

Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey 13'

Raport Krajowy, Polska



Dr Lewandowska Adrianna, Tylczyński Łukasz
Instytut Biznesu Rodzinnego

Poznań 2014

Specjalne podziękowania dla firmy Business Discovery - sponsora projektu w Polsce, bez którego nie udałooby przeprowadzić badania na tak dużą skalę.



Patroni projektu:



*Miasto know-how

THINKTANK



WIELKOPOLSKA
PLATFORMA
INNOWACYJNA



Partnerem międzynarodowym badania jest E&Y



Autorzy:

Lider Merytoryczny:
dr Adrianna Lewandowska, MBA
Ekspert ds. strategii i sukcesji firm rodzinnych



Wykładowca i praktyk biznesu. Właściciel Business Discovery (www.bd7.pl), Założyciel Instytutu Biznesu Rodzinnego (www.ibrpolska.pl), Lider Merytoryczny Projektu sukcesyjnego Kody Wartości – efektywna sukcesja w Polskich Firmach Rodzinnych. (www.kodywartosci.pl) Doradza w zakresie strategii i rozwoju biznesu rodzinnego, tworzenia efektywnych modeli biznesowych, pracuje jako coach biznesowy. Członek Międzynarodowej Sieci Doradców Strategicznych w Berlinie, członek Zarządu Internationaler Controller Verein e.V. w Monachium, doktor nauk ekonomicznych, absolwentka elitarnej szkoły biznesu ESCP E.A.P. w Berlinie (Paris, Madryt, Oxford, Berlin), zagranicznego programu MBA. Stypendystka Uniwersytetu St. Gallen w Center for Family Business oraz Uniwersytetu Wiedeńskiego w Institut für Familien-unternehmen. Członek międzynarodowej organizacji IFERA (International Family Enterprise Research Academy) zrzeszającej badaczy i przedsiębiorstwa rodzinne z całego świata.



Koordinator GUESSS w Polsce:
Łukasz Tylczyński
Ekspert ds. badań i rozwoju Instytutu Biznesu Rodzinnego

Absolwent Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu oraz Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu. Ekspert ds. projektów innowacyjnych w firmie Business Discovery (www.bd7.pl). Specjalista ds. organizacji projektu „Kody wartości – efektywna sukcesja w polskich firmach rodzinnych” współfinansowanego z Europejskiego Funduszu Społecznego i realizowanego pod nadzorem Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości (www.kodywartosci.pl), odpowiedzialny za kontakty z przedsiębiorcami rodzinnymi. Główny koordynator pierwszej polskiej edycji badania GUESSS (Global University Entrepreneurial Spirit Students’ Survey). Realizator badania sukcesyjnego FACTS (www.ibrpolska.pl/facts.html). Współorganizator Międzynarodowego Kongresu Firm Rodzinnych (www.kongresfirmrodzinnych.pl) . Autor i współautor artykułów z zakresu logistyki i przedsiębiorczości rodzinnej.



Instytut Biznesu Rodzinnego
Family Business Institute
Zamek Cesarski w Poznaniu
ul. Aleksandra Fredry 7/1
61-709 Poznań, Poland
www.ibrpolska.pl

Na podstawie projektu GUESSS, w partnerstwie z KPMG, powstał również inny raport dedykowany stricte dzieciom z firm rodzinnych:

Lewandowska A., Tylczyński Ł., [*Barometr sukcesyjny. Prognozowane ścieżki karier dzieci z firm rodzinnych*](#), Wyd. Instytut Biznesu Rodzinnego & KPMG, Poznań 2014

Realizatorzy projektu GUESSS na świecie

No.	Kraj	Jednostka	Realizatorzy
1	Argentyna (ARG)	IAE Business School	Prof. Silvia Carbonell Aranzazu Echezarreta
2	Australia (AUS)	Curtin University of Technology	Prof. Paul Weber Louis Geneste
3	Austria (AUT)	Johannes Kepler University Linz	Prof. Dr. Norbert Kailer Birgit Wimmer-Wurm
4	Belgia (BEL)	Vlerick Leuven Gent Management School	Prof. Dr. Hans Crijns Karen de Visch
5	Brazylia (BRA)	UNINOVE - Universidade Nove de Julho	Prof. Edmilson Lima
6	Kanada (CAN)	Concordia University, Montreal	Prof. Alexandra Dawson
7	Kolumbia (COL)	Universidad de Medellin	Prof. Claudia Alvarez
8	Dania (DEN)	University of Southern Denmark	Prof. Britta Boyd Prof. Kristian Philipsen
9	Anglia (ENG)	Kingston University, Kingston	Prof. Robert Blackburn Arif Attar
10	Estonia (EST)	Tallinn University of Technology	Prof. Urve Venesaar
11	Finlandia (FIN)	Laappeenranta University of Technology	Prof. Asko Miettinen Sampo Kokkonen
12	Francja (FRA)	EM Lyon Business School	Prof. Dr. Alain Fayolle Emeran Nziali
13	Niemcy (GER)	University of St. Gallen	Dr. Heiko Bergmann
14	Grecja (GRE)	University of Western Macedonia	Prof. Katerina Sarri
15	Węgry (HUN)	Budapest Business School	Dr. Szilveszter Farkas
16	Izrael (ISR)	Jerusalem College of Technology	Prof. Brian Polin
17	Włochy (ITA)	University of Bergamo	Prof. Tommaso Minola Giovanna Campopiano
18	Japonia (JAP)	Senshu University	Prof. Tomoyo Kazumi
19	Lichtenstein (LIE)	University of Liechtenstein	Prof. Dr. Urs Baldegger Simon Zäch
20	Luksemburg (LUX)	Institut Universitaire International Luxembourg	Prof. Pol Wagner Frédéric Ternes
21	Malezja (MAL)	Universiti Malaysia Kelantan	Prof. Raja Suzana Kasim
22	Meksyk (MEX)	EGADE Business School, Tecnológico de Monterrey	Prof. Juan Arriaga
23	Holandia (NED)	Erasmus University, Rotterdam	Prof. Roy Thurik Dr. Ingrid Verheul Sofia Karali
24	Nigeria (NIG)	Adekunle Ajasin University	Prof. Tomola Obamuyi
25	Polska (POL)	Instytut Biznesu Rodzinnego	dr Adrianna Lewandowska Łukasz Tylczyński
26	Portugalia (POR)	Technical University of Lisbon Instituto Superior Tecnico	Prof. Joao Leitao Prof. Rui Miguel Amaral
27	Rumunia (ROM)	University of Bucharest	Dr. Lilian Ciachir
28	Rosja (RUS)	St.Petersburg State University Graduate School of Management	Prof. Galina Shirokova Tatyana Tsukanova
29	Szkocja (SCO)	University of Strathclyde, Glasgow	Dr. Erik Monsen
30	Singapur (SIN)	National University of Singapore	Prof. Poh Kam Wong Low Pei Chin
31	Słowenia (SLO)	GEA College of Entrepreneurship	Prof. Jaka Vadnjal Predrag Ljubotina
32	Hiszpania (ESP)	ESADE	Prof. Joan Batista Prof. Ricard Serlavos Maika Valencia
33	Szwajcaria (SUI)	University of St.Gallen HEG Fribourg	Dr. Philipp Sieger Prof. Rico Baldegger
34	USA	Kennesaw State University (KSU) University of Vermont (UVM)	Prof. Torsten Pieper Prof. Pramodita Sharma

Spis treści

WSTĘP	6
STRESZCZENIE	8
WPROWADZENIE	12
PRÓBA	18
STUDIA	19
UCZELNIA.....	23
KARIERA	26
STUDENT VS PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ	28
PLANOWANIE ZAŁOŻENIA WŁASNEJ FIRMY.....	33
STUDENCI KTÓRZY JUŻ PROWADZĄ SWOJĄ FIRME.....	38

WSTĘP

Badania nad źródłami, uwarunkowaniami i efektami przedsiębiorczości trwają nieprzerwanie od kilku stuleci. Mamy na tym polu wiele osiągnięć skonkretyzowanych w postaci różnych podejść, modeli teoretycznych i wyników niezliczonych badań prowadzonych na gruncie psychologii, socjologii, ekonomii, czy nauk o zarządzaniu¹.

Na tej podstawie traktujemy przedsiębiorczość jako siłę sprawczą inkubacji i rozwoju organizacji², źródło innowacji i kreatywnych rozwiązań³, a także istotny stymulator wzrostu gospodarczego⁴. Łączymy ją blisko z funkcjonowaniem małych i średnich przedsiębiorstw⁵, w których pełni rolę istotnego czynnika przewagi konkurencyjnej⁶, jednak również doceniamy jej znaczenie w dużych korporacjach o rozproszonej własności⁷. Proponujemy różnorodne metody kreacji i rozwoju przedsiębiorczych inicjatyw⁸, szukając jednocześnie nowych obszarów jej wykorzystania poprzez wyznaczanie takich kierunków jak: przedsiębiorczość akademicka, technologiczna, intelektualna, ekologiczna czy internetowa⁹.

W trakcie dyskusji na temat istoty, procesu i warunków rozwoju współczesnej przedsiębiorczości¹⁰ nie możemy jednak zapominać, że jej najważniejszym źródłem są ludzie młodzi. To ich wyobraźnia, ciekawość, dążenie do zmian, odwaga i gotowość do podejmowania ryzyka wyznaczać będą ramy zachowań osób przedsiębiorczych w przyszłości. Już dzisiaj stają oni przed wieloma wyzwaniem zwanymi z rozwojem swoich umiejętności i wykorzystaniem potencjału wynikającego z ich aspiracji, celów życiowych oraz doświadczeń wyniesionych z domu rodzinnego i społeczności lokalnej w działaniach przedsiębiorczych.

Tym właśnie zagadnieniom poświęcone jest badanie GUESSS, którego celem jest odkrywanie i pielęgnowanie ducha przedsiębiorczości wśród studentów. Jego zakres obejmuje najbardziej newralgiczne czynniki kształtujące przedsiębiorczość ludzi młodych. Źródeł jej rozwoju należy bowiem poszukiwać przede wszystkim we własnych motywacjach, profilu psychologicznym i wpływie czynników socjologicznych. Dużego znaczenia nabierają tu relacje z rodziną, lokalna kultura przedsiębiorczości, a

¹ R.F. Hébert, A.N. Link, *A History of Entrepreneurship*, Routledge, Abingdon 2009; M. Casson, *Entrepreneurship: Theory, Networks, History*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham 2010.

² S.A. Alvarez, J.B. Barney, *The Entrepreneurial Theory of the Firm*, "Journal of Management Studies", vol. 44, nr 7/2007, s.

³ S.A. Alvarez, J.B. Barney, *The Entrepreneurial Theory of the Firm*, "Journal of Management Studies", vol. 44, nr 7/2007, s. 1057–1063; A. Francik, *Innowacje jako źródło przedsiębiorczości*, [w:] Targalski J., Francik A. (red.), *Przedsiębiorczość i zarządzanie firmą. Teoria i praktyka*, C.H. Beck, Warszawa 2009, s. 89-90.

⁴ E. Shaw, A. O'Loughlin, E. McFadzean, *Corporate Entrepreneurship and Innovation Part 2: a Role- and Process-Based Approach*, "European Journal of Innovation Management", vol. 8 nr 4/2005, s. 393-408.

⁵ P. Dominiak, *Sektor MSP we współczesnej gospodarce*, PWN, Warszawa 2005, s. 84-90; E. Stam, A. von Stel, *Types of Entrepreneurship and Economic Growth*, [w:] Szirmai A., Naudé W., Goedhuys M. (red.), *Entrepreneurship, Innovation, and Economic Development*, Oxford University Press, Oxford 2011, s. 78-95.

⁶ T. Piecuch, *Funkcjonowanie małych i średnich przedsiębiorstw w gospodarce*, [w:] Matejun M. (red.), *Wyzwania i perspektywy zarządzania w małych i średnich przedsiębiorstwach*, C.H. Beck, Warszawa 2010, s. 28-29.

⁷ J.W. Ong, H. Bin Ismail, G.G. Gan Goh, *The Competitive Advantage of Small and Medium Enterprises (SMEs): The Role of Entrepreneurship and Luck*, "Journal of Small Business & Entrepreneurship", vol. 23, nr 3/2010, s. 373-391.

⁸ S.W. Kunkel, *Toward a Typology of Entrepreneurial Activities*, "Academy of Entrepreneurship Journal", vol. 7, nr 1/2001, s. 75-90.

⁹ D.F. Kuratko, *Entrepreneurship: Theory, Process, and Practice*, Cengage Learning, Mason 2013.

¹⁰ K. Kochel, *Od przedsiębiorczości akademickiej do przedsiębiorczości internetowej*, [w:] Flaszewska S., Lachiewicz S., Nowicki M. (red.), *Spoleczne i organizacyjne czynniki rozwoju przedsiębiorczości*, Wydawnictwo PŁ, Łódź 2013, s. 56-65.

¹¹ K. Safin, *Przedsiębiorczość, przedsiębiorca, mała firma - zagadnienia podstawowe*, [w:] Safin K. (red.), *Zarządzanie małym i średnim przedsiębiorstwem*, Wydawnictwo AE im. O. Langego we Wrocławiu, Wrocław 2008, s. 11-30.

także inspiracje wyniesione ze środowiska akademickiego. Kształtują one umiejętności rozwijania sieci kontaktów, identyfikacji i tworzenia nisz rynkowych oraz wykorzystywania okazji i pozytywnego potencjału otoczenia¹¹ w podejmowanych działaniach przedsiębiorczych. Kompozycja tych czynników wpływa ostatecznie na skłonność do podejmowania własnej działalności gospodarczej oraz na przygotowanie i gotowość do sukcesji w firmach rodzinnych. Szczególnym atutem jest międzynarodowy charakter badań, który pozwoli ocenić wpływ czynników społeczno-gospodarczych oraz kulturowych na kształtowanie się przedsiębiorczości ludzi młodych.

Dla mnie - jako naukowca - możliwość udziału w projekcie GUESSS to nobilitacja i powód do dumy. Badanie zostało przeprowadzone bowiem w naszym kraju po raz pierwszy. Jestem dumny z olbrzymiego zaangażowania polskich studentów i koordynatorów badań, co świadczy zarówno o ich przedsiębiorczości, jak również o świadomości znaczenia podjętego tematu dla rozwoju Polski i Unii Europejskiej.

Udział w tym projekcie traktuję także jako zobowiązanie. Zobowiązanie do kontynuacji badań, wnikliwej interpretacji i prezentacji wyników oraz do ich upowszechniania zgodnie z najlepszymi standardami publikowania opracowań naukowych. To także zobowiązanie do rozwoju dydaktyki akademickiej i kształtowania środowiska społeczno-gospodarczego w sposób zapewniający optymalne warunki do rozwoju przedsiębiorczości wśród ludzi młodych.

dr inż. Marek Matejun
Katedra Zarządzania, Politechnika Łódzka

¹¹ M. Kurowska, M. Matejun, K. Szymańska, *Zewnętrzne uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości technologicznej*, [w:] S. Lachiewicz, M. Matejun, A. Walecka (red.), *Przedsiębiorczość technologiczna w małych i średnich firmach*, Wydawnictwo WNT, Warszawa 2013, s. 56.

Streszczenie

Autorem badania jest zespół z Center For Family Business Uniwersytetu w St. Gallen ze Szwajcarii. Projekt przeprowadzany jest na skalę międzynarodową poprzez ankietę on-line skierowaną do studentów różnych kierunków jak i stopni studiów.

W 2013 roku Polska po raz pierwszy wzięła udział w GUESS (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey 2013). Stało się tak za sprawą Instytutu Biznesu Rodzinnego w Poznaniu, którego eksperci ds. przedsiębiorczości rodzinnej zainteresowali się tematyką badania, a w szczególności wątkami związanymi z firmami rodzinnymi, a także możliwością odniesienia wyników badań do skali międzynarodowej.

Realizacja GUESS nie mogłaby się odbyć bez wsparcia finansowego z zewnątrz. W ten oto sposób jako Partner badania włączyła się firma Business Discovery, gdyż jako firma która na co dzień wspiera przedsiębiorców rodzinnych, uznała za celowe, by powiększyć wiedzę w zakresie przedsiębiorczego nastawienia dzieci z firm rodzinnych.

Samo badanie diagnozuje predyspozycje do przedsiębiorczości wśród studentów w oparciu m.in. o teorię planowych zachowań Ajzena.

Projekt przeprowadzony został równolegle w 34 krajach na całym świecie, gdzie w ramach ankiety on-line przebadano próbę ponad 109 000 studentów i absolwentów, co stanowi dotychczasowy rekord.

