



UNIWERSYTET SZCZECIŃSKI
INSTYTUT ZARZĄDZANIA

mgr Waluyohadi

Autoreferat rozprawy doktorskiej

**MODEL WYTRWAŁOŚCI PRZEDSIĘBIORCZEJ
W BRANŻY KREATYWNEJ –
STUDIUM PRZYPADKU INDONEZYJSKICH
YOUTUBERÓW**

Promotor rozprawy doktorskiej:

dr hab. Jarosław Korpysa, prof. US

Recenzenci:

dr hab. Dorota Grego-Planer, prof. UMK (Uniwersytet Mikołaja Kopernika)

dr hab. Agnieszka Kurczewska, prof. UŁ (Uniwersytet Łódzki)

prof. dr hab. Łukasz Sułkowski (Uniwersytet Jagielloński)

Szczecin 2025

Spis treści

1. Uzasadnienie wyboru tematu.....	3
2. Cele i hipoteza pracy.....	6
3. Struktura pracy.....	7
4. Metodyka badań.....	9
5. Wybrane wyniki i wnioski z badań.....	12
6. Implikacje, ograniczenia i przyszłe kierunki badań.....	24
7. Bibliografia.....	26

1. Uzasadnienie wyboru obszaru badań

Znaczenie ryzyka oraz niepewności w procesie identyfikowania i wykorzystywania szans przedsiębiorczych, zarysowane już w klasycznym ujęciu (Knight, 1921), stanowi współcześnie jeden z kluczowych elementów determinujących kształtowanie postaw oraz zachowań przedsiębiorczych w organizacjach (Audretsch, 2021). W świetle narastającej dynamiki zmian i rosnącej nieprzewidywalności otoczenia, problematyka ta nabiera szczególnej wagi, ujawniając nowe wyzwania dla podmiotów dążących do utrzymania przewagi konkurencyjnej (Ratten, 2020). Fundamentalne w tym kontekście pozostaje rozróżnienie pomiędzy ryzykiem – rozumianym jako zjawisko możliwe do kwantyfikacji – a niepewnością, której natury nie da się ująć w kategoriach prawdopodobieństwa. Knightowska konstatacja, iż zysk przedsiębiorczy jest wynikiem zdolności jednostki do antycypowania przyszłych zysków i ograniczania niepewności poprzez subiektywną interpretację otoczenia (Knight, 1921; Westgren i Holmes, 2022), stanowi istotny fundament analiz nad trwałością konkurencyjną podmiotów rynkowych. W tym ujęciu minimalizacja niepewności jawi się jako jeden z najważniejszych problemów współczesnego procesu przedsiębiorczego (McKelvie i in., 2011). W warunkach podwyższonej niepewności przedsiębiorcy zmuszeni są do podejmowania decyzji o dalekosiężnych konsekwencjach, często dotyczących kontynuacji bądź zaprzestania przedsięwzięć, które nie przynoszą oczekiwanych rezultatów biznesowych (McMullen i Shepherd, 2006; Lin, 2022). W takim kontekście wytrwałość przedsiębiorcza, definiowana jako „kontynuacja działań wymagających wysiłku pomimo porażki” (Ranfagni, 2018), staje się nie tyle cechą jednostki, ile kluczowym zasobem psychologicznym podtrzymującym proces innowacyjny i pozwalającym przedsiębiorcom adaptować strategię działania do nieprzewidywalnych warunków funkcjonowania rynku. Szczególne znaczenie przypisuje się tu poczuciu własnej skuteczności przedsiębiorcy, które – jako przekonanie jednostki o zdolności do realizacji zamierzonych celów – wzmacnia zarówno motywację, jak i determinację przedsiębiorców w obliczu presji wynikającej z wysokiego poziomu niepewności (Bandura, 1997). Pomimo rosnącej świadomości wśród naukowców i przedsiębiorców znaczenia niepewności dla procesów przedsiębiorczych, dorobek badań empirycznych koncentrujących się na wytrwałości przedsiębiorczej w kontekście podejmowania decyzji w organizacjach nadal pozostaje ograniczony. Przeprowadzony przegląd literatury m.in. w bazach Scopus, ProQuest, Emerald i ScienceDirect wskazuje na wyraźny deficyt badań pogłębionych, których celem byłaby identyfikacja determinant wytrwałości przedsiębiorczej

w warunkach niepewności. Luka ta jest szczególnie widoczna zarówno w odniesieniu do gospodarek rozwijających się, jak i rozwiniętych (Cheratian i Goltabar, 2024). Powyższa właściwość sugeruje konieczność prowadzenia wieloaspektowych analiz uwzględniających zróżnicowanie kontekstów instytucjonalnych i sektorowych. W sposób szczególny potrzeba ta dotyczy przemysłów kreatywnych, które ze względu na intensywny charakter procesów innowacyjnych charakteryzują się ponadprzeciętnym poziomem niepewności (Florida, 2002). Ich specyfika – bazowanie na kreatywności, twórczości oraz kapitale intelektualnym – sprawia, że nowe przedsięwzięcia przedsiębiorcze powstają w warunkach podwyższonego ryzyka decyzyjnego i permanentnej niepewności (Howkins, 2002). Tym samym sektor kreatywny stanowi szczególnie istotne pole badawcze dla analizy mechanizmów wytrwałości przedsiębiorczej oraz jej determinant, zwłaszcza w kontekście dynamicznie zmieniającego się otoczenia gospodarczego.

Mając na uwadze wskazaną powyżej lukę badawczą, niniejsze badanie koncentruje się na eksploracji wytrwałości przedsiębiorczej jednostek funkcjonujących w sektorze kreatywnym w Indonezji. Wybór obszaru geograficznego znajduje uzasadnienie w kilku istotnych przesłankach. Indonezja, będąca czwartym pod względem liczby ludności państwem na świecie, charakteryzuje się jednocześnie jednym z najwyższych poziomów aktywności użytkowników mediów społecznościowych (Ibrohim, 2023). W styczniu 2024 roku liczba użytkowników Internetu w Indonezji osiągnęła 221,56 mln, co stanowi znaczący wzrost w porównaniu z latami poprzednimi. Trend ten prawdopodobnie będzie się utrzymywał, co wynika z coraz łatwiejszego dostępu do Internetu oraz przemian społecznych przyspieszonych przez pandemię COVID-19. Ponadto Indonezja wyróżnia się nie tylko skalą cyfrowej populacji, lecz także rosnącymi możliwościami dostrzegania i wykorzystywania szans przedsiębiorczych, jakie oferują platformy takie jak. np. YouTube. Pod względem liczby użytkowników YouTube kraj ten zajmuje czwarte miejsce na świecie — po Chinach, Indiach i Stanach Zjednoczonych (Anthonychow, 2025). Zjawisko to pozostaje w zgodzie z polityką rządu Indonezji, ukierunkowaną na aktywizowanie młodego pokolenia i wspieranie jego uczestnictwa w gospodarce cyfrowej (Ahmad, 2021). W rezultacie Indonezja jako państwo o bardzo dużej liczbie użytkowników Internetu oraz wysokiej aktywności twórców treści w mediach społecznościowych, stanowi szczególnie zasadny kontekst badawczy dla analiz dotyczących wytrwałości przedsiębiorczej w sektorze kreatywnym, zwłaszcza w odniesieniu do działalności jednostek na platformie YouTube.

Uwzględniając powyższe właściwości, niniejsze badanie wypełnia trzy luki badawcze, tj. lukę teoretyczną, empiryczną oraz praktyczną. Odnosząc się do pierwszej luki należy mieć na uwadze, że według rozeznania Autora dysertacji, w literaturze wciąż zauważalny jest brak spójnego modelu wytrwałości przedsiębiorczej w kontekście kreatywnej przedsiębiorczości. Tym samym niniejsze badanie proponuje konceptualne uzupełnienie istniejących ram teoretycznych, poprzez dostosowanie i rozwinięcie kategorii wytrwałości do realiów przedsiębiorczości kreatywnej. W zakresie drugiej luki badawczej, należy stwierdzić, że istnieje niedobór pogłębionych, systematycznych badań analizujących wytrwałość przedsiębiorczą w sektorze kreatywnym. Dotychczasowy dorobek empiryczny koncentruje się głównie na kontekstach przedsiębiorczości tradycyjnej tj. procesach, postawach, zachowaniach przedsiębiorczych, podczas gdy działalność w sektorze kreatywnym – oparta na innowacyjności oraz zdolności adaptacji – wymaga dedykowanych metodologicznie badań. Niniejsze badanie dostarcza danych empirycznych, które wypełniają ten deficyt i umożliwiają formułowanie bardziej precyzyjnych ujęć wytrwałości przedsiębiorczej w warunkach sektora kreatywnego. Ostatnia luka odnosi się do faktu, iż w krajach rozwijających się, takich jak Indonezja, wiedza dotycząca uwarunkowań wytrwałości przedsiębiorczej w sektorach kreatywnych pozostaje szczególnie ograniczona i fragmentaryczna, co znacząco utrudnia formułowanie skutecznych strategii wspierających rozwój innowacyjnych przedsięwzięć. Niniejsze badanie dostarcza zatem podstaw analitycznych, które mogą stanowić fundament dla projektowania adekwatnych interwencji i działań zarówno jednostek państwowych jak również przedsiębiorców ukierunkowanych na wzmacnianie wytrwałości przedsiębiorczej w branży kreatywnej w warunkach podwyższonej niepewności.

Wypełniając powyższe luki, w niniejszym badaniu zostanie opracowany model wytrwałości przedsiębiorczej sektora kreatywnego, który będzie oparty na zewnętrznych oraz wewnętrznych determinantach analizowanej przedsiębiorczości. W tym względzie w odniesieniu do czynników zewnętrznych, wytrwałość przedsiębiorcza analizowana będzie w kontekście m.in. czynników ekonomicznych, społeczno-kulturowych, technologicznych, prawnych, edukacyjnych, ekosystemowych czy rynkowych (Ambati, 2021). Natomiast w zakresie determinant wewnętrznych szczególnie będą analizowane uwarunkowania psychologiczne i poznawcze przedsiębiorców (Bilgiseven, 2019; Rogoff, 2004; Urbano,

2013), intencje przedsiębiorcze (Yiming, 2022), cechy osobowościowe, płeć, wiek przedsiębiorców (Bilgiseven, 2019).

