



Horyzonty Polityki
2021, Vol. 12, N° 41



KRYSTIAN BIGOS

<http://orcid.org/0000-0001-6030-4119>
Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie
bigosk@uek.krakow.pl

ADAM MICHALIK

<http://orcid.org/0000-0002-9333-408X>
Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie
adam.michalik@uek.krakow.pl

DOI: 10.35765/HP.2153

Kompetencje społeczne a intencje przedsiębiorcze polskich studentów kierunków ekonomicznych w świetle teorii Golemana¹

Streszczenie

CEL NAUKOWY: Artykuł przyczynia się do wypełnienia luki badawczej w zakresie szeroko pojętej psychologii przedsiębiorczości, a jego celem jest empiryczna weryfikacja wpływu kompetencji społecznej na intencje przedsiębiorcze studentów.

PROBLEM I METODY BADAWCZE: Artykuł przedstawia wyniki badań przeprowadzonych na podstawie kwestionariusza ankietowego wśród studentów Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, dotyczących ich własnej oceny posiadanych kompetencji społecznych oraz intencji przedsiębiorczych, celem zweryfikowania hipotezy badawczej mówiącej o pozytywnym wpływie wspomnianych kompetencji na istnienie intencji przedsiębiorczych.

PROCES WYWODU: W literaturze przedmiotu badacze zjawiska od stonkowo niedawna analizują wpływ kompetencji emocjonalnych na intencje przedsiębiorcze. Autorzy w swoim wywodzie postanowili skupić się na jednej z podgrup w tym obszarze, jakim są kompetencje społeczne, wśród których wyróżnia się dwie subkategorie: empatię i umiejętności społeczne, formułując hipotezy badawcze o pozytywnym wpływie obu tych kategorii na występowanie intencji przedsiębiorczych.

1 Publikacja została sfinansowana z subwencji przyznanej Uniwersytetowi Ekonomicznego w Krakowie.

Sugerowane cytowanie: Bigos, K., i Michalik, A. (2021). Kompetencje społeczne a intencje przedsiębiorcze polskich studentów kierunków ekonomicznych w świetle teorii Golemana. *Horyzonty Polityki*, 12(41), 107–122. DOI: 10.35765/HP.2153.

WYNIKI ANALIZY NAUKOWEJ: Przeprowadzone badania potwierdziły istnienie zależności pomiędzy kompetencjami społecznymi a intencjami przedsiębiorczymi. Silniej ta zależność jest zauważalna w przypadku subkategorii umiejętności społeczne niż empatia, jednakże, zdaniem autorów, obie te grupy wywierają pozytywny wpływ na kształtowanie się intencji przedsiębiorczych.

WNIOSKI, INNOWACJE, REKOMENDACJE: Intencje przedsiębiorcze powinny być stymulowane w procesie edukacji i rozwoju młodych osób także w obszarze kompetencji społecznych. Należy w tym przypadku podkreślić, że wirtualizacja współczesnego świata i zdalne procesy kształcenia sprzyjają izolacji i indywidualizacji postaw kosztem rozwoju wspomnianych kompetencji, co zostało spotęgowano przez pandemię COVID-19.

SŁOWA KLUCZOWE:

kompetencje emocjonalne, intencje przedsiębiorcze, teoria Golemana

Abstract

EMOTIONAL COMPETENCE
AND ENTREPRENEURIAL INTENTIONS
OF POLISH ECONOMICS STUDENTS IN THE VIEW
OF GOLEMAN'S THEORY

RESEARCH OBJECTIVE: The article contributes to filling the research gap in the field of entrepreneurial psychology, broadly defined, and its aim is to empirically verify the influence of social competence on students' entrepreneurial intentions.

THE RESEARCH PROBLEM AND METHODS: The article presents the results of research conducted based on a questionnaire among Cracow University of Economics students concerning their self-assessment of social competencies and entrepreneurial intentions to verify the research hypothesis that there is a positive impact of the competencies mentioned on the existence of entrepreneurial intentions.

THE PROCESS OF ARGUMENTATION: In the literature, researchers have relatively recently analyzed the impact of emotional competencies on entrepreneurial intentions. We decided to focus on one of the subgroups in this area: social competencies. Two subcategories can be distinguished: empathy and social skills, formulating research hypotheses about the positive influence of both these categories on the occurrence of entrepreneurial intentions.

RESEARCH RESULTS: The research carried out confirmed the existence of a relationship between social competencies and entrepreneurial intentions. This relationship is more pronounced in the case of the social skills subcategory than empathy. However, we consider both of these groups to influence the formation of entrepreneurial intentions positively.

CONCLUSIONS, INNOVATIONS, AND RECOMMENDATIONS: Entrepreneurial intentions should be stimulated in the education and development of young people also in the area of social competencies. In this case, it should be emphasized that the virtualization of the modern world and remote education processes promote isolation and individualization of attitudes at the expense of the development of the mentioned competencies, which was aggravated by the COVID-19 pandemic.