Duży udział w osiągnięciu tego wyniku miała również Polska. W gronie 37 rodzimych uczelni uczestniczących w projekcie GUESS przebadano 11860 studentów. Osiągnięty w naszym kraju, to najlepszy wynik w całej Europie oraz drugi na świecie i stanowi ponad 10% wszystkich przebadanych uczestników projektu.

Przebadanie tak pokaźnej próby studentów na całym świecie pozwoliło dokonać wielu ciekawych spostrzeżeń i obserwacji dotyczących m.in. planowanej ścieżki kariery studentów, zarówno zaraz po zakończeniu studiów oraz 5 lat od ich ukończenia. Sprawdzone zostały m.in. również przedsięwzięte kroki studentów w kierunku założenia i prowadzenia własnej działalności gospodarczej. Do najważniejszych interpretacji pochodzących z kontekstu międzynarodowego należą:

Tabela 1. Planowana ścieżka kariery zaraz po ukończeniu studiów

	Pracownik	Właściciel	Sukcesor	Inne/Jeszcze nie wiem
SUI	86	2	1	11
LIE	84	9	4	3
GER	84	3	0	13
AUT	85	3	1	12
FRA	86	4	1	9
BEL	83	4	2	11

FIN	85	6	1	9
HUN	83	6	2	9
AUS	86	6	2	5
SIN	66	3	1	31
MEX	74	16	7	3
EST	81	8	2	10
LUX	82	3	3	12
GRE	77	7	5	11
POR	78	8	0	15
NED	80	5	1	14
ENG	79	7	1	12
ROM	84	6	1	10
RUS	75	9	4	11
NGR	71	29	0	0
JPN	82	1	1	16
ARG	64	25	5	6
BRA	85	8	2	5
CAN	86	5	2	7
COL	79	12	3	5
DEN	83	3	1	14
ISR	85	2	1	12
ITA	81	5	3	11
POL	68	17	2	12
SCO	75	2	1	23
SLO	79	4	2	15
ESP	80	6	2	13
MYS	83	6	4	7
USA	76	8	2	14

Tabela 2. Planowana ścieżka kariery zaraz po zakończeniu studiów – kontekst międzynarodowy

Zaraz po ukończeniu studiów chcą być:	Ilość	Procent	Procent skumulowany
Pracownikiem w małej firmie (1-49 pracowników)	18546	17,0	17,0
Pracownikiem w średniej firmie (50-249 pracowników)	22587	20,7	37,7
Pracownikiem w dużej firmie (250 i więcej pracowników)	23988	22,0	59,7
Pracownikiem w organizacji non-profit	3527	3,2	63,0
Pracownikiem na uczelni (akademicka ścieżka kariery)	6968	6,4	69,4
Pracownikiem w usługach użyteczności publicznej	11167	10,2	79,6
Właścicielem (założycielem własnej firmy)	7161	6,6	86,2
sukcesorem w firmie moich rodziców	1447	1,3	87,5
sukcesorem w firmie nie prowadzonej przez moich rodziców	473	,4	87,9
Inne / Jeszcze nie wiem	13162	12,1	100,0
Razem	109026	100,0	

Tabela 3. Planowana ścieżka kariery 5 lat po ukończeniu studiów

	Pracownik	Właściciel	Sukcesor	Inne/Jeszcze nie wiem
SUI	60	18	4	18
LIE	41	41	7	11
GER	61	18	3	18
AUT	58	18	4	19
FRA	52	28	6	15
BEL	48	33	5	13
FIN	59	25	3	14
HUN	47	35	4	14
AUS	48	35	8	9
SIN	52	25	4	19
MEX	18	67	11	5
EST	44	36	5	15
LUX	50	29	3	18
GRE	55	27	7	11
POR	42	36	3	19
NED	53	27	3	17
ENG	50	33	4	13
ROM	50	33	3	14
RUS	28	53	5	14
NGR	71	14	0	14
JPN	63	10	3	24
ARG	17	63	5	14
BRA	55	34	5	6
CAN	44	35	8	12
COL	30	56	5	9
DEN	69	15	1	14
ISR	59	22	2	17
ITA	42	35	7	16
POL	43	40	3	14
SCO	58	16	4	22
SLO	53	28	3	15
ESP	52	32	3	12
MYS	47	36	10	6
USA	56	27	4	14
INT	51	31	4	14

Tabela 4. Planowana ścieżka kariery 5 lat po ukończeniu studiów – kontekst międzynarodowy

5 lat po studiach chcę być	Ilość	Procent	Procent skumulowany
Pracownikiem w małej firmie (1-49 pracowników)	4290	3,9	3,9
Pracownikiem w średniej firmie (50-249 pracowników)	8559	7,9	11,8
Pracownikiem w dużej firmie (250 i więcej pracowników)	20696	19,0	30,8
Pracownikiem w organizacji non-profit	3114	2,9	33,6
Pracownikiem na uczelni (akademicka ścieżka kariery)	7376	6,8	40,4
Pracownikiem w usługach użyteczności publicznej	11095	10,2	50,6
Właścicielem (założycielem własnej firmy)	33437	30,7	81,2
sukcesorem w firmie moich rodziców	2140	2,0	83,2
sukcesorem w firmie nie prowadzonej przez moich rodziców	2551	2,3	85,5
Inne/ Jeszcze nie wiem	15766	14,5	100,0
Razem	109024	100,0	

Tabela 5. Czy planujesz założyć swoją firmę – czy podjąłeś już jakiegokolwiek kroki?

Kontekst międzynarodowy

vs

POLSKA

	Ilość	Procent
Tak	16429	15,1
Nie	92597	84,9
Razem	109026	100,0

	Ilość	Procent
Tak	3234	27
Nie	8628	73
Razem	11860	100,0

Tabela 6. Czy prowadzisz już swoją firmę?

Kontekst międzynarodowy

vs

POLSKA

	Ilość	Procent
Tak	6016	5,5
Nie	103010	94,5
Razem	109026	100,0

	Ilość	Procent
Tak	434	4
Nie	11426	96
Razem	11860	100,0

Wprowadzenie

Kontekst badania

Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey (2013) to projekt badawczy diagnozujący predyspozycje do przedsiębiorczości wśród studentów. Celem projektu jest zebranie oraz przeanalizowanie informacji na temat predyspozycji do przedsiębiorczości studentów w różnych krajach. GUESSS pochodzi ze Szwajcarii, gdzie zaprojektowany został przez zespół ekspertów Centrum Biznesu Rodzinnego z Uniwersytetu w St.Gallen. Badanie przeprowadzane było wcześniej w latach 2003, 2004, 2006, 2008, 2011 i ma być docelowo przeprowadzane cyklicznie co 2 lata. Większość zebranych danych pochodzi z Europy lub Brazylii, gdzie przebadanych zostało najwięcej studentów. Niniejsza edycja badania jest wyjątkowa pod dwoma względami: pobity został rekord frekwencji, wynoszący do tej pory 93000 studentów, a także do grona uczestników badania włączona została także Polska, której uczestnictwo koordynuje Instytut Biznesu Rodzinnego.

Trzy główne założenia badawcze projektu:

- Predyspozycje do przedsiębiorczości – GUESSS bada systematycznie predyspozycje do przedsiębiorczości studentów oraz związaną z tym działalnością akademicką;
- Warunki i kontekst – GUESSS zbiera informacje na temat wpływu zewnętrznych oraz wewnętrznych czynników i motywów na predyspozycje do przedsiębiorczości oraz aktywność akademicką studentów;
- Konkretna wiedza dla uczelni – GUESSS dostarcza informację zwrotną wszystkim uczelniom uczestniczącym w projekcie od ich własnych studentów. Wiedza ta dotyczy m.in. takich obszarów z zakresu przedsiębiorczości jak: oceny formy kształcenia, oceny infrastruktury, oceny stworzonych przez uczelnię warunków sprzyjających założeniu własnej działalności itp.

Aby skonfrontować predyspozycje do przedsiębiorczości polskich studentów z wynikami osiągniętymi w pozostałych krajach należy zapoznać się z treścią GUESSS International Report 2013 – która dostępna będzie na międzynarodowej stronie internetowej badania: <http://www.guesssurvey.org>

Badanie GUESSS stwarza następujące korzyści dedykowane odpowiednio:

Uczelniom – dając im możliwość lepszego zrozumienia motywacji, predyspozycji do przedsiębiorczości czy postrzegania pułapek i trudności własnych studentów. Uczelnie mogą wykorzystać te informacji w celu ewaluacji swojej oferty pod konkretne potrzeby ich studentów. Dodatkowo dzięki badaniu GUESSS stworzona zostaje możliwość porównania oceny oferty konkretnej uczelni z resztą kraju, czy nawet świata.

Studentom – dając im możliwość wypowiedzenia się w treści badania na ważne dla nich tematy i zagadnienia związane z przedsiębiorczością, a także skorzystania z usprawnień jakie dzięki ich opinii wprowadzą w życie uczelnie.

Politykom – którzy mogą wykorzystać otrzymane w badaniu GUESSS informacje, w celu lepszego zrozumienia potrzeb, motywacji oraz barier, które zniechęcają lub wstrzymują studentów przed założeniem własnej działalności. Wiedza uzyskana w trakcie czytania tego raportu może przyczynić się do stworzenia lepszych warunków i ustaw, które promują przedsiębiorczość wśród młodych ludzi .

Naukowcom – którzy mogą wykorzystać zawarte w badaniu GUESSS założenia w celu sprawdzenia lub ulepszenia własnych teoretycznych modeli badawczych.

Właścicielom Firm Rodzinnych – by lepiej rozumieli potrzeby swoich przedsiębiorczych dzieci

Kontekst i cel badania

Podstawą teoretyczną na którym oparte jest całe badanie GUESSS jest Teoria Planowego Zachowania (Ajzen, 2002; Fishbein & Ajzen, 1975), natomiast głównym celem badania jest zweryfikowanie, które z czynników wpływają na predyspozycję do przedsiębiorczości studentów. W szczególności skupiając się na wpływie uczelni wyższych na rozwój postaw przedsiębiorczych wśród młodych ludzi, a także na promowaniu przez środowisko akademickie działań w zakresie otworzenia własnej działalności. Inne czynniki, mogące mieć wpływ na przedsiębiorczość studentów, które zostały zawarte w badaniu GUESSS to m.in.: indywidualne cechy charakteru, wyznawane wartości oraz podłoże rodzinne.



źródło: opracowanie własne na podstawie Sieger, P., U. Fueglisteller & T. Zellweger, (2011)

Studenci rozpoczynając naukę na uczelni posiadają konkretne, indywidualne uwarunkowania w kontekście przedsiębiorczości oparte na ich indywidualnych cechach charakteru, wyznawanych wartościach oraz na podłożu rodzinnym. Szkoła wyższa poprzez swoją specyfikę funkcjonowania, wymaga od studenta specyficznych zachowań, oczekiwań oraz przestrzegania odpowiednich norm, które przyczyniają się do kreowania konkretnej postawy studenta wobec przedsiębiorczości.

Poprzez oferowane programy studiów, zajęcia dodatkowe, organizowanie kół naukowych, warsztatów itp., uczelnia może posiadać znaczący wpływ na odpowiednie przygotowanie studenta z zakresu własnej predyspozycji do przedsiębiorczości.

Połączenie takich kompetencji jak przedsiębiorczość, postawy wobec zachowań, czy subiektywne normy, które odpowiednio ze sobą współdziałają, może przynieść wymierny efekt w postaci zwiększenia stopnia predyspozycji do przedsiębiorczości studentów.

Koordinacja projektu

Center for Family Business

Projekt na szczeblu międzynarodowym koordynuje
 Prof. Dr. Philipp Sieger ze szwajcarskiego
 Uniwersytetu w St.Gallen.














Koordinacji I edycji projektu GUESSS w Polsce podjął się Instytut Biznesu Rodzinnego w Poznaniu. W trakcie realizacji projektu, w okresie od października do końca grudnia 2013 r., kiedy aktywna była ankieta on-line i zbierane były wyniki z 36 uczelni w Polsce, udało się przebadać 11860 studentów. Specjalne podziękowania należą się koordynatorom akademickim badania oraz samym uczelniom, które wyraziły zgodę na udział swoich studentów.

Tabela 7. Kraje uczestniczące w projekcie GUESSS wraz z Polską

	Frekwencja	Procent
Razem:	109026	100,0
BRA	12561	11,5
POL	11860	10,9
GER	10570	9,7
ESP	10545	9,7
NED	9907	9,1
HUN	8844	8,1
ITA	7765	7,1
SUI	7419	6,8
SIN	6471	5,9
RUS	4578	4,2
AUT	4220	3,9
MYS	2452	2,2
EST	1391	1,3
ISR	1086	1,0
DEN	1027	,9
SLO	903	,8
JPN	890	,8
COL	801	,7
FIN	704	,6
ENG	654	,6
MEX	637	,6
CAN	509	,5
AUS	495	,5
GRE	435	,4
BEL	402	,4
FRA	332	,3
SCO	280	,3
ROM	277	,3
USA	245	,2
POR	213	,2
LIE	203	,2
ARG	190	,2
LUX	153	,1
NGR	7	,0

Partnerzy badania – uczelnie:

Nazwa uczelni	Logo	Koordynator projektu	Nazwa uczelni	Logo	Koordynator projektu
Akademia Leona Koźmińskiego w Warszawie		Magdalena Kuśmierz	Społeczna Akademia Nauk w Łodzi		dr Andrzej Marjański
Kaszubsko-Pomorska Szkoła Wyższa w Wejherowie		mgr Rafał Gierszewski	Szkoła Biznesu Politechniki Warszawskiej		mgr Agnieszka Barańska
Państwowa Wyższa Szkoła Informatyki i Przedsiębiorczości w Łomży		dr Krystyna Leszczewska	Szkoła Główna Handlowa w Warszawie		prof. dr hab. Krystyna Poznańska
Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Gnieźnie		dr inż. Ewa Więcek-Janka	Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach	 Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach	dr Monika Kulikowska
Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Nysie		dr inż. Danuta Seretna-Sałamaj	Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu		dr Alicja Hadryś-Nowak
Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Tarnowie		mgr Lucyna Krzemińska	Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu	 Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu	prof. dr hab. Krzysztof Safin
Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa we Wrocławiu	 PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA WE WROCŁAWIU	dr Waldemar Głabiszewski	Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu	 UAM	mgr Kozłowska mgr Małgorzata Marczak
Politechnika Częstochowska		dr Andrzej Brzeziński	Uniwersytet Łódzki	 UNIWERSYTET ŁÓDZKI	dr Agnieszka Kurczewska
Politechnika Gdańska	 POLITECHNIKA GDAŃSKA	dr inż. Alicja Sekuła	Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie	 UMCS	dr Iwona Mendryk
Politechnika Łódzka		dr inż. Marek Matejun	Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu	 UNIWERSYTAS NICOLAI COPERNICI TORUN	dr hab. Jerzy Boehlke
Politechnika Poznańska		dr inż. Ewa Więcej-Janka	Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny w Siedlcach	 UNIWERSYTET OPOLIENSIS UNIWERSYTET PRZYRODNICZO-HUMANISTYCZNY W SIEDLCACH	dr Anna Mijal dr Monika Jasińska

Nazwa uczelni	Logo	Koordynator projektu	Nazwa uczelni	Logo	Koordynator projektu
Uniwersytet Przyrodniczy w Lublinie		dr Anna Goliszek dr Katarzyna Domańska	Wyższa Szkoła Bankowa w Gdańsku		dr Marcin Kalinowski
Uniwersytet Przyrodniczy we Wrocławiu		dr Agnieszka Piasecka	Wyższa Szkoła Bankowa w Poznaniu		dr Roman Łosiński
Uniwersytet Szczeciński		dr Izabela Ostrowska	Wyższa Szkoła Bankowa we Wrocławiu		prof. dr hab. Krzysztof Safin
Uniwersytet Technologiczno-Humanistyczny w Radomiu		dr Ewa Markowska-Bzducha	Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie		mgr Elżbieta Szczepaniak
Uniwersytet Technologiczno-Przyrodniczy w Bydgoszczy	 Uniwersytet Technologiczno-Przyrodniczy im. Jana i Jędrzeja Śniadeckich w Bydgoszczy	dr inż. Anna Jakubczak	Wyższa Szkoła Menedżerska w Warszawie		mgr Radosław Dawidziuk
Uniwersytet Wrocławski		dr Jacek Pluta	Wyższa Szkoła Nauk Społecznych i Technicznych w Radomiu		dr Piotr Możyłowski
Uniwersytet Zielonogórski		prof. dr hab. Arkadiusz Świadek			

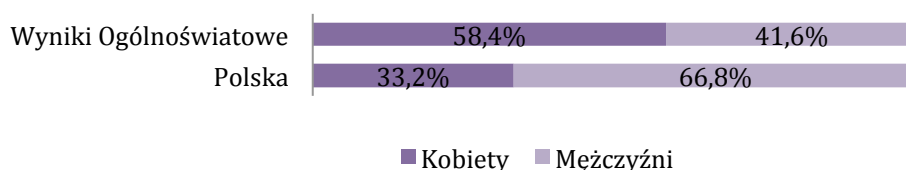
Próba

W I edycji Badania GUESSS w Polsce wzięło udział 11860 studentów z Polski, z czego 33,2% stanowiły kobiety a 66,8% mężczyźni. Stanowi to 10,9% ogólnoswiatowego badania w którym przebadano próbę 109026 studentów.

