

RAPORT
PRZEDSIĘBIORCZOŚCI
WŚRÓD MŁODZIEŻY

DR BOGUSŁAW FEDER

Marzec 2015
Grodzisk Mazowiecki

Projekt zrealizowany w ramach nieodpłatnej
działalności pożytku publicznego Fundacji



**„ Jeśli potrafisz o czymś marzyć,
to potrafisz także tego dokonać. ”**

Walt Disney

WSTĘP

Przedsiębiorczość. To słowo na dobre zadomowiło się w naszym codziennym języku. Przedsiębiorczość stała się częścią naszego życia zawodowego, ale też i prywatnego. W swoim otoczeniu szukamy osób, pracowników, współpracowników przedsiębiorczych, pełnych inicjatywy, pomysłowych, zaradnych. Takich, które potrafią sprostać wyzwaniom coraz szybciej zmieniającej się rzeczywistości.

Jednocześnie stajemy się świadkami szczególnego procesu, w jakim uczestniczy młode pokolenie Polaków – to ono doświadcza na sobie wielu cywilizacyjnych przemian, budując warunki dla lepszego startu życiowego i zawodowego.

Niniejszy Raport jest próbą odnalezienia głosu młodych osób na temat przedsiębiorczości w przededniu tego startu. W kręgu naszych zainteresowań znalazły się przede wszystkim ich poglądy na temat pojmowania samej przedsiębiorczości, motywy zakładania bądź nie zakładania własnej działalności gospodarczej oraz stosunek do osób przedsiębiorczych.

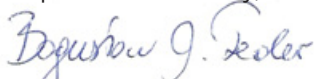
Diagnozy młodzieży w naturalny sposób zmuszają do myślenia o przyszłości, wprowadzają w ten szczególny rodzaj praktyki intelektualnej, bez której trudno sobie wyobrazić uprawianie światłej i dalekowzrocznej strategii – w edukacji, biznesie, administracji, polityce czy rodzinie.

Niniejsza publikacja skierowana jest przede wszystkim do:

- nauczycieli prowadzących przedmiot „podstawy przedsiębiorczości”, dostarczenie im wiedzy na temat postrzegania przedsiębiorczości wśród młodzieży, tym samym wzrost kompetencji i lepsze przygotowanie do prowadzenia zajęć,
- osób związanych ze szkolnictwem (zwłaszcza w regionie powiatu grodziskiego),
- przedstawicieli instytucji państwowych (zwłaszcza w regionie powiatu grodziskiego),
- rodziców, którzy szukają inspiracji dla wsparcia rozwoju swoich dorastających dzieci.

Mamy nadzieję, że niniejszy Raport pozwoli na zrozumienie specyfiki młodego pokolenia, da impuls do budowania relacji między instytucjami, środowiskiem szkolnym, biznesowym i administracyjnym oraz okaże się interesującym drogowskazem dla przeprowadzenia zmian.

Zapraszam do lektury,



DR BOGUSŁAW FEDER

b.feder@wiedza3g.pl

O PRZEDSIĘBIORCZOŚCI WŚRÓD MŁODZIEŻY

Niniejsza Publikacja podsumowuje coroczny Projekt „Badanie Przedsiębiorczości wśród młodzieży” i ma na celu zwrócenie uwagi na postrzeganie inicjatywy i postawy przedsiębiorczości prezentowane przez młodych u progu rozpoczynania kariery zawodowej.

Projekt „Badanie Przedsiębiorczości wśród młodzieży – edycja 2014” jest próbą zbadania wiedzy i stosunku do przedsiębiorczości oraz identyfikacją szans, oczekiwań i barier rozwoju oraz identyfikacją wizerunku przedsiębiorczości wśród młodzieży.

Projekt jako przedsięwzięcie badawcze, został zapoczątkowany w 2013 roku, kiedy zrealizowano badanie i ukazała się pierwsza edycja Raportu z badania. Jego realizacja nastąpiła z inicjatywy i finansowana jest także przez Akademię Liderów Innowacji i Przedsiębiorczości Fundację dr Bogusława Federa w ramach nieodpłatnej działalności pożytku publicznego.