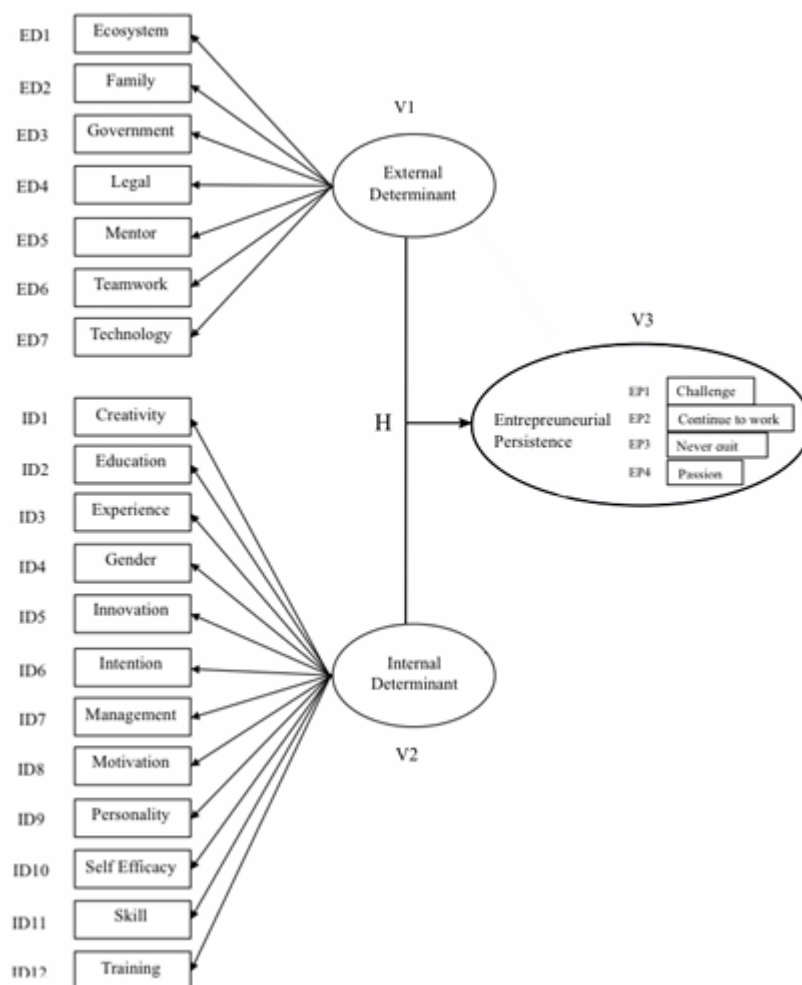
2. Cel i hipoteza

Głównym celem badawczym dysertacji było opracowanie modelu wytrwałości przedsiębiorczej w sektorze kreatywnym w Indonezji. Model ten ma umożliwić bardziej precyzyjną diagnozę zależności pomiędzy zewnętrznymi i wewnętrznymi determinantami wytrwałości przedsiębiorczej w szczególności w obszarze twórczości opartej na platformach społecznościowych w tym platformie YouTube.

Przyjęty cel główny uwarunkował hipotezę badawczą, którą sformułowano w następujący sposób: Czynniki wewnętrzne wywierają większy wpływ na wytrwałość przedsiębiorczą wśród indonezyjskich twórców YouTube niż czynniki zewnętrzne.

Powyzszą hipotezę poddano weryfikacji w dwuetapowym procesie: tj. w analizie ilościowej, mającej na celu oszacowanie kierunku i siły zależności pomiędzy zmiennymi, oraz w analizie jakościowej, umożliwiającej doprecyzowanie i interpretację rezultatów w kontekście specyfiki sektora kreatywnego.

Dla zapewnienia przejrzystości założeń teoretycznych został stworzony właściwy konstrukt badawczy oparty na modelu koncepcyjnym (rysunek 1).



Rysunek 1. Model koncepcyjny

Źródło: opracowanie własne na podstawie modelu determinant wytrwałości przedsiębiorczej Shane'a (2000), Rogoffa (2004), Urbano (2013), Stankovica (2023) oraz modelu SEM PLS Hair (2014).

W modelu zostały ujęte trzy zasadnicze kategorie zmiennych: determinanty zewnętrzne wytrwałości przedsiębiorczej (V1), determinanty wewnętrzne wytrwałości przedsiębiorczej (V2) oraz wytrwałość przedsiębiorcza (V3). Każda z tych kategorii została zoperacjonalizowana poprzez zestaw wskaźników pomiarowych, które posłużyły do empirycznej weryfikacji założeń teoretycznych oraz testowania sformułowanej hipotezy badawczej.

3. Struktura rozprawy

Dysertacja składa się z pięciu rozdziałów - trzech teoretycznych, dwóch analityczno - empirycznych oraz spisu treści, wstępu, zakończenia, załączników, bibliografii oraz spisów rysunków, wykresów i tabel.

We wstępie przedstawiono istotę problematyki wytrwałości przedsiębiorczej w warunkach dynamicznego i niepewnego otoczenia oraz zidentyfikowano kluczową lukę badawczą, na podstawie, której sformułowano cel pracy i hipotezę. Stanowiło to podstawę do dalszych rozważań teoretycznych oraz analiz empirycznych.

W rozdziale pierwszym dokonano krytycznej i pogłębionej analizy literatury, identyfikując główne nurty teoretyczne oraz luki badawcze istotne z perspektywy podejmowanej problematyki. W tym względzie szczegółowo przedstawiono teorię niepewności w przedsiębiorczości w kontekście funkcjonowania przedsiębiorców w zmiennym i nieprzewidywalnym otoczeniu i podejmowania decyzji przy ograniczonej dostępności informacji oraz zarządzania ryzykiem związanym z tworzeniem innowacji i nowych przedsięwzięć. Przedstawiono różne kategorie przedsiębiorczości, ze szczególnym uwzględnieniem specyfiki branż kreatywnych i przedsiębiorczości cyfrowej.

Rozdział drugi charakteryzuje współczesne badania w obszarze przedsiębiorczości, identyfikując kluczowe osiągnięcia dotyczące koncepcji wytrwałości przedsiębiorczej oraz jej determinant. W rozdziale dokonano analizy zarówno zewnętrznych, jak i wewnętrznych uwarunkowań wytrwałości przedsiębiorczej, ukazując ich wpływ na badany kontekst oraz rolę, jaką odgrywają w kształtowaniu trwałości działań przedsiębiorców. Przedstawione w nim rozważania pozwalają uchwycić złożoność czynników wpływających na funkcjonowanie przedsiębiorców w sektorze kreatywnym, a także stanowią podstawę do wyodrębnienia najistotniejszych determinant, które zostały następnie wykorzystane w projektowaniu modelu koncepcyjnego zaprezentowanego w dalszej części rozprawy.

Rozdział trzeci przedstawia metodykę badawczą. W pierwszej części omówiono metody ilościowe i jakościowe, wskazując ich zastosowanie w badaniach nad przedsiębiorczością. Następnie zaprezentowano przyjęte podejście mieszane, obejmujące analizę ilościową – z opisem narzędzi pomiarowych i procedury analitycznej opartej na SEM-PLS – oraz komponent jakościowy oparty na wywiadach pogłębionych. Rozdział kończy prezentacja modelu koncepcyjnego, który stanowi punkt wyjścia dla dalszych analiz empirycznych.

Rozdział czwarty prezentuje wyniki badań empirycznych, w tym charakterystykę próby badawczej oraz szczegółowe rezultaty analizy ilościowej przeprowadzonej z wykorzystaniem metody SEM-PLS. W pierwszej części rozdziału przedstawiono strukturę demograficzną respondentów, co pozwoliło na właściwe osadzenie wyników w kontekście populacji indonezyjskich twórców YouTube. Następnie zaprezentowano wyniki analizy modelu

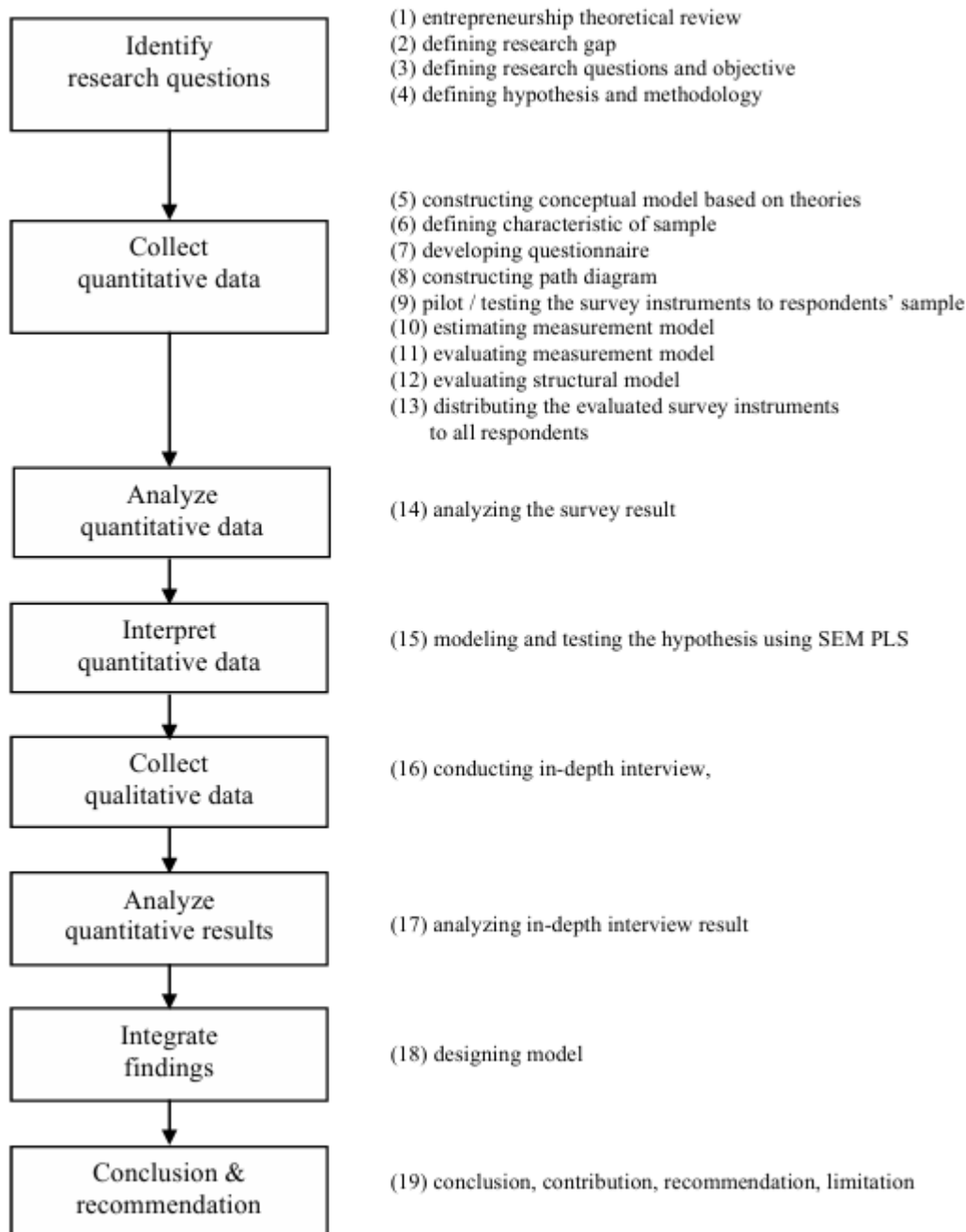
pomiarowego i strukturalnego SEM-PLS, obejmujące ocenę rzetelności, trafności oraz siły zależności pomiędzy badanymi konstruktami.