KEYWORDS:

emotional competencies, entrepreneurial intentions,
Goleman's theory

WSTĘP

Badacze zjawiska podkreślają, że przedsiębiorczość jest jedną z kluczowych determinant wzrostu gospodarczego państw (Stamboulis, Barlas, 2014; Wach, 2014). Przyjmuje się, iż blisko 99,8% całkowitej liczby przedsiębiorstw zarejestrowanych w Unii Europejskiej stanowią mikro-, małe i średnie przedsiębiorstwa, w których pracuje ponad 66% osób w wieku produkcyjnym (Muller, Mattes, Klitou, Lonkeu, Ramada, Aranda Ruiz, Devnani, Farrenkopf, Makowska, Mankowska, Robin, Steigertahl, 2018). Z uwagi na dynamiczny charakter przemian gospodarczych na świecie kluczowe staje się wspieranie edukacji w zakresie przedsiębiorczości, która musi sprostać nowym wyzwaniom (Wach, Głodowska, 2019), szczególnie w kontekście identyfikacji i rozwoju kluczowych kompetencji, mających wpływ na późniejsze decyzje o podjęciu działalności gospodarczej – tzw. intencje przedsiębiorcze (np. Pauceanu, Alpenidze, Edu, Zaharia, 2019; Peng, Lu, Kang, 2012).

NARZĘDZIA I METODY BADAWCZE

Badaniem objęto grupę studentów Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. Podobnie do Li i Wu (2019) zależało nam na sprawdzeniu współzależności pomiędzy kompetencjami społecznymi a intencjami przedsiębiorczymi wśród studentów, których programy nauczania w dużej mierze zawierają przedmioty z zakresu szeroko pojętej przedsiębiorczości międzynarodowej.

W niniejszym badaniu za intencje przedsiębiorcze przyjęto skłonność do bycia przedsiębiorcą w trakcie bądź po zakończeniu studiów. Oprócz tego uwzględniliśmy dwie kategorie zmiennych opisujących kompetencje społeczne, czyli empatię oraz umiejętności społeczne, wśród których wydzieliliśmy poszczególne podgrupy (zob. tabela 1).

Tabela 1. Kompetencje społeczne uwzględnione w badaniu

Poziom	Grupa	Podgrupa	Źródło
Kompetencje społeczne	Empatia (1)	Rozumienie innych, doskonalenie innych, orientacja usługowa, wspieranie różnorodności, polityczna świadomość	Kwestionariusz ankietowy
	Umiejętności społeczne (2)	Wpływanie na innych, porozumienie, zarządzanie konfliktem, przewodzenie, katalizowanie zmian, tworzenie więzi, współpraca, umiejętności zespołowe	Kwestionariusz ankietowy

Źródło: opracowanie własne na podstawie Goleman (1998).

Stworzony kwestionariusz badawczy oparty na szeregu twierdzeń (zob. tabela 2), do których ustosunkowywali się respondenci, umożliwił stworzenie, zdaniem autorów, relatywnie precyzyjnego narzędzia badawczego, pozwalającego ocenić istnienie (bądź brak) zależności pomiędzy kompetencjami społecznymi a intencjami przedsiębiorczymi.

Tabela 2. Twierdzenia przyjęte jako odzwierciedlenie kategorii kompetencje społeczne, wykorzystane w kwestionariusz ankietowym