W teorii ekonomii „przedsiębiorczość” definiowana jest jako swoista forma pracy lub jako czwarty (obok pracy, ziemi i kapitału) czynnik produkcji. Główne cechy przedsiębiorców to m.in. umiejętność dostrzegania potrzeb i doskonalenia pomysłów, zdolności do wykorzystywania nadarzających się okazji oraz gotowość do podejmowania ryzyka.

Przedsiębiorczość jest terminem bardzo pojemnym a indywidualny proces przedsiębiorczości zawsze zaczyna się od podstaw i percepcji przedsiębiorczości przez jednostkę – jak czytamy w Raporcie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości „Global Entrepreneurship Monitor Polska 2013”, który przedstawia aktualny obraz stanu przedsiębiorczości w Polsce na tle innych krajów europejskich i Stanów Zjednoczonych.

Wpływ na powstanie i rozwój nowych małych podmiotów gospodarczych mają zarówno czynniki wewnętrzne, związane z osobistymi predyspozycjami potencjalnych przedsiębiorców, jak również uwarunkowania zewnętrzne, tj. otoczenie prawno-ekonomiczne, w którym musi funkcjonować nowa firma.

Tymczasem od 2008 roku Europa doświadcza skutków najpoważniejszego kryzysu gospodarczego, jaki miał miejsce na przestrzeni ostatnich 50 lat: po raz pierwszy liczba bezrobotnych w Europie przekroczyła 25 milionów.

W odpowiedzi na tę sytuację Komisja do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów opublikowała

Komunikat „Plan działania na rzecz przedsiębiorczości do 2020 r.”¹. W dokumencie tym zostały zaproponowane konkretne propozycje zmierzające do skuteczniejszego działania wobec dzisiejszych i przyszłych wyzwań.

Propozycje te zostały oparte na głównym stwierdzeniu: „Do przywrócenia wzrostu gospodarczego i podniesienia poziomu zatrudnienia w Europie jest większe liczba przedsiębiorców”².

Komunikat definiuje przedsiębiorczość jako potężny czynnik wpływający na wzrost gospodarczy i tworzenie miejsc pracy:

- przyczynia się do powstania nowych firm i miejsc pracy,
- otwiera nowe rynki,
- wspomaga rozwój nowych umiejętności i zdolności,
- sprawia, że gospodarka staje się bardziej konkurencyjna i innowacyjna.

Nowe firmy, zwłaszcza MŚP, stanowią najważniejsze źródło nowych miejsc pracy – w Europie powstają w nich rocznie ponad 4 miliony nowych miejsc pracy³.

W Polsce także to mikro i małe mają silny wkład w gospodarkę:

- stanowią aż 98% wszystkich firm w Polsce,
- zapewniają aż 75% wszystkich wpływów z podatków,
- wytwarzają 51% zysku gospodarki kraju⁴.

Poziom przedsiębiorczości jest różny w poszczególnych państwach UE. Jako główne przyczyny takiego stanu rzeczy wyłaniają się: nieprzyjazne środowisko, brak edukacyjnego wsparcia postaw przedsiębiorczych, utrudniony dostęp do finansowania, prawodawstwo. Ale oprócz niesprzyjającego otoczenia mamy także wpływ kultury, w której starania i działania przedsiębiorców są w niewystarczającym stopniu dostrzegane lub nagradzane, a odnoszących sukces przedsiębiorców.

W strategii Europa 2020 wyznaczono ambitne cele, których osiągnięcie zapewnić ma inteligentny, trwałe i sprzyjający włączeniu społecznemu wzrost gospodarczy. Aby tak się stało, niezbędny jest udział młodzieży. Koniecznym warunkiem uwolnienia potencjału młodzieży i osiągnięcia celów strategii Europa 2020 jest kształcenie i szkolenie na wysokim poziomie, skuteczna integracja z rynkiem pracy oraz większa mobilność osób młodych.