Rozdział piąty integruje wyniki uzyskane w części jakościowej badania oraz przedstawia ostateczny model wytrwałości przedsiębiorczej. Analiza danych jakościowych umożliwiła pogłębione rozpoznanie zewnętrznych i wewnętrznych uwarunkowań wpływających na proces kształtowania wytrwałości przedsiębiorczej. W oparciu o wyniki jakościowe doprecyzowano i rozwinięto model wytrwałości przedsiębiorczej opracowany na podstawie analiz ilościowych. Triangulacja danych ilościowych i jakościowych pozwoliła na uzyskanie modelu bardziej spójnego, wieloaspektowego i adekwatnego do realiów funkcjonowania przedsiębiorców w sektorze kreatywnym.

W zakończeniu przedstawiono najważniejsze rezultaty i wnioski wynikające z przeprowadzonego procesu badawczego, a także syntetyczne podsumowanie dotyczące realizacji celu pracy oraz weryfikacji hipotezy badawczej. Dokonano również próby określenia wkładu niniejszej rozprawy w rozwój nauk o zarządzaniu i jakości, wskazano istotne ograniczenia badawcze oraz nakreślono potencjalne kierunki dalszych badań w analizowanym obszarze.

4. Metodyka badań

W niniejszym badaniu zastosowano podejście mieszane, łączące metody ilościowe i jakościowe zgodnie z założeniami metody mieszanej sekwencyjnej wyjaśniającej (Creswell, 2014). Ramy proponowane przez Creswella, składające się z ośmiu głównych etapów, zostały w niniejszej rozprawie rozwinięte i doprecyzowane, obejmując dziewiętnaście szczegółowych kroków, przedstawionych na rysunku 2. Rozszerzona sekwencja badawcza pozwala na bardziej precyzyjne przeprowadzenie procesu analitycznego oraz zapewnia wysoką spójność między etapami ilościowymi i jakościowymi.

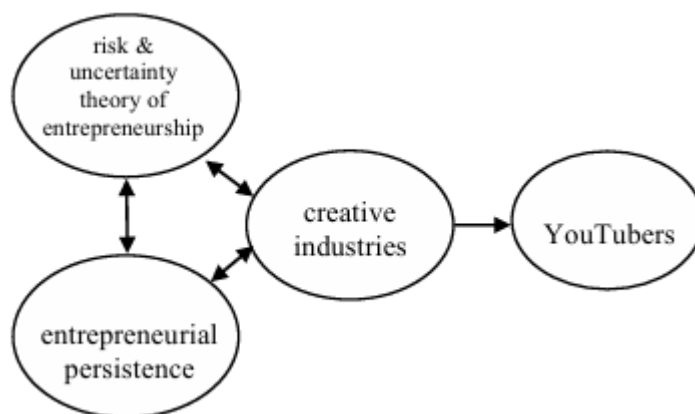


Rysunek 2. Schemat blokowy metodyki badań
 Źródło: opracowanie własne na podstawie Creswell (2014).

Pierwszym etapem była identyfikacja podstaw teoretycznych dotyczących badanego konstruktu przedsiębiorczości. Obejmowała ona przegląd i systematyzację głównych koncepcji tj. od ujęć klasycznych po współczesne nurty badawcze. Celem tego etapu było zapewnienie spójności między zastosowanymi założeniami teoretycznymi a aktualnym stanem wiedzy z zakresu przedsiębiorczości.

Drugim etapem była identyfikacja luki badawczej, dokonana w ramach systematycznego przeglądu literatury z zakresu przedsiębiorczości, a w szczególności wytrwałości

przedsiębiorczej. Analiza ta pozwoliła wskazać obszary pozostające niewystarczająco rozpoznane w dotychczasowych badaniach oraz umożliwiła opracowanie modelu koncepcyjnego luki badawczej (rysunek 3), przedstawiającego relacje między przedsiębiorczością, teorią niepewności, wytrwałością przedsiębiorczą, branżami kreatywnymi oraz indonezyjskimi twórcami YouTube.



Rysunek 3. Model koncepcyjny luki badawczej

Źródło: opracowanie własne na podstawie Knight (1921), Caliendo (2020) i Joffe (2022).

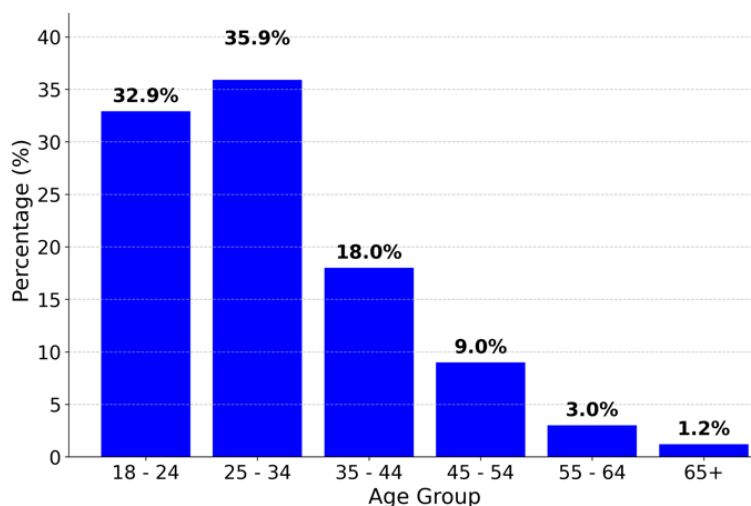
Trzecim etapem było zdefiniowanie celu badań. W tym względzie należy zauważyć, że po określeniu luki badawczej i przedmiotu badań doprecyzowano zakres oraz kierunek dalszych analiz. Następny czwarty etap opierał się na sformułowaniu hipotezy badawczej oraz określeniu ram metodycznych badań. Piąty etap obejmował opracowanie modelu koncepcyjnego, stanowiącego teoretyczną podstawę dalszych analiz. Uwzględniając, iż przedmiotem badania była wytrwałość przedsiębiorcza, zbudowano model w oparciu o czynniki sukcesu przedsiębiorców, zgodnie z podejściem Rogoffa, Urbano i Stamkovicia, którzy wyróżniają dwie główne grupy uwarunkowań: determinanty zewnętrzne oraz wewnętrzne (Rogoff, 2004; Urbano, 2013; Stamković, 2023). Szóstym etapem było określenie cech próby badawczej. Siódmy etap obejmował konstrukcję kwestionariusza badawczego, składającego się z czterech części. W kwestionariuszu zastosowano pytania otwarte, nominalne, porządkowe (skala Likerta) oraz pytania wielokrotnego wyboru. Ósmy etap polegał na opracowaniu diagramu ścieżki, który odwzorowuje strukturę modelu SEM-PLS, określając relacje pomiędzy konstruktami oraz kierunek zakładanych zależności, stanowiąc tym samym podstawę dalszej estymacji modelu. Dziewiątym etapem było przeprowadzenie badania pilotażowego, którego celem była ocena trafności i rzetelności narzędzia pomiarowego. Badanie wykonano na próbie 42 respondentów. Dziesiąty etap obejmował

oszacowanie modelu pomiarowego. Na tym etapie określono kluczowe parametry konstrukcji – współczynniki obciążeń, wagi oraz ścieżki – wykorzystując modelowanie SEM-PLS oraz odpowiednie algorytmy estymacji. Jedenastym etapem była ocena modelu pomiarowego, w tym testy trafności zbieżnej, dyskryminacyjnej oraz rzetelności poszczególnych konstruktów. Dwunasty etap dotyczył oceny modelu strukturalnego, w tym weryfikację siły, kierunku oraz istotności statystycznej relacji pomiędzy zmiennymi. Trzynastym etapem była dystrybucja kwestionariusza do indonezyjskich twórców YouTube. Narzędzie badawcze rozpowszechniono zarówno online, jak i offline w 2024 roku, wykorzystując metodę doboru próby „kuli śnieżnej”. Czternasty etap obejmował analizę wyników badania ankietowego. W tym względzie warto zauważyć, że zebrano 200 poprawnie wypełnionych ankiet. Piętnastym etapem było modelowanie i testowanie hipotezy, oparte na analizie parametrów strukturalnych (λ) uzyskanych z modelu SEM-PLS, co pozwoliło na ocenę zgodności modelu z danymi empirycznymi. Szesnastym etapem było przeprowadzenie wywiadów pogłębionych, które umożliwiły szczegółową diagnozę procesów poznawczych, emocjonalnych i kontekstowych związanych z wytrwałością przedsiębiorczą. Siedemnasty etap obejmował analizę danych jakościowych. Osiemnasty etap polegał na konstrukcji finalnego modelu wytrwałości przedsiębiorczej, opracowanego na podstawie wyników analiz ilościowych i jakościowych. Dziewiętnasty etap obejmował sformułowanie wniosków, rekomendacji oraz określenie ograniczeń badawczych.

Reasumując należy stwierdzić, że zastosowana, wieloetapowa metodyka badawcza – obejmująca przegląd teorii, identyfikację luki badawczej, konstrukcję modelu koncepcyjnego, przygotowanie i weryfikację narzędzia pomiarowego, analizę ilościową i jakościową oraz testowanie hipotez – zapewniała wysoką rzetelność i wiarygodność uzyskanych wyników.

5. Główne wyniki badań

Zgodnie z przyjętą koncepcją dysertacji, realizacją celu badawczego oraz weryfikacją hipotezy, zdecydowano, że grupę respondentów będą stanowić indonezyjscy twórcy YouTube. Struktura próby została określona na podstawie kryteriów zawartych w metryczce kwestionariusza, co pozwoliło na wyodrębnienie kilku istotnych kategorii klasyfikacyjnych. Jedną z podstawowych zmiennych opisujących badaną populację była grupa wiekowa respondentów (wykres 1).