Empatia	
Rozumienie innych	Potrafię słuchać innych. Potrafię zrozumieć punkt widzenia innych. Potrafię wczuć się w potrzeby i uczucia innych.
Doskonalenie innych	Jako przełożony potrafiłbym doceniać i odpowiednio nagradzać osiągnięcia moich podwładnych. Jako przełożony potrafiłbym aktywnie wspierać rozwój zawodowy moich podwładnych. Jako przełożony potrafiłbym przydzielać podwładnym zadania, które służyłyby rozwojowi ich umiejętności.
Nastawienie usługowe	Potrafiłbym dobrze zrozumieć potrzeby moich klientów i dostosować do nich swoje usługi lub produkty. Szukałbym sposobów na zwiększenie satysfakcji i lojalności klientów wobec mojej firmy. Potrafiłbym przyjąć punkt widzenia innego klienta i zastosować go we własnych działaniach.
Wspieranie różnorodności	Szanuję ludzi z różnych społeczności, nawet odmiennych od mojej. Potrafię zrozumieć inne światopoglądy niż mój. Potrafię przeciwstawiać się uprzedzeniom i nietolerancji.
Polityczna świadomość	Potrafię zidentyfikować związki pomiędzy ludźmi w mojej okolicy. Potrafię wykryć krytyczne sieci powiązań społecznych. Potrafię zrozumieć motywy, które kształtują światopogląd klientów i konkurentów oraz wpływają na ich zachowanie.
Umiejętności społeczne	
Wpływanie na innych	Potrafię zjednywać sobie innych. Potrafię dostosować swoją prezentację do odbiorcy. Potrafię stosować nawet skomplikowane strategie, aby uzyskać poparcie dla danej sprawy.
Porozumienie	Potrafię szczerze mówić o trudnych sprawach. Umiem dążyć do wzajemnego zrozumienia i potrafię dzielić się z innymi pełną informacją. We wzajemnych kontaktach jestem otwarty.
Zarządzanie konfliktem	Potrafię zachować się dyplomatycznie i taktownie w kontaktach z osobami o trudnym charakterze. Potrafię dostrzec potencjalne źródła konfliktów, otwarcie przedstawić nieporozumienia i pomóc je wyjaśnić. Jestem dobrym mediatorem i potrafię zaproponować rozwiązania akceptowalne dla obu stron
Przewodzenie	Potrafię być liderem bez względu na zajmowane stanowisko. Lubię dawać własny przykład. Potrafię kierować pracą innych, udzielając im rad i wskazówek, ale nie zdejmując z nich odpowiedzialności za wyniki.
Katalizowanie zmian	Potrafię dostrzec potrzebę zmian i usunąć przeszkody na drodze do ich wprowadzenia. Potrafię zakwestionować istniejący stan rzeczy, by wykazać potrzebę zmian. Jestem propagatorem zmian i potrafię pozyskiwać dla nich zwolenników.

Tworzenie więzi	Lubię nawiązywać i utrzymywać przyjaźnie z kolegami. Potrafię poszukiwać wzajemnie korzystnych relacji z różnymi ludźmi. Potrafię tworzyć i utrzymywać rozbudowane sieci nieformalne.
Współpraca	Często staram się szukać okazji do współpracy. Potrafię współpracować z innymi, dzieląc się informacjami i zasobami. Potrafię zachować równowagę pomiędzy koncentrowaniem się na zadaniu a dbaniem o właściwe relacje z innymi.
Umiejętności zespołowe	Potrafię dbać o dobro zespołu i dzielić się zasługami. Potrafię przekonać innych do aktywnego i entuzjastycznego uczestnictwa w moim zespole. Potrafię przekonać członków zespołu do identyfikowania się z grupą i okazywania solidarności wewnątrz grupy.

Źródło: opracowanie własne na podstawie kwestionariusza ankietowego.

Odpowiedzi w pięciostopniowej skali Likerta (1 – zdecydowanie się nie zgadzam, 5 – zdecydowanie się zgadzam) zostały następnie matematycznie uśrednione, dając ostateczny wynik w danej kategorii dla poszczególnego respondenta.

PROCES WYWODU

W literaturze przedmiotu kompetencje definiowane są zazwyczaj jako połączenie trzech zasadniczych elementów, takich jak wiedza, umiejętności i postawy (Bartman, Bruijn, 2011). Podobnie definiują je Hayton i Kelley (2006), którzy w ramach podejścia opartego na kompetencjach (z ang. *competence-based approach*) proponują m.in. definicję kompetencji jako agregatu konkretnej wiedzy, umiejętności oraz osobowości. Hayton i McEvoy (2006) zwracają uwagę na fakt, że niektórzy badacze traktują je równoważnie z takimi pojęciami, jak zdolności, umiejętności oraz wiedza, a więc pomijają kwestię postaw. Z kolei inni, jak choćby MacLean i Scott (2011), przywołują definicję zaproponowaną przez American Society for Training and Development (ASTD), wedle której kompetencje są skupiskiem umiejętności, wiedzy, zdolności oraz zachowań niezbędnych do osiągnięcia sukcesu w pracy.

W kontekście badań nad intencjami przedsiębiorczymi (Barba-Sánchez, Atienza-Sahuquillo, 2018; Doanh, Bernat, 2019; Nowiński, Hadoud, Lančarič, Egerová, Czeglédi, 2019; Zhao, Seibert, Hills, 2005)

nierzadko mamy do czynienia z tzw. kompetencjami behawioralnymi, które określane są jako zbiór powiązanych, ale różnych zbiorów zachowań zorganizowanych wokół podstawowej konstrukcji zwanej „intencją” (Boyatzis, 2009). Wśród kompetencji behawioralnych Sánchez (2011) wymienia: poczucie własnej skuteczności, proaktywność oraz skłonność do podejmowania ryzyka. Jego badania potwierdziły hipotezę, że im wyższy poziom kompetencji behawioralnych, tym wyższe intencje przedsiębiorcze studentów. Wymienione przez Sáncheza (2011) kompetencje behawioralne mają pośrednio swoje źródło w teorii planowanego zachowania Ajzena (1991), wedle której czynnikami wpływającymi na intencje przedsiębiorcze jednostki są te natury kognitywnej, a więc: postawy przedsiębiorcze, normy subiektywne oraz postrzegana kontrola zachowania.