Przyszły dobrobyt Europy leży w rękach nowego pokolenia. W UE żyje niemal 100 mln młodych ludzi, co stanowi jedną piątą jej obywateli. Pomimo niespotykanych dotąd możliwości oferowanych we współczesnej Europie osoby młode napotykać na różne trudności w systemach kształcenia i szkolenia oraz w dostępie do rynku pracy, które pogłębił kryzys gospodarczy. Bezrobocie wśród młodzieży jest bardzo wysokie i wynosi niemal 21 %. Jeżeli chcemy osiągnąć cel, jakim jest stopa zatrudnienia w wysokości 75 % wśród 20-64-latków, musimy znacznie poprawić warunki wchodzenia młodzieży na rynek pracy.

Jak pokazują wnioski z różnych analiz i badań - postawy przedsiębiorcze polskiego społeczeństwa są niejednoznaczne. Z jednej strony na tle Europy wypadamy dość

¹ Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów <http://www.een.org.pl/index.php/fundusze-strukturalne/articles/plan-dzialania-na-rzecz-przedsiębiorczosci-do-2020-r.html>

² Ibidem.

³ Obliczenia Komisji na podstawie danych Eurostatu (2009 r)

⁴ Mec. Jan Stefanowicz „Mikro i Małe utrzymują Polskę” <https://wiedza3g.pl/aktualnosci/item/120-mikro-i-ma%C5%82e-utrzymuj%C4%85-pol-sk%C4%99.html>

pozytywnie pod względem chęci założenia firmy, z drugiej strony brakuje umiejętności dostrzegania szansy biznesowej.

Akademia Liderów Innowacji i Przedsiębiorczości podkreśla, że wspieranie postaw innowacyjnych i przedsiębiorczych w istniejących i przyszłych organizacjach i przedsiębiorstwach to jedno z kluczowych wyzwań, jakie stoją przed dzisiejszym pokoleniem. Cele statutowe Fundacji okazują się być zgodne z wnioskami i sugestiami ekspertów Unii Europejskiej:

„ Jeśli znajdziesz pracę, która daje ci możliwość wykazania się wrodzonymi talentami, to w ciągu dwóch lat poczynisz większe postępy niż na innej posadzie przez dziesięć lat. ”

Brian Tracy

O BADANIU PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

WŚRÓD MŁODZIEŻY

W badaniu wzięli udział uczniowie pierwszych klas (16 lat) Zespołu Szkół nr 1 w Grodzisku Mazowieckim. Badanie odbyło się w dniach od 21 do 23 października 2014. Ankietowani anonimowo wypełniali ankiety badawcze – łącznie uzyskano 145 wypełnionych ankiet z prawidłowo udzielonymi odpowiedziami. Ankieta składała się z 11 pytań merytorycznych zamkniętych:

- 1** Według Ciebie kogo można nazwać przedsiębiorcą?
(5 odpowiedzi do wyboru – można było zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź)
- 2** Co wyróżnia osobę przedsiębiorczą?
(9 odpowiedzi do wyboru – można było zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź)
- 3** Czy osoba przedsiębiorcza to ta, która
(6 odpowiedzi do wyboru – można było zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź)
- 4** Czy przedsiębiorczości można się nauczyć?
(5 odpowiedzi do wyboru – można było zaznaczyć tylko 1 odpowiedź)
- 5** Czy w swoim otoczeniu spotykasz osoby przedsiębiorcze? Jeśli tak, to określ gdzie?
(6 odpowiedzi do wyboru – można było zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź)
- 6** Czy znasz jakiegoś przedsiębiorcę?
(2 odpowiedzi do wyboru – można było zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź)
- 7** Do sukcesu i rozwoju przedsiębiorczości wg ciebie przyczynia się:
(5 odpowiedzi do wyboru – można było zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź)
- 8** Spośród niżej wymienionych wybierz jedną, najważniejszą Twoim zdaniem barierę założenia własnej firmy:
(7 odpowiedzi do wyboru – można było zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź)
- 9** Czy rozważasz prowadzenie własnej działalności gospodarczej?
(2 odpowiedzi do wyboru – można było tylko 1 odpowiedź)
- 10** Jakie motywy skłaniają cię (lub skłoniłyby w przyszłości) do rozpoczęcia własnej działalności gospodarczej.
(14 odpowiedzi do wyboru – można było zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź)
- 11** Dlaczego nie planujesz prowadzenia własnej działalności gospodarczej?
(10 odpowiedzi do wyboru – można było zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź)

Dodatkowo respondenci zaznaczali płeć.