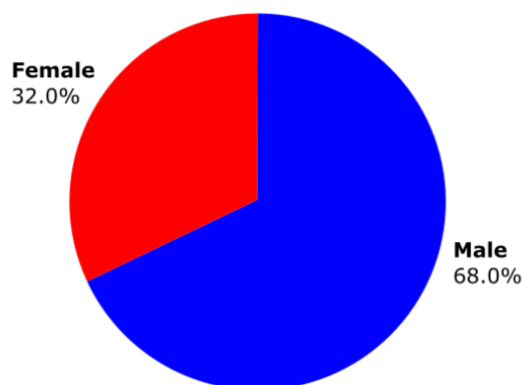


Wykres 1. Wiek respondentów

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

Struktura wieku respondentów wskazuje na wyraźną koncentrację twórców w młodszych grupach wiekowych. Największy udział odnotowano w kategoriach 25–34 lata (35,9%) oraz 18–24 lata (32,9%), co potwierdza dominację młodych osób w działalności kreatywnej na platformie YouTube. Udział twórców w wieku 35–44 lata (18,0%) jest istotnie niższy, natomiast pozostałe kategorie wiekowe reprezentowane są marginalnie. Wynik ten odzwierciedla charakterystyczną dla sektorów kreatywnych przewagę młodego pokolenia nad starszym, które charakteryzuje się wysoką kompetencją cyfrową i większą skłonnością do wykorzystywania platform internetowych jako narzędzia pracy.

Kolejnym kryterium podziału badanej zbiorowości była płeć respondentów. Szczegółowe dane zaprezentowano na wykresie 2.

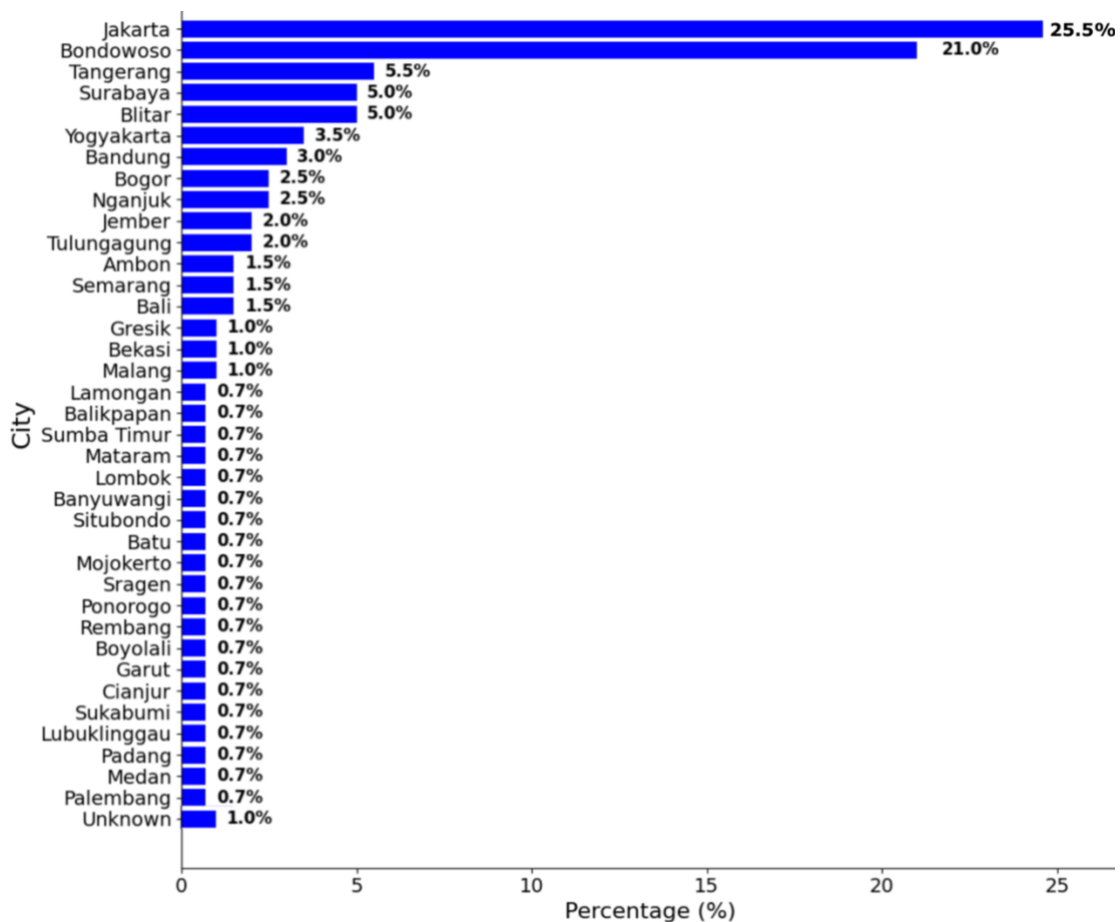


Wykres 2. Płeć respondentów

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

Struktura płci badanych twórców YouTube wskazuje na wyraźną dominację mężczyzn, którzy stanowią 68,0% próby. Udział kobiet wynosi 32,0%, co świadczy o zauważalnej, lecz znacząco mniejszej reprezentacji tej grupy w prowadzeniu działalności twórczej na platformie YouTube w Indonezji. Uzyskany rozkład jest zgodny z trendami obserwowanymi w sektorze kreatywnym online, gdzie aktywność zawodowa i przedsiębiorcza częściej podejmowana jest przez mężczyzn. Może to wynikać zarówno z uwarunkowań kulturowych i społecznych, jak i z odmiennych motywacji lub barier związanych z uczestnictwem kobiet w działalności cyfrowej.

Następnym kryterium podziału analizowanej zbiorowości było miejsce prowadzenia działalności gospodarczej twórców YouTube (wykres 3).

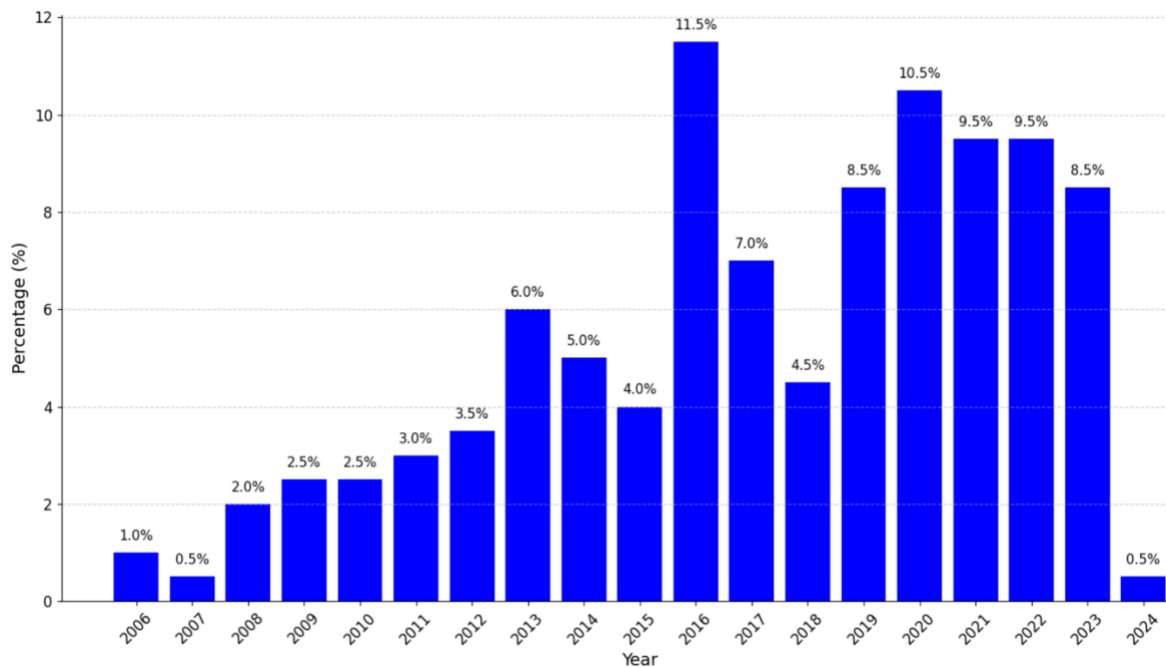


Wykres 3 Miejsce prowadzenia działalności
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

Struktura przestrzenna badanych firm wskazuje na dominację dużych ośrodków miejskich. Najwięcej twórców YouTube działa w Dżakarcie (25,5%) oraz Bondowoso (21,0%), a kolejne miejsca zajmują Tangerang (5,5%), Surabaya (5,0%) i Blitar (5,0%). Udział pozostałych

lokalizacji jest znacznie niższy, najczęściej poniżej 3%, co potwierdza koncentrację działalności twórczej w kluczowych centrach miejskich przy jednoczesnym dużym rozproszeniu w mniejszych miejscowościach.

Kolejnym kryterium podziału badanej zbiorowości był rok założenia kanału YouTube. Rozkład procentowy przedstawiono na poniższym wykresie.



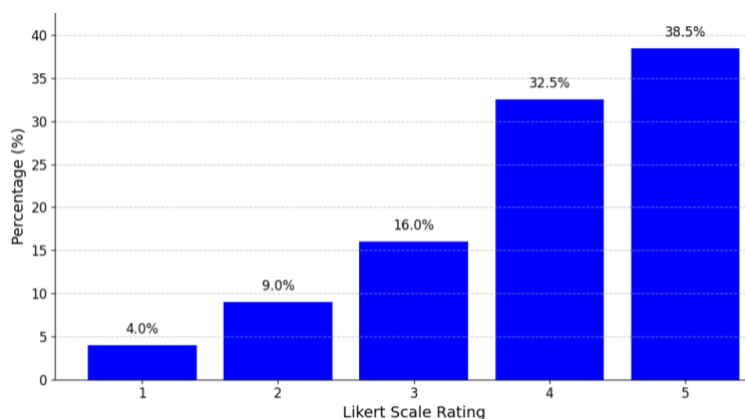
Wykres 4. Rok założenia kanału YouTube
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

Liczba nowo zakładanych kanałów systematycznie rosła od 2006 r., osiągając najwyższy udział w 2016 r. (11,5%). Kolejne lata przyniosły fluktuacje, jednak ponowny wzrost aktywności twórców odnotowano w okresie około-pandemicznym – 2020 r. (10,5%), a także 2021 r. i 2022 r. (po 9,5%). W 2023 r. udział ten wyniósł 8,5%, natomiast 2024 r. (0,5%) charakteryzuje się niską wartością ze względu na niepełny okres obserwacji.

