerii generației Z.

Problema de cercetare derivă din nevoia pe care prezintă societatea cu privire la dezvoltarea activităților antreprenoriale. Așadar este necesar să se facă cunoscut profilul antreprenorial, corelat cu intenția antreprenorială ce se dorește a avea drept consecință deschiderea unei afaceri. Aceste aspecte fac necesară identificarea trăsăturilor de personalitate care construiesc profilul antreprenorial a unor indivizi ce pot fi pregătiți teoretic și practic pentru domeniul antreprenorial. Pregătirea antreprenorială se realizează, cu precădere, în cadrul studiilor preuniversitare și universitare în unitățile de învățământ cu profil economic. Indivizii implicați în prezent în cadrul studiilor preuniversitare și universitare (în mare parte) fac parte din generația Z.

Economiile actuale vizează dezvoltarea spiritului antreprenorial și a intenției antreprenoriale. Antreprenoriatul reprezintă o componentă care poate stimula dezvoltarea societății. În consecință, identificarea profilului antreprenorial poate constitui punctul de plecare pentru formarea intenției antreprenoriale, ulterior dezvoltarea unei idei de afaceri.

Astfel, prin intermediul acestui studiu de cercetare vom căuta răspuns la întrebarea:

Care este profilul antreprenorial specific generației Z *analizând trăsăturile de personalitate și influența educației antreprenoriale asupra tânărului din generația Z cu scopul identificării intenției antreprenoriale a acestora?*

Scopul cercetării este identificarea trăsăturilor de personalitate care formează profilul antreprenorial specific generației Z. Scopul va fi atins prin analiza trăsăturilor de personalitate și a intenției antreprenoriale specifice tinerilor din generația Z, corelate cu educația antreprenorială cu ajutorul variabilelor: gen, generație, naționalitate, regiunea istorică, mediul de reședință, limbi străine cunoscute, nivelul de studii absolvit, statut profesional, venituri lunare.

Lucrarea va cuprinde un studiu teoretic realizat în baza literaturii de specialitate cât și un studiu empiric realizat prin aplicarea unui interviu antreprenorilor activi pe piață, un alt interviu aplicat specialiștilor (cadrelor didactice implicate în procesul de pregătire a tinerilor din generația Z pentru domeniul antreprenorial) și al unui chestionar aplicat tinerilor care aparțin generației Z, elevi și studenți aflați în curs de formare în cadrul unei unități școlare preuniversitare, cu domeniul economic sau la nivel de studii universitare, cu vârsta peste 18 ani.

Obiectivul general al cercetării vizează identificarea profilului antreprenorial pentru generația Z printr-o analiză a trăsăturilor de personalitate prin studierea influenței educației pentru antreprenoriat în formarea profilului antreprenorial, apoi identificarea intenției antreprenoriale a tinerilor care fac parte din generația Z.

Obiectivele specifice fac referire la:

- (O1) Identificarea, prin revizuirea literaturii de specialitate și a analizei bibliometrice, a trăsăturilor de personalitate care formează profilul antreprenorial;
- (O2) Identificarea profilului antreprenorial pe baza analizei corelației dintre educația antreprenorială și trăsăturile de personalitate specifice generației Z;
- (O3) Analiza influenței trăsăturilor de personalitate asupra intenției antreprenoriale;

- (O4) Analiza influenței educației antreprenoriale asupra intenției antreprenoriale;
 (O5) Elaborarea unor concluzii, recomandări și propuneri practice (bazate pe rezultatele cercetării aplicative) în vederea identificării profilului antreprenorial pentru generația Z.

Ipoteza fundamentală a cercetării constă în faptul că există o relație între trăsăturile de personalitate, nevoia de educație pentru antreprenoriat aferente tinerilor care fac parte din generația Z și intenția antreprenorială.

Cele trei *ipoteze de lucru* propuse pentru cercetarea de față sunt:

H1: Educația antreprenorială are o influență pozitivă, statistic semnificativă asupra formării trăsăturilor de personalitate specifice antreprenorului.

H2: Trăsăturile de personalitate au o influență pozitivă, statistic semnificativă asupra intenției antreprenoriale.

H3: Există o corelație între educația antreprenorială și intenția antreprenorială.

Tabelul 1. Relația dintre obiectivele specifice și ipotezele sau analizele cercetării

Obiectiv specific	Ipoteză/Analiză
(O1) Identificarea, prin analiza bibliometrică și revizuirea literaturii de specialitate, a trăsăturilor de personalitate care formează profilul antreprenorial;	Analiza literaturii de specialitate Analiza bibliometrică
(O2) Identificarea profilului antreprenorial pe baza analizei corelației dintre educația antreprenorială și trăsăturile de personalitate specifice generației Z;	H1: Educația antreprenorială are o influență pozitivă, statistic semnificativă asupra dezvoltării trăsăturilor de personalitate specifice antreprenorului.
(O3) Analiza influenței trăsăturilor de personalitate asupra intenției antreprenoriale;	H2: Trăsăturile de personalitate au o influență pozitivă, statistic semnificativă asupra intenției antreprenoriale.
(O4) Analizarea influenței educației antreprenoriale asupra intenției antreprenoriale;	H3: Există o legătură între educația antreprenorială și intenția antreprenorială.
(O5) Elaborarea unor concluzii, recomandări și propuneri practice (bazate pe rezultatele cercetării aplicative) în vederea identificării profilului antreprenorial pentru generația Z	Concluzii Recomandări Propuneri

Sursa: elaborat de autor

Obiectivele specifice ale cercetării sunt corelate cu activități sau ipotezele de lucru (Tabelul 1). Așadar există obiective care vizează analiza literaturii de specialitate, cercetarea empirică și obiectiv care urmărește elaborarea unor concluzii, recomandări și propuneri în ceea ce privește identificarea profilului antreprenorial pentru generația Z.

Referitor la *metodologia de cercetare*, plurivalența temei privind *Identificarea profilul antreprenorial pentru generația Z* a determinat apelarea la triangulare, prin realizarea unei cercetări calitative (analizând opinia antreprenorilor activi și a unor specialiști, profesori și formatori pentru antreprenoriat), dar și a unei cercetări cantitative (prin intermediul unei anchete ca metodă de cercetare, utilizând chestionarul ca instrument al cercetării).

Pentru cercetarea calitativă au fost analizate părerile a 24 de antreprenori și 19 specialiști (profesori din mediul universitar și preuniversitar) introduse în programul NVivo, soft destinat analizei datelor calitative. În urma prelucrării datelor, a codificării după anumite atribute specifice temei au fost generate informații cu privire la fiecare categorie specificată mai sus.

Cercetarea cantitativă a fost realizată cu ajutorul anchetei prin intermediul unui chestionar. Așadar, a fost conceput un chestionar cu întrebări specifice referitoare la trăsăturile de

personalitate specifice tinerilor din generația Z, influența educației pentru antreprenoriat asupra tinerilor, respectiv intenția antreprenorială. Chestionarul a fost lansat în mediul online prin Google Forms pentru elevi din unități de învățământ preuniversitare cu domeniu economic din județul Iași și studenți care studiază discipline din spectrul economic din Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași. În urma cercetării cantitative au fost colectate 425 de răspunsuri la chestionar din care au fost utilizate 374 de răspunsuri.

PREZENTAREA SUCCINTĂ A CAPITOLELOR AFERENTE TEZEI DE DOCTORAT

Pentru a atinge scopul acestei cercetări și a obiectivelor propuse, lucrarea a fost structurată pe două părți, respectiv șase capitole, trei capitole au fost alocate studiului critic al literaturii de specialitate, iar partea a doua, formată din trei capitole, a urmărit prezentarea cercetării aplicative, prezentând metodologiei de cercetare și rezultatelor aferente. Ultima componentă din lucrarea elaborată a fost alocată concluziilor și recomandărilor. Lucrarea mai cuprinde, în cadrul structurii sale, o parte introductivă, lista de tabele și figuri, bibliografie și anexe.

Prima parte a lucrării este intitulată *Stadiul cunoașterii în domeniul de cercetare urmărit*. În această parte s-a realizat o revizuire a literaturii de specialitate și o analiză bibliometrică pe baza căroră să se poată observa profilul antreprenorial specific generației Z.

Primul capitol intitulat *Descrierea profilului antreprenorial* se urmărește conceptualizarea noțiunilor aferente profilului antreprenorial. Conținutul acestui capitol tratează obiectiv aspectele terminologice privind antreprenorul și antreprenoriatul, profilul antreprenorial și se analizează abordarea Global Entrepreneurship Monitor a profilului antreprenorial, urmărind competențele și abilitățile indivizilor pentru antreprenoriat. Subcapitolul, *Explorarea profilului antreprenorial în România*, urmărește reliefarea profilului antreprenorial specific românilor, lucrările analizate au fost realizate de către autori români ce au vizat analiza trăsăturilor de personalitate și a intențiilor antreprenoriale ale acestora și a altor aspecte care influențează profilul antreprenorial al românilor.

Literatura de specialitate cu privire la antreprenoriat evidențiază importanța rolului pe care îl joacă emoțiile în recunoașterea oportunităților. Trăsăturile de personalitate sunt relevante pentru tinerii cu intenție antreprenorială (López-Núñez et al., 2021).

Majoritatea antreprenorilor de succes prezintă talent înăscut. Aceștia reprezintă sursa primară a noilor surse de energie pentru economie. Organizațiile și comunitățile organizaționale care descoperă talente antreprenoriale au posibilitatea să creeze business-uri. Profilul antreprenorial cuprinde trăsături de personalitate specifice antreprenorilor, dintre acestea au fost asociate în literatura de specialitate următoarele: nevoia de realizare, locusul de control, asumarea riscurilor, inițiativa personală, toleranța la ambiguitate, creativitatea, nevoia de autonomie și auto-eficacitate (Mushtaq, 2017).

Portuguez Castro et al. (2020) consideră că antreprenorul reprezintă persoana care exploatează oportunități aflate pe piață, este creativ, cu inițiativă și capabilă să-și asume riscuri. Există opinii diferite legate de profilul antreprenorial înăscut sau dezvoltarea trăsăturilor antreprenoriale prin educație, fiind corelate cu intenția antreprenorială. Antreprenoriatul este corelat și cu experiențele anterioare și educația antreprenorială în scopul creării de afaceri, iar gândirea antreprenorială controlează trăirile și viața; antreprenorii pot influența prin atitudinile lor și pe alții (Portuguez Castro et al., 2020).

Tejani (2021) consideră că generația Z este cea mai antreprenorială generație, deoarece intenționează sau chiar au reușit să își deschidă deja o afacere. Aceștia au calități unice și experiențe educaționale de masă, trăsăturile acestei generații prezintă avantaje pentru afaceri.

Acest studiu utilizează, în vederea recenziei literaturii de specialitate, analiza bibliometrică privind profilul antreprenorial. Recenzia literaturii de specialitate are un rol esențial în cercetarea academică pentru examinarea stării de cunoaștere a unui domeniu științific, însă aceasta poate fi

superficială și narativă în cazul în care îi lipsește o investigație sistematică a literaturii de specialitate (Linnenlueck et al., 2020). Analiza bibliometrică este o abordare care are la bază un set de metode cantitative care măsoară, urmăresc, apoi oferă o analiză a literaturii de specialitate (Roemer și Borchardt, 2015). Printr-o astfel de analiză sunt identificate publicațiile relevante aferente subiectului de cercetare după autori, organizație, țara ca arie de cercetare, determinând citările și cuvintele-cheie cele mai importante din literatura studiată. Rezultatele analizei bibliometrice (metadatele) oferă o imagine de ansamblu asupra domeniului de cercetare (Milian et al., 2019).

Pe baza unei analize calitative necesară pentru înțelegerea *profilului antreprenorial* a fost realizat un studiu bibliometric prin care s-au evidențiat frecvența apariției cuvintelor-cheie și a legăturilor stabilite între acestea ca urmare a prezentei cercetări.

În *capitolul al doilea, Trăsăturile de personalitate specifice antreprenorului, educația și intenția antreprenorială*, au fost analizate critic trăsăturile de personalitate specifice antreprenorilor, realizându-se o analiză critică a evoluției studiilor pe acest subiect. În cadrul acestui capitol au fost tratate următoarele trăsături de personalitate: locus de control, asumarea riscurilor, nevoia de realizare, creativitatea și autoeficacitatea. Subcapitolul *Educația și intenția antreprenorială* urmărește conceptualizarea celor două dimensiuni aprofundate în cadrul acestei cercetări: educația antreprenorială și intenția indivizilor de a dezvolta o afacere. Totodată, au fost prezentate instrumentele de cercetare și ipotezele care au stat la baza acestui studiu.