Od stosunkowo niedawna część badaczy skupia swoją uwagę na wyjaśnieniu roli kompetencji emocjonalnych jako podgrupy kompetencji behawioralnych w kształtowaniu intencji przedsiębiorczych studentów (Fernández-Pérez, Montes-Merino, Rodríguez-Ariza, Galicia, 2019). Kompetencje te rozumiane są zazwyczaj jako wzajemnie powiązane ze sobą zestawy zachowań, które jednostki wykorzystują do rozpoznawania i zarządzania własnymi emocjami oraz innych osób (Fernández-Pérez i in., 2019).

Kompetencje emocjonalne możemy najczęściej podzielić na dwie grupy: kompetencje personalne, które określają stopień, w jaki radzimy sobie sami ze sobą, oraz kompetencje społeczne, które określają stopień współdziałania z innymi. O ile do tych pierwszych zaliczana jest samoświadomość, samoregulacja oraz motywacja, to wśród kompetencji społecznych wyróżnia się empatię oraz umiejętności społeczne.

Argyle (2002) kompetencję społeczną definiuje jako posiadanie niezbędnych umiejętności do tego, by wywrzeć oczekiwany wpływ na innych ludzi w sytuacjach społecznych. Wiszejko-Wierzbicka (2012) zwraca z kolei uwagę na istotne znaczenie wśród kompetencji społecznych, takich czynników jak przywództwo (obejmujące m.in. kierowanie działaniem innych, planowanie oraz inspirowanie, wywieranie wpływu czy wyzwalamie w innych energii do działania), współpraca, rozwiązywanie konfliktów oraz asertywność. Natomiast, jak zauważają Fagoulis i Phillips (2011), umiejętności społeczne nie są łatwe do zdefiniowania, gdyż są różnie interpretowane, lecz

najczęściej podkreślany jest ich efekt, jakim jest uzyskanie wpływu na zachowania innych osób. Według Golemana (1998) to przede wszystkim umiejętność wzbudzania u innych pożądanych reakcji, Argyle (2002) określa je natomiast jako wzorce zachowań społecznych, dzięki którym jednostki są zdolne do wywierania wpływu na inne osoby.

Wśród kompetencji społecznych można przytoczyć wiele badań ukazujących także pozytywny wpływ empatii na intencje przedsiębiorcze (np. Goleman, 1998; Forster, Grichnik, 2013; Bacq, Alt, 2018; Younis i in., 2020). Junttila (2010) podkreśla przedsiębiorczy wymiar kompetencji społecznych, wskazując, że kompetencje społeczne to przede wszystkim skuteczne osiąganie i utrzymywanie pozytywnych wyników społecznych poprzez organizowanie własnych zasobów osobistych i środowiskowych. Miłaszewicz (2015) wskazuje na ekonomiczny wymiar funkcjonalności kompetencji społecznych, podkreślając ich niezbędność z punktu widzenia sprawnego funkcjonowania społeczeństwa i gospodarki poprzez umożliwienie zaistnienia właściwych interakcji społecznych i ułatwianie współpracy wewnątrz- i międzygrupowej. Z kolei Ozgur, Mustafa i Hakan (2017) uważają, że umiejętności społeczne mogą być źródłem wyższych intencji przedsiębiorczych.

Przytoczona analiza krytyczna literatury przedmiotu sugeruje istnienie pozytywnego wpływu kompetencji społecznych na intencje przedsiębiorcze. Aby potwierdzić niniejszą zależność, przeprowadziliśmy badania ankietowe wśród studentów Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie.

WYNIKI ANALIZY NAUKOWEJ

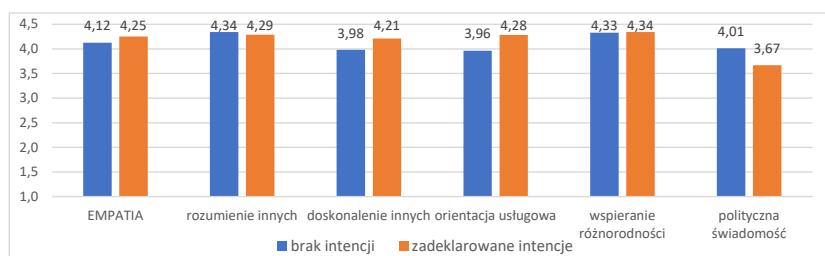
W przeprowadzonym badaniu udział wzięło 209 respondentów, w tym 96 mężczyzn i 113 kobiet, którzy poprzez kwestionariusz ankietowy udzielili odpowiedzi na pytania skonstruowane w przeważającej większości za pomocą pięciostopniowej skali Likerta (Joshi, Kale, Chandel, Pal, 2015).