Na podstawie charakterystyki badanej populacji można wskazać, że przeciętny respondent to młody indonezyjski twórca YouTube, najczęściej w wieku 25–34 lata (35,9%) lub 18–24 lata (32,9%), przy czym mężczyźni stanowią 68,0% badanej populacji. Większość twórców działa w dużych ośrodkach miejskich, zwłaszcza w Dżakarcie (25,5%) i Bondowoso (21,0%), a ich kanały zostały założone głównie w latach intensywnego rozwoju platformy YouTube oraz w okresie około-pandemicznym.

W celu realizacji podstawowych założeń dysertacji w pierwszej kolejności dokonano oceny wpływu ekosystemu na wytrwałość przedsiębiorczą badanych przedsiębiorstw. W tym

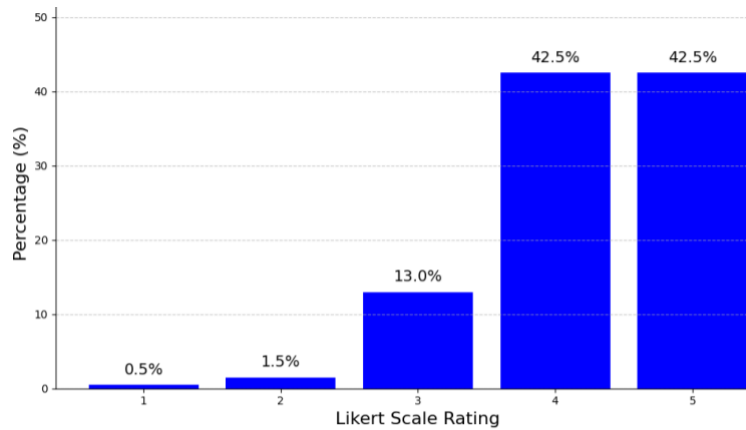
względnie w badaniu zastosowano pięciostopniową skalę Likerta, w której 1 oznaczało „zdecydowanie się nie zgadzam”, a 5 — „zdecydowanie się zgadzam”. Szczegółowy rozkład odpowiedzi zaprezentowano na wykresie 5.



Wykres 5. Wpływ ekosystemu na wytrwałość przedsiębiorczą
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

Zgodnie z uzyskanymi rezultatami należy stwierdzić, że twórcy bardzo wysoko oceniają wpływ ekosystemu na wytrwałość przedsiębiorczą firm. 38,5% respondentów „zdecydowanie się zgadza”, a 32,5% „zgadza się”, co łącznie daje 71% pozytywnych ocen w przedmiotowym zakresie. Odpowiedzi neutralne (16,0%) oraz negatywne (9,0% dla oceny 2 i 4,0% dla oceny 1) występują rzadko. Oznacza to, że ekosystem jest postrzegany przede wszystkim jako czynnik sprzyjający kreowaniu wytrwałości przedsiębiorczej wśród indonezyjskich twórców YouTube.

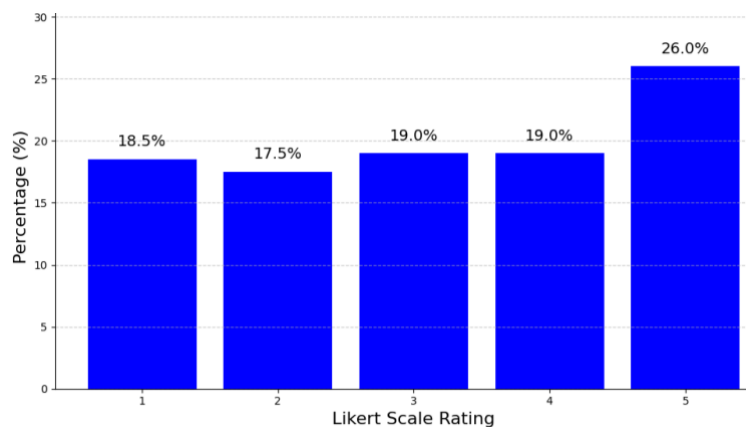
W dalszej części procesu badawczego oceniono znaczenie kreatywności w kształtowaniu wytrwałości przedsiębiorczej badanych firm. Rozkład odpowiedzi przedstawiono na wykresie 6.



Wykres 6. Wpływ kreatywności na wytrwałość przedsiębiorczą
 Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

Analiza wyników wskazuje, że kreatywność jest postrzegana jako kluczowy czynnik wzmacniający wytrwałość przedsiębiorczą. Aż 42,5% respondentów „zgadza się”, a kolejne 42,5% „zdecydowanie się zgadza” z takim stwierdzeniem, co łącznie daje 85% pozytywnych ocen. Odpowiedzi neutralne (13,0%) oraz negatywne (1,5% dla oceny 2 i 0,5% dla oceny 1) pojawiają się sporadycznie. Wyniki jednoznacznie potwierdzają, że kreatywność stanowi fundament utrzymania zaangażowania i ciągłości działania wśród indonezyjskich twórców YouTube.

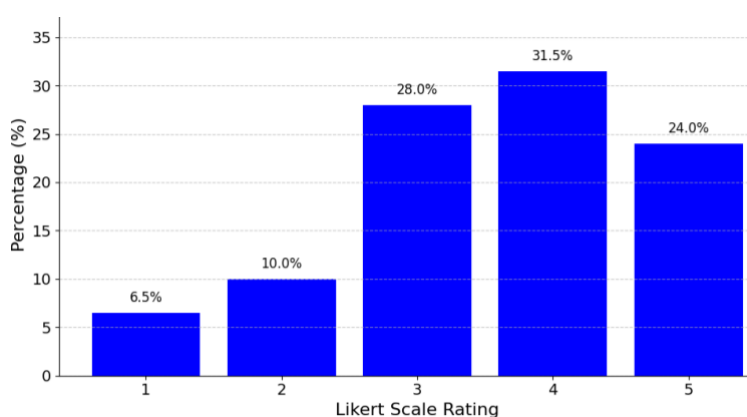
Kolejnym etapem badania wynikającym z realizacji celu dysertacji była diagnoza wpływu wykształcenia (wykres 7) i doświadczenia (wykres 8) twórców YouTube na wytrwałość przedsiębiorczą firm.



Wykres 7. Wpływ wykształcenia twórców YouTube na wytrwałość przedsiębiorczą
 Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

W zakresie wpływu wykształcenia twórców YouTube na wytrwałość przedsiębiorczą należy stwierdzić, że rozkład odpowiedzi jest stosunkowo równomierny, jednak najwyższy udział uzyskała ocena 5 (26,0%), wskazująca, że ponad jedna czwarta respondentów zdecydowanie dostrzega związek badanymi zmiennymi. Ocen pozytywnych (4 i 5) jest łącznie 45%, podczas gdy oceny neutralne (3) stanowią 19,0%, a negatywne (1 i 2) razem 36%. Wyniki sugerują umiarkowane, lecz zauważalne znaczenie wykształcenia, przy jednoczesnej istotnej grupie twórców, którzy postrzegają je jako czynnik drugorzędny.

W przypadku doświadczenia rozkład odpowiedzi uwidacznia większy wpływ badanego konstruktów niż wykształcenia na wytrwałość przedsiębiorczą.



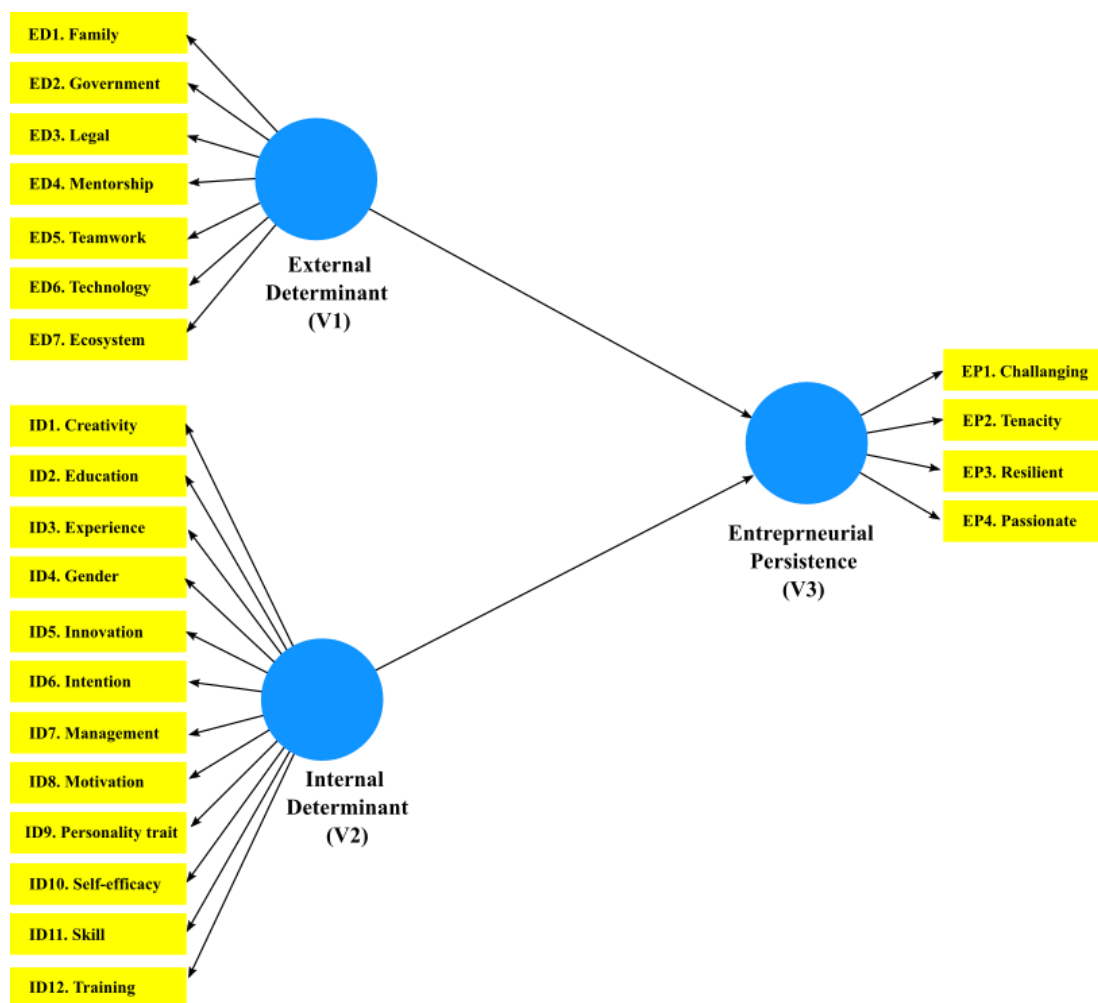
Wykres 8 . Wpływ doświadczenia twórców YouTube na wytrwałość przedsiębiorczą
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

Dominują oceny pozytywne tj. 31,5% wskazuje ocenę 4, a 24,0% ocenę 5, co łącznie daje 55,5% odpowiedzi potwierdzających znaczenie doświadczenia w budowaniu wytrwałości przedsiębiorczej. Ocenę neutralną (3) stanowią 28,0%, natomiast negatywne (1 i 2) to łącznie 16,5%. Oznacza to, że doświadczenie — w przeciwieństwie do formalnego wykształcenia — jest przez twórców YouTube znacznie częściej postrzegane jako realny czynnik wzmacniający wytrwałość przedsiębiorczą firm.