Literatura de specialitate evidențiază profilul antreprenorial prin analiza trăsăturilor de personalitate. Așadar, dintre trăsăturile de personalitate care se regăsesc în cadrul studiilor de specialitate se regăsește locusul de control, asumarea riscurilor, nevoia de realizare, creativitatea și asumarea riscurilor.

Locus de control

Locusul de control reprezintă o expectanță generalizată cu privire la capacitatea unui individ de a-și atinge obiectivele și țelurile propuse (Nowicki și Duke, 2016) și este considerat gradul de control asupra propriei persoane de-a lungul vieții (Karabulut, 2016).

Asumarea riscurilor

Asumarea riscurilor reprezintă percepția de a dobândi recompense asociate unui succes aferent unei situații propuse anterior demarării unei afaceri (Brockhaus, 2000). Riscul este asumat de un individ care urmărește să implementeze o idee de afaceri, în cadrul unei organizații, cunoscut fiindu-le faptul că probabilitatea succesului este foarte scăzută. Antreprenorii au o tendință mai ridicată de a-și asuma riscuri deoarece obiectivele principale sunt realizarea de profit și extinderea afacerii (Chell, 2008).

Nevoia de realizare

Nevoia de realizare reprezintă impulsul oamenilor către reușită. Persoanele care au nevoie de realizare ridicată prezintă intenții antreprenoriale, sunt dornici de succes și doresc să prezinte imaginea unor antreprenori care pot stabili relații de succes pe piețele competitive. Nevoia de realizare poate fi definită ca dorința și ambiția de a avea succes (Karabulut, 2016).

Creativitatea

Creativitatea reprezintă măsura în care un individ adoptă inovațiile mai devreme decât alți membri care fac parte din același context social (Marcati et al., 2008). Creativitatea este considerată înclinația către asumarea de angajamente cu scopul dezvoltării unor idei inovatoare și crearea de noi produse/servicii diferite de cele existente în practica curentă (Çolakoglu și Gözükar, 2016).

Autoeficacitatea

Autoeficacitatea se referă la convingerea că o persoană poate atinge anumite obiective. Autoeficacitatea antreprenorială reprezintă aplicarea autoeficacității în cercetarea antreprenorială, făcând referire la măsura în care antreprenorii sunt încrezători în abilitățile antreprenoriale proprii în scopul finalizării sarcinilor de lucru și proiectelor aflate în derulare (Wei et al., 2020).

Educația antreprenorială

Educația antreprenorială poate determina formarea trăsăturilor de personalitate ale antreprenorilor prin competențele tehnice dobândite în procesul de învățare, numite hard skills, și capacitatea de gestionare a propriei persoane și de a influența pe ceilalți, numite soft skills. Valorile sociale prezintă un rol important în formarea trăsăturilor de personalitate specifice antreprenorilor (Kusumawijaya, 2019).

Educația antreprenorială oferă oportunități de îmbunătățire a autoeficacității antreprenoriale prin învățare indirectă, stăpânire, persuasiune socială și judecăți asupra propriei stări fiziologice. Educația antreprenorială oferă posibilitatea observării modelelor de succes, oferă oportunitatea utilizării studiilor de caz și a planurilor de afaceri (Newman et al., 2019).

Intenția antreprenorială

Intenția antreprenorială reprezintă alegerea unui individ de a dezvolta activități antreprenoriale deoarece se simt interesați, deschiși să exploreze, se simt satisfăcuți și deschiși să își asume riscuri pentru a avea succes. De asemenea, își doresc dezvoltarea unei cariere antreprenoriale cu scopul dobândirii independenței financiare (Kusumawijaya, 2019). Intenția antreprenorială reprezintă o condiție prealabilă a comportamentului antreprenorial (Wathanakom, et al., 2020).

Capitolul al treilea, Analiza profilului antreprenorial specific generației Z, abordează problema caracteristicilor specifice indivizilor pe generații, urmărindu-se, cu precădere, caracteristicile generației Z. În acest capitol a fost realizată o prezentare a generațiilor, apoi s-a studiat obiectiv profilul antreprenorial al generației Z în scopul de a evidenția intențiile acestei generații în ceea ce privește cariera. Pe de altă parte, sunt prezentate caracteristicile socio-demografice, educația și intenția antreprenorială specifice studiului profilului antreprenorial pentru generația Z.

Conceptul de generație a fost studiat de multe științe, precum: sociologie, psihologie, pedagogie, biologie, istorie, management și altele. Pentru că acest construct privind generațiile nu este un domeniu tangibil, a determinat cercetarea într-o varietate de domenii. Diferențele dintre generații sunt menționate de cele mai multe ori în management, în special pe domeniul managementului resurselor umane, evidențiind caracteristicile, diferențele și conflictele dintre generații, apărute la locul de muncă în cadrul unei organizații (Statnické, 2019).

Rayani (2015) prezintă generațiile ca grupe de indivizi, de vârstă similară, care locuiesc în locații similare, cu experiențe sociale, istorice și de viață similare. Generația este caracterizată de indivizi născuți în același context istoric și formați de experiențe similare din care rezultă caracteristici comune unice. Fiecare generație este încadrată temporal și istoric într-un context socio-economic diferit, presupunând că experiențele din copilărie modelează așa-numita „conștiință împărtășită” a fiecărei generații.

În cadrul generațiilor X, Y și Z, Bresman și Rao (2017), au identificat faptul că indivizii prezintă un interes puternic pentru antreprenariat. În cadrul studiului s-a identificat că unul din

patru tineri-studenți care fac parte din generația Z este interesat să își deschidă propria afacere, de asemenea sunt interesați să lucreze într-o companie multinațională.

Generația Z preferă flexibilitatea și libertatea personală, transparența și încrederea în sine. Se așteaptă să fie permanent informați, să le fie permis dreptul la replică, răspunsurile lor să fie ascultate și validate. Sunt în permanență conectați cu lumea virtuală comunică foarte eficient la distanță, în același timp, sunt în căutare de relații interumane directe și posibilități de lucru în echipă. Aceasta este inovatoare, intuitivă, foarte productivă, realistă și orientată către obiective. În concluzie, dintre toate generațiile generația Z este inovatoare, intuitivă, foarte productivă, realistă și orientată către obiective și prezintă cel mai ridicat spirit antreprenorial (Eken, 2017).

Generația Z, Gen Z, iGeneration, generația DiY sau Centennials este formată din tinerii de astăzi, sunt elevi, studenți, cei mai tineri consumatori, alegători, colegi sau vecini. Această generație este născută în era digitală și deține cele mai bune abilități motrice de utilizare sincronizată a mâinilor, ochilor, urechilor etc. în comparație cu celelalte generații. Au tendința de a trăi fizic în singurătate deoarece au posibilitatea de a comunica facil la distanță. Se consideră că vor fi inventivi, experți, extrem de calificați, sunt predispuși să piardă importanța conceptului de autoritate, sunt instabili, nesatisfăcuți și consumatori (Dumitrescu, 2019; Ensari, 2017).

Dangmei și Singh (2016) susțin că generația Z tinde să aibă viziune antreprenorială, au încredere în propria persoană, sunt persoane tolerante, însă cu un nivel al motivației mai scăzut. Sunt foarte realiști cu privire la așteptările legate de locul de muncă, dar mai optimiști cu privire la viziunea asupra viitorului. Generația Z se prezintă cu o gândire instantanee, lipsită de ambițiile generațiilor anterioare, cu o tulburare pe deficit de atenție și dependență ridicată față de tehnologie, capacitate de atenție scăzută, fiind individualiști și materialiști (Botez, 2020; Leung et al., 2020; Singh, 2014).

Partea a doua a studiului, *Cercetări aplicative*, a fost alocată cercetărilor empirice efectuate asupra tinerilor care fac parte din generația Z, dar și asupra antreprenorilor și profesorilor pentru a forma o viziune cât mai clară asupra profilului antreprenorial specific generației Z.

Capitolul patru, *Proiectarea cercetării* evidențiază fundamentarea teoretică a cercetării, motivația cercetării, cunoștințele necesare aprofundării acestui studiu, utilitatea științifică, problema, scopul, obiectivele și aria cercetării.

Cercetarea teoretică realizată inițial este o analiză exhaustivă a percepției privind profilul antreprenorial particularizat pe indivizii care fac parte din generația Z. Direcția de cercetare întreprinsă implică conturarea imaginii profilului antreprenorial implicit, analiza trăsăturilor de personalitate specifice indivizilor din generația Z.

Având în vedere fundamentarea teoretică a profilului antreprenorial explicitarea se realizează cu ajutorul analizei trăsăturilor de personalitate, aceste date oferind posibilitatea creării de politici care să încurajeze dezvoltarea activităților antreprenoriale la nivel de stat deoarece aceste activități pot conduce către o bunăstare a individului la nivel de societate (OECD, 2022).

Un studiu de această natură este concentrat pe identificarea profilului antreprenorial. Concluzia acestui studiu va viza determinarea trăsăturilor care vor construi profilul antreprenorial al tinerilor care fac parte din generația Z ce intenționează dezvoltarea unei afaceri la nivelul județului Iași.

Cercetarea are o direcție de lucru care urmărește opinia tinerilor, elevi sau studenți, asupra profilului antreprenorial și care au vârsta cuprinsă între 18 - 27 de ani, adică tineri care fac parte din generația Z. Considerăm că această abordare ar putea fi utilă întocmai pentru că se dorește

dezvoltarea de afaceri la nivelul Uniunii Europene. Dezvoltarea acestui studiu ia în considerare profilul antreprenorial al tinerilor din generația Z, cercetare care în mod pragmatic analizează percepția tinerilor asupra propriului profil antreprenorial.

Economiile actuale vizează dezvoltarea spiritului antreprenorial și a intenției antreprenoriale. Antreprenoriatul reprezintă o componentă care poate stimula dezvoltarea societății. În consecință, identificarea profilului antreprenorial poate constitui punctul de plecare pentru formarea intenției antreprenoriale, ulterior dezvoltarea unei idei de afaceri.

Astfel, prin intermediul acestui studiu de cercetare vom căuta răspuns la întrebarea:

Care este profilul antreprenorial specific generației Z analizând trăsăturile de personalitate și influența educației antreprenoriale asupra tânărului din generația Z cu scopul identificării intenției antreprenoriale a acestora?

Scopul acestei cercetări este identificarea trăsăturilor de personalitate care formează profilul antreprenorial specific generației Z. Scopul va fi atins prin analiza trăsăturilor de personalitate, influența educației antreprenoriale asupra trăsăturilor de personalitate a educabililor, pentru a evidenția intenția antreprenorială specifică tinerilor din generația Z. A fost urmărită o corelare între educația antreprenorială sau activități care implică formarea competențelor antreprenoriale, cum ar fi metoda interactivă de învățare Firma de Exercițiu/Întreprinderea Simulată, pe variabilele: gen, vârstă, mediul de reședință, naționalitate, regiunea istorică, limbi străine cunoscute, statut profesional și nivelul de studii absolvit.

Lucrarea cuprinde un studiu teoretic realizat în baza literaturii de specialitate și un studiu empiric realizat prin aplicarea unui interviu antreprenorilor activi pe piață, un alt interviu adresat specialiștilor (cadrelor didactice implicate în procesul de pregătire a tinerilor din generația Z pentru domeniul antreprenorial) și a unui chestionar aplicat tinerilor care aparțin generației Z.

Capitolul cinci, Construcția, pretestarea și validarea instrumentelor de cercetare urmărește prezentarea metodologiei utilizate în etapa de prezentare și a participanților la studiu din etapa preliminară. De asemenea, sunt prezentate demersurile de cercetare calitativă și cantitativă, sunt descrise rezultatele analizelor realizate pe baza fiecărui instrument de cercetare, interviu și chestionar.

Metodologia de cercetare utilizată în etapa de pretestare urmărește atingerea obiectivului principal al cercetării care constă în *analiza percepției antreprenorilor și profesorilor români privind profilul antreprenorial al generației Z*, realizată printr-o metodă calitativă, și *analiza percepției profilului antreprenorial al tinerilor care fac parte din generația Z*, realizată printr-o metodă cantitativă.