Zaskakujące jest, że aż ponad 61% osób biorących udział w naszym badaniu przyznało, iż rozważa w niedalekiej przyszłości prowadzenie działalności gospodarczej, co może świadczyć o wysokim

poziomie intencji przedsiębiorczych wśród studentów Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. 43% ankietowych zadeklarowało, że wspomnianą działalność chciałoby prowadzić także na rynkach zagranicznych².

Na podstawie otrzymanych wyników można zaobserwować, iż osoby zgłaszające chęć założenia w przyszłości działalności gospodarczej deklarowały zasadniczo większy poziom empatii, co było widoczne szczególnie w dwóch subkategoriach: doskonalenie innych oraz orientacja usługowa (wykres 1). Jednakże otrzymana różnica w całej kategorii może zostać uznana za nieznaczną, a wyniki w pozostałych subkategoriach składowych nie wykazały istnienia dodatkowej zależności pomiędzy nimi a wyrażaniem intencji przedsiębiorczych.

Wykres 1. Empatia a deklarowane intencje przedsiębiorcze – wyniki badań

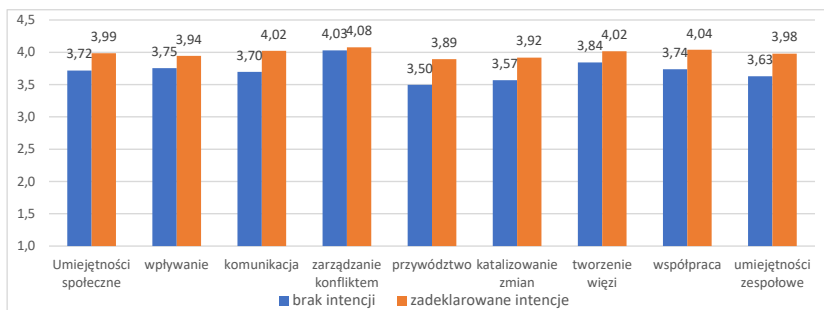


Zdecydowanie bardziej zauważalna zależność istnieje w przypadku drugiej z kategorii składających się na kompetencje społeczne, a mianowicie umiejętności społecznych (wykres 2). W tym przypadku zarówno otrzymany wynik sumaryczny dla całej kategorii, jak i rozkład odpowiedzi w poszczególnych subkategoriach jednoznacznie wskazują, że osoby deklarujące intencje przedsiębiorcze, w swojej ocenie (opieramy się na autoocenie badanych osób) jawią się jako osoby o większym

2 Ten wysoki odsetek deklaracji dotyczących prowadzenia działalności gospodarczej zdaniem autorów należy traktować jako raczej wyraz luźnych marzeń i aspiracji studentów, które w zderzeniu z rzeczywistością zawodową nie znajdą bezpośredniego odzwierciedlenia w liczbie założonych przedsięwzięć biznesowych. Kluczowym zagadnieniem w tej sferze pozostaje odpowiedź na pytanie, dlaczego te deklarowane intencje nie znajdują realizacji, jednakże ten ważny problem nie jest przedmiotem niniejszych rozważań i zostanie podjęty przez autorów w kolejnej publikacji.

stopniu rozwoju poszczególnych umiejętności społecznych. Bardzo widoczne jest to m.in. w przypadku deklarowanych cech przywódczych, pragnienia do bycia katalizatorem działań i zmian oraz umiejętności współpracy z innymi i pracy zespołowej. Otrzymane rezultaty potwierdzają badania prowadzone w latach wcześniejszych (m.in. przez Goleman, 1998, Bacq, Alt, 2018; Younis i in., 2020).

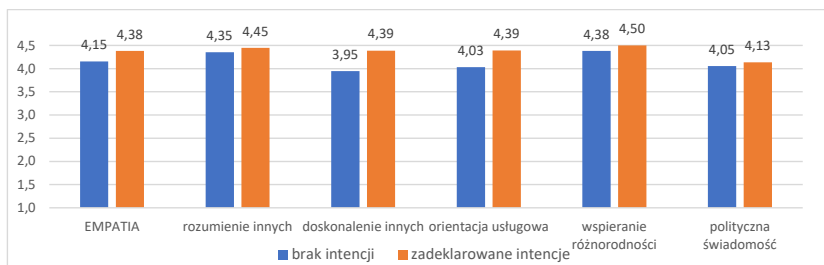
Wykres 2. Umiejętności społeczne a intencje przedsiębiorcze – wyniki badań



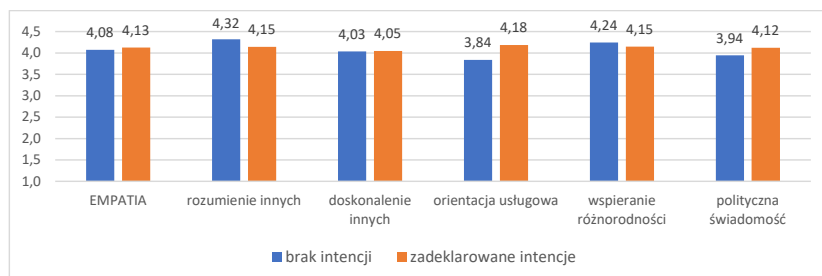
Autorzy postanowili także przyjrzeć się rozkładowi odpowiedzi wśród badanych respondentów z uwzględnieniem kryterium płci.