Jako wskaźnik przyjęto średnią ważoną dla wyników zbiorczych oraz średnią arytmetyczną dla analizy wg płci dla każdej z kategorii pytań.

Uzyskane wyniki zostały opracowane w zbiorach:

- wszystkie wyniki razem - zbiorcze
- wyniki z podziałem na płeć (osobne podsumowanie dla chłopców i dziewcząt)

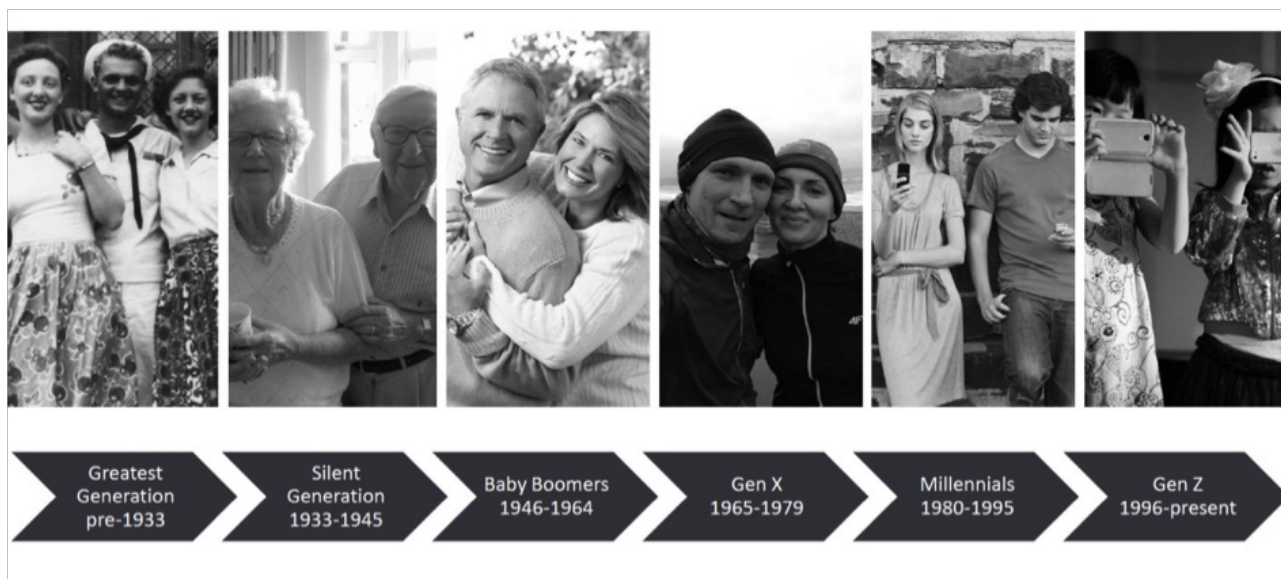
GRUPA BADAWCZA

Do badania została zaproszona grupa uczniów pierwszych klas Zespołu Szkół nr 1 w Grodzisku Mazowieckim.

Ta grupa wiekowa („generacja Z”) jest w przededniu rozpoczęcia swojej kariery zawodowej, stąd została uznana za najbardziej odpowiednią do próby zdiagnozowania

W Polsce wyróżniamy trzy generacje pracowników:

- baby boomers - pracownicy w wieku 45-65 lat, którzy „pracują po to, żeby przetrwać”;
- generacja X - pracownicy w wieku 30-45 lat, którzy „żyją po to, żeby pracować”,
- generacja Y - wiek 20-30 lat, „pracują po to, żeby żyć”,
- generacja Z będzie czwartą (wybrana do diagnozy na potrzeby niniejszego badania).



Generacja Z na osi czasu (źródło: hatalska.com)

Jakie jest to pokolenie „generacji Z”? Co o nich wiemy?

Urodzeni po 1990 roku, świat wirtualny i realny traktują jak tą samą rzeczywistość. Często określani są także jako pokolenie C – od angielskiego słowa „connected” (czyli podłączeni do sieci 24h na dobę przez 7 dni w tygodniu).