Etapele studiului s-au realizat pe două coordonate:

I. Prima coordonată este focalizată pe realizarea a două interviuri.

Primul interviu este adresat antreprenorilor cu scopul de a identifica trăsăturile de personalitate specifice acestora, percepția privind efectele educației antreprenoriale în corelație cu intenția antreprenorială, prezentarea percepției asupra profilului unui antreprenor de succes.

Al doilea interviu este adresat specialiștilor (profesori care predau discipline, module și/sau cursuri de antreprenorat) pentru a identifica percepția acestora cu privire la efectele educației antreprenoriale asupra tinerilor din generația Z, trăsăturile de personalitate, profilul antreprenorial specific generației Z, aspecte legate de idealuri și intenția antreprenorială a educabililor care sunt formați de respondenții studiului, fie profesori sau formatori.

II. A doua coordonată este constituită din realizarea unui studiu ce a constat în aplicarea unui chestionar, cu scopul realizării unei anchete, pentru a determina particularitățile profilului antreprenorial specific generației Z.

Profil antreprenorial este analizat pe baza unor dimensiuni care formează profilul antreprenorial (locus de control, asumarea riscurilor, nevoia de realizare, creativitatea și autoeficacitatea).

Interviul va oferi plus valoare cercetării, deoarece reprezintă pilonul de bază pentru realizarea chestionarului. Structura interviului are la bază obiectivele cercetării și a urmărit ca informațiile obținute să sprijine construirea chestionarelor. Așadar, interviul este unul semistructurat și semidirectiv, aplicat antreprenorilor și profesorilor/formatorilor pentru antreprenoriat din județul Iași. Chestionarul a fost construit pe dimensiunile menționate anterior respondentul prezentând percepția pe o scală de la 1 la 5 privind dezacordul sau acordul cu privire la itemii din cadrul studiului.

Dar pentru a înțelege care sunt elementele care pot influența personalitatea tânărului din generația Z au fost realizate corelații între educația antreprenorială, trăsăturile de personalitate specifice antreprenorilor și intenția antreprenorială. Polemis (2020) a identificat faptul că trăsăturile de personalitate sunt corelate cu educația antreprenorială. Asumarea riscurilor, locusul de control intern, nevoia de realizare au fost trăsături pe care Piros și Chaiyesh (2022) le-au analizat printr-un model de regresie binar împreună cu intenția antreprenorială. Autorii au constatat că s-a corelat pozitiv doar asumarea riscurilor cu intenția antreprenorială. Trăsăturile de personalitate, educația, formarea profesională, recunoașterea socială și intenția antreprenorială sunt elemente care au fost studiate de Fragoso et al. (2020). Pe baza acestor dimensiuni au realizat o analiză de regresie din care s-a constatat că trăsăturile de personalitate sunt predictorii puternici pentru intenția antreprenorială (Fragoso et al., 2019). Cercetarea cantitativă a studiului de față a fost realizată cu ajutorul chestionarului, ipoteze care au fost analizate prin coeficientul de corelație Spearman rho și cu ajutorul analizei de regresie logistică. Se observă că există corelații semnificativ statistice între educația antreprenorială și trăsăturile de personalitate (locusul de control și autoeficacitatea) și intenția antreprenorială, însă există și corelații slabe între variabile, pentru asumarea riscurilor, nevoia de realizare și creativitate. Corelațiile Spearman rho au fost pozitive, însă valorile nu au fost înalte.

Așadar, între cele trei dimensiuni ale cercetării educație antreprenorială, intenție antreprenorială și cele cinci trăsături de personalitate aferente studiului nostru avem corelații pozitive care să ne conducă la ideea că educația antreprenorială are o influență pozitivă, statistic semnificativă asupra trăsăturilor de personalitate, iar trăsăturile de personalitate, dezvoltate în activități de educație pentru antreprenoriat, reprezintă predictorii privind deschiderea unei afaceri pentru tinerii din generația Z.

Capitolul șase, Rezultatele finale ale analizelor profilului antreprenorial specific generației Z, din cadrul acestui studiu vizează aceleași aspecte ca și în capitolul anterior, însă reprezintă varianta finală a aplicării și analizării dimensiunilor studiului. Acest capitol evidențiază atingerea scopului și a obiectivelor cercetării empirice. Analizele care se regăsesc în această lucrare urmăresc măsurarea consistenței interne a constructelor, corelațiile dintre variabile, corelații care s-au analizat cu ajutorul Spearman Rho și al regresiei logistice.

Metodologia utilizată în etapa de testare finală urmărește *analiza percepției profilului antreprenorial al tinerilor din generația Z*, realizată printr-o metode calitativă și cantitativă.

Etapele studiului s-au realizat pe două coordonate:

- I. Prima coordonată este focalizată pe realizarea a două interviuri,
 - a. primul interviu este adresat antreprenorilor cu scopul de a identifica trăsăturile de personalitate specifice acestora, percepția privind efectele educației antreprenoriale asupra intenției antreprenoriale, prezentarea percepției asupra profilului unui antreprenor de succes;
 - b. al doilea interviu este adresat specialiștilor (profesori care predau discipline, module și/sau cursuri de antreprenariat) pentru a identifica percepția acestora cu privire la efectele educației antreprenoriale asupra tinerilor din generația Z, trăsăturile de personalitate specifice tinerilor pentru conturarea unui profil antreprenorial pentru generația Z. De asemenea, sunt analizate aspectele legate de idealuri și intenția antreprenorială a educabililor care sunt formați de respondenții studiului.
- II. A doua coordonată este constituită din realizarea unui studiu ce a constatat în aplicarea unui chestionar, cu scopul realizării unei anchete, pentru a determina particularitățile profilului antreprenorial specifice generației Z.

Acest demers are în vedere următoarele etape de cercetare:

 1. Realizarea unei etape de testare prin aplicarea unor interviuri asupra antreprenorilor și profesorilor, apoi aplicarea unui chestionar ce au avut drept scop identificarea unor informații relevante referitoare la percepțiile respondentului privind profilul antreprenorial, respectiv trăsături de personalitate, în concluzie cu intențiile antreprenoriale și educația antreprenorială.
 2. Interpretarea rezultatelor desprinse din răspunsurile participanților la interviuri și chestionar, aplicate în etapa de testare finală.

Domeniul antreprenorial joacă un rol important în cadrul economiei românești, fiind considerat motorul creșterii economice și un contributor important pentru inovație și noi locuri de muncă (Rusu și Roman, 2017). Domeniul antreprenorial oferă stabilitate pieței muncii prin valorizarea și exploatarea intențiilor, motivațiilor, hobby-urilor, experiențelor și studiilor antreprenoriale ale populației. Creșterea numărului de antreprenori ar trebui să reprezinte un obiectiv național prin asistarea și sprijinirea acestora în situații de criză, în mod deosebit a crizelor financiare, de asemenea, este extrem de importantă investiția în formarea și dezvoltarea resurselor umane pentru piața muncii. România, fiind o țară în curs de dezvoltare, are capacitate să susțină noile afaceri, dacă va fi promovat antreprenoriatul prin educație și în investiții în susținerea noilor afaceri (Nicolau și Foris, 2018).

Profilul antreprenorial pentru generația Z poate fi format prin activități instructive ce permite indivizilor să înțeleagă semnificația spiritului antreprenorial și maniera prin care poate ajuta spiritul antreprenorial în împlinirea visurilor și succesului școlar. Formarea tinerilor pentru domeniul antreprenorial poate fi centrat pe grupe de lucru, integrând mentoratul și promovarea de bune practici în activitățile de pregătire profesională (McCallum et al., 2018).

Scopul acestei lucrări este de a identifica profilul antreprenorial al generației Z. În cadrul cercetării se urmărește corelația dintre profilul antreprenorial, educația antreprenorială și intenția tinerilor de a deschide o afacere. Profilul antreprenorial a fost analizat pe baza trăsăturilor de personalitate locus de control, asumarea riscurilor, autoeficacitatea și creativitatea. S-a urmărit influența educației antreprenoriale asupra trăsăturilor de personalitate, apoi intenția tinerilor din generația Z de a se integra în activități de antreprenariat, luând în considerare variabila de control genul.

Atingerea scopului studiului de față s-a realizat prin efectuarea unor analize statistice, teste de consistență internă, analiza coeficientului de corelație Spearman rho și o analiză de regresie logistică.

Au fost realizate statistici descriptive cu ajutorul cărora s-au putut evidenția genul, mediul de reședință, statutul profesional, limbile străine cunoscute și naționalitatea, ce au un scop important în distribuția răspunsurilor aferente intenției antreprenoriale.

În primul rând, rezultatele acestui studiu arată că locusul de control, asumarea riscurilor și autoeficacitatea au o influență asupra tinerilor pentru inițierea unei afaceri, însă creativitatea nu se corelează pozitiv cu intenția antreprenorială, validându-se ipoteza H2(H2a, H2b, H2c, cu excepția H2d). Cu alte cuvinte, variabilele locus de control, asumarea riscurilor și autoeficacitatea au puterea de a prezice intenția antreprenorială în rândul studenților și elevilor care fac parte din generația Z.

În al doilea rând, s-a observat o corelație pozitivă între educația antreprenorială și locusul de control, asumarea riscurilor și autoeficacitatea, însă există o corelație negativă între educația antreprenorială și creativitate. Așadar, ipoteza H2, cu ipotezele H2a, H2b și H2c se validează, iar H2d nu se validează.

În al treilea rând, educația antreprenorială, pe lângă locusul de control, asumarea riscurilor și autoeficacitatea, a avut un efect pozitiv, statistic semnificativ asupra intenției antreprenoriale, validând ipoteza H3.

Trăsăturile de personalitate care stau la baza formării profilului antreprenorial specifice generației Z, precum: locus de control, asumarea riscurilor și autoeficacitatea, au o legătură pozitivă, statistic semnificativă, cu educația antreprenorială și intenția pentru demararea unei afaceri.

Profilul antreprenorial se focusează pe caracteristicile înnăscute ale indivizilor și vizează intenția de a deveni un antreprenor de succes (Peroni și Riillo, 2019).

În contextul economico-social actual, dezvoltarea competențelor antreprenoriale reprezintă o adevărată provocare pentru tineri. Acest aspect poate genera posibilitatea dezvoltării unei cariere antreprenoriale ca o alternativă viabilă și durabilă pentru integrarea cu succes în piața muncii. În consecință, este necesară acordarea unei atenții sporite îmbunătățirii competențelor antreprenoriale, astfel încât dorința dezvoltării unei cariere antreprenoriale să se transforme într-o alegere reală a carierei (Georgescu și Herman, 2020).

În concluzie, antreprenoriatul reprezintă un domeniu vast de studiu, complex și plurivalent, ce implică multiple abordări din perspectivă managerială, psihologică, sociologică și economia dezvoltării (Andrade et al., 2019; Frese și Gielnik, 2014; Hebert și Link, 2006).

CONCLUZII, DISCUȚII, CONTRIBUȚII PERSONALE ȘI DIRECȚII VIITOARE DE CERCETARE

Ultima componentă lucrării a fost alocată *concluziilor, limitelor, direcțiilor viitoare de cercetare și contribuțiilor* aduse prin intermediul acestui studiu. În cadrul acestui capitol se regăsesc discuții și concluzii trase pe baza rezultatelor obținute în urma cercetărilor efectuate și s-a realizat un set de recomandări privind cercetările viitoare. De asemenea, au fost evidențiate contribuțiile studiului limitele și direcțiile viitoare de cercetare.

Concluzii și discuții

Importanța antreprenoriatului a fost invocată adesea de cercetători pentru că generează plus de valoare în societate. Antreprenoriatul generează creștere economică și apariția de noi locuri de muncă, competitivitate și beneficii sociale. Cercetarea de față a urmărit o serie de factori care prezintă un rol important în formarea profilului antreprenorial, profil care se corelează pozitiv cu intenția tinerilor din generația Z pentru deschiderea unei afaceri și care este influențat de educația antreprenorială. Educația antreprenorială formează competențe, abilități și atitudini, aspecte importante pentru implicarea în activități de antreprenoriat.