Reasumując dotychczasowe rozważania dotyczące wpływu wybranych determinant kształtujących wytrwałość przedsiębiorczą badanych firm, ustalono, że ekosystem, kreatywność oraz doświadczenie twórców YouTube w istotny sposób sprzyjają podtrzymywaniu aktywności przedsiębiorczej w sektorze kreatywnym. Pozostałe determinanty wykazują wpływ mniejszy, choć nadal zauważalny.

Kolejnym etapem badań była identyfikacja związków przyczynowo-skutkowych warunkujących wytrwałość przedsiębiorczą przedsiębiorstw. W tym względzie zostało

wykorzystane modelowanie równań strukturalnych metodą cząstkowych najmniejszych kwadratów (SEM-PLS). Metoda ta umożliwiła jednoczesną ocenę relacji między zmiennymi ukrytymi a ich wskaźnikami oraz określenie siły i kierunku oddziaływania determinant zewnętrznych i wewnętrznych na wytrwałość przedsiębiorczą badanych przedsiębiorstw. Struktura tych zależności została przedstawiona na poniższym diagramie.

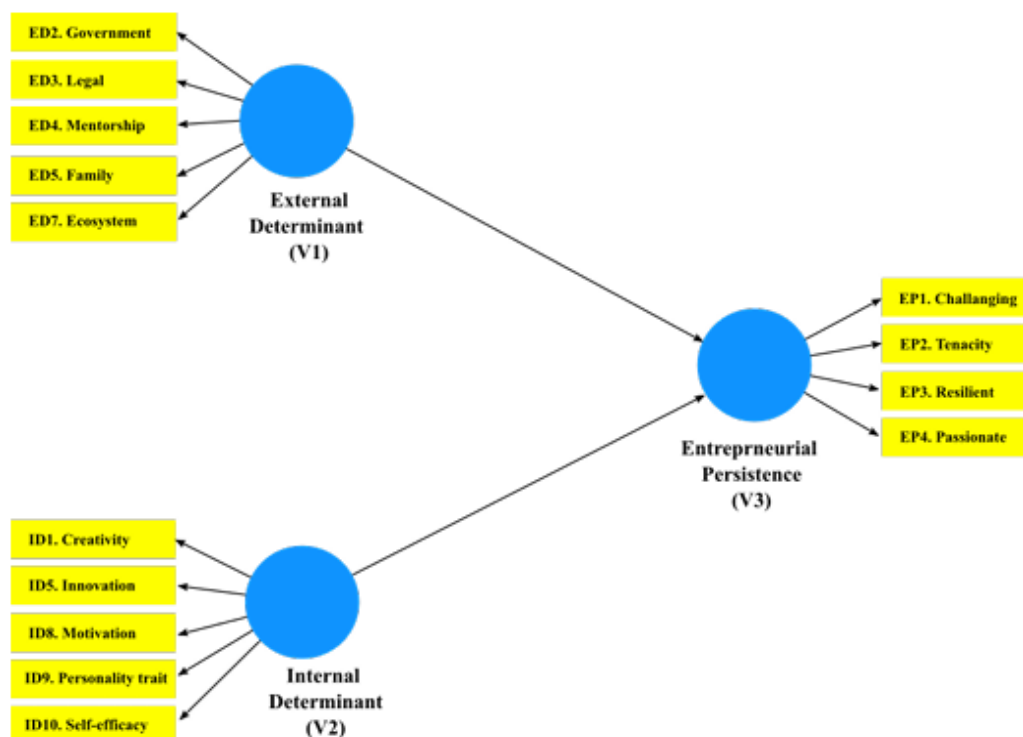


Rysunek 4. Schemat ścieżki modelu relacji między determinantami zewnętrznymi i wewnętrznymi a wytrwałością przedsiębiorczą

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

Analiza modelu wskazuje, że część determinant charakteryzowała się wartościami współczynników ładunków czynnikowych poniżej poziomu 0,50. Dotyczy to uwarunkowań ED6, ED7, ID2, ID3, ID4, ID6, ID11 oraz ID12. W tym względzie należy mieć na uwadze, że w literaturze przedmiotu przyjmuje się, że wskaźniki o ładunku niższym niż 0,50 nie spełniają kryterium trafności pomiarowej i nie powinny być wykorzystywane do reprezentowania zmiennej ukrytej. Z tego względu wskaźniki niespełniające wymogów zostały wyeliminowane

— etapowo, rozpoczynając od tych o najniższych wartościach współczynników obciążenia. Po każdym etapie eliminacji wskaźników ponownie estymowano model, aż do momentu uzyskania optymalnych i statystycznie istotnych parametrów pomiarowych. W wyniku procesu został stworzony model relacji zobrazowany na poniższym rysunku.



Rysunek 5. Model relacji między determinantami wewnętrznymi i wewnętrznymi wytrwałości przedsiębiorczej

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

Analiza wyników wskazuje, że takie uwarunkowania jak ekosystem, wsparcie rodziny, regulacje prawne, kreatywność, innowacyjność, motywacja, cechy osobowości, poczucie własnej skuteczności, wytrwałość, zdolność do podejmowania wyzwań, odporność na ryzyko oraz pasja przedsiębiorcza zostały przez respondentów jednoznacznie rozpoznane jako kluczowe determinanty kształtujące wytrwałość przedsiębiorczą. Natomiast czynniki, takie jak polityka rządu, praca zespołowa, technologia, wykształcenie, doświadczenie, płeć, intencje przedsiębiorcze czy udział w szkoleniach charakteryzowały się większą heterogenicznością ocen. Wskazuje to na ich względnie ograniczone znaczenie w kształtowaniu wytrwałości przedsiębiorczej badanych przedsiębiorstw.

W celu uzupełnienia i pogłębienia wyników badań ilościowych przeprowadzono dodatkowy etap badań jakościowych, którego celem była weryfikacja trafności i interpretacji modelu. W tym względzie zrealizowano pogłębione wywiady — w formule online i offline —

z czterema twórcami YouTube dobranymi celowo na podstawie określonych kryteriów merytorycznych. Priorytet nadano twórcom prowadzącym kanały od 4 do 10 lat, co umożliwia ocenę długofalowej wytrwałości przedsiębiorczej oraz posiadającym znaczną liczbę subskrybentów, w tym laureatom Złotego Przycisku (ponad 1 mln subskrybentów YouTube) oraz Srebrnego Przycisku (100 000–999 999 subskrybentów YouTube). Zadbano również o zróżnicowanie płci, wieku i lokalizacji. Poniżej przedstawiono profile respondentów.

Lp.	Nazwa	Płeć	Wiek	Kanał YouTube	Subskrybenci	Wiek kanału	Kategorie	Lokalizacja
1	Lia Lestari	Kobieta	34	Podróż Lii Lestari	289 tys.	6 lat	Ludzie	Mataram
2	Agung Hartadi	Mężczyzna	35	Rozbić jajko	1,03 mln	4 lata	Edukacja	Tulungagung
3	Gruby Nauczyciel	Mężczyzna	39	Gruby Nauczyciel	1,24 mln	5 lat	Ludzie	Bandung
4	Denny Darko	Mężczyzna	45	Denny Darko	2,36 mln	12 lat	Rozrywka	Djakarta

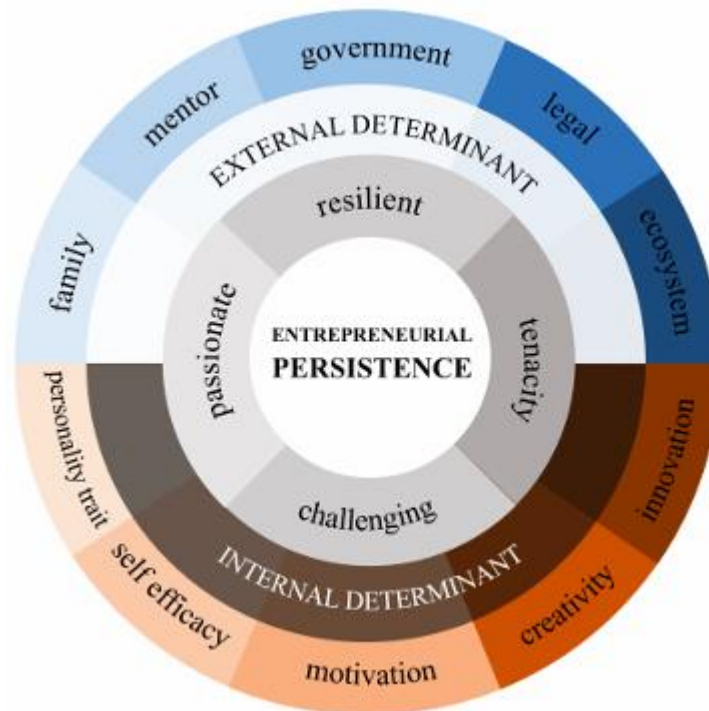
Tabela 1. Profile wybranych respondentów

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań

Przeprowadzone wywiady dostarczyły pogłębionych spostrzeżeń dotyczących wpływu poszczególnych determinant na kształtowanie wytrwałości przedsiębiorczą. Respondenci podkreślali fundamentalną rolę kreatywności, przejawiającej się w systematycznym monitorowaniu trendów, świadomym rozwijaniu koncepcji treści oraz w umiejętności generowania oryginalnych pomysłów. Wskazali także na innowacyjność, definiowaną jako zdolność wdrażania nowych rozwiązań efektywnych kosztowo oraz elastyczność adaptacji do zmian algorytmów i preferencji odbiorców. Ważnym aspektem była także motywacja oparta na długoterminowej wizji oraz pasja umożliwiająca podtrzymanie ciągłość funkcjonowania przedsiębiorstwa. Wywiady potwierdziły także znaczenie w procesie kształtowania wytrwałości przedsiębiorczej cech osobowościowych twórców YouTube, takich jak konsekwencja, otwartość, umiejętność współpracy oraz równowaga między asertywnością a elastycznością.