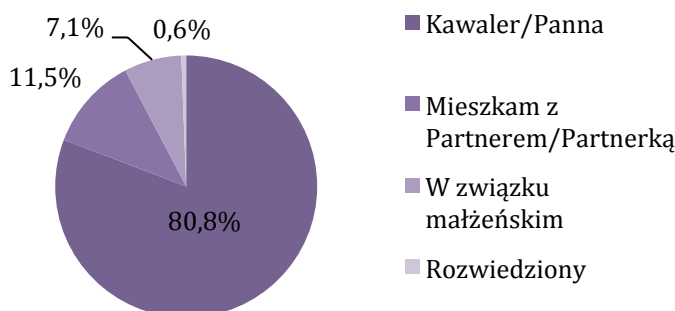
Średnia wieku uczestników badania GUESSS wynosiła ok. 22 lata, co stanowi ważny punkt odniesienia dla przyszłości polskiej przedsiębiorczości, dowodząc, że w badaniu udział brali ludzie młodzi, którzy, z racji podjęcia konkretnych kierunków studiów, teoretycznie posiadają już świadomość wyboru ścieżki własnej kariery w przyszłości.

Wykres 1. Płeć

W Polsce przebadano 3923 kobiety oraz 7905 mężczyzn.

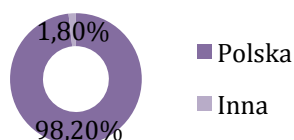


Wykres 2. Stan cywilny



Zdecydowana większość uczestników badania GUESSS posiada stan cywilny Kawalera lub Panny – 9557 osób, co stanowi 80,8% respondentów. 1357 ankietowanych studentów mieszka aktualnie ze swoim Partnerem/Partnerką (11,5%). Natomiast 7,1%, czyli 842 przebadanych jest już w związku małżeńskim, a 0,6%, czyli 75 osób jest rozwiedzionych.

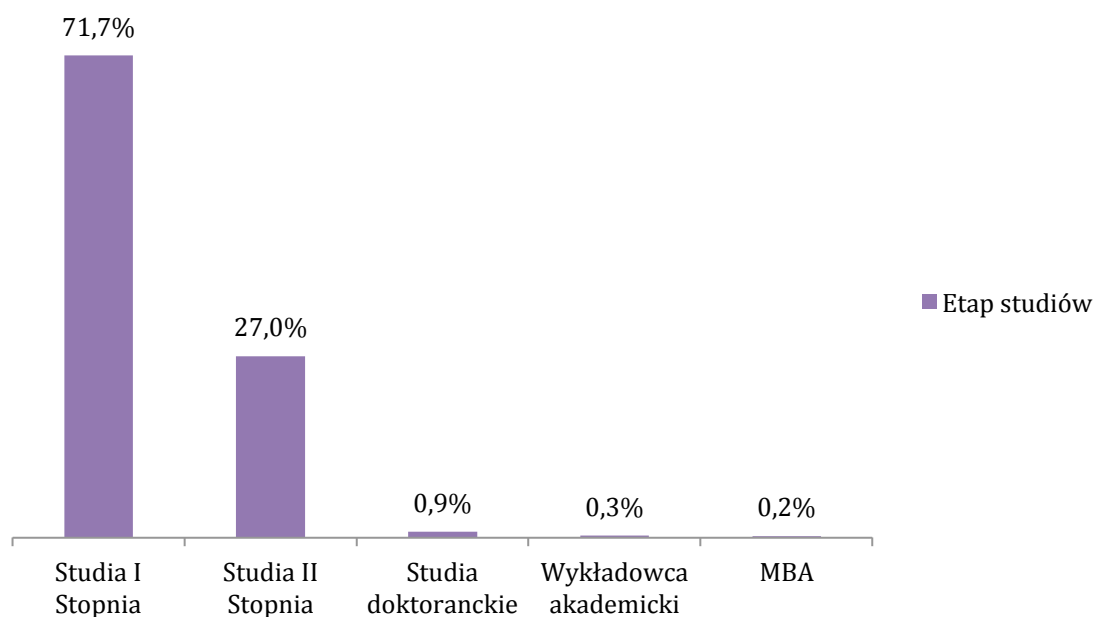
Wykres 3. Narodowość



Ponad 98% ankietowanych to Polacy (11024). Jest to wynik specyficzny dla Polski, gdyż w naszym kraju poza studentami przebywającymi na wymianie (Erasmus, stypendium naukowe itp.) nie ma zbyt wielu mniejszości narodowych, a większość społeczeństwa stanowią Polacy. Jednakże wśród ankietowanych znalazło się prawie 2% (200) respondentów nie będących obywatelami naszego kraju.

Studia

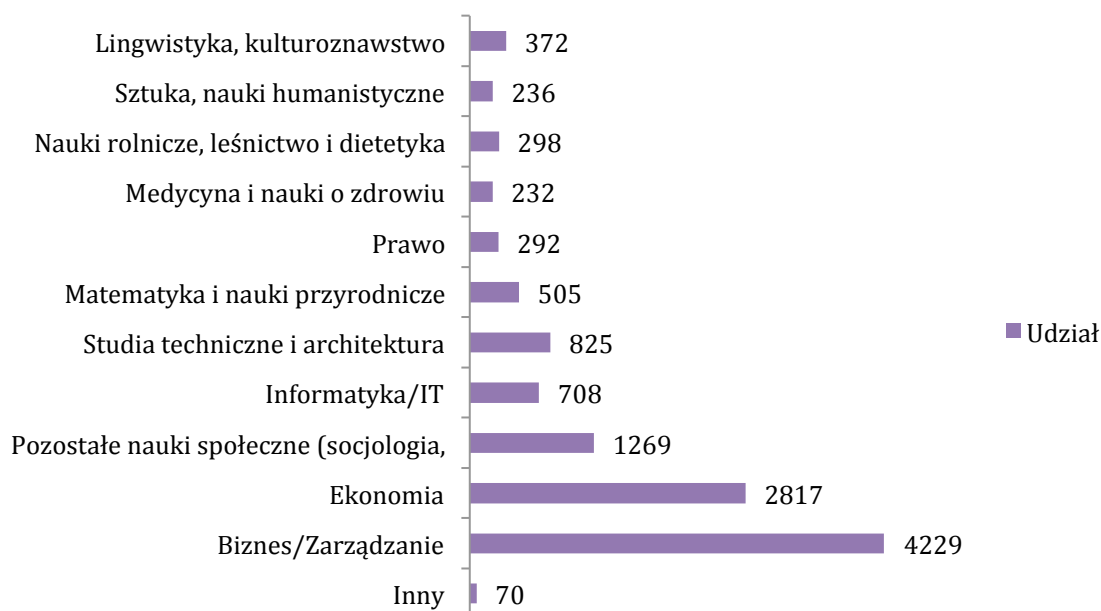
Wykres 4. Etap studiów



Znakomita większość studentów uczestniczących w badaniu GUESSS to studenci studiów licencjackich lub inżynierskich (Studia I stopnia), a ilość przebadanych studentów z tej grupy wynosi 8480 kobiet i mężczyzn. Ponad ¼ uczestników GUESSS, to natomiast studenci studiów magisterskich - studiów drugiego stopnia, a ich próba stanowiła 3189 przebadanych osób. Mniejsze odsetki to kolejno słuchacze studiów doktoranckich – 103 osoby, wykładowców akademickich – 37 osób oraz MBA – 21 studentów.

Wykres 5. Uczelnia

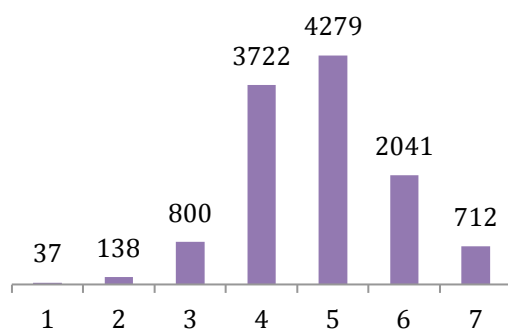

Wykres 6. Kierunki studiów



Do badania GUESSS przystąpiło prawie 12 000 studentów ze zdywersyfikowanego pod kątem kierunków, obszaru studiów. Wśród zdiagnozowanych profili edukacji, studenci dominowali wśród takich kierunków studiów jak: Biznes/Zarządzanie - 25,3 % respondentów, Ekonomia - 17,7%, Pozostałe nauki społeczne - 6,6% , Informatyka/IT - 5,7% studentów, Studia techniczne i architektura - 5,2% ankietowanych, Matematyka i nauki przyrodnicze 3,2%, Prawo - 2,3% , Medycyna i nauki o zdrowiu - 1,7%, Nauki rolnicze, leśnictwo i dietetyka - 1,7%, Sztuka, nauki humanistyczne - 1,7%, Lingwistyka i Kulturoznawstwo - 1,6%. Natomiast Inny kierunek niż powyższe studiuje 27,3% studentów.

Wykres 7. Wyniki w nauce

1- znacznie poniżej średniej, 7 - znacznie powyżej średniej

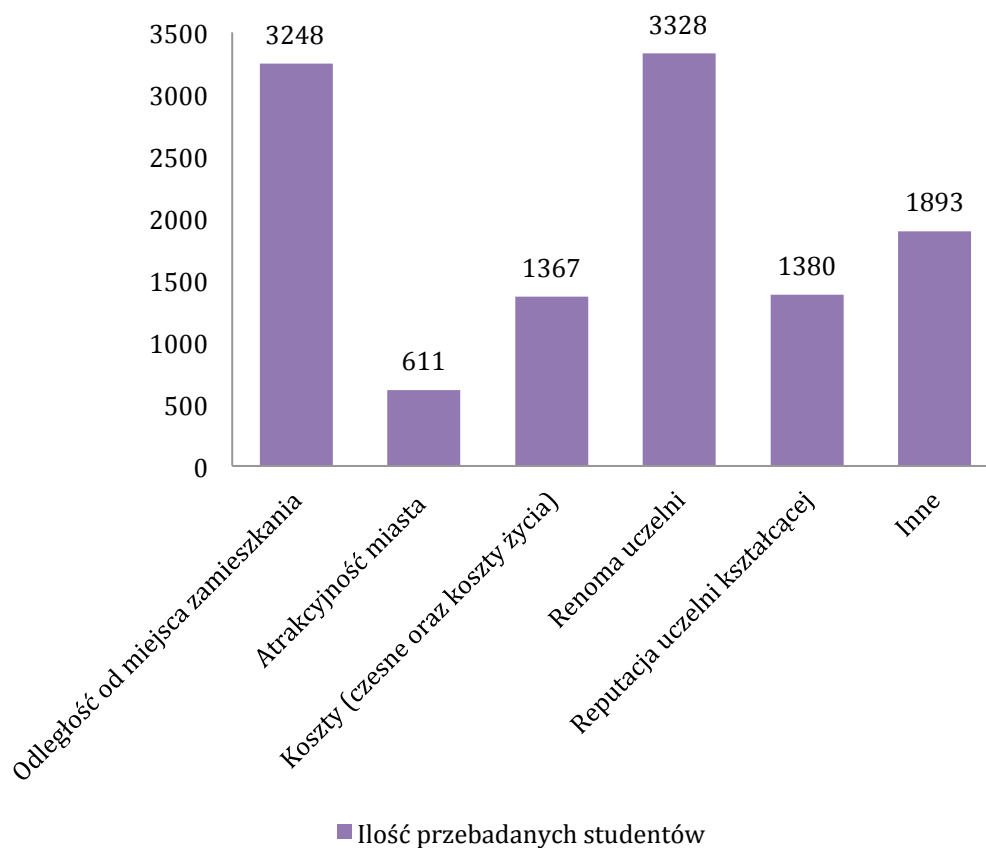


Wśród niemal 12000 respondentów badania GUESSS w Polsce 3722 z nich wskazało, że ich wyniki w nauce wynoszą tyle co średnia wyników uzyskiwanych przez ich rówieśników. 7032 przebadanych studentów wskazało, że ich wyniki wykraczają poza średnią uzyskiwaną przez innych studiujących na tych samych kierunkach, natomiast 712 z nich wskazało, że ich wyniki w nauce są znacznie powyżej średniej. Tylko 975 ankietowanych osiąga wyniki w nauce poniżej średniej, natomiast tylko 37 z nich

przyznało, że ich wyniki w nauce są znacznie poniżej średniej. Świadczy to o tym, że przebadani w projekcie GUESSS studenci, to osoby, które poważnie zaangażowane są w posiadanie wysokich kwalifikacji zawodowych po ukończeniu studiów wyższych, popartych dobrymi wynikami w nauce oraz chęcią zdiagnozowania swoich predyspozycji do przedsiębiorczości poprzez uczestnictwo w projektach takich jak GUESSS.

Uczelnia

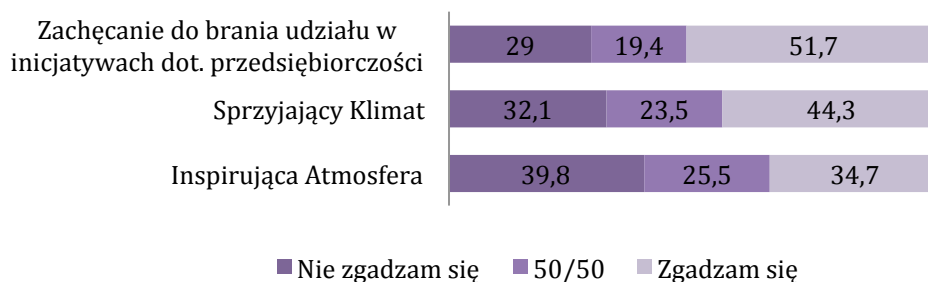
Wykres 8. Czym studenci kierowali się wybierając swoje studia?



Czym studenci kierowali się przy wyborze konkretnej uczelni wyższej przed rozpoczęciem swoich studiów?

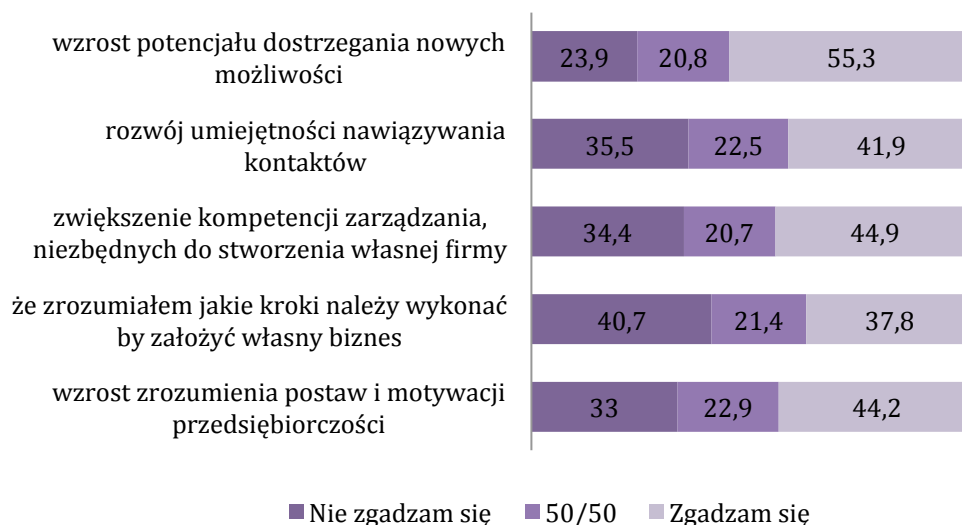
Jak wynika z analizy odpowiedzi, dominują głównie dwa typy wskazań studentów, tj. Renoma uczelni – ponad 28 % wskazań, a także odległość od miejsca zamieszkania z niewiele niższym wynikiem. Tak wysoki wynik dotyczący odległości uczelni od miejsca zamieszkania studenta najprawdopodobniej ma podłoże finansowe i ograniczył u ponad 25% ankietowanych obszar wyboru studiów do tych szkół wyższych położonych najbliżej miejsca ich zamieszkania.