Acest studiu de cercetare își va găsi utilitatea prin rezultatele oferite, atât la nivel teoretic, cât și practic. Din punct de vedere teoretic, impactul posibil al cercetării constă în descoperirea profilului antreprenorial pentru generația Z, prin construirea unei imagini asupra trăsăturilor de personalitate, atitudinii, competențelor, abilităților și intențiilor antreprenoriale specifice acestei generații.

Utilitatea acestei cercetări se remarcă prin informațiile prezentate fundamentate pe aspecte reale, practice, obținute în baza analizelor datelor procurate cu ajutorul interviurilor și chestionarelor realizate.

Luând în considerare faptul că literatura de specialitate nu oferă informații referitoare la subiectul abordat - *profilul antreprenorial pentru generația Z* – consider că acest studiu va veni în completarea literaturii de specialitate cu informații pertinente, informații care vor putea îmbunătăți viziunea asupra profilului antreprenorial specific generației Z.

Studiile analizate prezintă, în mare parte, informații cu privire la aspectele ce construiesc profilul antreprenorial pe toate sau pe câte o categorie de vârstă, însă nu prezintă o imagine clară a profilului antreprenorial specific generației Z.

Cunoașterea acestor informații permit specialiștilor din mediul educațional să urmărească formarea competențelor necesare unui antreprenor. Totodată, pot facilita dezvoltarea unor start-up-uri corelate cu capacitățile manifestate de acești indivizi.

Din punct de vedere practic, dezvoltarea caracteristicilor care construiesc profilul antreprenorial al generației Z, prin programe și/sau activități de specialitate, oferă perspective de transformare ale individului în antreprenor.

Profilul antreprenorial a fost evidențiat prin trăsături de personalitate specifice antreprenorilor. Profilul antreprenorial a fost studiat în corelație cu educația antreprenorială și intenția antreprenorială deoarece parte din studii au folosit ca eșantion de lucru studenții, însă în cazul studiului de față s-a avut în vedere faptul că generația Z este formată, în cea mai mare parte, din elevi și studenți.

Studiul urmărește identificarea profilului antreprenorial pentru generația Z ceea ce a determinat demararea unui demers pe baza căruia să se evidențieze faptul că educația poate reprezenta predictor pentru formarea trăsăturilor de personalitate specifice antreprenorilor și pentru intenția tinerilor din generația Z de a demara o afacere.

Profilul antreprenorial este evidențiat printr-un set de trăsături pe care le-am regăsit în răspunsurile participanților la studiul de față, dar care s-au regăsit și în literatura de specialitate. Trăsăturile de personalitate care stau la baza profilului antreprenorial specific generației Z sunt autoeficacitatea, asumarea riscurilor, locusul de control intern, creativitatea, nevoia de realizare, motivația, determinarea și dorința de inovare, multe dintre acestea pornind din dorința de a fi independent financiar.

Noutatea și originalitatea studiului este oferită de studierea generației Z, formată din elevi și studenți din România care și-au început de puțin timp activitatea profesională și care necesită o atenție permanentă în ceea ce privește intențiile pentru inițierea unei afaceri.

Această cercetare va contribui la o mai bună înțelegere a conceptelor privind profilul antreprenorial și a percepțiilor privind generația Z cu privire la acesta.

Noutatea acestui studiu este dată de cercetarea empirică, pe baza interviului aplicat antreprenorilor și specialiștilor din educație și al chestionarelor aplicate educabililor din mediul preuniversitar și universitar care fac parte din generația Z. Studiul are drept scop identificarea profilului antreprenorial specific generației Z și urmărește conturarea unei imagini reale, clare și precise asupra subiectului.

Contribuții ale cercetării doctorale

Studiul de față reprezintă un efort constant și susținut realizat pe parcursul celor patru ani de studii doctorale. Pentru elaborarea acestei lucrări am urmat îndrumările oferite de doamna profesor coordonator de doctorat Prof. univ. dr. habilit. Gina Ionela Butnaru și cele ale comisiei de îndrumare care a fost formată din domnul Prof.univ.dr. Valentin Niță, doamna Lect. univ. dr. habil. Vodă Ana Iolanda, a domnului C.Ș. II Tanasă Lucian și a doamnei Conf. univ. dr. Maria Tătărușanu.

În acest studiu au fost realizată revizuirea literaturii de specialitate și o analiză bibliometrică prin intermediul softului gratuit VOSviewer. Pentru analiza bibliometrică au fost extrase publicații din baza de date Web of Science. VOSviewer este un software puternic și flexibil de analiză bibliometrică și vizualizare a datelor care poate fi folosit pentru a identifica tendințele și relațiile pe tema „Profilului antreprenorial”. Analiza bibliometrică ne-a arătat legătura dintre cuvintele cheie cu privire la profilul antreprenorial. Perspectivele profilului antreprenorial ar include adaptarea la noile condiții de piață, inovație, precum și o conștientizare sporită față de aspectelor sociale și de mediu.

Cercetarea aplicată vizează identificarea profilului antreprenorial specific generației Z. Având ca punct de pornire obiectivul principal al cercetării generale, ce constă în identificarea profilului antreprenorial pentru generația Z printr-o analiză a trăsăturilor de personalitate, prin studierea influenței educației pentru antreprenariat în formarea profilului antreprenorial, apoi identificarea intenției antreprenoriale a tinerilor care fac parte din generația Z.

Metodologia asumată de noi a fost orientată spre identificarea trăsăturilor de personalitatea specifice tinerilor din generația Z care să genereze intenții antreprenoriale. Trăsăturile de personalitate am dorit să identificăm dacă se corelează pozitiv cu educația antreprenorială. Concluziile pe care le-am desprins în urma acestei cercetări ne prezintă corelația dintre educația

antreprenorială, trăsăturile de personalitate care evidențiază un profil antreprenorial al tânărului din generația Z și intenția participanților la studiu de a iniția o afacere.

Direcții viitoare de acțiune aferente cercetării doctorale

Extinderea studiului pe arii mai mari ar putea aduce beneficii, acest studiu reflectă aspecte importante privind profilul antreprenorial pentru generația Z, generație care prezintă un potențial în dezvoltarea de noi afaceri pe plan național. Astfel, considerăm că această lucrare poate contribui eficient la literatura de specialitate din domeniul antreprenorial.

Replicarea acestui studiu ar fi oportună deoarece s-ar putea urmări validarea rezultatelor deja obținute sau nu. Generalizarea rezultatelor studiului ar putea fi realizată prin extinderea eșantionului la nivel de județ, pe plan regional, național și internațional.

Ar fi potrivită integrarea sau eliminarea anumitor dimensiuni aferente instrumentelor de cercetare.

Pentru o cercetare cantitativă avansată ar fi recomandată extinderea eșantionului pe alte generații, din alte zone, precum și prin integrarea unor noi seturi de itemi în cadrul interviurilor prin care să se surprindă noi dimensiuni pentru identificarea profilului antreprenorial specific generației Z. O echipă de specialiști în cercetare ar fi indicat să aprofundeze acest studiu, prin constituirea unor grupuri de lucru formate pe teme de interes care sunt cuprinse în cercetarea de față.

Dezvoltarea cercetării prin aplicarea altor strategii de cercetare, cercetări mixte, analize comparative care să permită evidențierea profilului antreprenorial specific generației Z.

În cercetările viitoare se recomandă realizarea unor studii comparative pe generațiile X, Y și Z în vederea unei aprofundări a cunoașterii fiecărei generații în parte din perspectiva profilului antreprenorial specific generațiilor numite anterior.

Cercetarea de față ne oferă imaginea unei realități privind profilul antreprenorial specific generației Z din momentul prezent având la bază o cercetare de tip transversal. Se recomandă realizarea unei cercetări de tip longitudinal pentru o cunoaștere aprofundată a evoluției generației Z din perspectivă antreprenorială.

BIBLIOGRAFIE

Cărți din literatura de specialitate și articole științifice:

- Adhikari, K., Ghosh, A. (2023). Personal Antecedents of Entrepreneurial Intention: A Perceptual Study on Generation Z Girls. *SEDME (Small Enterprises Development, Management & Extension Journal)*, 50(1), 67-79. <https://doi.org/10.1177/09708464221130912>
- Ajzen, I. (2005) *Attitudes, Personality And Behavior* Second Edition, Open University Press. ISBN 10: 0 335 21703 6 (pb) 0 335 21704 4 (hb) ISBN 13: 9780 335 217038 (pb) 9780 335 217045 (hb)
- Akhtar, S., Hongyuan, T., Iqbal, S., Ankomah, F.Y.N. (2020) Impact of Need For Achievement on Entrepreneurial Intentions; Mediating Role Of Self-Efficacy. *Journal of Asian Business Strategy*, 10(1), pp. 114-121, DOI: 10.18488/journal.1006.2020.101.114.121.
- Alam S., Nor, N., Helmi Ali, M., Omar, N. and Che, Ch. (2017), Relationship between entrepreneurs traits and cloud computing adoption among malay-owned SMEs in Malaysia, *Cuadernos de Gestión*, Vol. 8 No. 2, DOI: 10.5295/cdg.140515ss)
- Almbaid, M. (2011) *Profile of the Young Entrepreneur in the West Bank*, Youth Entrepreneurship Development.
- Alsaqr, AM. (2021) Remarks on the use of Pearson's and Spearman's correlation coefficients in assessing relationships in ophthalmic data. *Afr Vision Eye Health*. 80(1), a612. <https://doi.org/10.4102/aveh.v80i1.612>
- Altinay, L., Madanoglu, M., Daniele, R., Lashley, C. (2012) The influence of family tradition and psychological traits on entrepreneurial intention. *International Journal of Hospitality Management*, 31(2), pp. 489-499, <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.07.007>.
- Amabile, T.M. (1996). *Creativity and innovation in organizations*, Harvard Business School, Boston.
- Andrade, J.A., Quintero, A., Ramirez, E. (2019) Entrepreneurship as an Area of Knowledge: Literature Review. *European Reseach Studies Journal*, 22(2), pp. 100-124.
- ANOFM (2021) Niveluri de studii – ISCED. https://www.anofm.ro/upload/12003/NIVELURI_DE_STUDII.pdf.
- Antonicic, J.A., Antonicic, B., Gantar, M., Hisrich, R.D., Marks, LJ, Bachkirov, A.A, ... Kakkonen, M.L. (2018). Înclinația spre asumarea de riscuri și spiritul antreprenorial: rolul distanței de putere. *Journal of Enterprise Culture*, 26(01), 1–26. doi:10.1142/s0218495818500012
- Arar, T., Oneren, M. (2018) Role of Talent Management in Career Development of Generation Z: A Case Study of a Telecommunication Firm. *International Academic Journal of Social Sciences*, 5(1), pp. 28-44.
- Arkorful, H., Hilton, S.K. (2021), Locus of control and entrepreneurial intention: a study in a development economy, *Journal of Economic and Administrative Sciences*. <https://doi.org/10.1108/JEAS-04-2020-0051>
- Asante, E. A., Affum-Osei, E. (2019) Entrepreneurship as a career choice: The impact of locus of control on aspiring entrepreneurs' opportunity recognition. *Journal of Business Research*, Volume 98, pp. 227-235, <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.02.006>.