Triangulacja wyników badań ilościowych i jakościowych umożliwiła opracowanie oraz zweryfikowanie modelu wytrwałości przedsiębiorczej. Model ten został skonstruowany w oparciu o analizę determinant, ich empiryczną weryfikację za pomocą SEM-PLS oraz

walidację przeprowadzoną poprzez pogłębione wywiady z doświadczonymi twórcami YouTube. W rezultacie powstała koherentna struktura teoretyczna wyjaśniająca mechanizmy utrzymywania aktywności przedsiębiorczej w sektorze kreatywnym, uwzględniająca zarówno determinanty zewnętrzne jak również wewnętrzne (rysunek 6).



Rysunek 6. Model wytrwałości przedsiębiorczej
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

W centrum modelu umieszczono konstrukt wytrwałości przedsiębiorczej, definiowany jako trwała zdolność do konsekwentnego działania, podtrzymywania wysiłku twórczego oraz utrzymywania zaangażowania pomimo presji ryzyka i niepewności. Został on zoperacjonalizowany poprzez cztery wzajemnie powiązane komponenty: pasję, odporność, orientację na wyzwania oraz wytrwałość zadaniową. Centralne położenie tego konstrukt stanowi odzwierciedlenie jego roli jako osiowego elementu modelu, determinowanego równocześnie przez procesy intrapersonalne i kontekstowe. Najbliższy pierścień otaczający konstrukt centralny tworzą determinanty wewnętrzne, które – zgodnie z wynikami analizy SEM-PLS – wykazują najwyższy poziom siły predykcji. Należą do nich kreatywność rozumiana jako zdolność generowania nowych pomysłów oraz twórczej adaptacji treści, innowacyjność przejawiająca się elastycznym dostosowywaniem strategii do zmiennych warunków, motywacja zakorzeniona w długoterminowej wizji rozwoju działalności, cechy osobowości sprzyjające konsekwentnemu działaniu oraz poczucie własnej skuteczności oparte

na doświadczeniu i na umiejętności radzenia sobie z niepewnością. Czynniki te tworzą rdzeń predyktorów wytrwałości przedsiębiorczej i stanowią podstawowy mechanizm utrzymujący aktywność twórczą w warunkach dynamicznie zmieniającego się środowiska internetowego. Ponadto zgodnie z modelem także determinanty zewnętrzne tj. środowiskowe, obejmujące wsparcie rodziny, mentoring, uwarunkowania prawne i polityczne, otoczenie instytucjonalne oraz szeroko pojęty ekosystem przedsiębiorczości warunkują badany konstrukt. Wyniki analiz wskazują, że czynniki te pełnią przede wszystkim rolę wspierającą i stabilizującą i mogą wzmacniać lub osłabiać działanie czynników wewnętrznych. Nie determinują one jednak wytrwałości w sposób bezpośredni, lecz raczej tworzą warunki sprzyjające – bądź potencjalnie utrudniające – utrzymaniu aktywności przedsiębiorczej. Tym samym zaprojektowany model łączy w sobie dwie logiki wyjaśniania: mikro-psychologiczną oraz makro-instytucjonalną, ukazując wytrwałość przedsiębiorczą jako wynik dynamicznej interakcji między predyspozycjami jednostki a uwarunkowaniami środowiskowymi. Struktura koncentryczna modelu pozwala nie tylko uchwycić hierarchię determinant, ale także ich ścisłą współzależność, wskazując, że skuteczne utrzymanie działalności twórczej w sektorze kreatywnym wymaga synergicznego współdziałania czynników zewnętrznych i wewnętrznych. Jednocześnie model wyraźnie podkreśla dominującą rolę czynników endogenicznych, które w największym stopniu determinują zdolność jednostki do podtrzymywania aktywności przedsiębiorczej w warunkach niepewności i ciągłych zmian. Walidacja jakościowa potwierdziła trafność strukturalną modelu. W tym względzie twórcy YouTube biorący udział w wywiadach zwracali uwagę, że kreatywność stanowi warunek konieczny utrzymania ciągłości twórczej, innowacyjność pozwala adaptować się do zmian algorytmów i preferencji odbiorców, zaś motywacja i pasja stanowią fundament pozwalający przezwycięzać trudności. Szczególne znaczenie przypisywano także poczuciu skuteczności, które – jak podkreślali respondenci – wzmacnia zdolność radzenia sobie z presją oraz podtrzymuje gotowość do podejmowania ryzyka.

Integracja wyników badań ilościowych i jakościowych zapewniła właściwą triangulację danych, a zgodność ustaleń obu metodologii zwiększyła wiarygodność teoretyczną modelu. Ostatecznie pozwoliło to jednoznacznie potwierdzić hipotezę badawczą, zgodnie z którą wśród indonezyjskich twórców YouTube to determinanty wewnętrzne mają większy wpływ na wytrwałość przedsiębiorczą niż determinanty zewnętrzne.

6. Implikacje, ograniczenia i przyszłe kierunki badań

Dokonując oceny wkładu teoretycznego niniejszych badań do rozwoju badań dot. wytrwałości przedsiębiorczej należy stwierdzić, iż wypełniają one lukę badawczą dotyczącą braku modelu wytrwałości przedsiębiorczej w sektorach kreatywnych. Opracowany model wytrwałości przedsiębiorczej stanowi teoretycznie ugruntowaną propozycję wyjaśniającą złożone, koncentryczne relacje pomiędzy wytrwałością przedsiębiorczą a jej determinantami wewnętrznymi i zewnętrznymi. Jego konstrukcja i empiryczna weryfikacja stanowią istotny krok w kierunku budowy rozwiniętej teorii wytrwałości przedsiębiorczej w działalności kreatywnej, uwzględniającej specyfikę środowisk cyfrowych w tym w szczególności uwarunkowania funkcjonowania twórców YouTube.

Przedstawiony model ma także istotne implikacje praktyczne. Może on pełnić funkcje wartościowego narzędzia dydaktycznego w programach edukacyjnych oraz na uczelniach kształcących przyszłych przedsiębiorców, umożliwiając lepsze zrozumienie roli czynników determinujących trwałość działalności przedsiębiorczej. Wyniki badań wskazują na konieczność kształtowania zarówno zasobów intrapersonalnych — takich jak kreatywność, poczucie własnej skuteczności, odporność czy motywacja — jak i umiejętności wykorzystywania dostępnych mechanizmów wsparcia środowiskowego. W praktyce dla przedsiębiorców kreatywnych model dostarcza wskazówek dotyczących rozwijania kluczowych kompetencji umożliwiających utrzymanie ciągłości twórczej oraz adaptację w warunkach niepewności — niezależnie od specyfiki branży czy charakteru prowadzonej działalności. Podkreśla on, że wytrwałość nie jest wyłącznie cechą wrodzoną, lecz kompetencją, którą można rozwijać poprzez świadome działania, refleksję oraz systematyczne wzmacnianie zasobów wewnętrznych.

Jednocześnie konieczne jest uwzględnienie ograniczeń przeprowadzonego badania. Po pierwsze, wykorzystanie danych uzyskanych w toku badania ankietowego wiąże się z ryzykiem stronniczości odpowiedzi wynikającej z pożądanego społecznie sposobu prezentowania własnych zachowań lub z niejednoznaczności interpretacyjnej pytań. Pomimo zastosowania procedur minimalizujących to ryzyko, nie można wykluczyć, że część odpowiedzi mogła mieć charakter deklaracyjny. Po drugie, ograniczony dostęp do pełnego spektrum literatury naukowej mógł wpłynąć na niekompletność przeglądu teoretycznego, co potencjalnie zmniejsza szerokość kontekstualizacyjną modelu. Po trzecie, koncentracja badania na jednym kraju — Indonezji — ogranicza możliwość uogólnienia wyników na inne

konteksty gospodarcze i kulturowe, w których dynamika przedsiębiorczości oraz znaczenie poszczególnych determinant mogą przyjmować odmienne formy.

W świetle powyższych ustaleń pożądane kierunki dalszych badań obejmują replikację i rozszerzenie modelu na inne dziedziny działalności kreatywnej, takie jak muzyka, sztuka cyfrowa, projektowanie czy produkcja filmowa, a także przeprowadzenie badań międzykulturowych pozwalających określić stopień uniwersalności proponowanego modelu. Szczególnie wartościowe byłoby zastosowanie badań umożliwiających obserwację dynamiki wytrwałości w czasie oraz identyfikację zmiennych, które wzmacniają lub osłabiają jej znaczenie na kolejnych etapach rozwoju danego przedsięwzięcia. Ponadto wskazane jest prowadzenie pogłębionych analiz jakościowych, pozwalających na zbadanie mechanizmów psychologicznych leżących u podstaw trwałości przedsiębiorczej oraz roli czynników moderujących, takich jak zasoby finansowe, sieci wsparcia społecznego czy poziom kapitału kulturowego. Uwzględnienie tych elementów umożliwi dalszą konceptualizację i rozwój teorii wytrwałości przedsiębiorczej w sektorach kreatywnych, przyczyniając się do pełniejszego zrozumienia złożonej rzeczywistości funkcjonowania przedsiębiorców w warunkach niepewności i szybkiej transformacji cyfrowej.