Wykres 9. Środowisko akademickie – ocena

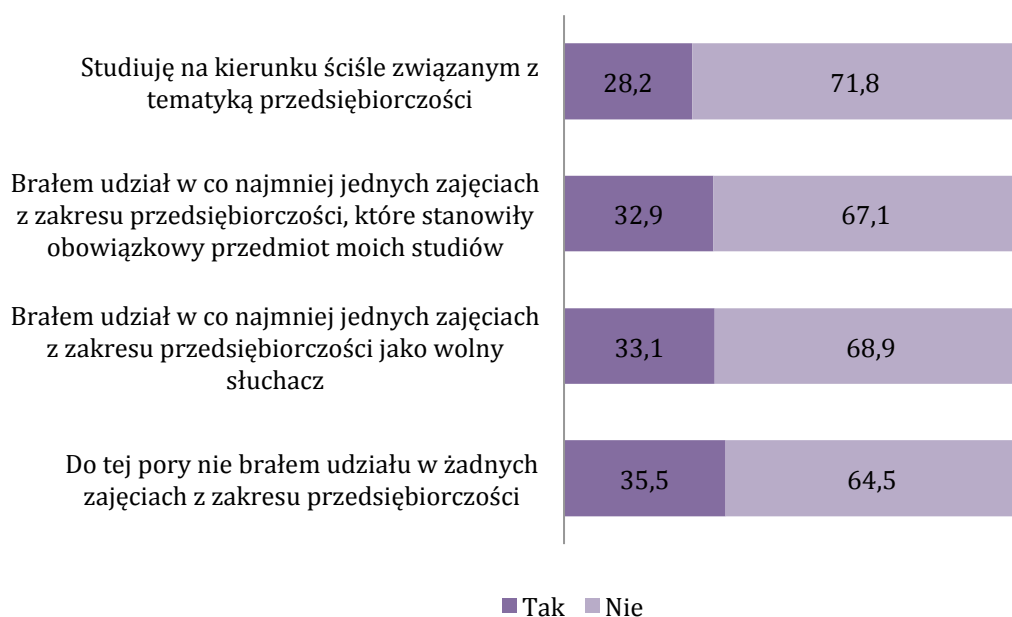


Dość sceptycznie przez studentów oceniona została atmosfera panująca na uczelni. Prawie 40% respondentów negatywnie oceniło atmosferę na uczelni jako nie-inspirującą do tworzenia nowych pomysłów na otwarcie biznesu. Trochę bardziej doceniony został klimat jaki stara się stworzyć środowisko akademickie dla rozwoju przedsiębiorczości, gdzie 44,3% studentów wskazało, że jest on sprzyjający. Dostrzeżony został również wysiłek uczelni w tworzeniu inicjatyw i przedsięwzięć zachęcających do rozwoju przedsiębiorczości - blisko 52% przebadanych oceniło te działania jako pozytywne.

Wykres 10. Nauka na uczelni spowodowała:



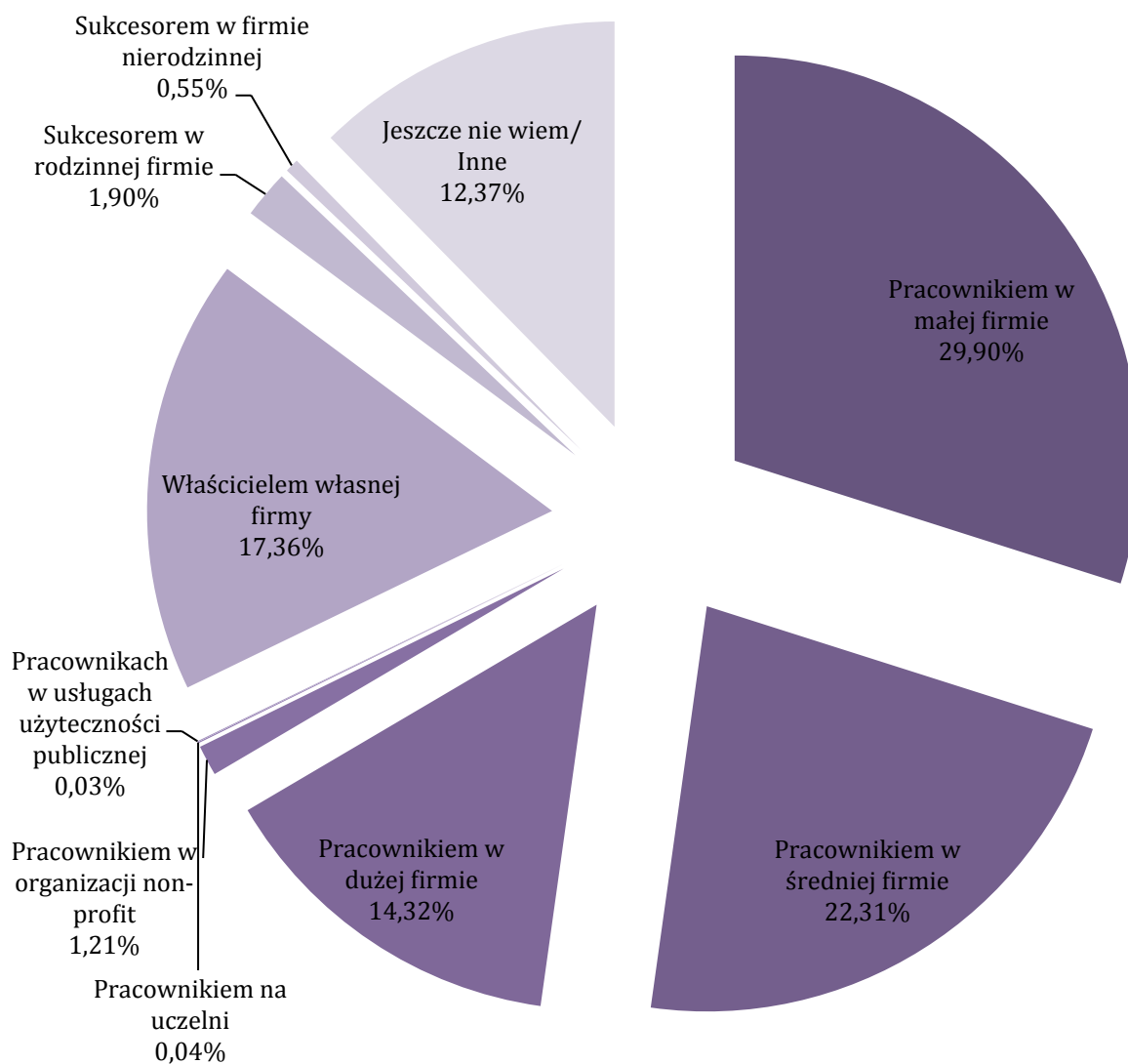
studenci odnieśli się również do przedmiotów i zajęć, na które uczęszczali w trakcie studiów, dokonując oceny nauki na uczelni. Najbardziej pozytywną informacją zwrotną dla uczelni, jest to, że zwiększony został potencjał dostrzegania nowych możliwości wśród studentów (55,3% odnotowało wzrost). Natomiast w sposób negatywny odnieśli się do działań uczelni wyższych w odniesieniu do zakresu zrozumienia zasad i postępowania, w myśl którego należy się kierować by założyć własny biznes. Blisko 41% respondentów odnotowało, że gdyby teraz mieli założyć własną działalność, nie wiedzieliby od czego zacząć i wedle jakich kroków postępować. Świadczy to o tym, że szkoły nie udzielają wystarczającego praktycznego wsparcia, jakie oczekują młodzi ludzie na studiach.

Wykres 11. student vs uczelnia

Badanie GUESSS wskazuje, że ponad 35% studentów nie korzystało z żadnych zajęć dotyczących obszaru przedsiębiorczości, natomiast prawie 33% studentów uczestniczyło w tego typu zajęciach, gdyż stanowiły one przedmiot obowiązkowy.

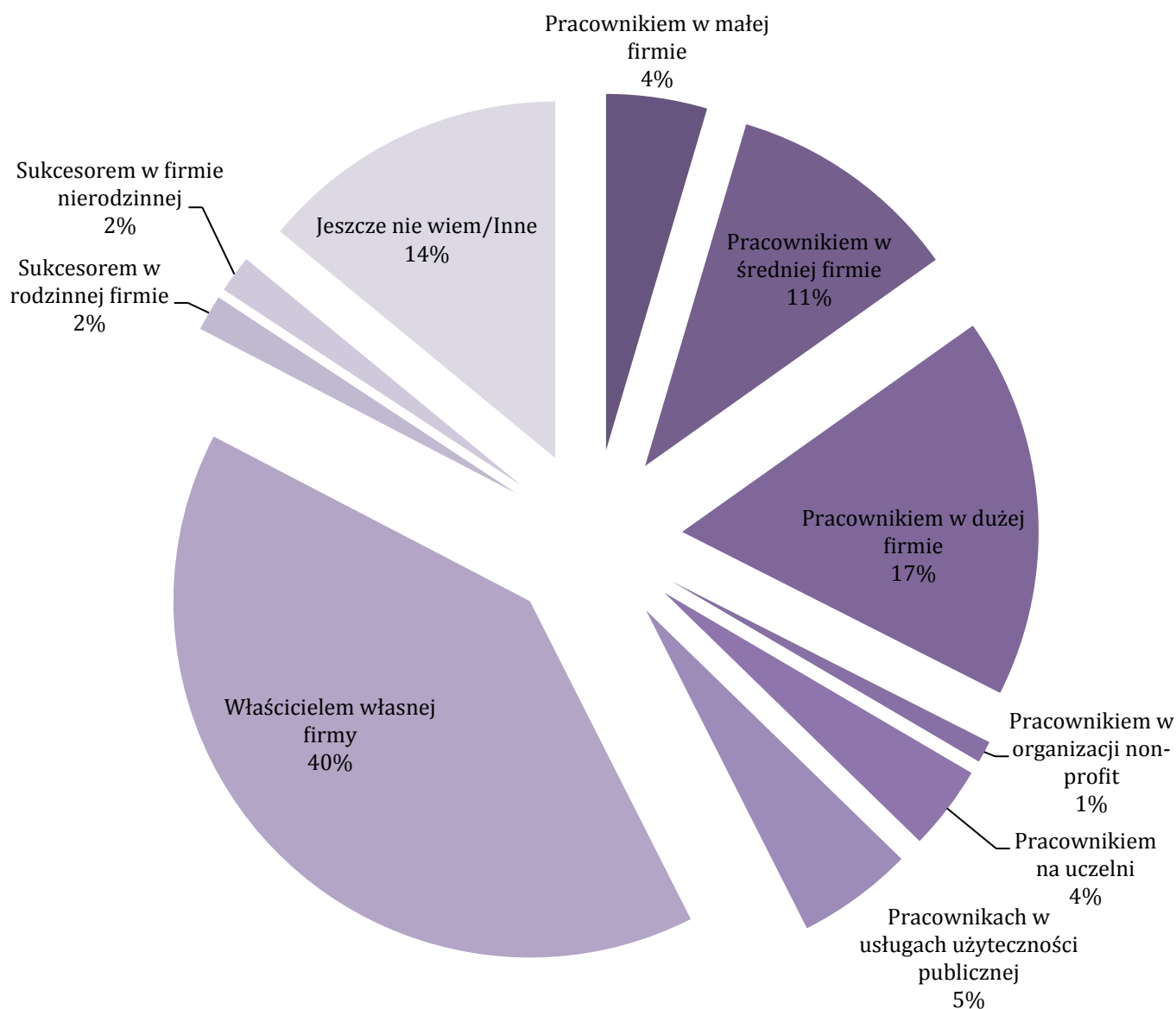
Kariera

Wykres 12. Ścieżka kariery zaraz po studiach



Zdecydowana większość studentów biorących udział w badaniu GUESSS, zaraz po zakończeniu studiów, najchętniej znalazłaby zatrudnienie w roli pracowników w sektorze MSP oraz dużych firm. Kolejną liczną grupą studentów stanowią właściciele własnej firmy, czyli Ci, którzy chcą założyć oraz pracować we własnym przedsiębiorstwie – 17,4%.

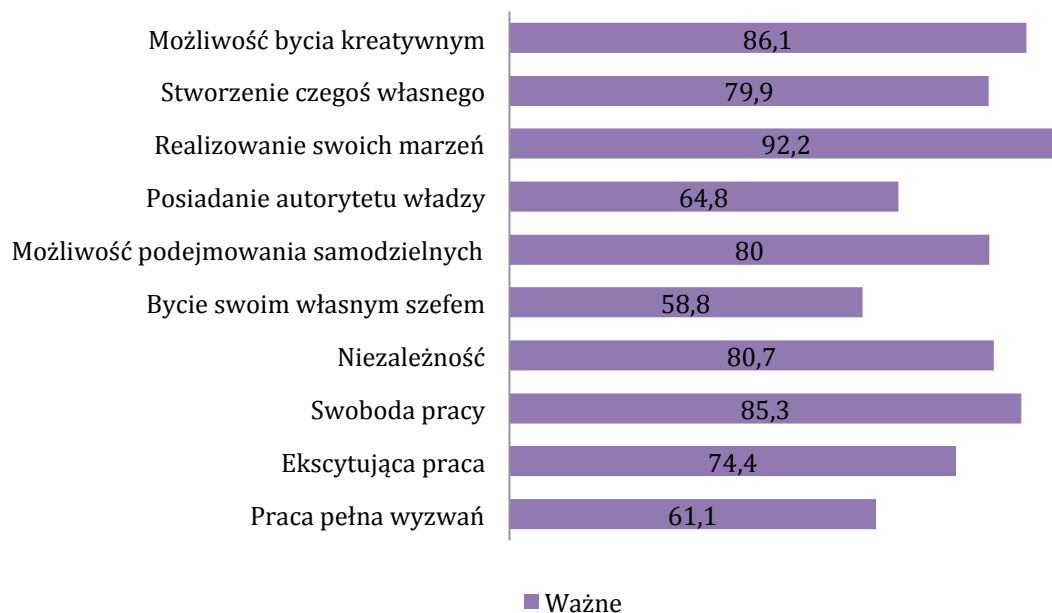
Wykres 13. Planowana ścieżka kariery po 5-ciu latach od zakończenia studiów:



Sytuacja nieco zmienia się, gdy studenci patrzą z perspektywy 5-ciu lat od zakończenia studiów. Najliczniejszą grupę stanowią tu właściciele swojej firmy, co oznaczałoby, że po zakończeniu studiów studenci wolą najpierw zdobyć doświadczenie w pracy najemnej, a dopiero później otwierać własne biznesy. Wzrasta również liczba osób chcących pracować w urzędach. Zaskakującą diagnoza przypada również na osoby, które są niezdecydowane co do przyszłej kariery zawodowej (14%), które jest jeszcze większe niż zaraz po ukończeniu studiów.. Świadczyć to może np. o przypadkowym wyborze kierunku studiów.