- Awwad, M.S., Al-Aseer, R.M.N. (2021) Big Five personality traits impact on entrepreneurial intention: the mediating role of entrepreneurial alertness, *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, Vol. 15 Nr. 1, pp. 87-100. <https://doi.org/10.1108/APJIE-09-2020-0136>
- Balinschi, A (2015) *Metodologia Cercetărilor Științifice în Economie*, Manual. Bălți: Editura „Marketing Plus”.
http://dspace.usarb.md:8080/jspui/bitstream/123456789/1845/1/balinschii_metodologia.pdf
- Bar, S.G. (2013) *Creșterea autoeficacității și realizarea obiectivelor prin intermediul coachingului sistemic*. Rezumatul tezei de doctorat. Universitatea “Babes-Bolyai” Cluj-Napoca Facultatea de Psihologie și Științe ale Educației
- Barton, C., Lischeron, J. (1991). Defining Entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*. Milwaukee Vol. 29, Iss. 1, 45
- Bearden, O., Netemeyer, R.G., Haws, K.L. (2011) *Handbook of marketing scales: multi-item measures for marketing and consumer behavior research*, Third edition, SAGE Publications, ISBN 978-1-4129-8018-0
- Begley, T. M., Boyd, D. P. (1987) Psychological characteristics associated with performance in entrepreneurial firms and smaller businesses, *Journal of Business Venturing*, Volume 2, Issue 1, Pages 79-93, ISSN 0883-9026, [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(87\)90020-6](https://doi.org/10.1016/0883-9026(87)90020-6)
- Bejinaru, R., Neamțu, D.M., Condratov, I., Stanciu, P., Hapenciuc, C.V. (2023) Exploring the effectiveness of university agenda for developing students' entrepreneurial behavior, *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 36:1, 1317-1337, DOI: 10.1080/1331677X.2022.2086597
- Bencsik, A., Horváth-Csikós, G., Juhász, T. (2016) Y and Z Generations at Workplaces. *Journal of Competitiveness*, 8(3), pp. 90-106, DOI: 10.7441/joc.2016.03.06.
- Bennett S, Maton K, Kervin L. (2008) The Digital Natives Debate: A Critical Review of the Evidence. *British Journal of Educational Technology*. Vol. 39 No. 5. DOI: 10.1111 / j.1467-8535.2007.00793.x
- Bonett, D., Wright, T. (2014) Cronbach's alpha reliability: Interval estimation, hypothesis testing, and sample size planning. *Journal of Organizational Behavior*. 36. 10.1002/job.1960.
- Bosma, N. Wennekers, S., Amorós, J.E. (2012) *Global Entrepreneurship Monitor. 2011 Extended Report*. <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=48326>
- Bosma, N., Levie, J. (2009) *Global Entrepreneurship Monitor. Executive Report*. https://www.researchgate.net/publication/48322611_Global_Entrepreneurship_Monitor_2009_Executive_Report
- Botez, S. (2020) *Cum se construiesc competențele angajaților tineri*, European Commission, EPALÉ - Platforma electronică pentru educația adulților în Europa
- Bourdieu, P. (2011) *Las estrategias de la reproducción social*. Boenos Aires: Siglo XXI editores. ISBN 978-987-629-187-3
- Bowles, S., Herbert, G., Osborne, M. (2001) The Determinants of Earnings: A Behavioral Approach. *Journal of Economic Literature*, 39(4), pp. 1137-1176.
- Brachert, M., Hyll, W. (2014) On the Stability of Preferences: Repercussions of Entrepreneurship on Risk Attitudes. *SOEPpapers on Multidisciplinary Panel Data Research at DIW Berlin*, Volume 667.
- Brancu, L., Munteanu, V., Gligor, D. (2012). Study on Student’s Motivations for Entrepreneurship in Romania. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 62, 223–231. doi:10.1016/j.sbspro.2012.09.036
- Bresman, H., Rao, V.D. (2017) *A Survey of 19 Countries Shows How Generations X, Y, and Z Are — and Aren’t — Different*. *Generational Issues*. Harvard Business Review.

<https://hbr.org/2017/08/a-survey-of-19-countries-shows-how-generations-x-y-and-z-are-and-arent-different>

- Brinza, G., Anichiti, A. (2020). An analysis of Romanian entrepreneurs' personality traits. *ECOFORM Journal*, 9(3).
- Brockhaus, R. (2000) Risk Taking Propensity of Entrepreneurs. *Academy of Management Journal*. 23. DOI: 10.2307/255515.
- Brunner, G. (2009) *Marketing Scales Handbook*. A Compilation of Multi-Item Measures for Consumer Behavior & Advertising Research, vol. 5, GCBII Productions, LLC, Fort Worth, Texas USA, ISBN 978-0-615-27327-3
- Brunner, G. (2012) *Marketing Scales Handbook*. A Compilation of Multi-Item Measures for Consumer Behavior & Advertising Research, vol. 6, GCBII Productions, LLC, Fort Worth, Texas USA, ISBN-10:0615630685, ISBN-13:978-0-615-63068-7
- Brunner, G. (2013) *Marketing Scales Handbook*. Multi-Item Measures for Consumer Insight Research, vol. 7, GCBII Productions, LLC, Fort Worth, Texas USA, ISBN-10: 0615846068, ISBN-13: 978-0-615-84606-4
- Brunner, G. (2019) *Marketing Scales Handbook*. Multi-Item Measures for Consumer Insight Research, vol. 10, GCBII Productions, LLC, Fort Worth, Texas USA, ISBN-13: 978-0-578-47002-3
- Burciu, A., Kicsi, R., Bostan, I. (2020) Social Trust and Dynamics of Capitalist Economies in the Context of Clashing Managerial Factors with Risks and Severe Turbulence: A Conceptual Inquiry. *Sustainability*, 12, 8794. doi:10.3390/su12218794
- Burciu, A., Kicsi, R., Buta, S., State, M., Burlac, I., Chifan, D.A., Ipsalat, B. (2023) The Study of the Relationship among GCI, GII, Disruptive Technology, and Social Innovations in MNCs: How Do We Evaluate Financial Innovations Made by Firms? A Preliminary Inquiry. *FinTech*. 2(3):572-613. <https://doi.org/10.3390/fintech2030033>
- Butnaru, G.I., Niță, V., Anichiti, A., Brînză, G. (2021) The Effectiveness of Online Education during Covid 19 Pandemic—A Comparative Analysis between the Perceptions of Academic Students and High School Students from Romania. *Sustainability*, 13(9), 5311. doi:10.3390/su13095311
- Butnaru, G.I., Niță, V., Melinte, C., Anichiti, A., Brînză, G. (2022) The Nexus between Sustainable Behaviour of Tourists from Generation Z and the Factors That Influence the Protection of Environmental Quality. *Sustainability*, 14(19), 12103. MDPI AG. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.3390/su141912103>
- Butu, A., Brumă, I.S., Tanasă, L., Rodino, S., Dinu Vasiliu, C., Doboș, S., Butu, M. (2020). The Impact of COVID-19 Crisis upon the Consumer Buying Behavior of Fresh Vegetables Directly from Local Producers. Case Study: The Quarantined Area of Suceava County, Romania. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(15), 5485. doi:10.3390/ijerph17155485
- Caird, S. (2013) General measure of Enterprising Tendency test. www.get2test.net.
- Caliendo, M., Fossen, F., Kritikos, A. (2012) Trust, positive reciprocity, and negative reciprocity: Do these traits impact entrepreneurial dynamics?.. *Journal of Economic Psychology*, 33(2), pp. 394-409, <https://doi.org/10.1016/j.joep.2011.01.005>.
- Cambridge Dictionary GENERATION | English meaning - Cambridge Dictionary. Ultima accesare: 2 august 2023
- Camera de Comerț și Industrie Cluj (2018) *Manual Competențe Antreprenoriale Program De Formare Autorizat ANC, Antreprenoriat Sustenabil în Regiunea NV. Programul Operațional*

- Capital Uman 2014-2020 Axa prioritară 3- Locuri de munca pentru toti Obiectiv specific 3.7- Creșterea ocupării prin susținerea întreprinderilor cu profil nonagricol din zona urbană Titlul proiectului: Antreprenoriat sustenabil in Regiunea Nord Vest. <https://ccicj.ro/wp-content/uploads/2018/02/Manual-competente-antreprenoriale-CCI-3.7.pdf>. Ultima accesare: 8.12.2022
- Cao, Y., Asad, M.M., Wang, L., Naz, A., Almusharraf, N. (2022) Role of personality traits for entrepreneurial intentions of young entrepreneurs: A case study of higher education institution, *Front. Psychol., Sec. Educational Psychology*. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1010412>
- Carayannis, E. G., Stewart, M. R., Sipp, C. & Venieris, T. (2014) *Entrepreneurial Profiles of Creative Destruction Courage, Imagination and Creativity in Action*. New York(US): PALGRAVE MACMILLAN.
- Casson, M. (2003) *The Entrepreneur An Economic Theory*. Second ed. Cheltenham, UK • Northampton, MA, USA: Edward Elgar Publishing Limited.
- Chattopadhyay, R., Ghosh, A. (2002) Predicting Entrepreneurial Success: A Socio-psychological Study. *Journal of Entrepreneurship* 2002 11: 21, DOI: 10.1177/097135570201100102
- Chell, E. (2008) *The Entrepreneurial Personality A Social Construction*. Second edition ed. London and New York: Routledge, Taylor & Francis Group
- Chen, C.C., Greene, P.G., Crick. A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 13, 295-316.
- Chen, J. (2020) *Millennials: Finances, Investing, and Retirement*. <https://www.investopedia.com/terms/m/millennial.asp> . Ultima accesare: 29.08.2021
- Chicca, J., Shellenbarger, . T. (2018) Connecting with Generation Z: Approaches in Nursing Education. *Teaching and Learning in Nursing*, Volume 13, pp. 180-184, <https://doi.org/10.1016/j.teln.2018.03.008> .
- Codul civil.a (2021) *Articolul 88 – Reședința*. <https://www.codulcivil.ro>
- Codul civil.b (2021) *Articolul 98 și 99 – Starea civilă / Dovada stării civile*. <https://www.codulcivil.ro>
- Çolakoğlu, N., Gözükar, İ. (2016) *A comparison study on personality traits based on the attitudes of university students toward entrepreneurship*. s.l., 5th International Conference on Leadership, Technology, Innovation and Business Management
- Comisia Europeană (2013) *Consolidarea spiritului și a competențelor antreprenoriale în UE*. Seria de ghiduri Cum se poate susține politica privind IMM-urile cu ajutorul fondurilor structurale. ISBN 978-92-79-26353-8 ISSN 1977-7507 doi:10.2769/5728
- Comisia Europeană (2020) *Educație și formare, Dezvoltarea competențelor, Importanța dezvoltării competențelor-cheie*. [Online] Available at: https://ec.europa.eu/education/policies/european-policy-cooperation/development-skills_ro
- Commission of the European Communities (2003) *Green Paper. Entrepreneurship in Europe*, Brussels. https://ec.europa.eu/invest-in-research/pdf/download_en/entrepreneurship_europe.pdf
- Constantinescu-Dobridor, G. (1998) *Dicționar de termeni lingvistici*, Editura: Teora. ISBN/Cod: 973-601-496-7. <https://dexonline.ro/sursa/dtl>
- Cook, P. (1998). The creativity advantage – is your organization the leader of the pack?, *Industrial and Commercial Training*, 30(5), pp. 179-184.
- Coteanu, I. (2010) *Micul dicționar academic*, Ediția a II-a. Academia Română, Institutul de Lingvistică. Editura Univers Enciclopedic. <https://dexonline.ro/sursa/mda2>