Analizując odpowiedzi dotyczące składowych elementów empatii, bardziej widoczna zależność między nimi a intencjami przedsiębiorczymi występuje wśród kobiet (wykres 3), niż wśród mężczyzn (wykres 4). Zdaniem autorów, zjawisko to można wytłumaczyć potwierdzonym w wielu badaniach (m.in. Osman, 2011; Kaźmierczak, 2013; Kamas, L., Preston, A., 2020; Löffler, C.S., Greitemeyer, 2021) wyższym poziomem empatii wśród kobiet niż u mężczyzn, co może wpływać na uzyskane w tym przypadku wyniki.

Wykres 3. Empatia a intencje przedsiębiorcze – wyniki badań wśród kobiet

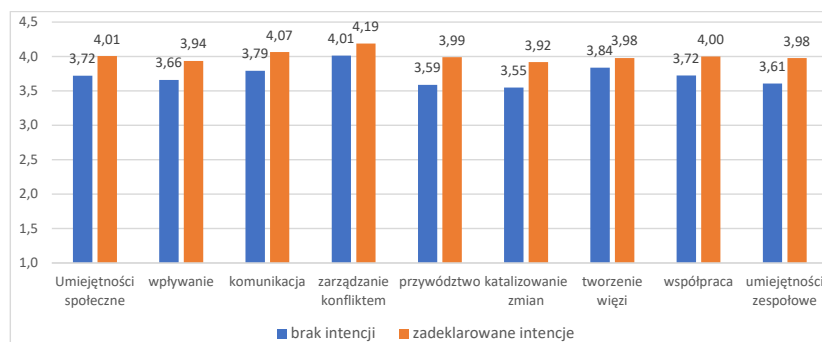


Wykres 4. Empatia a intencje przedsiębiorcze – wyniki badań wśród mężczyzn

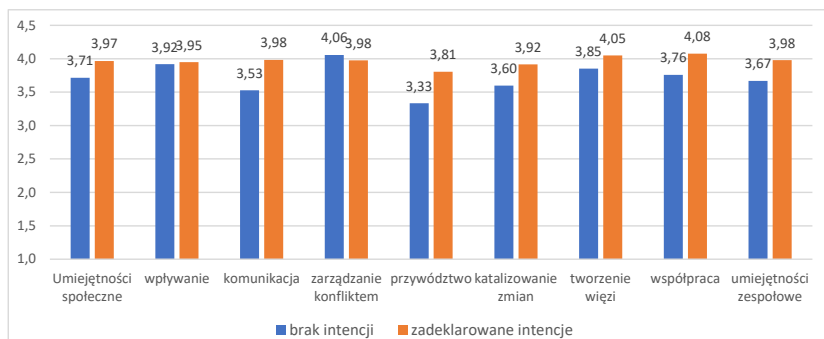


Natomiast analiza wyników w kategorii umiejętności społeczne, zdaniem autorów, nie dowodzi istnienia istotnych różnic pomiędzy obiema płciami pod względem omawianego zagadnienia. Zarówno w przypadku kobiet, jak i mężczyzn widoczna jest dodatnia zależność pomiędzy poszczególnymi subkategoriami a intencjami przedsiębiorczymi (wykresy 5 i 6).

Wykres 5. Umiejętności społeczne a intencje przedsiębiorcze – wyniki badań wśród kobiet



Wykres 6. Umiejętności społeczne a intencje przedsiębiorcze – wyniki badań wśród mężczyzn



WNIOSKI I REKOMENDACJE

Wyniki przeprowadzonych badań potwierdzają wcześniej publikowane tezy o dodatniej zależności pomiędzy posiadanymi kompetencjami społecznymi a rozwojem intencji przedsiębiorczych. W ramach tych kompetencji autorzy dostrzegają przede wszystkim silne znaczenie subkategorii umiejętności społeczne, w tym m.in. takich, jak: wpływanie na innych, przywództwo, katalizowanie zmian czy współpraca w ramach zespołu ludzkiego. Dlatego rozwój przedsiębiorczości powinien być bezsprzecznie wspierany przez stymulację tych cech w trakcie procesu edukacyjnego i kształtowania kompetencji społecznych u młodych osób.