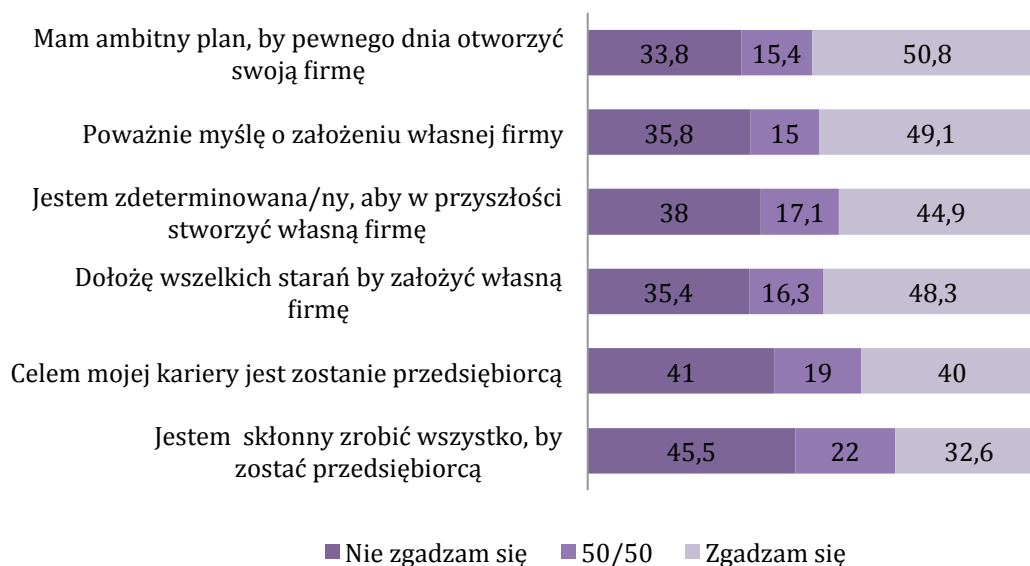
Student vs Przedsiębiorczość

Wykres 14. Czynniki motywujące do stworzenia własnej firmy

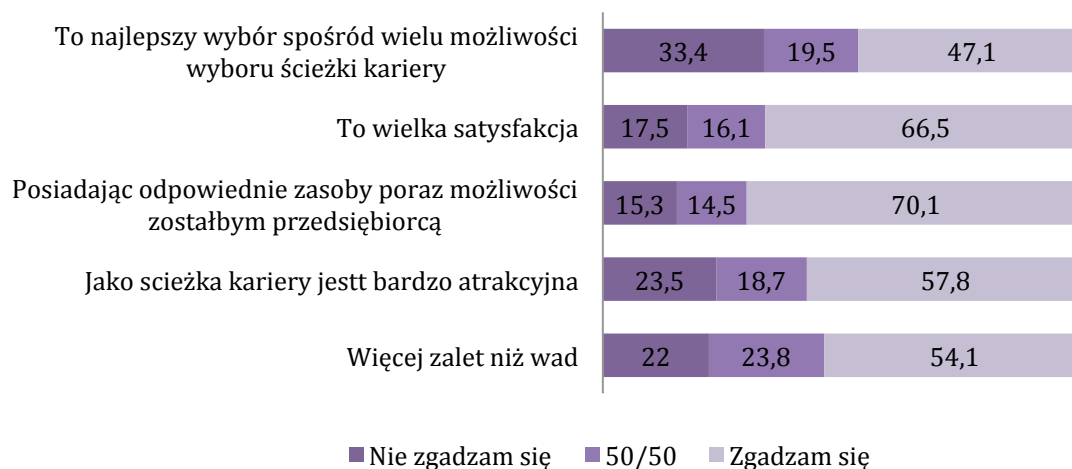


Wśród najważniejszych przemyśleń ogólnych dotyczących przedsiębiorczości studenci jako najważniejsze wybrali Realizowanie własnych marzeń (92,2), możliwość bycia kreatywnym (86,1), a także swobodę pracy 85,3%

Wykres 15. Ja vs przedsiębiorczość

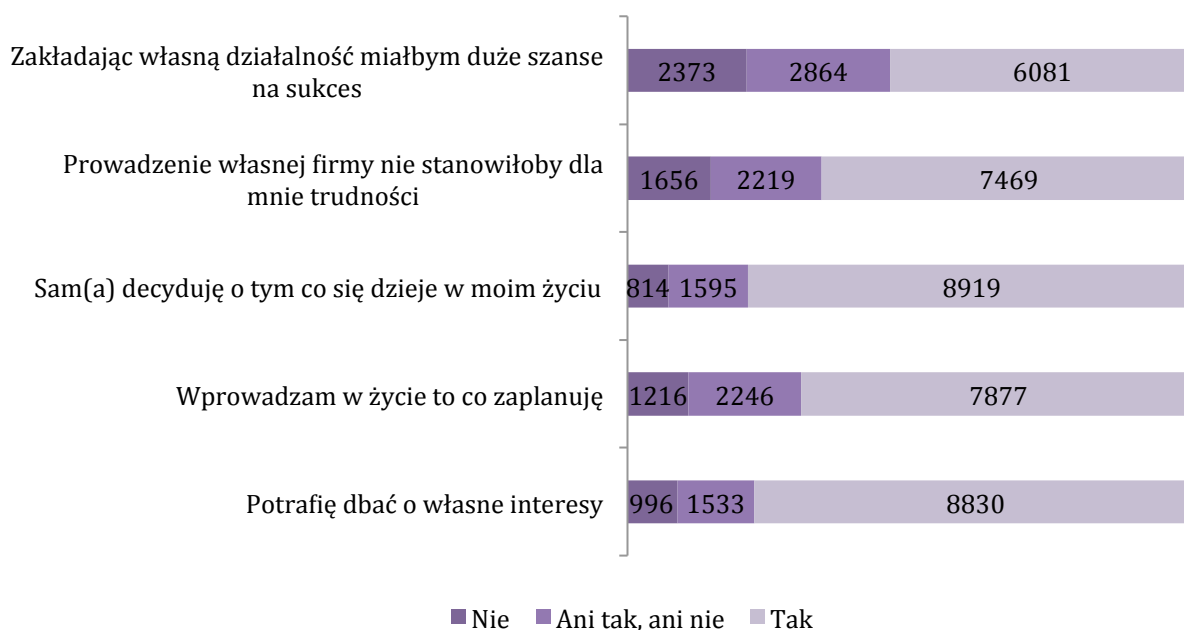


Wykres 16. Bycie przedsiębiorcą.



Studenci posiadając odpowiednie zasoby oraz możliwości najchętniej zostaliby przedsiębiorcami (70,1%). Bycie przedsiębiorcą kojarzy się z wielką satysfakcją (66,5%), większą ilością zalet niż wad (54,1%). Natomiast ocena, czy bycie przedsiębiorcą to najlepszy możliwy wybór ścieżki kariery nie był już taki jednomyślny – (47,1% na tak i 33,4 na nie)

Wykres 17. Samorealizacja

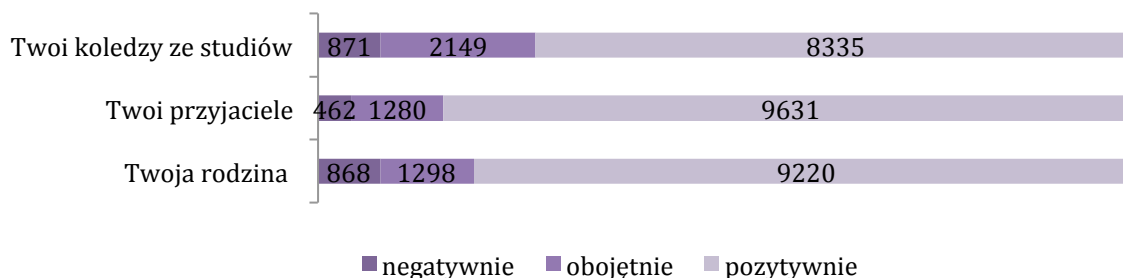


Według kryterium samorealizacji studenci czują się dość pewni siebie. Najwyżej oceniona przez respondentów badania GUESSS została postawa, w której to studenci w pełni kontrolują własne poczynania i sami decydują o tym co dzieje się w nich życiu (8919 respondentów wskazało „Tak” przy tym pytaniu). Studenci wykazują również wysokie predyspozycje do dbania o własne interesy (8830) oraz

dbania o własne interesy. Bardziej sceptyczni są z kolei przy ocenie własnych szans na osiągnięcie sukcesu po otwarciu własnej działalności (6081)

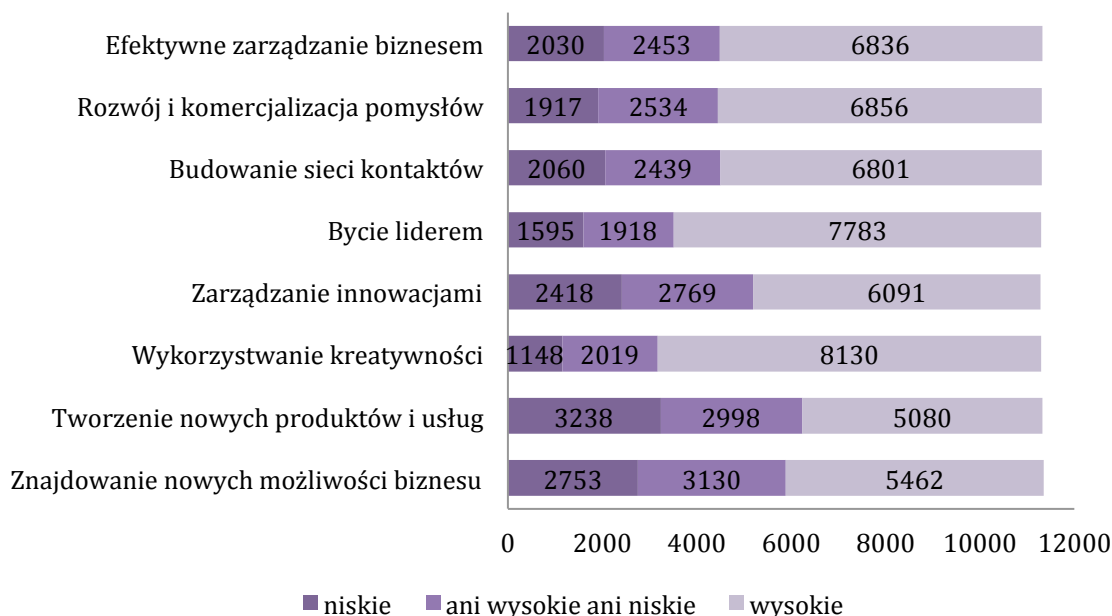
Wykres 18. Reakcja otoczenia

Jak na wieść o założeniu przez Ciebie firmy zachowaliby się:

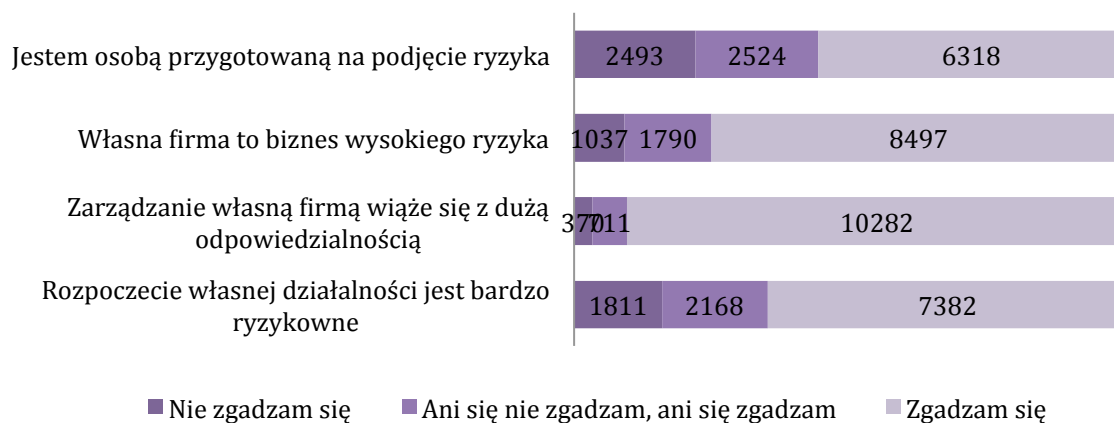


Studenci ogólnie bardzo pozytywnie ocenili zachowanie otoczenia w przypadku, gdyby zdecydowali się na założenie własnej firmy. Według respondentów najbardziej pozytywnie zareagowali by ich przyjaciele (9631), rodzice i pozostali członkowie rodziny (9220)

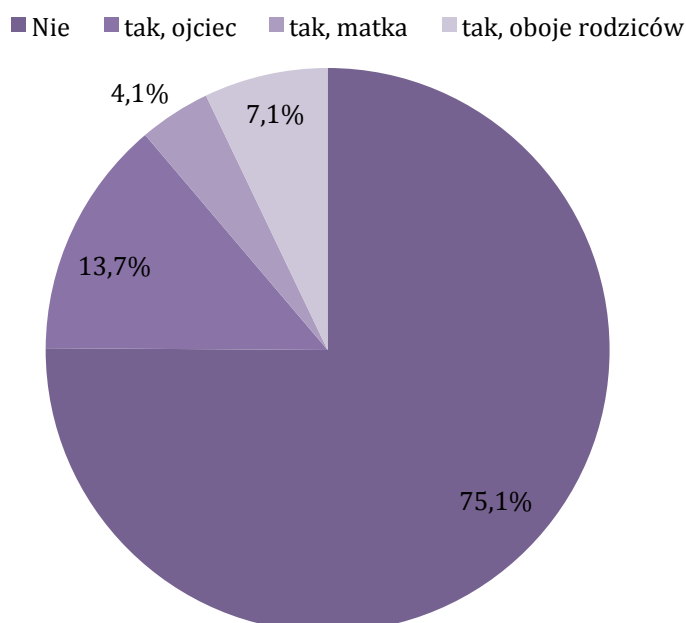
Wykres 19. Kompetencje studenta



Przebadani w trakcie realizacji I edycji projektu GUESSS w Polsce studenci wśród posiadanych przez siebie kompetencji, jako najwyższe wskazali: kreatywność, umiejętność bycia liderem. Z kolei najniżej wypadły zagadnienia związane z innowacyjnością studentów: mniej więcej niż połowa z ankietowanych wskazała, że raczej nie potrafi znajdować nowych możliwości na rozwój biznesu oraz ma problemy z kreacją nowych produktów i usług.

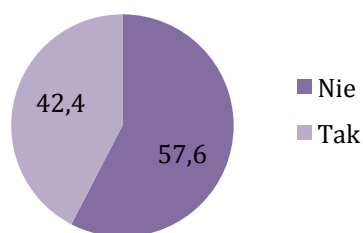
Wykres 20. Podejście do ryzyka


Wśród czynników związanych z podejściem do ryzyka praktycznie jednogłośnie wskazano, że prowadzenie własnej działalności to zajęcie wymagające bardzo dużej odpowiedzialności, która bezpośrednio wiąże się z wysokim ryzykiem. Niewiele ponad połowa z przebadanych jest gotowa na podjęcie tego typu ryzyka.

Wykres 21. Podłoże rodzinne. Czy twoi rodzice prowadzą własną firmę?


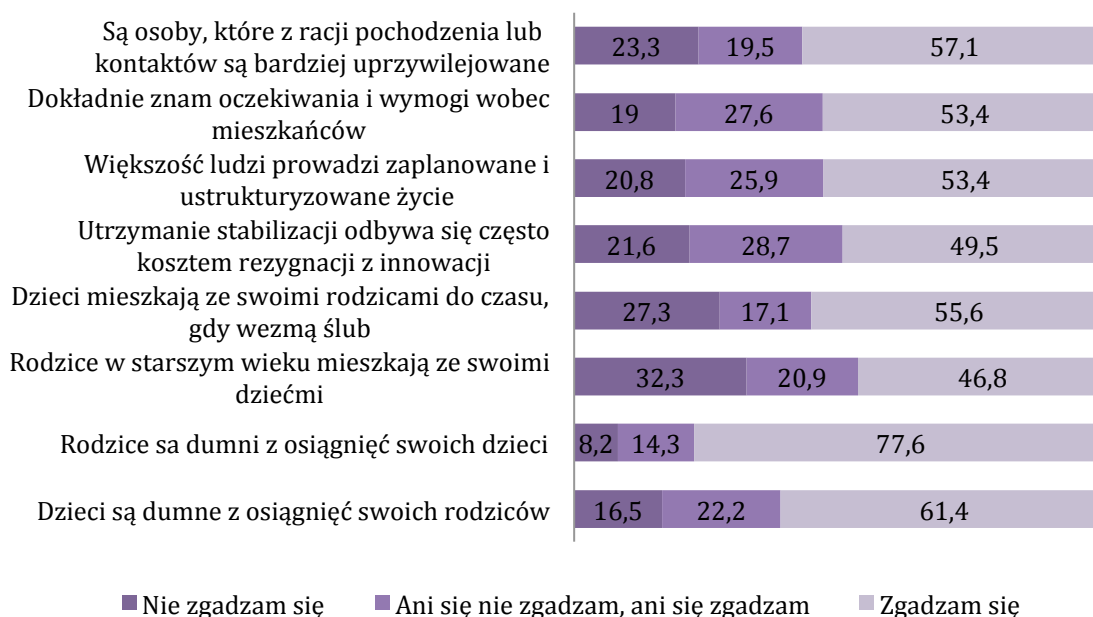
Według danych otrzymanych z realizacji badania jasno wynika, że $\frac{3}{4}$ spośród przebadanych nie posiada w wśród swoich rodziców właścicieli firm. W pozostałej $\frac{1}{4}$ mamy do czynienia z prawie 3000 studentów, których rodzice na co dzień prowadzą własną działalność gospodarczą. W większości zdiagnozowanych przypadków firmę prowadzi ojciec 13,7%. Istnieje w tym gronie również spora grupa przedsiębiorczych matek – 4,1% oraz firmy prowadzone przez oboje rodziców – 7,1%

Wykres 22. Najbliżsi Przyjaciele. Czy któryś z twoich najbliższych przyjaciół prowadzi własną firmę?



Wśród najbliższych przyjaciół ankietowanych prawie połowa prowadzi własną firmę (42,4%), co może świadczyć o tym, że studenci mają od kogo czerpać wzorce i przyglądać się jak wygląda bycie przedsiębiorcą z boku, bez podejmowania zbędnego ryzyka. Tego typu nauka przedsiębiorczości może przyczynić się do osiągnięcia sukcesu przez tych uczestników badania, którzy będą chcieli założyć własną firmę i doprowadzić do uniknięcia „cudzych” błędów.