- Coteanu, I., Mareș, L. (2009) *Dicționarul explicativ al limbii române (ediția a II-a revăzută și adăugită)*, Academia Română, Institutul de Lingvistică. Editura Univers Enciclopedic Gold. <https://dexonline.ro/sursa/dex09>
- Cubico, S., Bortolani, E., Favretto, G., Sartori, R. (2010) Describing the entrepreneurial profile: the entrepreneurial aptitude test (TAI). *Int. J. Entrepreneurship and Small Business*, 11(4), pp. 424 - 435, DOI: 10.1504/IJESB.2010.036295.
- Dalyanto, A., Sajidan, Siswandari, Sukarmin (2021) Developing instrument to measure entrepreneur skills of vocational school students based on sustainable development. *Journal of Physics: Conference Series*, 1842.
- Dangmei, J., Singh, A. (2016) Understanding the Generation Z: The Future Workforce. *South-Asian Journal of Multidisciplinary Studies (SAJMS)*, 3(3), pp. ISSN:2349-7858:SJIF:2.246.
- Dawwas, A. AL-Haddad, S.. (2018). The impact of locus of control on innovativeness. *Jurnalul internațional de dezvoltare și durabilitate* ISSN: 2186-8662 - www.isdsnet.com/ijds Volume 7 Număr 5, pag. 1721-1733, ISDS ID articol: IJDS18040404
- Desai, V., 2009. *Entrepreneurial Development, VOLUME 1 The Entrepreneur, Entrepreneurship and Development Principles, Programmes and Policies*. Revised ed. s.l.:Himalaya Publishing House.
- Diener, E., Lucas, R.E. (2019) Personality Traits. *General Psychology: Required Reading*. Lauren Brewer. P. 280-297.
- Dimock, M. (2019) *Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins*. Pew Research Center. <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/> doi:10.1108/apjie-01-2018-0004
- Dorneanu, A., Neamțu, D.M., Hapenciuc, C.V. (2022) Education and digitalization, the path to a more sustainable, resilient and secure society, *Proceedings of the International Conference on Business Excellence*, 16(1), 670-681. DOI: <https://doi.org/10.2478/picbe-2022-0064>
- Dragolea, L.L., Butnaru, G.I., Kot, S., Zamfir, C.G., Nuță, A.C., Nuță, F.M., Cristea, D.S., Ștefănică, M. (2023) Determining factors in shaping the sustainable behavior of the generation Z consumer. *Front. Environ. Sci., Sec. Environmental Economics and Management* Vol. 11. <https://doi.org/10.3389/fenvs.2023.1096183>
- Druker, P. F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. New York, NY: Harper and Row.
- Duchaine, P. (2007) *Entrepreneurial Profile. Activity 4*. Entrepreneurial Spirit in College, Gouvernement du Québec Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport.
- Dumitrescu, A. (2019) *X, Y, Z sau diferența între generații*. Orange, Help. <https://www.orange.ro/help/articole/x-y-z-sau-diferenta-intre-generatii>. Ultima accesare: 29.08.2021
- Duțu, A., Diaconu, M., Georgescu, B. (2017). The Road From School To Real Life: Entrepreneurial Behaviour Among Romanian Students. In E. Soare, & C. Langa (Eds.), *Education Facing Contemporary World Issues*, vol 23. European Proceedings of Social and Behavioural Sciences (pp. 1928-1938). Future Academy. <https://doi.org/10.15405/epsbs.2017.05.02.238>
- Eken, I. (2017) *Relationship Between Generations of Entrepreneurs and Entrepreneurial Traits*. Theses & Dissertations. 36. http://athenaeum.uiw.edu/uiw_etds/36
- Ensari, M.S., (2017) A study on the differences of entrepreneurs potential among generations. *Research Journal of Business and Management (RJBM)*, V.4, Iss.1. <http://doi.org/10.17261/Pressacademia.2017.370>

- Espíritu-Olmos, R., Sastre-Castillo, . M. A. (2015) Personality traits versus work values: Comparing psychological theories on entrepreneurial intention. *Journal of Business Research*, Volume 68, pp. 1595-1598, <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.02.001> .
- Farrukh, M., Alzubi, Y., Shahzad, I. A., Waheed, A., Kanwal, N. (2018). Entrepreneurial intentions. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*. 12(3), pp. 399-414.
- Field, A. (2009) *Discovering Statistics Using SPSS*. 3rd Edition, Sage Publications Ltd., London
- Field, A. (2013). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics. And Sex and Drugs and Rock "N" Roll*, 4th Edition, Sage, Los Angeles, London, New Delhi.
- Filion, L.J. (2021) Defining the entrepreneur. *World Encyclopedia of Entrepreneurship - Second Edition*. Edward Elgar Publishing Limited. Cheltenham, UK • Northampton, MA, USA. <http://dx.doi.org/10.4337/9781839104145>
- Fodor, M., Jaeckel, K. (2018) What does It Take to Have a Successful Career Through the Eyes of Generation Z - Based on the Results of a Primary Qualitative Research. *International Journal on Lifelong Education and Leadership*, 4(1).
- Fragoso, R., Rocha-Junior, W., Xavier, A. (2020) Determinant factors of entrepreneurial intention among university students in Brazil and Portugal, *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 32:1, 33-57, DOI: 10.1080/08276331.2018.1551459
- Frese, M., Gielnik, M. M. (2014) The Psychology of Entrepreneurship. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 1(4), pp. 13-38.
- Furdui, A., Lupu-Dima, L., Edelhauser, E. (2021) Implications of Entrepreneurial Intentions of Romanian Secondary Education Students, over the Romanian Business Market Development. *Procese*, 9 , 665. <https://doi.org/10.3390/pr9040665>
- Gârboan, R. (2007) Metode de Cercetare Utilizate în Evaluare. *Transylvanian Review of Administrative Sciences*, 20/2007, pp. 33-51. <https://rtsa.ro/rtsa/index.php/rtsa/article/viewFile/148/144>
- Gartner, W. (1989) „Who Is an Entrepreneur?" Is the Wrong Question. *American Journal of Small Business* , 13(2), pp. 47-67 DOI: 10.1177/104225878801200401.
- Gartner, W.B. (1985). A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation. *The Academy of Management Review*, 10(4), 696–706. <https://doi.org/10.2307/258039>
- Gartner, W.B., Davidsson, P., Zahra, S. A. (2006) Are you Talking to Me? The Nature of Community in Entrepreneurship Scholarship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(3), pp. doi:10.1111/j.1540-6520.2006.00123.x.
- GEM (2015) - *Entrepreneurial Behaviour and Attitudes*. România. <https://www.gemconsortium.org/economy-profiles/romania-2>
- GEM (2022). *Global Entrepreneurship Monitor 2021/2022 Global Report: Opportunity Amid Disruption*. London: GEM. <https://gemconsortium.org/report/gem-20212022-global-report-opportunity-amid-disruption>
- Georgescu, A.M., Herman, E. (2020) The Impact of the Family Background on Students' Entrepreneurial Intentions: An Empirical Analysis. *Sustainability*, 12(4775), p. doi:10.3390/su12114775.
- Glass, A. (2007) Understanding generational differences for competitive success. *Industrial and Commercial Training*, 39(2), pp. 98-103, DOI 10.1108/00197850710732424.
- Global Entrepreneurship Monitor, 2020. *Global Entrepreneurship Monitor*. [Online] Available at: <https://www.gemconsortium.org/wiki/1146>

- Gódány, Z., Machová, R., Mura, L., Zsigmond, T. (2021) Entrepreneurship Motivation in the 21st Century in Terms of Pull and Push Factors. *TEM Journal*. Volume 10, Issue 1, Pages 334-342, ISSN 2217-8309, DOI: 10.18421/TEM101-42
- Goldman Sachs (2021) *Millennials. Coming of age. Goldman Sachs Insight – Overview*. <https://www.goldmansachs.com/insights/archive/millennials/>. Ultima accesare: 29.08.2021
- Gurol, Y., Atsan, N., (2006) Entrepreneurial characteristics amongst university students. Some insights for entrepreneurship education and training in Turkey. *Education + Training*, 48(1), pp. 25-38, DOI 10.1108/00400910610645716.
- Hachana, R., Berraies, S., Ftiti, Z. (2018) Identifying personality traits associated with entrepreneurial success: does gender matter? *Journal of Innovation Economics and Management*, 3, 27, 169. doi:10.3917/jie.027.0169
- Hampton, D. C., Keys, Y. (2017) Generation Z students: Will they change our nursing classrooms?. *Journal of Nursing Education and Practice*, 7(4), p. <http://dx.doi.org/10.5430/jnep.v7n4p111>.
- Hamzah, M.I., Othman, A.K. (2023) How do locus of control influence business and personal success? The mediating effects of entrepreneurial competency, *Frontiers in Psychology*. 13, DOI=10.3389/fpsyg.2022.958911
- Haynes, S. N., Richard, D.C.S., Kubany, E.S. (1995). Content validity in psychological assessment: A functional approach to concepts and methods. *Psychological Assessment*, 7(3), 238–247. doi:10.1037/1040-3590.7.3.238
- Hebert, R.F., Link, A.N. (2006) *Historical Perspectives on the Entrepreneur*. Boston: now Publishers Inc..
- Hemingway, E. (2005) *The Old Man and The Sea*, Scribner Paperback Fiction. ISBN: 9780684801223,0684801221
- Herman, E., Szabo, Z.K. (2014) Considerations on Romania’s Entrepreneurial Profile: Barriers to Productive Entrepreneurship. *Procedia Economics and Finance*, 15, 1740–1750. doi:10.1016/s2212-5671(14)00649-2
- Herrington, M., Kew, J., Kew, P. (2009) *Tracking Entrepreneurship in South Africa: A Gem Perspective*. s.l.:Rothko.
- Hisrich, R.D., Peters, M.P., Shepherd, D. A. (2017) *Entrepreneurship*. Tenth Edition ed. s.l.:Mc Graw Hill Education.
- Holienka, M., Holienkova, J. (2014) Enterprising tendencies of management and psychology students: differences and common attributes. *Comenius Management Review*. 8 (1). p.39-52.
- Hutton, E. (2021) *What Is Gen X: The “Forgotten Generation”*. Restoration Center. <https://imagerestorationcenter.com/what-is-gen-x/>
- iEduNote, 2020. *Entrepreneurship: Definition, Origin, Concept*. [Online] Available at: <https://www.iedunote.com/entrepreneurship-definition>
- Institute for Emerging Issues (2012) *The Face of Gen Z*, NC State University.
- Isac, N., Dobrin, C., Raphaelalani, L.P., Sonko, M. (2021) Does Organizational Culture Influence Job Satisfaction? A Comparative Analysis of Two Multinational Companies. *Review of International Comparative Management*, Vol. 22, Issue 2. DOI: 10.24818/RMCI.2021.2.138
- Ismail, V.Y., Zain, E., Zulihar (2015) The Portrait of Entrepreneurial Competence on Student Entrepreneurs., The 6th Indonesia International Conference on Innovation, Entrepreneurship and Small Business, 12 – 14 August 2014, *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 169, 178 – 188

- Jennings, D. E., Zeithaml, C. P. (1983). Locus of Control: A Review and Directions for Entrepreneurial Research. *Academy of Management Proceedings*, 1983(1), 417–421. doi:10.5465/ambpp.1983.4976387
- Jianu, L. M., Bara, O. M. (2014) Romanian Entrepreneur Profile and Behavior. *Management&Marketing*, 12(2).
- Kane, S. (2019) *Common Characteristics of the Traditionalists Generation*. The Balance Careers. <https://www.thebalancecareers.com/workplace-characteristics-silent-generation-2164692>. Ultima accesare: 28.08.2021
- Karabulut, A.T. (2016) Personality Traits on Entrepreneurial Intention, 5th International Conference on Leadership, Technology, Innovation and Business Management, *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 229 12 – 21, *Personality Traits on Entrepreneurial Intention*. s.l., Elsevier.
- Karya, D.F., Anshori, M.Y., Elfita, R.A., Sahrin, L.A., Gita, M.N. (2022) Internal Locus of Control, Entrepreneurial Learning, Risk Tolerance on Self-efficacy, and Entrepreneurial Intention *Proceedings of the 19th International Symposium on Management (INSYMA 2022)*, AEBMR 223, pp. 339–348. DOI 10.2991/978-94-6463-008-4_44
- Kaur, A., Kauts, A. (2019). The teacher of the generation Z. *International Journal of Applied Research*. Vol 5, No. 8, 438-440. ISSN Online: 2394-5869
- Kelley, D., Singer, S., Herrington, M. (2011) *Global Entrepreneurship Monitor, 2011 Global Report*. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2011-global-report>
- Kerr, S.P., Kerr, W.R., Xu, T. (2017) *Personality Traits of Entrepreneurs: A Review of Recent Literature*, Harvard Business School, Working Paper 18-047. https://www.hbs.edu/ris/Publication%20Files/18-047_b0074a64-5428-479b-8c83-16f2a0e97eb6.pdf
- Khuong, M.N., An, N.H. (2016) The Factors Affecting Entrepreneurial Intention of the Students of Vietnam National University— A Mediation Analysis of Perception toward Entrepreneurship. *Journal of Economics, Business and Management*, 4(2), p. DOI: 10.7763/JOEBM.2016.V4.375
- Klimczuk, A. (2015) *Generational Differences, Generations of Western Society, Managing Multiple Generations in the Workplace*, S. Thompson (ed.), *The Encyclopedia of Diversity and Social Justice*, Rowman & Littlefield, Lanham. https://mpr.aub.uni-muenchen.de/105991/1/MPRA_paper_105991.pdf
- Kluckhohn, C. (1951). Values and value orientations in the theory of action. In T. Parsons, E. A. E. Shils, & E. C. Tolman (Eds.), *Towards a general theory of action* (pp. 388–433). Cambridge, MA: Harvard University Press. Social Sciences. doi: 10.15465/gesis-sg_en_012
- Koh, H.C. (1996). Testing hypotheses of entrepreneurial characteristics. *Journal of Managerial Psychology*, 11(3), 12–25. doi:10.1108/02683949610113566
- Kothari, Dr. H. (2013). Socio-Psychological Factors of Entrepreneurship: A Survey Researchjournali's *Journal of Entrepreneurship*. Research journali's *Journal of Entrepreneurship*. 1. 1-11.
- Kotlyakov, V., Komarova, A. (2006) *Elsevier's Dictionary of Geography 1st Edition* in English, Russian, French, Spanish and German. Hardcover ISBN: 9780444510426; eBook ISBN: 9780080488783
- Kusumawijaya, I.K. (2019) The Prediction of Need for Achievement to Generate Entrepreneurial Intention: A Locus of Control Mediation. *International Review of Management and Marketing*, 9(4), 54-62. DOI: <https://doi.org/10.32479/irmm.8330>