Bibliografia:

- Abdelfattah, F., Al Halbusi, H., & Al-Brwani, R. M. (2022). Influence of self-perceived creativity and social media use in predicting E-entrepreneurial intention. *International Journal of Innovation Studies*, 6(3), 119-127.
- Ahmad, P. M., Hikami, I., Zufar, B. N. F., & Syahfrullah, A. (2021). Digital Labour: Digital Capitalism and the Alienation of YouTube Content Creators. *Journal of Asian Social Science Research*, 3(2), 167-184.
- Alsughayer, H. M., Dr. Richard Tee, Prof. Glenn Parry, & Prof. Wim Vanhaverbeke. (2022). Towards a More Sustainable Digital Entrepreneurial Ecosystem: A Study of the Saudi Digital Entrepreneurial Ecosystem from Multilevel Perspectives.
- Ambati, N. R. (2021). Motivating factors of social entrepreneurs: Evidences from Gujarat, India, 37, 3393-3403.
- Andrews, R., Fazio, C., Guzman, J., Liu, Y., & Stern, S. (2022). Reprint of “The Startup Cartography Project: Measuring and mapping entrepreneurial ecosystems”, 51(9).
- Anthonychow, Y., Danivia, S., Angelica, M., & Cassandra, C. (2025, February). The Effect of Interactive Online Learning on Students’ Academic Performance. In 2025 29th International Conference on Information Technology (IT) (pp. 1-6). IEEE.
- Audretsch, D. B., & Belitski, M. (2013). The missing pillar: The creativity theory of knowledge spillover entrepreneurship. *Small Business Economics*, 41(4), 819–836.
- Bagis, A. A. (2022). Building students’ entrepreneurial orientation through entrepreneurial intention and workplace spirituality. *Heliyon*, 8(11), e11310.
- Bandura, A., & Wessels, S. (1997). *Self-efficacy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Barba-Sánchez, V., Mitre-Aranda, M., & del Brío-González, J. (2022). The entrepreneurial intention of university students: An environmental perspective. *European Research on Management and Business Economics*, 28(2), 100184.
- Baranauskas, G., & Raišienė, A. G. (2022). Transition to digital entrepreneurship with a quest of sustainability: Development of a new conceptual framework. *Sustainability*, 14(3), 1104.
- Bilgiseven, E. B., & Kasımoğlu, M. (2019). Analysis of Factors Leading to Entrepreneurial Intention, 158, 885-890.
- Bischoff, K., Volkmann, C. K., & Audretsch, D. B. (2018). Stakeholder collaboration in entrepreneurship education: An analysis of the entrepreneurial ecosystems of European higher educational institutions. *Journal of Technology Transfer*, 43(1), 20-46.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- Caliendo, M., Goethner, M., & Weißenberger, M. (2020). Entrepreneurial persistence beyond survival: Measurement and determinants. *Journal of Small Business Management*, 58(3), 617-647.
- Cheratian, I., & Goltabar, S. (2024). Are shocks to entrepreneurship persistence? Case of a Resource-based economy. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, 13(4), 648-668.
- Dimov, D. (2021). From “Opportunity” to Opportunity: The design space for entrepreneurial action. *Journal of Business Venturing Design*, 1(1-2), 100002.
- Ferreira, J. J., Fernandes, C. I., Veiga, P. M., & Caputo, A. (2022). The interactions of entrepreneurial attitudes, abilities and aspirations in the (twin) environmental and digital transitions? A dynamic panel data approach. *Technology in Society*, 71, 102121.
- Florida, R. (2002). *The rise of the creative class*. Brilliance Audio
- Gliedt, T., & Parker, P. (2014). Green community entrepreneurship 2.0. *International Journal of Social Economics*, 41(7), 609-625.
- Grego-Planer, D., & Kuś, A. (2020). Determinants of innovation activities in small enterprises: A model approach. *European Research Studies*, 23, 137-148.
- Howkins, J. (2002). *The creative economy: How people make money from ideas*. Penguin UK.
- Hussain, M., Khan, R. U., & Salamzadeh, Y. (2021, March 3). Factors affecting women entrepreneurs' success: a study of small- and medium-sized enterprises in emerging market of Pakistan - *Journal of Innovation and Entrepreneurship*. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 10, 1-21.

- Huang, Y., Li, P., Wang, J., & Li, K. (2022). Innovativeness and entrepreneurial performance of female entrepreneurs, 7(4).
- Huang, Y., Bu, Y., & Long, Z. (2023). Institutional environment and college students' entrepreneurial willingness: A comparative study of Chinese provinces based on fsQCA, 8(1).
- Ibrohim, M. O., & Budi, I. (2023). Hate speech and abusive language detection in Indonesian social media: Progress and challenges. *Heliyon*, 9(8).
- Joffe, A., Larasati, D., & Newbiggin, J. (2022). How governments could better engage with the working practices of the 21st century creative economy. *Creative Economy*, 2030, 68-79.
- Jordan J. McSweeney, Kevin T. McSweeney, Justin W. Webb, Rosalyn G. Sandoval, (2022) Passion drove me here: Exploring how types of entrepreneurial passion influence different entrepreneurial intentions, *Journal of Business Venturing Insights*, Volume 18, 2022
- Kara, A., & Dheer, R. J. S. (2023). The relationship between culture and entrepreneurship: The role of trust. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 19(4), 1803-1833.
- Kenneth-Southworth, E., Watters, C., & Gu, C. (2018). Entrepreneurship in china: A review of the role of normative documents in china's legal framework for encouraging entrepreneurship. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 6(4), 71.
- Klyver, K., Steffens, P., & Honig, B. (2022). Psychological factors explaining Ukrainian refugee entrepreneurs' venture idea novelty. *Journal of Business Venturing Insights*, 18, e00348.
- Knight, F. H. (1921). *Risk, uncertainty and profit*. Houghton Mifflin.
- Kovaleva, Y., Hyrynsalmi, S., Saltan, A., Happonen, A., & Kasurinen, J. (2023). Becoming an entrepreneur: A study of factors with women from the tech sector. *Information and Software Technology*, 155, 107110.
- Lee, S., Kang, M.-J., & Kim, B.-K. (2022). Factors Influencing Entrepreneurial Intention: Focusing on Individuals' Knowledge Exploration and Exploitation Activities, 8(3), 165.
- Lin, N. (2001) *Social Capital – A Theory of Social Structure and Action*, New York: Cambridge University Press.
- Loots, E., & van Bennekom, S. (2023). Entrepreneurial firm growth in creative industries: fitting in and standing out!. *Creative Industries Journal*, 16(3), 383-405.
- Nambisan, S. (2017) 'Digital entrepreneurship: Toward a digital technology perspective of entrepreneurship', *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(6), 1029–1055.
- Nguyen, & Trong, X. (2020). Factors affecting entrepreneurial decision of nascent entrepreneurs belonging generation Y in Vietnam. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(8), 407-417.
- Maliszewska, M., & Karlikowska, B. (2024). Legal and organizational constraints on entrepreneurship: A case study of poland. *European Research Studies*, 27(4), 304-320.
- Marjański, A., & Sułkowski, Ł. (2019). The evolution of family entrepreneurship in Poland: main findings based on surveys and interviews from 2009-2018. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 7(1), 95-116.
- Meyer, N., & Hamilton, L. (2020). Female entrepreneurs' business training and its effect on various entrepreneurial factors: Evidence from a developing country, 12(1), 135-151.
- McKelvie, A., Haynie, J.M., & Gustavsson, V. (2011). Unpacking the uncertainty construct: Implications for entrepreneurial action. *Journal of Business Venturing*, 26, 273-292.
- McMullen, J. S., & Shepherd, D. A. (2006). Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the entrepreneur. *Academy of Management review*, 31(1), 132-152
- Noah, A., & Oladipo, D. (2025). Does ICT adoption moderate the impact of entrepreneurship on economic growth in africa? *Administrative Sciences*, 15(3), 88.
- Rachmania, I. N., Rakhmaniar, M., & Setyaningsih, S. (2012). Influencing Factors of Entrepreneurial Development in Indonesia, *Procedia Economics and Finance*, 4, 234-243.
- Radebe, S. S., Verkijika, S. F., & Neneh, B. N. (2024). Social media use and performance of small businesses: A customer-centric perspective. *Baltic Journal of Management*, 19(1), 69-84.
- Rahmi, V. A., Ismanto, H., & Setiawan, N. B. (2020). THE Effort To Increase Self Confidence Of The Competence Of Vocational High Students Through The Motivation:" Mindset Entrepreneurship In Supporting Independence Milenialpreneur In The Future". *Kontribusi: Research Dissemination for Community Development*, 3(2), 297-303.

- Ratten, V. (2020). Coronavirus (Covid-19) and the entrepreneurship education community. *Journal of Enterprising Communities: people and places in the global economy*, 14(5), 753-764.
- Rani, N. S. A., Krishnan, K. S., Saidun, Z., & Ahmad, H. (2019). The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intention of Universiti Kuala Lumpur–teknoputra alumni. *Humanities & Social Sciences Reviews*, 7(1), 147-155.
- Ranfagni, S., & Runfola, A. (2018). Connecting passion: Distinctive features from emerging entrepreneurial profiles. *Journal of Business Research*, 92, 403-411.
- Rogoff, E. G., Lee, M. S., & Suh, D. C. (2004). Who done it? Attributions by entrepreneurs and experts of the factors that cause and impede small business success. *Journal of Small Business Management*, 42(4), 364-376.
- S. Parker Harris, M. Renko, K. Caldwell, Social entrepreneurship as an innovative pathway to employment for people with disabilities: exploring political-economic and socio-cultural factors, *Disability Soc.* 29 (8) (2014) 1275–1290.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, 25(1), 217-226.
- Stanković, S., Vujičić, S., & Radović-Marković, M. (2023). 7BUsing Structural Equation Modeling in the Analysis of the Relationship Between Internal and External Factors and Women Entrepreneurs' Success. *Journal Women's Entrepreneurship and Education*, 2023(1-2), 167-187.
- Staniewski, M. W., & Awruk, K. (2021). Parental attitudes and entrepreneurial success. *Journal of Business Research*, 123, 538-546.
- Tuan, N. A., Ha, D. T. H., Thao, V. T. B., Anh, D. K., & Long, N. H. (2019). Factors affecting entrepreneurial intentions among youths in Vietnam, 99, 186-193.
- Urbano, D., & Turró, A. (2013). Conditioning factors for corporate entrepreneurship: An in(ex)ternal approach. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 9(3), 379–396.
- Walmsley, A., & Nabi, G. (2024). Entrepreneurship mentoring in higher education: How does the mentor benefit? *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 31(7), 1279-1301.
- Wang, S., & Zhang, H. (2024). Green entrepreneurship success in the age of generative artificial intelligence: The interplay of technology adoption, knowledge management, and government support. *Technology in Society*, 79, 102744.
- Westgren, R. E., & Holmes, T. L. (2022). Entrepreneurial beliefs and agency under Knightian uncertainty. *Philosophy of Management*, 21(2), 199-217.
- Wu, Y. (2024). Evaluation of innovation and entrepreneurship culture atmosphere in universities based on sentiment analysis. *Journal of Electrical Systems*, 20(3), 1863-1873.
- Yiming Cao, (2022) A Study of the Influencing Factors of Higher Vocational College Students' Entrepreneurial Intention, *Procedia Computer Science*, Volume 214, 2022, Pages 212-220
- Zhen, B., Fabeil, N. F., & Loong, A. H. (2024). University entrepreneurial support impact on entrepreneurial intentions of college students in china. *Global Business and Management Research, Suppl.Special Issue Theme: Creating A Sustainable Future: Powering Innovation and Accelerating Transformation*, 16(4), 175-186.
- Ziyae, B., Rezvani, M., & Eynolghozat, M. (2022). Co-opetition in entrepreneurial city: An approach to complexity theory. *Cities*, 121, 103470.