Wykres 23. Moje środowisko i ja. W środowisku w którym żyję:



W tej kategorii najwięcej wskazań wystąpiło przy pytaniu, czy rodzice są dumni z osiągnięć własnych dzieci. Ponad ¾ studentów zgadza się z tym stwierdzeniem. Podobnie jest w przypadku dumy dzieci z osiągnięć ich rodziców. Co pozwala wyciągnąć wnioski, że młodzi ludzie teoretycznie powinni liczyć na duże wsparcie swoich rodziców, gdy Ci zdecydują się na rozpoczęcie własnej działalności, a także że sami śledzą ścieżki kariery swoich rodziców.

Studenci bardziej sceptycznie odnieśli się do pytań dotyczących mieszkania pod jednym dachem ze swoimi rodzicami. Ponad połowa z nich uważa, że rodzice, którzy osiągną starszy wiek nie powinni mieszkać/nie mieszkają ze swoimi dziećmi.

Ponad połowa zauważyła również w swoim środowisku osoby, które z racji pochodzenia są bardziej uprzywilejowane.

Planowanie założenia własnej firmy

W ciągu ilu miesięcy założysz własną firmę?

Według przeprowadzonych badań studenci, którzy myślą o założeniu własnej działalności chcieliby dokonać finalizacji tychże działań w przeciągu najbliższych 18 miesięcy (mediana)

Innowacyjność Twojej firmy

Jak bardzo innowacyjny będzie produkt/usługa w stosunku do aktualnych ofert rynkowych?

Wśród respondentów, którzy są gotowi na otwarcie własnej działalności, innowacyjność produktów/usług jakie będą w związku z tym oferowane ocenione zostały dość sceptycznie. Połowa z ankietowanych uważa, że oferowany przez nich produkt/usługa będzie innowacyjna dla większości społeczeństwa, natomiast druga połowa przyszłych przedsiębiorców postawi raczej na sprawdzone rozwiązania rynkowe i ich produkty/usługi będą kontynuacją istniejących.

Środki na rozwój firmy

Ile procent swojego czasu pracy planujesz przeznaczyć na rozwój firmy? (%)

N = 3181, Średnia = 71,1%

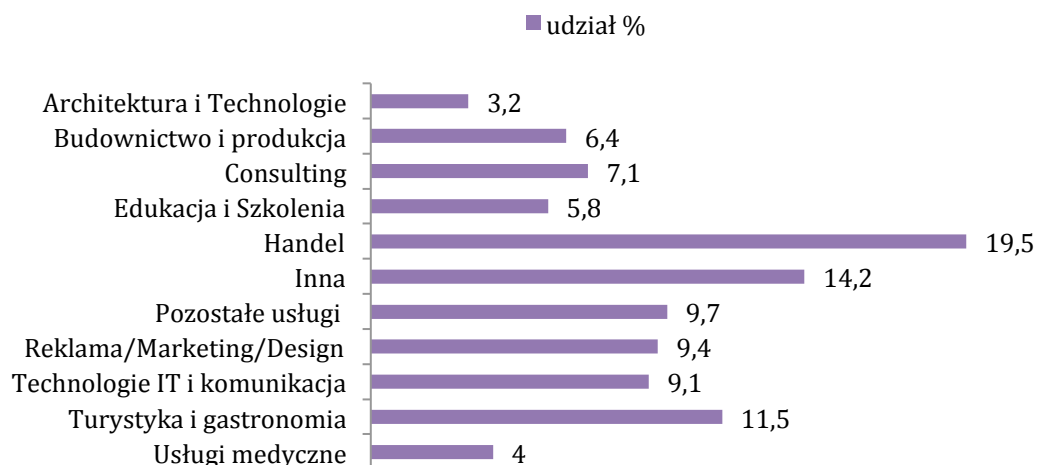
Ile w przybliżeniu będziesz potrzebował pieniędzy, by założyć własną firmę? (zł)

N=1396, Mediana = 50000 zł

Jaki w przybliżeniu będzie udział twoich własnych oszczędności przy zakładaniu firmy?

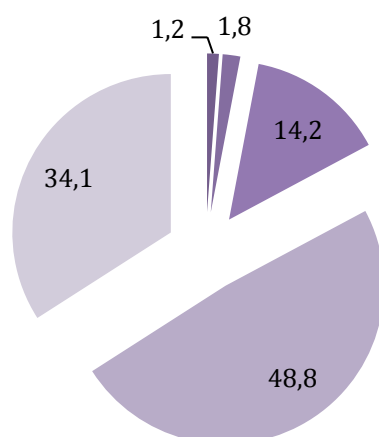
N=2196, Średnia= 52,46%

Wykres 24. Branże w jakiej studenci założą swoje firmy



Spośród zaproponowanych w badaniu branż, w których przedsiębiorczy studenci będą mogli otworzyć własną działalność najwięcej wskazań padło na takie obszary jak: Handel, Turystyka i Gastronomia, Reklama/marketing/Design oraz pozostałe usługi. Dominacja branży Handlowej (hurt/detal) odpowiadałaby strukturze panującej na rynku gdzie dominują tego typu przedsiębiorstwa.

Wykres 25. Ilu wspólników stanowią będą kobiety? [%]

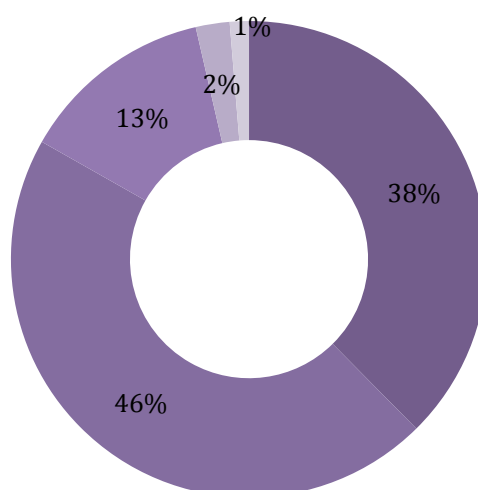


■ więcej niż trzy kobiety ■ trzy kobiety ■ dwie kobiety ■ jedna kobieta ■ Żadna

Wśród studentów, którzy planują założyć swoją działalność łącząc siły z wspólnikiem, w prawie 66% przypadkach będzie to co najmniej jedna kobieta. Tylko 34,1% respondentów przy zakładaniu własnej firmy ze wspólnikiem dokona tego tylko w męskim gronie. Oznacza to, że pozycja kobiety w kontaktach biznesowych oraz prowadzeniu interesów jest bardzo wysoce ceniona.

Wykres 26. Ilu przyszłych współzałożycieli ma to samo lub podobne wykształcenie? (np. ten sam kierunek studiów)

■ Żaden ■ Jeden ■ Dwóch ■ Trzech ■ Powyżej trzech



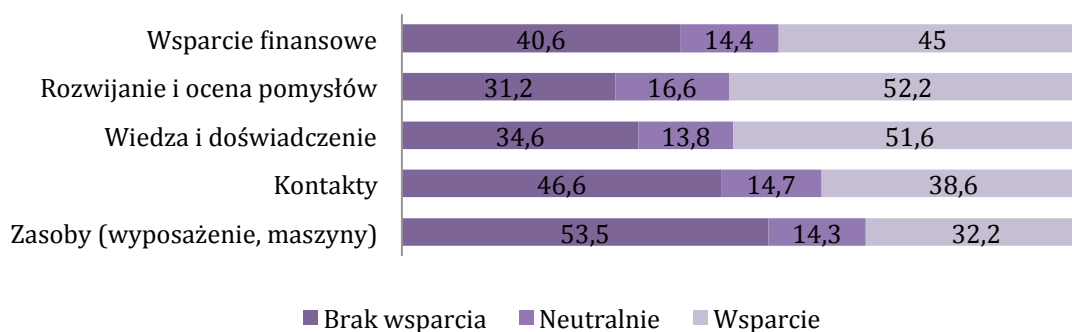
Większość studentów, którzy planują założyć własną działalność gospodarczą w kooperacji ze wspólnikiem będzie szukać ich w gronie ludzi o tym samym lub podobnym wykształceniu (62,4%). Może to oznaczać, że wiele pomysłów na biznes zrodziło się np. w czasie studiów, a potencjalni wspólnicy to właśnie osoby które wspólnie tworzyły społeczność akademicką.

Wykres 27. Jakie działania zostały już przedsiębiorzone w kierunku zmiernym do założenia własnej działalności?



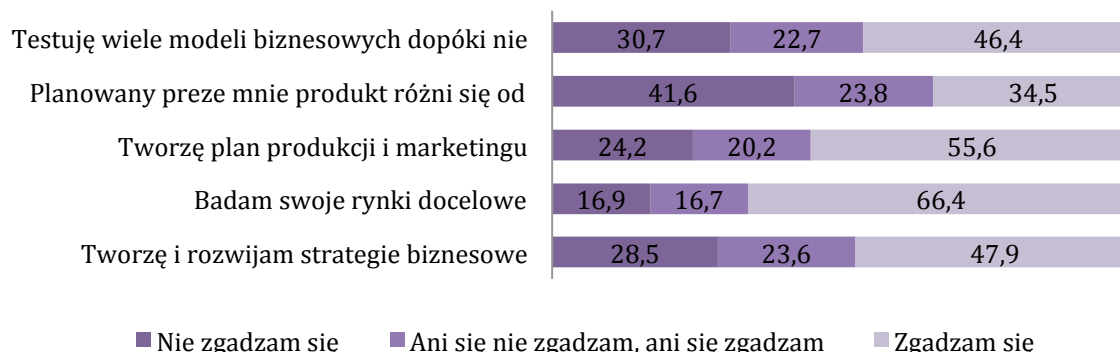
Rozkład odpowiedzi wskazuje na dosyć wstępną fazę procesu założycielskiego. Najczęściej te aktywności oscylują wokół ogólnych refleksji a rzadziej konkretnych działań. Tylko w jednym obszarze ponad połowa ankietowanych dokonała konkretnych działań – przeanalizowała rynek i konkurencję. Jedynie 22% zajmuje się tworzeniem biznesplanu; 31,6% konsultuje swój pomysł z potencjalnymi klientami, a aż 26,4% nie robi nic, aby swój zamiar założenia firmy urzeczywistnić.

Wykres 28. Wsparcie rodziców podczas procesu zakładania własnej działalności



Studenci odczuwają wsparcie rodziców w postaci dobrej rady przy ocenie i ewaluacji pomysłów (52%) oraz dzieleniem się ich wiedzą i doświadczeniem (51,6%). Zdecydowanie gorzej przedstawiają się wyniki w przypadku kryterium wsparcia finansowego, gdzie ponad połowa ankietowanych nie otrzymałaby go od swoich rodziców. Podobnie jest w przypadku pomocy w nawiązywaniu kontaktów. Największy brak wsparcia z kolei odczuwany jest przy kryterium zasobów, gdzie tylko co trzeci student mógłby liczyć na wsparcie rodziców.

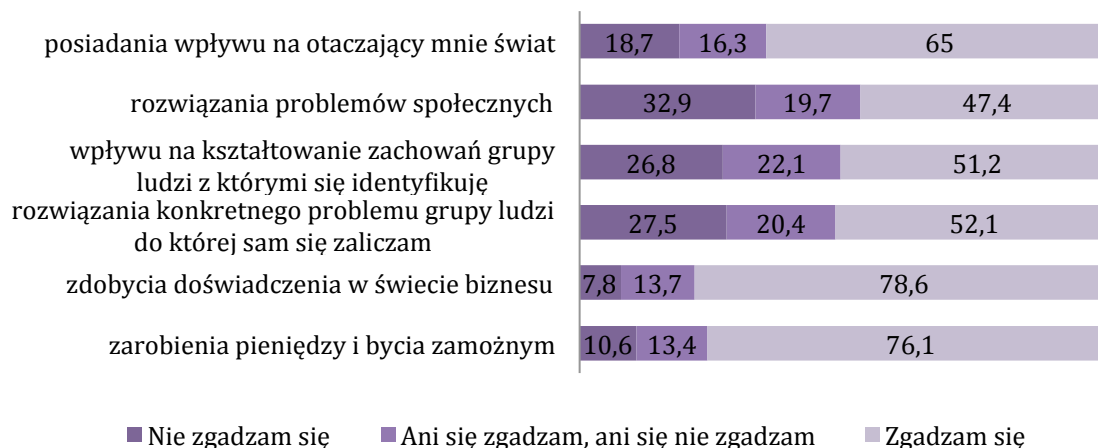
Wykres 29. Proces zakładania firmy. Tworząc (zakładając) firmę studenci:



W procesie zakładania własnej firmy studenci jako najważniejsze składowe wybrali: badanie rynków docelowych – 66,4%, tworzenie planu produkcji i marketingu – 55,6% posiadanie i tworzenie strategii biznesowych – 47,9%. Ponadto większość studentów dokonując weryfikacji planowanego swojego produktu z realnymi możliwościami jego realizacji, nie odczuwa wielkiej różnicy – co świadczy o realności planowanych działań.

Cel otwarcia własnej działalności:

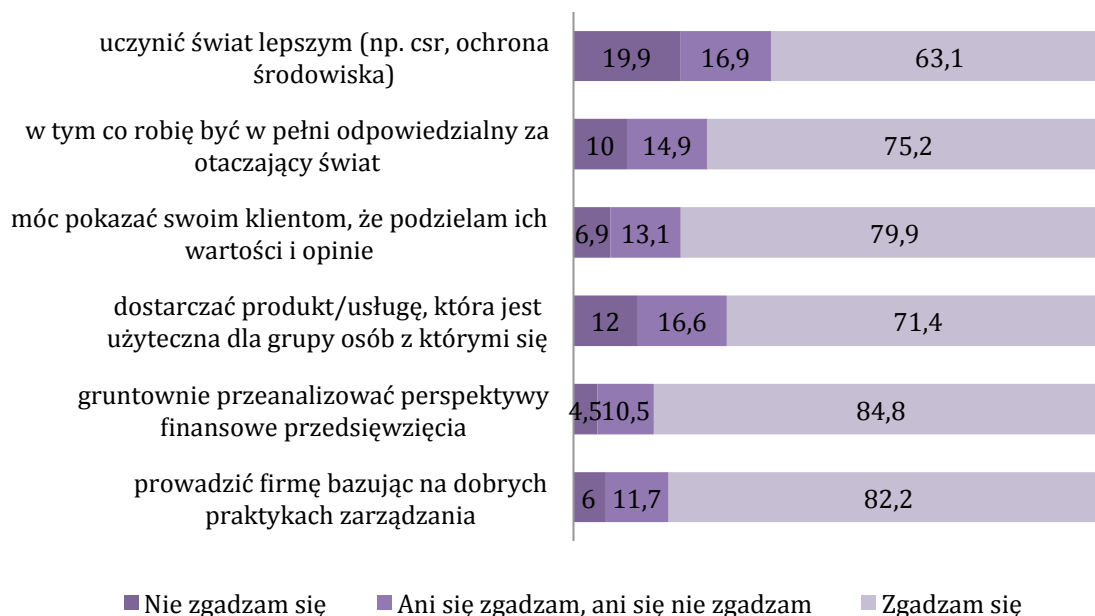
Wykres 30. Otwieram swoją firmę w celu:



Kryterium jakim kierują się przyszli właściciele firm celu otwarcia swojego przedsiębiorstwa młodzi ludzie wskazali jako najważniejsze: możliwość zdobycia doświadczenia w biznesie, kwestie finansowe związane z zarobieniem znacznych pieniędzy oraz możliwość posiadania wpływu na otaczający ich świat – czyli bycie osobą samodzielną. Z kolei za mniej ważne wybrano rozwiązywanie problemów społecznych.

Priorytety i wartości przyszłego przedsiębiorcy:

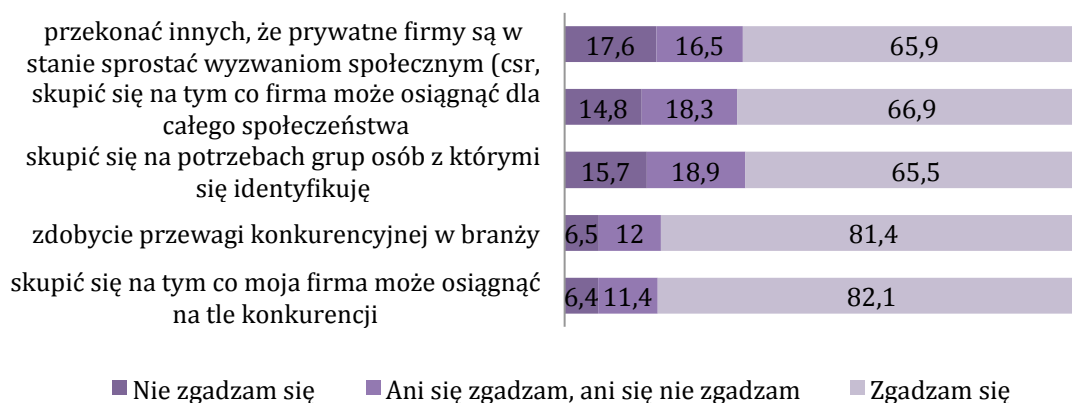
Wykres 31. Jako założyciel firmy uważam, że ważne jest by:



Wśród najważniejszych priorytetów i wartości związanych z założeniem własnej firmy wybrano jako najbardziej istotne: gruntowne przeanalizowanie perspektywy finansowej przedsięwzięcia oraz bazowanie na dobrych praktykach zarządzaniu przy prowadzenia własnej działalności.