- Leech, N.L., Barrett, K.C., Morgan, G.A. (2005) *SPSS for Intermediate Statistics; Use and Interpretation*, Second Edition. Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Publishers. ISBN 0-8058-4790-1
- Leung, Y., Franken, . I., Thurik, A. (2020) Psychiatric symptoms and entrepreneurial intention: The role of the behavioral activation system, *Journal of Business Venturing Insights*, Volume 13, p. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2019.e00153>.
- Lindström, S. (2010) *Entrepreneur Profile Test*. Find out what motivates and drives you. Curious about your strengths and potentials. <https://entrepreneurprofiletest.com/>
- Linnenluecke, M.K., Marrone, M., Singh, A. K. (2020). Conducting systematic literature reviews and bibliometric analyses. *Australian Journal of Management*, 45(2), 175–194. <https://doi.org/10.1177/0312896219877678>
- Lițoiu, N., Negreanu, MC. (2011) Antreprenoriatul - oportunitate, abilitate, inovație, viitor - Studiu privind dezvoltarea oportunităților antreprenoriale cu referire specifică la noile domenii de ocupare pe piața muncii (societatea informațională). Studiul “ Antreprenoriatul - oportunitate, abilitate, inovație, viitor - “ a fost realizat în cadrul proiectului POSDRU 92/3.1/S/62353. București. <http://www.icosecs7.upb.ro/resurse/Studiu%20rezumat.pdf>
- Liu, J., Zhu, Y., Serapio, M., Cavusgil, S. T. (2019). The new generation of millennial entrepreneurs: A review and call for research. *International Business Review*. 28. doi:10.1016/j.ibusrev.2019.05.
- Lopera, M. A., Marchand, S. (2018) Peer effects and risk-taking among entrepreneurs: Lab-in-the-field evidence. *Journal of Economic Behavior & Organization* , Volume 150, pp. 182-201, <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2018.04.011>.
- López-Núñez, I., Rubio-Valdehita, S., Díaz-Ramiro, E., Martín-Seoane, G. (2021) Perfil emprendedor de estudiantes universitarios: un modelo predictivo, *Revista de Educación*, 392. pp. 11-32. DOI: 10.4438/1988-592X-RE-2021-392-477
- Lubishtani, E. (2018) *Entrepreneurship and Economic Performance: International Evidence*, s.l.: Staffordshire University for the degree of Doctor of Philosophy in Economics.
- Lukes M. (2013) Entrepreneurs as innovators: a multi-country study on entrepreneurs’ innovative behaviour. Prague Econ Pap 22:72–84. DOI: 10.18267/j.pap.441
- Machado, C., Davim, J. P. (2020) *Entrepreneurship and Organizational Innovation*. Management and Industrial Engineering, <https://doi.org/10.1007/978-3-030-19289-1> ed. s.l.: Springer.
- Macko, A., Tyszka, T. (2009) Entrepreneurship and Risk Taking, *Applied Psychology*, Volume 58, Issue 3 p. 469-487. <https://doi.org/10.1111/j.1464-0597.2009.00402.x>
- Macrea, D., Petrovici, E. (1957) Dictionarul limbii romane literare contemporane vol. III M-R, Editura Academiei Republicii Populare Romîne
- Magano, J., Silva, C., Figueiredo, C., Vitória, A., Nogueira, T., Pimenta Dinis, M.A. (2020) Generation Z: Fitting Project Management Soft Skills Competencies—A Mixed-Method Approach. *Educational Sciences*, Volume 10(7), pp. 187, doi:10.3390/educsci10070187.
- Marcati, A., Guido, G., Peluso, A. M. (2008) The role of SME entrepreneurs’ innovativeness and personality in the adoption of innovations. *Research Policy*, Volumul 37, pp. 1579-1590
- Marin A., Chitimiea A. (2020) Entrepreneurial Knowledge and Digital Competencies – Keys for a Success of Students Entrepreneurship. *Studia Universitatis „Vasile Goldis” Arad – Economics Series*, Vol.30 (Issue 2), pp. 57-69. <https://doi.org/10.2478/sues-2020-0012>
- Marinova, E. (2019) *Antreprenoriat și Inovare în Industriile Culturale*, Cluj-Napoca: Universitatea Babeș-Bolyai, FSEGA, Management.

- Maritz, A., Donovan, J.D.D. (2015) Entrepreneurship and innovation. *Education and Training*, 57(1), pp. 74-87.
- Martin, R., Osberg, S. (2007) *Social Entrepreneurship: The Case for Definition*, s.l.: Standford Social Innovation Review.
- Matthews, G., Deary, I.J., Whiteman, M.C. (2009) *Personality Traits*. 3rd edition ed. The Edinburgh Building, Cambridge: CAMBRIDGE UNIVERSITY PRESS.
- McCallum, E., McMullan, L., Weicht, R., Price, A. (2018) *EntreComp into Action: get inspired, make it happen* (M. Bacigalupo & W. O’Keeffe Eds.), EUR 29105 EN, Luxembourg, JRC109128: Office of the European Union. DOI:10.2760/574864
- McClelland, D.C. (1965) Toward a theory of motive acquisition. *American Psychologist*, 20(5), 321–333. <https://doi.org/10.1037/h0022225>
- Melati, I.S., Arief, S., Baswara, S.Y. (2018). Does financial background affect entrepreneur students’ creativity: An investigation of how rich and poor students start their businesses. *Journal of Entrepreneurship Education*, 21(1), 1–11.
- Milian, E.Z., Spinola, M. D. M., Carvalho, M. M. (2019). Fintechs: A literature review and research agenda. *Electronic Commerce Research and Applications*, 34, 100833. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2019.100833>
- Ministerul Finanțelor Publice (2021) *Registrul fiscal și al contribuțiilor sociale*. <https://mfinante.gov.ro/apps/detalii.html?method=searchAnaf&pagina=taxe&den=IMPOZIT%20PE%20VENIT>. Ultima accesare: 23.08.2021
- Molino, M., Dolce, V., Cortese, C.G., Ghislieri, C. (2018) Personality and social support as determinants of entrepreneurial intention. Gender differences in Italy. *PLoS ONE*, 13(6), p. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0199924>.
- Muñiz J, Suárez-Álvarez J, Pedrosa I, Fonseca-Pedrero E, García-Cueto E. (2014) Enterprising personality profile in youth: components and assessment. *Psicothema*. 26(4):545-53. doi: 10.7334/psicothema2014.182. PMID: 25340904.
- Mushtaq, H. (2017) Entrepreneurial Profile & Trait Approach. *Slideshare a Scribd Company*. <https://www.slideshare.net/HusnainMushtaq2/entrepreneurial-profiletrait-approachenvironmental-socioculture-factors-affecting-entrepreneurship-support-sys-for-entrepreneur>
- Nadaraya, E. A. (1964). On estimating regression. *Theory of Probability & Its Applications*, 9(1), 141-142.
- Nagy, A. (2020) Ce este și cum se măsoară activitatea antreprenorială prin cercetarea ”Monitorizarea globală a antreprenoriatului”?*. *OpiniiBNR.ro*, <https://opiniibnr.ro/index.php/macroconomie/457-ce-este-si-cum-se-masoara-activitatea-antreprenoriala-prin-cercetarea-monitorizarea-globala-a-antreprenoriatului> . Ultima accesare: 5.02.2023
- Ndofirepi, T.M. (2020). Relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial goal intentions: psychological traits as mediators. *J Innov Entrep* 9, 2. <https://doi.org/10.1186/s13731-020-0115-x>
- Neergaard, H., Ulhøi, J.P. (2007) *Handbook of qualitative research methods in entrepreneurship*. Edward Elgar Publishing Limited, Northampton, Massachusetts 01060, USA, ISBN 978 1 84376 835 7
- Newman, A., Obschonka, M., Schwarz, S., Cohen, M., Nielsen, I. (2019) Entrepreneurial self-efficacy: A systematic review of the literature on its theoretical foundations, measurement,

antecedents, and outcomes, and an agenda for future research, *Journal of Vocational Behavior*, Volume 110, Part B, Pages 403-419, ISSN 0001-8791, <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2018.05.012>.

Nga, J.K.H., Prialé, M., Darmohraj, A.M., Moschetti, M., Fuchs, R.M., Sáenz, M. (2018). Personality Traits and Social Entrepreneurship Dimensions in Peru and Argentina. *Compendium*, ISSN Online 1390-9894, Volumen 5, N° 11, 32-57.

Nicolau, C., Foris, T. (2018) Human resources crisis: identifying future entrepreneur's profile in Romania. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, pp. 572-581. DOI: 10.1016/j.sbspro.2018.04.037

Nițu-Antonie, R.D., Feder, E.S. (2014) Rolul Educației Economice Universitare Asupra Comportamentului Antreprenorial. *Amfiteatru Economic*, pp. 267-282.

Norusis, M. (2008) *SPSS 16.0 guide to data analysis*. 2nd Edition, Prentice Hall, Inc., Upper Saddle-River.

Nowicki, N., Duke, M. (2016) Foundations of Locus of Control: Theory, Research, and Practice in the First 50 Years. ed. *Perceived Control(Book)*., pp. 144-170. DOI 10.1093/acprof:oso/9780190257040.003.0007,

OECD (2013) *Youth entrepreneurship*. OECD Centre for Entrepreneurship, SMEs and Local Development. https://www.oecd.org/cfe/leed/youth_bp_finalt.pdf

OECD (2022) *International Compendium of Entrepreneurship Policies*. <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/fff33142.en/index.html?itemId=/content/component/fff33142-en>

Palladan, A. A. (2021). Personality Traits, Entrepreneurship Education and Opportunity Recognition. A Moderating Relationship. *Advances in Accounting, Management, Business and Economics Journal* , 1(1), 1-14. <https://aambejournal.org/index.php/aambej/article/view/>

Pânzaru, S. (2013) Considerations on Entrepreneurship and Entrepreneurs. Current Features of Entrepreneurship in Romania. *Review of General Management*, 17(1).

Peabody, D., Goldberg, L.R. (1989) Some determinants of factor structures from personality-trait descriptors. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57(3), 552–567. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.57.3.552>

Peroni , C., Riillo, C. A. (2019) *Global Entrepreneurship Monitor Luxembourg 2017/2018*, Luxembourg: STATEC.

Petru, T.P., Benyovszki, A., Nagy, A., Pete, I., Györfy, L., Mătiș, D., Szász, L., Mătiș, E. (2011) Entrepreneurship in Romania 2011. Country Report. *GEM Romania 2011 Report*.

Pintea, S. (2007) *Elemente de psihologie antreprenorială: repere teoretico-experimentale*. Cluj-Napoca: Editura Asociației de Științe Politice din România.

Pintilescu, C. (2022) *Analiza statistică a datelor în SPSS și în R*. Editura Sedcom Libris, Iași, România

Pintilii R.D., Peptenatu D., Draghici C., Saghin I., Stoian D.R. (2015) *Structural Changes in The Entrepreneurial Profile of The Creative Industries in Romania*. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)00397-4](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00397-4), *Procedia Economics and Finance*, 2nd Global Conference on Business, Economics, Management and Tourism, 30-31 October 2014, Prague, Czech Republic.

Piros, S., Chaiyesh, T. (2022). *A Binary Logistic Regression Model for Entrepreneurial Intention: A Case Study of Management Program at Pibulsongkram Rajabhat University*, วารสารวิชาการจัดการมหาวิทยาลัย ราชภัฏพิบูลสงคราม, 4(2), 1-16.

