

STRESZCZENIE

Przedsiębiorczość jest immanentnie związana z niepewnością, stanowiąc zarazem kluczowy czynnik determinujący funkcjonowanie przedsiębiorstw oraz osiąganie przez nie sukcesu. Zjawisko to jest szczególnie widoczne w sektorze przemysłów kreatywnych, gdzie nieprzewidywalne warunki działalności stanowią stały element rzeczywistości rynkowej. Przedsiębiorcy funkcjonujący w tej branży muszą wykazywać się wysokim poziomem zaangażowania oraz wytrwałości, zwłaszcza w kontekście niestabilnych rynków i dynamicznych zmian trendów.

Celem niniejszej dysertacji jest opracowanie modelu przedsiębiorczej wytrwałości w kontekście przemysłów kreatywnych. Studium przypadku skoncentrowano na indonezyjskich YouTuberach, co wynika z faktu, że Indonezja zajmuje czwarte miejsce na świecie pod względem liczby użytkowników internetu, stanowiąc tym samym bogate i relewantne źródło danych empirycznych.

W pracy zastosowano sekwencyjny model metod mieszanych. Etap ilościowy polegał na przeprowadzeniu badania ankietowego wśród 200 indonezyjskich YouTuberów. Zebrane dane zostały poddane analizie z wykorzystaniem modelowania równań strukturalnych metodą najmniejszych kwadratów cząstkowych (SEM-PLS), co umożliwiło określenie wpływu determinant wewnętrznych i zewnętrznych na poziom przedsiębiorczej wytrwałości. Następnie przeprowadzono badania jakościowe, które obejmowały pogłębione wywiady z czterema wybranymi YouTuberami, wyłonionymi spośród uczestników badania ilościowego na podstawie najwyższych wskaźników liczby subskrybentów. Warto zauważyć, że badany konstrukt przedsiębiorczej wytrwałości został przeanalizowany z perspektywy czynników zewnętrznych (m.in. ekosystem, wsparcie rodziny, polityka rządowa, ramy prawne) oraz czynników wewnętrznych (m.in. kreatywność, innowacyjność, motywacja, cechy osobowości oraz poczucie własnej skuteczności).

Wyniki badań pozwoliły na opracowanie autorskiego modelu przedsiębiorczej wytrwałości, ukazującego złożone relacje między wskazanymi determinantami. Ponadto rezultaty stanowią istotny wkład w rozwój badań nad przedsiębiorczością, poprzez zaproponowanie nowego teoretycznego modelu oraz sformułowanie praktycznych rekomendacji dla przedsiębiorców w zakresie wykorzystywania pojawiających się okazji biznesowych w sektorze kreatywnym.