Priorytety prowadzenia własnej działalności gospodarczej wg przyszłych przedsiębiorców:

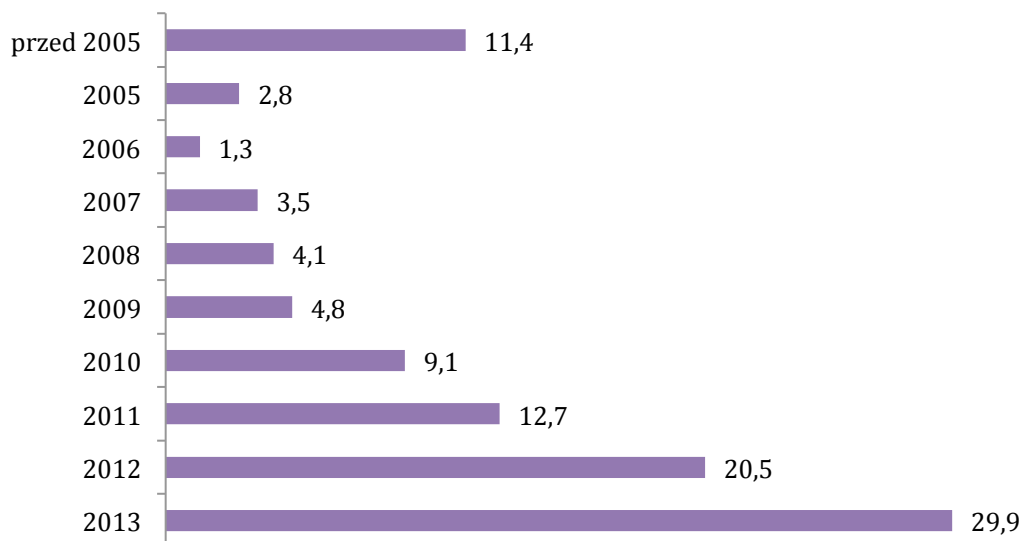
Wykres 32. Podczas prowadzenia firmy bardzo ważne będzie:



Priorytetami związanymi z prowadzeniem własnej firmy są dla studentów: zdobycie przewagi konkurencyjnej we własnej branży oraz skupienie się na tym co ich firma może zyskać na tle konkurencji. Duża grupa ankietowanych dostrzega również istotność takich działań jak ochrona środowiska czy działalność prospołeczna, jak CSR.

Studenci którzy już prowadzą swoją firmę:

Wykres 33. Rok założenia firmy



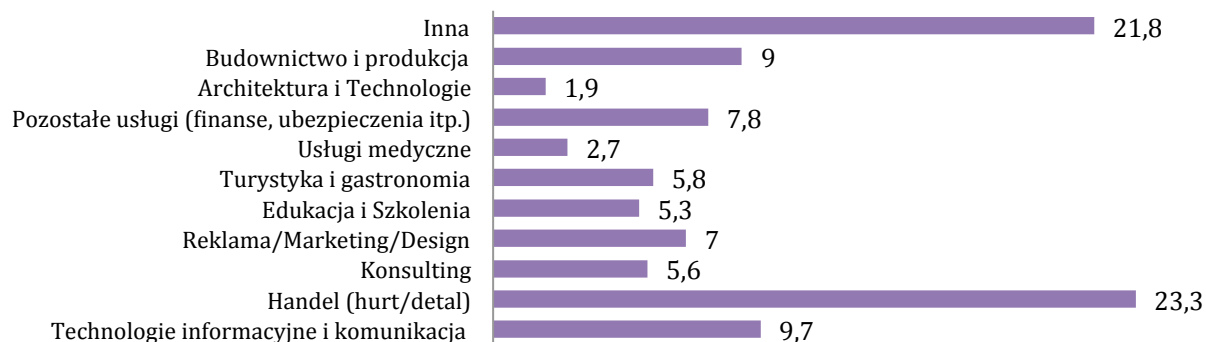
Większość przedsiębiorstw, które założone zostały przez studentów to firmy nowe, świadczyć to może o stosunkowo młodym wieku ankietowanych.

Ilość pracowników oraz czas poświęcony na pracę w tygodniu

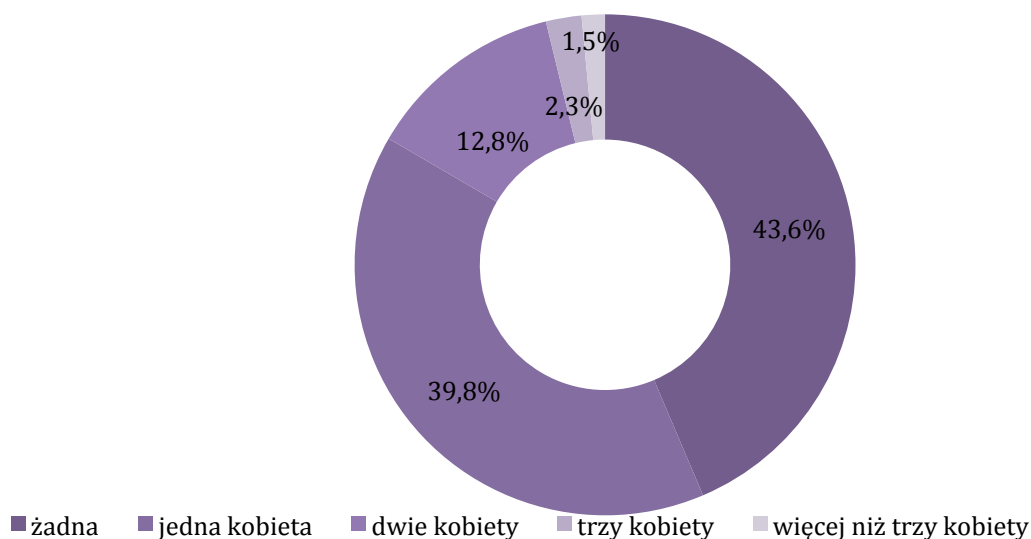
Średnia wielkość zatrudnienia wśród założycieli firm wynosi 4,62 pełnych etatów. Świadczy to o tym, że wiele firm to najprawdopodobniej jednoosobowe działalności gospodarcze lub przedsiębiorstwa w skali mikro – zatrudniające do 9 pracowników. Jednakże mogą to być również inne formy prawne prowadzenia działalności jak np. spółka cywilna itp.

Założyciele spoglądając na swoją pracę z perspektywy poświęconego jej czasu wskazali, że spędzają we własnej firmie ponad 42,71 godziny w tygodniu, co nieznacznie przewyższa etat wynoszący 40 h w tygodniu.

Wykres 34. W jakiej branży działa Twoja firma?

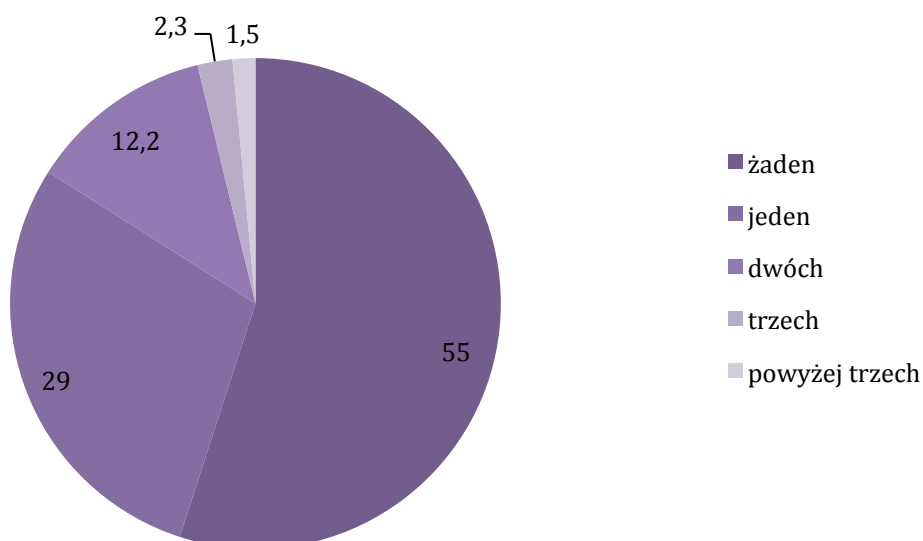


Wykres 35. Ilu współzałożycieli to kobiety?



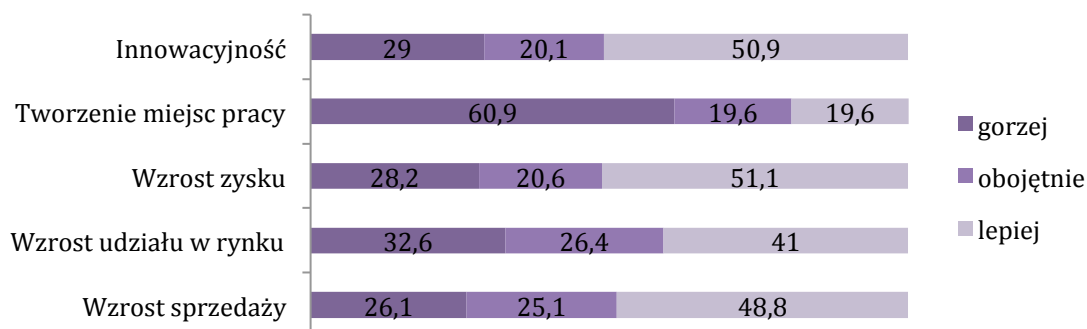
Wśród istniejących już firm, które współzałożone zostały przez respondentów badania GUESSS, blisko połowa z nich powstała bez udziału kobiet – 43,6%. Natomiast 56,4% działalności gospodarczych posiada aktywny udział co najmniej jednej kobiety w procesie założycielskim. Świadczy to o wysokim odsetku przedsiębiorczych kobiet.

Wykres 36. Ilu współzałożycieli ma takie samo lub podobne wykształcenie? (np. ten sam kierunek studiów)



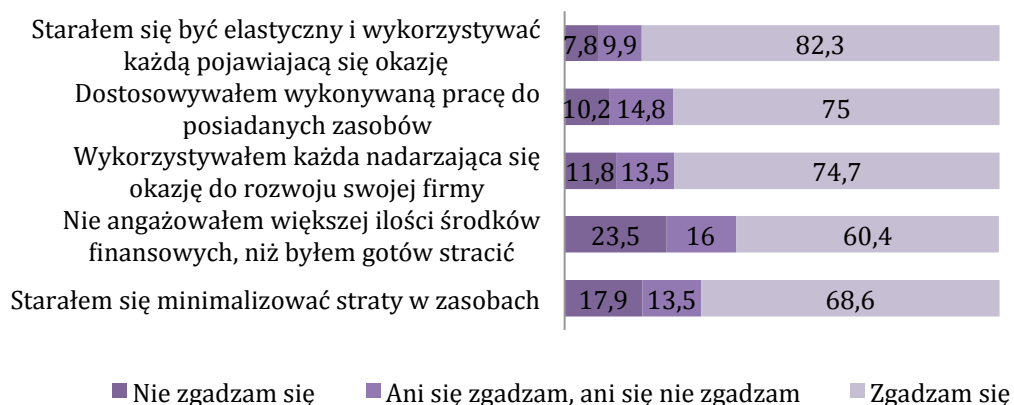
Ponad połowa współzałożycieli – 55% to osoby, które nie ukończyły tego samego lub podobnego kierunku studiów co respondenci. Może to być korzystne dzięki dywersyfikacji umiejętności zespołu założycielskiego.

Wykres 37. Firma na tle konkurencji



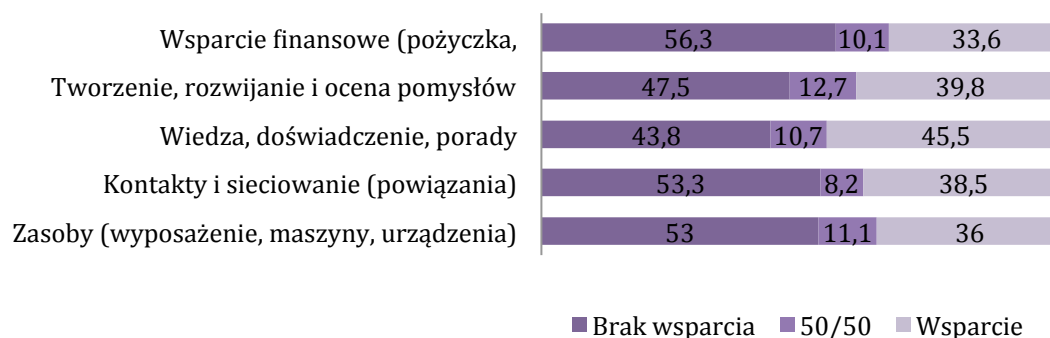
Patrząc ogólnie na firmy stworzone przez przedsiębiorców z badania GUESSS w stosunku do konkurencji ich przedsiębiorstwa wypadają stosunkowo dobrze pod kątem: innowacyjności (50,9% uważa że lepiej niż konkurencja) , wzrost zysku – 51,1% , wzrost sprzedaży 48,8%. Zdecydowanie gorzej wypadają jednak te firmy na tle ich konkurencji pod kątem kryterium tworzenia nowych miejsc pracy, gdzie blisko 80% uważa, że proces ten wygląda u nich gorzej niż u konkurentów.

Wykres 38. Postawa przedsiębiorcza założycieli



Studenci oceniając swoją postawę przedsiębiorczą jako założyciele firm wypadli w świetle wybranych kryteriów zazwyczaj dobrze. Tylko 11,8% nie wykorzystywało nadarżających się okazji do rozwoju biznesu; 17,9% nie umiało zminimalizować strat w zasobach, a 23,5% zainwestowało w swoją firmę więcej niż byliby w stanie stracić w przypadku niepowodzenia.

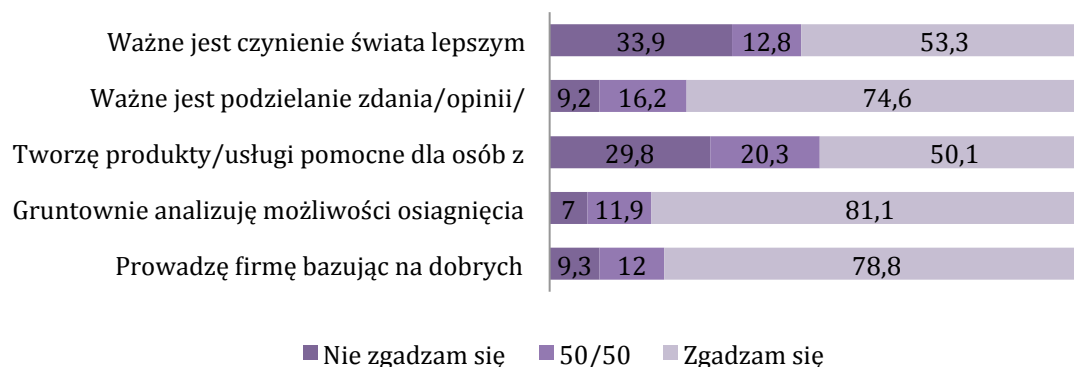
Wykres 39. Wsparcie rodziców podczas zakładania własnej firmy



Wyniki badań dobitnie pokazują, że studenci, którzy założyli już swoje przedsiębiorstwa odczuwali brak wsparcia swoich rodziców w tym procesie. Największy z nich dotyczył wsparcia finansowego oraz pomocy w pozyskaniu zasobów. Z kolei rodzice chętniej pomagali swoim dzieciom poprzez dzielenie się swoją wiedzą i doświadczeniem oraz konsultacją pomysłów.