Polemis, M. (2020). Personality traits as an engine of knowledge: a quantile regression analysis. *Journal of Economic Studies*, 48(3), 497–515. doi:10.1108/jes-02-2020-0081

Popa, M., Stănculescu, A., Matei, F.M., Tudor, A., Zgăvărdici, C., Chiriacescu, R. (1993-2009) *Dicționar enciclopedic*. Editura Enciclopedică

- Popescu, M., Crenicean, L. (2012) *Considerations on Firm's Location in the Context of Clusters Formation*, The Annals of Dimitrie Cantemir Christian University. Economy, Commerce and Tourism Series, Faculty of Management in Tourism and Commerce Bucharest, "Dimitrie Cantemir" Christian University, Bucharest, Romania, vol. 4(1), pages 61-68, June.
- Portuguez Castro, M., Scheede, R.C., Gómez Zermeno, M. (2020). Entrepreneur profile and entrepreneurship skills: Expert's analysis in the Mexican entrepreneurial ecosystem, In *2020 International Conference on Technology and Entrepreneurship - Virtual (ICTE-V)*, San Jose, CA, USA. pp. 1-6 doi: 10.1109/ICTE-V50708.2020.9114372
- Portuguez Castro, M.P., Gomez Zermeno, M.G. (2021) Identifying Entrepreneurial Interest and Skills among University Students. *Sustainability*, 13, 6995. <https://doi.org/10.3390/su13136995>
- Postigo, A., Cuesta, M., García-Cueto, E., Prieto-Díez, F., Muñiz, J. (2021). General versus specific personality traits for predicting entrepreneurship, *Personality and Individual Differences*, Volume 182, ISSN 0191-8869, <https://doi.org/10.1016/j.paid.2021.111094>
- Ramoglou, S., Gartner, W. B., Tsang, E. W. (2020) "Who is an entrepreneur?" is (still) the wrong question. *Journal of Business Venturing Insights*, Volume 13, pp. e00168, <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2020.e00168>.
- Ranfagni, S., Runfola, A. (2018) Connecting passion: Distinctive features from emerging entrepreneurial profiles. *Journal of Business Research*, Volume 92, pp. 403-411, <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.04.018>.
- Rauch, A., Frese, M. (2007) 'Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success', *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 16:4, 353 – 385. DOI: 10.1080/13594320701595438
- Rayani, A. (2015) Generational Differences in Perceived Supervisory Support. In: D. h. https://scholarworks.sjsu.edu/etd_theses, ed. *Master s Theses*. San Jose State University SJSU ScholarWorks.
- Ratnamiasih, I., Rohmah, D.S. (2023) Entrepreneurship Knowledge and Locus of Control in Increasing Interest in Entrepreneurship, *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 16(1), 59-64
- Roemer, R.C., Borchardt, R. (2015). *Meaningful metrics: A 21st century librarian's guide to bibliometrics, altmetrics, and research impact*. Association of College and Research Libraries.
- Rotter, J.B. (1966) Generalised expectancies for internal versus external control reinforcement. *Psychological Monographs: General and Applied*, 80, 1, 609
- Rudolph, C., Rauvola, R., Zacher, H. (2017) Leadership and Generations at Work: A Critical Review. *The Leadership Quarterly*, Volume 29, p. 10.1016/j.leaqua.2017.09.004.
- Rusu, D.V., Roman, A. (2017) Entrepreneurial Activity in the EU: An Empirical Evaluation of Its Determinants. *Sustainability*, Volume 9, p. 1679.
- Rusu, V.D., Roman, A., Tudose, M.B. (2022) Determinants of Entrepreneurial Intentions of Youth: the Role of Access to Finance, *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics*, 33(1), 86–102. <http://dx.doi.org/10.5755/j01.ee.33.1.28716>
- Salameh A.A., Akhtar H., Gul R., Omar A.B., Hanif S. (2022) Personality Traits and Entrepreneurial Intentions: Financial Risk-Taking as Mediator. *Front. Psychol.* 13:927718. doi: 10.3389/fpsyg.2022.927718
- Salmony, F.U., Kanbach, D.K. (2021). Personality trait differences across types of entrepreneurs: a systematic literature review. *Rev Manag Sci.*, 16, 6. <https://doi.org/10.1007/s11846-021-00466-9>

- Schlaegel, C., Koenig, M. (2014) Determinants of entrepreneurial intent: A meta-analytic test and integration of competing models. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Volumul 38, pp. 291-332, doi: 10.1111/etap.12087.
- Schorr, H. (2006) *The profile of the successful entrepreneur Results of the survey 'Factors of Business Success'*, Industry, Trade and Services, European Communities, Eurostat.
- Seche, L.; Seche, M. (1982). *Dictionarul de sinonime al limbii romane*. București, Editura Academiei Republicii Socialiste Romania
- Sekerbayeva, A., Tamenova, S., Tarman, B., Demir, S., Baizyldayeva, U., Yussupova, S. (2023) The moderating role of entrepreneurial self-efficacy and locus of control on the effect of the university environment and program on entrepreneurial intention and attitudes. *European J Ed Res.*;12(3):1539-1554. doi: 10.12973/eu-jer.12.3.1539
- Sengupta S.K., Debnath S.K. (1994) Need for Achievement and Entrepreneurial Success: A Study of Entrepreneurs in Two Rural Industries in West Bengal. *The Journal of Entrepreneurship*. 3(2):191-203. doi:10.1177/097135579400300202
- Setia, S., Surabaya, D.P. (2018) Personality profile of successful entrepreneurs. *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura* Vol. 21, nr. 1, DOI: 10.14414 / jebav.1004
- Singh, A. (2014) Challenges and Issues of Generation Z. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 16(7), pp. 59-63.
- Statistica Moldovei (2021). *Forța de muncă*. Biroul Național de statistică al Republicii Moldova. <https://statistica.gov.md/pageview.php?l=ro&id=2255&idc=302>
- Statnickè, G. (2019) An Expression of Different Generations in an Organization: A Systematic Literature Review. doi:10.17770/sie2019vol5.3827, *Proceedings of the International Scientific Conference*.
- Szabó, T.P., Dézsi-Benyovszki, A., Györfy, L.Z. (2022) Raport de țară privind antreprenoriatul din România. *Global Entrepreneurship Monitor*. <https://econ.ubbcluj.ro/antreprenoriat/>
- Syed, I., Butler, J.C., Smith, R., Xian, C. (2020) From entrepreneurial passion to entrepreneurial intentions: The role of entrepreneurial passion, innovativeness, and curiosity in driving entrepreneurial intentions. *Personality and Individual Differences*, p. doi:10.1016/j.paid.2019.109758.
- Taber, K.S. (2017) The Use of Cronbach's Alpha When Developing and Reporting Research Instruments in Science Education, *Res Sci Educ*, DOI 10.1007/s11165-016-9602-2
- Tejani, S. (2021) What I've Learned From Working With Gen Z Entrepreneurs. *Worth*. <https://www.worth.com/gen-z-entrepreneurs/>
- Travis, J., Bartholomew, C. (2022) Personality and Entrepreneurial Behavior: Relations Among Entrepreneurship-Relevant Traits and Entrepreneurial Status, Intentions, and Prior Venture Experiences, *Psych*, vol. 4, no. 4, 2022, pp. 918–33, <https://doi.org/10.3390/psych4040068>.
- Tsirogianni S., Sammut G., Park E. (2014) Social Values and Good Living. In: Michalos A.C. (eds) *Encyclopedia of Quality of Life and Well-Being Research*. Springer, Dordrecht. https://doi.org/10.1007/978-94-007-0753-5_3666
- Turner, A. (2015). Generation Z: Technology and social interest. *The journal of individual Psychology*, 71(2), 103-113.
- Utsch, A., Rauch, A. (2000) Innovativeness and Initiative as Mediators between Achievement Orientation and Venture Performance. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, , 9(1), 45-62

- Uysal, Ş.K., Karadağ, H., Tuncer, K., Şahin, F. (2022) Locus of control, need for achievement, and entrepreneurial intention: A moderated mediation model, *The International Journal of Management Education*, 20(2). <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2021.100560>.
- Van der Lingen, E., Van Niekerk, G. (2015). Entrepreneurship traits of Science, Engineering and Technology (SET) students. *The Southern African Journal of Entrepreneurship and Small Business Management*, 7(1), 117. doi:10.4102/sajesbm.v7i1.1
- Vert, C. (2001) *Geografia populației. Teorie și Metodologie*. Editura Mirton Timișoara. https://geografie.uvt.ro/wp-content/uploads/2015/07/Geografia-populatiei_teorie-si-metodologie.pdf
- Vodă, A. I., Butnaru, G. I., Butnaru, R. C., (2020). Enablers of Entrepreneurial Activity across the European Union An Analysis Using GEM Individual Data. *Sustainability*, Volume 12, p. 1022; doi:10.3390/su12031022.
- Vodă, A.I., Florea, N., (2019). Impact of Personality Traits and Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intentions of Business and Engineering Students. *Sustainability*, 11(4), pp. 1192, <https://doi.org/10.3390/su11041192>.
- Wang, H., Liu, Y., Wang, Z., Wang, T. (2023) The influences of the Big Five personality traits on academic achievements: Chain mediating effect based on major identity and self-efficacy. *Front. Psychol., Sec. Personality and Social Psychology* Volume 14 - 2023 | <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1065554>
- Wasilczuk, J.E., Richert-Kazmierska, A. (2020) What Potential Entrepreneurs from Generation Y and Z Lack-IEO and the Role of EE. *Education Sciences*, 10, doi:10.3390/educsci10110331
- Wathanakom, N., Khlaisang, J. & Songkram, N. (2020) The study of the causal relationship between innovativeness and entrepreneurial intention among undergraduate students. *J Innov Entrep* 9, 15. <https://doi.org/10.1186/s13731-020-00125-5>
- Weber, S., Oser, F.K., Achtenhagen, F., Fretschner, M., Trost, S. (2014) *Becoming an Entrepreneur*. Volume 3 ed. Rotterdam/Boston/Taipei: Sense Publishers. doi:10.1007/978-94-6209-596-0
- Wei, J., Chen, Y., Zhang, Y., Zhang, J. (2020). How Does Entrepreneurial Self-Efficacy Influence Innovation Behavior? Exploring the Mechanism of Job Satisfaction and Zhongyong Thinking. *Frontiers in Psychology*, 11. doi:10.3389/fpsyg.2020.00708
- Wollston K., Barbara S., Kenneth A. (1976) Development and validation of the Health Locus of Control (HLC) Scale. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, Vol. 44(4), p. 580-585
- Wong L. (2008). Data analysis in qualitative research: a brief guide to using nvivo. *Malaysian family physician : the official journal of the Academy of Family Physicians of Malaysia*, 3(1), 14–20.
- Xavier, R.S., Kelley, D., Kew, J., Herrington, M., Vorderwulbecke, A. (2012) *Global Entrepreneurship Monitor, 2012 Global Report*. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2012-global-report>
- Yan, J. (2010) The impact of entrepreneurial personality traits on perception of new venture opportunity. *New England Journal of Entrepreneurship*. 13. 21-35. 10.1108/NEJE-13-02-2010-B002
- Zaiț, D., Spalanzani, A. (2006) *Cercetare în economie și management: repere epistemologice și metodologice*. București: Editura Economică, volum 1, ISBN/Cod: 973-709-241-4
- Zamfir, A., Popa, I., Cicea, C., Dobrin, C., Marinescu, C. (2017) New Experiences for International University Cooperation in Economic Education and Research in Romania.

International Technology, Education and Development Conference, pp. 1392-1400.
DOI:10.21125/inted.2017.0468

Zhao, H., Seibert, S. E. (2006) The Big Five Personality Dimensions and Entrepreneurial Status: A Meta-Analytical Review. *Journal of Applied Psychology*, 91(2), pp. 259-271.

Site-uri resursă:

Site oficial *Elsevier*: <https://beta.elsevier.com/researcher/author/open-access?trial=true>

Site oficial *e-nformation*: <https://www.e-nformation.ro/>

Site oficial *MDPI*: <https://www.mdpi.com/>

Site oficial *NVivo*: <https://help-nv.qsrinternational.com/20/win/Content/about-nvivo/about-nvivo.htm>

Site oficial *ResearchGate*: <https://www.researchgate.net/>

Site oficial *SPSS*: <https://www.ibm.com/products/spss-statistics>

Site oficial *VOSviewer*: <https://www.vosviewer.com/>