Problem ten jest szczególnie istotny, biorąc pod uwagę specyfikę współczesnego świata i relacji społecznych, zwłaszcza zdeformowanych przez pandemię COVID-19. XXI wiek to okres rozwoju Internetu, technologii cyfrowych, wirtualizacji kontaktów społecznych, co zdaniem autorów negatywnie wpływa na jakość i poziom tych relacji, a tym samym na kształtowanie się kompetencji społecznych. Pandemia spotęgowała jeszcze ten problem, przenosząc do wirtualnego świata życie towarzyskie, zawodowe oraz edukację. Siła negatywnego wpływu tej sytuacji na rozwój kompetencji społecznych będzie zapewne przedmiotem wielu badań w najbliższych latach, jednakże na dziś samo istnienie tej negatywnej zależności nie powinno budzić wątpliwości.

Dlatego zadaniem społeczno-edukacyjnym na postpandemiczny czas będzie odbudowa i rozwój kompetencji społecznych, co będzie miało pozytywny wpływ także na rozwój przedsiębiorczości. Należy pamiętać, że „pomysł na biznes” pojawia się w umyśle jednostki, jednakże szansa jego udanej realizacji jest zależna od umiejętności współdziałania w środowisku społecznym.

BIBLIOGRAFIA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. DOI: [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T).
- Argyle, M. (2002). *Psychologia stosunków międzyludzkich*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Baartman, L.K.J., Bruijn, E. de. (2011). Integrating knowledge, skills and attitudes: Conceptualising learning processes towards vocational competence. *Educational Research Review*, 6(2), 125–134. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.edurev.2011.03.001>.
- Bacq, S., Alt, E. (2018). Feeling capable and valued: A prosocial perspective on the link between empathy and social entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 33(3), 333–350. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2018.01.004>.
- Barba-Sánchez, V., Atienza-Sahuquillo, C. (2018). Entrepreneurial intention among engineering students: The role of entrepreneurship education. *European Research on Management and Business Economics*, 24(1), 53–61. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.iemeen.2017.04.001>.
- Boyatzis, R.E. (2009). Competencies as a behavioral approach to emotional intelligence. *Journal of Management Development*, 28(9), 749–770. DOI: <https://doi.org/10.1108/02621710910987647>.
- Doanh, D.C., Bernat, T. (2019). Entrepreneurial self-efficacy and intention among vietnamese students: a meta-analytic path analysis based on the theory of planned behavior. *Procedia Computer Science*, 159, 2447–2460. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.09.420>.
- Fagoulis, I., Phillips, N. (2011). Social Skills for Successful Career Development. *Review of European Studies*, 3(1), 85–93. DOI: <https://doi.org/10.5539/res.v3n1p85>.
- Fernández-Pérez, V., Montes-Merino, A., Rodríguez-Ariza, L., Galicia, P.E.A. (2019). Emotional competencies and cognitive antecedents in shaping student’s entrepreneurial intention: the moderating role of entrepreneurship education. *International Entrepreneurship and*

- Management Journal*, 15(1), 281–305. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11365-017-0438-7>.
- Forster, F., Grichnik, D. (2013). Social Entrepreneurial Intention Formation of Corporate Volunteers. *Journal of Social Entrepreneurship*, 4(2), 153–181. DOI: <https://doi.org/10.1080/19420676.2013.777358>.
- Frese, M., Gielnik, M.M. (2014). The Psychology of Entrepreneurship. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 1(1), 413–438. DOI: <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-031413-091326>.
- Goleman, D. (1998). *Working with emotional intelligence*. New York: Bantam Books.
- Hayton, J.C., Kelley, D.J. (2006). A competency-based framework for promoting corporate entrepreneurship. *Human Resource Management*, 45(3), 407–427. DOI: <https://doi.org/10.1002/hrm.20118>.
- Hayton, J.C., McEvoy, G.M. (2006). Guest editors' note. *Human Resource Management*, 45(3), 291–294. DOI: <https://doi.org/10.1002/hrm.20127>.
- Junttila, N. (2010). Social competence and loneliness during the school years—Issues in assessment, interrelations and intergenerational transmission. Pobrano z <http://urn.fi/URN:ISBN:978-951-29-4226-8>
- Kamas, L., Preston, A. (2020). *Empathy, Gender, and Prosocial Behavior*. Pobrano z (PDF) *Empathy, Gender, and Prosocial Behavior* (researchgate.net)
- Kaźmierczak, M. (2013). Postrzegana empatia partnera jako predyktor satysfakcji ze związku romantycznego. *Psychologia Społeczna*, 4(27), 435–447.
- Löffler, C.S., Greitemeyer, T. (2021). Are women the more empathetic gender? The effects of gender role expectations. *Current Psychology*, 1–12. DOI: 10.1007/s12144-020-01260-8
- MacLean, P., Scott, B. (2011). Competencies for learning design: A review of the literature and a proposed framework. *British Journal of Educational Technology*, 42(4), 557–572. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1467-8535.2010.01090.x>.
- Miłaszewicz, D. (2015). Kompetencje społeczne polskich i litewskich studentów – analiza porównawcza. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 401. DOI: 10.15611/pn.2015.401.27
- Muller, P., Mattes, A., Klitou, D., Lonkeu, O.-K., Ramada, P., Aranda Ruiz, F., Devnani, S., Farrenkopf, J., Makowska, A., Mankovska, N., Robin, N., Steigertahl, L. (2018). *Annual report on European SMEs 2017/2018: SMEs growing beyond borders*. Luxembourg: Publications Office of the European Union. <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/a435b6ed-e888-11e8-b690-01aa75ed71a1/language-en>