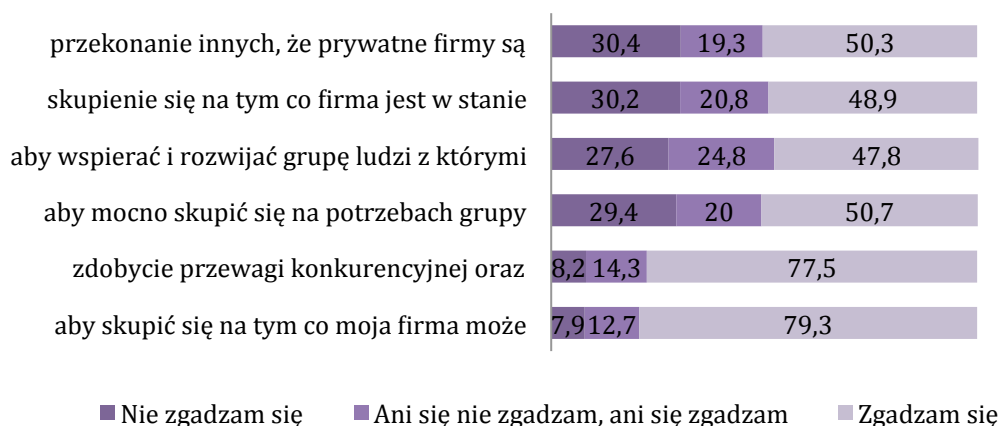
Wykres 40. Feedback przedsiębiorcy

JAKO ZAŁOŻYCIEL FIRMY UWAŻAM ŻE:



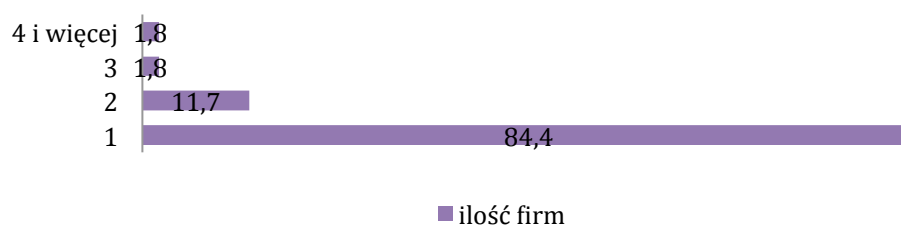
Przedsiębiorcy jako najważniejszą informację zwrotną z prowadzenia własnej działalności wybrali konieczność gruntownej analizy możliwości osiągnięcia zysku, opieranie swojej działalności na dobrych praktykach zarządzania oraz dzielenie opinii swoich klientów. Mniej ważną jest według nich działalność prospołeczna.

Wykres 41. Podczas prowadzenia firmy, ważne jest:



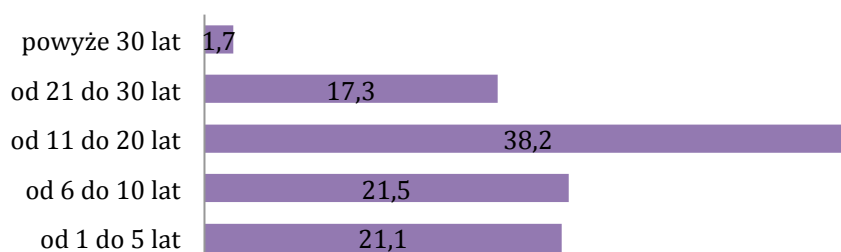
Skupienie się na tym co firma może osiągnąć na tle konkurencji oraz zdobycie przewagi konkurencyjnej nad firmami z branży to według respondentów najważniejsze z obszarów prowadzenia firmy zaproponowanych w tym pytaniu. Zdecydowanie mniej istotne są pozostałe czynniki.

Wykres 42. Ile firm prowadzą twoi rodzice?



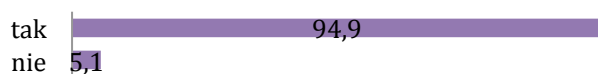
Wśród założycieli, których rodzice prowadzą własną działalność blisko 85% z nich posiada jedną firmę, 11,7% - dwie. Większość z tych firm to przedsiębiorstwa rodzinne.

Wykres 43. Od ilu lat rodzice są właścicielami firmy? [lata]



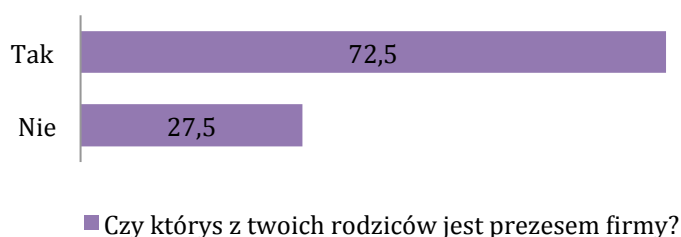
Większość firm które prowadzą rodzice, to firmy istniejące na rynku od ponad 10 lat – 57,4%. Rodzice niektórych studentów z racji posiadanego wieku niedługo przechodzą będą na emeryturę – powstaje w ten sposób problem w postaci pytania „co dalej z moją firmą?”. 25-lat wolnej gospodarki w Polsce przechodzić będzie niedługo pierwszą falę sukcesji.

Wykres 44. Czy twoi rodzice są aktywnie zaangażowani w prowadzenie firmy?



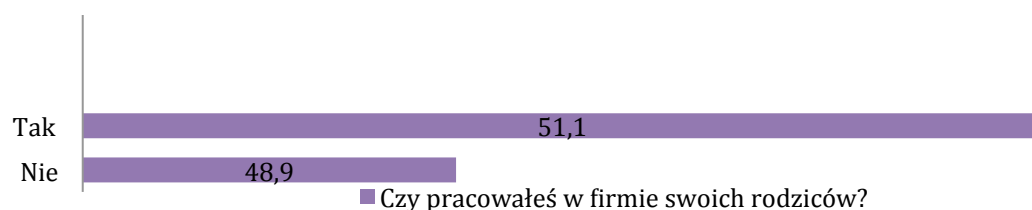
95% firm, których właścicielami są rodzice uczestników badania GUESSS jest zarządzana osobiście przez założycieli.

Wykres 45. Czy któryś z twoich rodziców jest prezesem firmy?



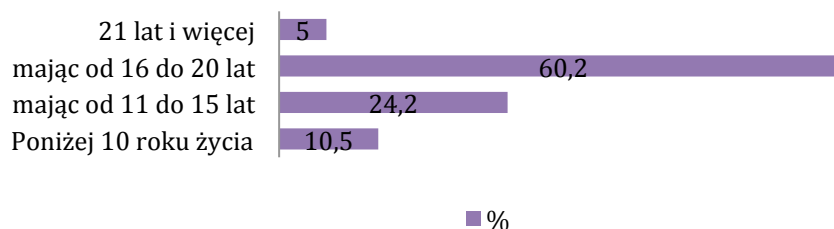
72,5% rodziców, którzy posiadają firmy są również ich prezesami.

Wykres 46. Czy pracowałeś w firmie swoich rodziców?



Ponad połowa studentów pracowała już, lub nadal pracuje w firmie swoich rodziców.

Wykres 47. W jakim wieku po raz pierwszy pracowałeś w firmie swoich rodziców

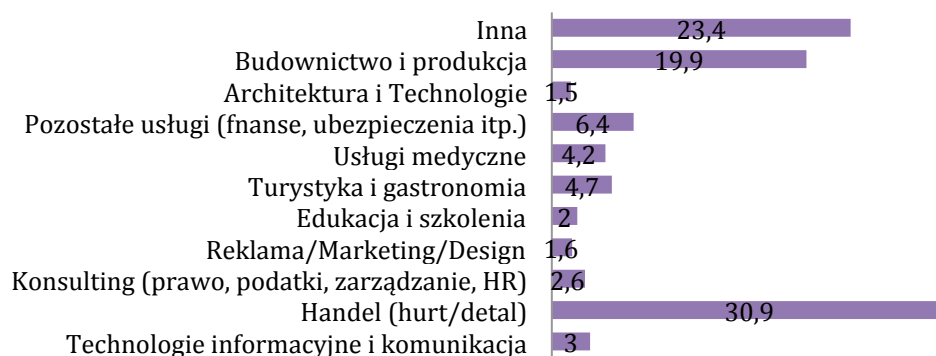


Zdecydowana większość ankietowanych pracowała w firmie swoich rodziców po osiągnięciu 16 roku życia – 65,2%. Z kolei 10,5% poznawało już tajniki pracy ich rodziców przed ukończeniem 10 roku życia.

Ile miesięcy łącznie przepracowałeś w firmie swoich rodziców

Średnia – ok. 24 miesiące pokazuje, że wielu studentów mogło dość dobrze przyjrzeć się pracy w firmie swoich rodziców.

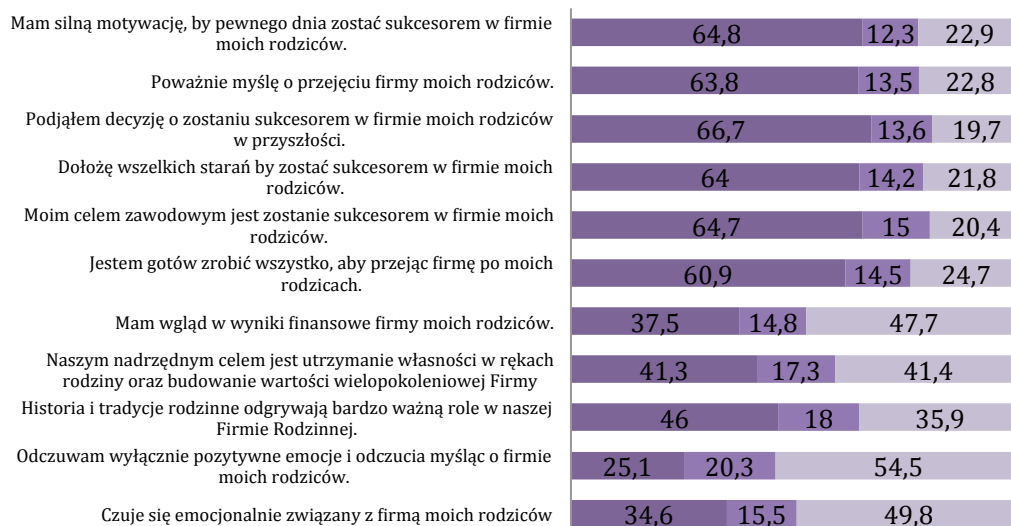
Wykres 48. W jakiej branży działa firma Twoich rodziców?



Wyniki finansowe firmy rodziców (skala od 1 do 7, gdzie 1 oznacza zdecydowanie gorzej, 4 oznacza 50/50, a 7 zdecydowanie lepiej)

Dość umiarkowanie studenci oceniają wyniki finansowe firmy ich rodziców. Odnotowują delikatną przewagę firmy ich rodziców na rynku pod kątem wzrostu sprzedaży (4,56), zysku (4,54) i udziału w rynku (4,39). Natomiast gorzej wypadają te firmy pod kątem innowacyjności (4,25), a zdecydowanie najgorzej przy tworzeniu nowych miejsc pracy (3,5).

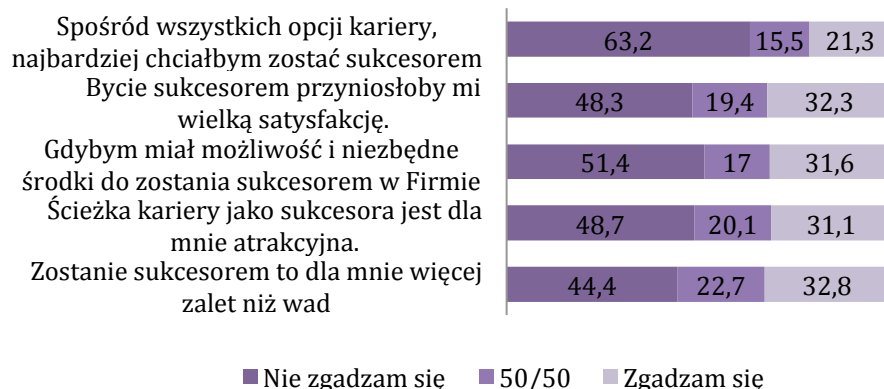
Wykres 49. Stosunek do firmy rodziców



■ Nie zgadzam się ■ Ani się nie zgadzam, ani się zgadzam ■ Zgadzam się

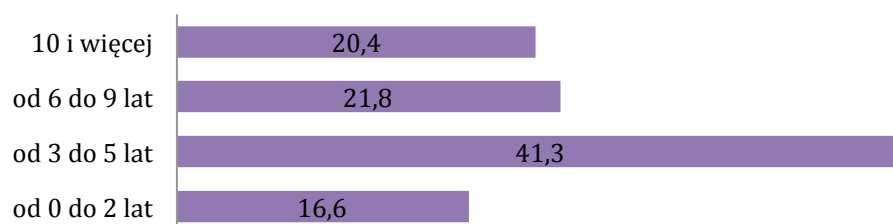
Zdecydowana większość studentów nie jest zainteresowana przejęciem firmy swoich rodziców, a chęć bycia sukcesorem wyraża mniej więcej co 4-ty badany, którego rodzice posiadają firmę. Wiele wskazuje jednak na to, że studenci interesują się sytuacją w firmie rodzinnej – aż 47,7% posiada stały wgląd w wyniki finansowe firmy rodziców, a połowa ankietowanych czuje się emocjonalnie związana z firmą rodzinną oraz odczuwa głównie pozytywne emocje i odczucia myśląc o niej.

Wykres 50. Być sukcesorem



Wykres 51. Ja vs Sukcesja

Proces sukcesji: Czy twoi rodzice zachowają udziały w firmie po przekazaniu władzy - 54%
 W przeciągu ilu lat może odbyć się sukcesja? - 5,57 roku (średnia)



Główne wnioski z badania:

1. Zaraz po ukończeniu studiów 68% studentów podejmie pracę jako pracownicy najemni (m.in. 29,9% w małej firmie, 22,3% w średniej firmie, 14,32% w dużej firmie). Natomiast właścicielem własnej firmy po ukończeniu studiów chce zostać 17,3%.
2. W terminie 5-ciu lat po ukończeniu studiów gwałtownie spada odsetek chętnych do pracy najemnej – 43%. Rośnie natomiast ilość chętnych do prowadzenia własnej firmy – 40% studentów.
3. Najbardziej motywującym czynnikiem do rozwoju własnej ścieżki kariery jest wg studentów:
 - Realizowanie własnych marzeń (92,2%)
 - Możliwość bycia kreatywnym (86,1%)
 - Swoboda pracy (85,3%)
4. ok. 81% rodziców zareagowałaby pozytywnie na wieść o założeniu przez ich dziecko własnej firmy
5. Studenci posiadają najwyższe kompetencje w obszarach:
 - Wykorzystywania kreatywności
 - Umiejętność bycia liderem
 - Rozwoju i komercjalizacji pomysłów
 - Efektywnego zarządzania biznesem
 - Budowania sieci kontaktów
6. ok. 56% studentów należy do osób w pełni przygotowanych do podjęcia pełnego ryzyka związanego z założeniem własnej działalności.
7. ok. 25% studentów jest dziećmi z firm rodzinnych, prowadzonych przez:
 - ojca 13,7%
 - matkę 4,1%
 - obydwoje rodziców 7,1%
8. 77,6 % rodziców przebadanych studentów jest dumna z osiągnięć własnych dzieci
9. Studenci, którzy chcą założyć własną firmę do jej założenia potrzebowaliby mniej więcej 50 000 zł (mediana)
10. ok. 53% środków na założenie własnej firmy stanowiąc będą własne oszczędności studentów
11. Najwięcej nowych firm powstanie w następujących branżach:
 - Handel – 19,5%
 - Turystyka i Gastronomia – 11,5%
 - Reklama/Marketing/Design – 9,4%

12. Studenci poważnie zainteresowani założeniem własnej firmy przedsięwzięli następujące kroki:

- Analiza rynku lub konkurencji - 58,2%
- Konsultacja z potencjalnymi klientami -31,6%
- Stworzenie biznesplanu – 22,8%

13. Studenci w największym stopniu otwierają swoje firmy w celu:

- Zdobywania doświadczenia w świecie biznesu – 78,6%
- Zarobienia pieniędzy i bycia zamożnym - 76,1%
- Posiadania wpływu na otaczający ich świat – 65%

14. Prowadząc własne firmy studenci uważają, że najważniejsze wartości to:

- Prowadzenie firmy bazując na dobrych praktykach zarządzania
- Gruntowne przeanalizowanie perspektywy finansowej przedsięwzięcia
- Pokazanie swoim klientom, że rozwijając własny produkt/usługę uwzględnione zostają również ich uwagi

15. Najważniejsze priorytety prowadzenia własnej działalności gospodarczej to:

- Skupienie się na tym co firma może osiągnąć na tle konkurencji – 82,1%
- Zdobywanie przewagi konkurencyjnej w branży – 81,4%