- Nowiński, W., Haddoud, M.Y., Lančarič, D., Egerová, D., Czeglédi, C. (2019). The impact of entrepreneurship education, entrepreneurial self-efficacy and gender on entrepreneurial intentions of university students in the Visegrad countries. *Studies in Higher Education*, 44(2), 361–379. DOI: <https://doi.org/10.1080/03075079.2017.1365359>.
- Osman, S. (2011). Predicting Rape Empathy Based on Victim, Perpetrator, and Participant Gender, and History of Sexual Aggression. *Sex Roles*, 64(7/8), 506–515.
- Ozgur, D., Mustafa, K., Hakan, O.A. (2017). The Influence of Personality Traits on Entrepreneurial Intention. *International Journal of Management and Sustainability*, 6(2), 33–46. DOI: <https://doi.org/10.18488/journal.11.2017.62.33.46>.
- Padilla-Meléndez, A., Fernández-Gámez, M.A., Molina-Gómez, J. (2014). Feeling the risks: effects of the development of emotional competences with outdoor training on the entrepreneurial intent of university students. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10(4), 861–884. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11365-014-0310-y>.
- Pauceanu, A., Alpenidze, O., Edu, T., Zaharia, R. (2019). What Determinants Influence Students to Start Their Own Business? Empirical Evidence from United Arab Emirates Universities. *Sustainability*, 11(1), 92. DOI: <https://doi.org/10.3390/su11010092>.
- Peng, Z., Lu, G., Kang, H. (2012). Entrepreneurial Intentions and Its Influencing Factors: A Survey of the University Students in Xi'an China. *Creative Education*, 03(08), 95–100. DOI: <https://doi.org/10.4236/ce.2012.38B021>.
- Rice, K. (2016). *The Impact of Gender on Empathy*. Biddeford, Portland: Univeristy of New England. https://www.une.edu/sites/default/files/Rice%2C%20Kaitlin_Capstone_The%20Impact%20of%20Gender%20on%20Empathy.pdf
- Sánchez, J.C. (2011). University training for entrepreneurial competencies: Its impact on intention of venture creation. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2), 239–254. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11365-010-0156-x>.
- Stamboulis, Y., Barlas, A. (2014). Entrepreneurship education impact on student attitudes. *The International Journal of Management Education*, 12(3), 365–373. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2014.07.001>.
- Wach, K. (2014). Europeanisation of Entrepreneurship Education in Europe – Looking Back and Looking Forward. *Horyzonty Wychowania*, 13(26), 11–31. <https://horyzonty.ignatianum.edu.pl/HW/article/view/56>
- Wach, K., Głodowska, A. (2019). The Role of University in the Development of Entrepreneurial Intentions of Younger Generations: Selected

Models. W M. Pietrzykowski (red.), *Fostering Entrepreneurial and Sales Competencies in Higher Education* (s. 47–65). Bogucki Wydawnictwo Naukowe. DOI: <https://doi.org/10.12657/9788379862801-4>.

Wiszejko-Wierzbicka D. (2012). *Kompetencje społeczne – rozpoznanie i rozwój*. <http://projektmlodziej.pl/dokumenty-do-pobrania>

Younis, A., Xiaobao, P., Nadeem, M.A., Kanwal, S., Pitafi, A.H., Qiong, G., Yuzhen, D. (2020). Impact of positivity and empathy on social entrepreneurial intention: The moderating role of perceived social support. *Journal of Public Affairs*, 1–15. DOI: <https://doi.org/10.1002/pa.2124>.

Zhao, H., Seibert, S.E., Hills, G.E. (2005). The Mediating Role of Self-Efficacy in the Development of Entrepreneurial Intentions. *The Journal of applied psychology*, 90(6), 1265–1272. DOI: <https://doi.org/10.1037/0021-9010.90.6.1265>.

Copyright and License



This article is published under the terms of the Creative Commons Attribution – NoDerivs (CC BY- ND 4.0) License <http://creativecommons.org/licenses/by-nd/4.0/>