Ekspert⁵ piszą o nich m.in.:

- wyrosli pod wpływem Harry Pottera i „talent show”,
- ich świat jest „i-” – iTunes, iPad, iPod, iPhone,
- wiedzę czerpią z internetu, traktują ją jako coś co szybko traci na wartości,
- są mobilni, znają języki obce,

⁵ <http://kariera.pracuj.pl/porady/czy-nalez-baz-sie-pokolenia-z/>

- mają zdolności multitaskingu – chętnie wykonują kilka czynności naraz, bez trudu odnajdują się w kilku wydarzeniach jednocześnie (mogą np. śledzić kilka aukcji jednocześnie, być na czacie i oglądać film),
- chociaż mają znajomych na całym świecie, to zazwyczaj dłużej mieszkają z rodzicami,
- trudno jest im pogodzić się z wizją długotrwałego budowania kariery zawodowej za pomocą małych kroków.



Źródło: pracuj.pl

Istota tego pokolenia polega na tym, że jest ono bodaj najbardziej podzieloną generacją, w sensie ekonomiczno-mentalno-kulturowym, od czasów zakończenia II wojny światowej. Pamiętajmy, że jest to pierwsze pokolenie po przełomie ,89, przy którym tak wyraźnie będzie widać, kto co „dostał w spadku po rodzicach”: wykształcenie, zamożność, otwartość na świat i szansę na sukces zawodowy⁶.

Niestety - ani politycy, ani świat nauki nie zna skutecznej recepty na to, jak bezkolizyjnie wprowadzać młodych do życia społecznego, stąd biorą się próby zrzucania na nich części odpowiedzialności. Podziały generacyjne i uogólnione opisy mogą być sugestią, że sami młodzi są odpowiedzialni za brak pracy i środków do życia. To oczywiste nadużycie. Powiedzmy to wyraźnie, to nie młodzi ponoszą odpowiedzialność za ogólnoświatowy kryzys i brak stałej pracy.

Niemniej to oni już wkrótce będą budować i rozwijać naszą wspólną rzeczywistość. I to z nimi będziemy razem pracować. Warto więc myśleć raczej w współpracy i wymianie wiedzy i możliwości między pokoleniami.

Co zatem „generacja Z” myśli o przedsiębiorczości? Jak bardzo jest „przedsiębiorcza”? Przyjrzyjmy się wynikom badania.

⁶ <http://natemat.pl/55617,generacja-z-mlodzi-otwarcie-wychowani-w-dobrobycie-zyjacy-w-swiecie-wirtualnym-skazani-na-kryzys>

WYNIKI BADANIA PRZEDSIĘBIORCZOŚCI WŚRÓD MŁODZIEŻY - EDYCJA 2014

ODPOWIEDZI RESPONDENTÓW

Przy wynikach edycji 2014 badania podano także porównanie z edycją 2013 roku

1 KOGO MOŻNA NAZWAĆ PRZEDSIĘBIORCĄ?

Możliwe odpowiedzi:

- „Osobę prowadzącą działalność gospodarczą”
- „Osobę pracującą na własny rachunek”
- „Bogatego biznesmena z dużym majątkiem”
- „Osobę pomagającą innym”.
- „inna odpowiedź”

Respondenci mogli zaznaczyć więcej niż jedną odpowiedź.

Za osobę przedsiębiorczą ankietowani zdecydowanie uważają „osobę prowadzącą działalność gospodarczą” – 81 % odpowiedzi, ale też aż 51% wskazało „osobę pracującą na własny rachunek” – przy czym częściej odpowiedź tę wskazywały kobiety (58%) niż mężczyźni (nieco ponad 40%). Kobiety częściej także identyfikują przedsiębiorcę jako „osobę pomagającą innym” – 18% (mężczyźni 15% wskazań).

W ubiegłorocznej edycji badania ankietowani wskazali identyczną kolejność.

2 CO WYRÓŻNIA OSOBĘ PRZEDSIĘBIORCĄ?

Możliwe odpowiedzi:

- „pomysłowość”
- „zaradność”
- „dokładność”
- „punktualność”
- „odwaga”
- „samozaparcie”
- „ryzykanctwo”
- „cwaniactwo”
- „inne”

Respondenci mogli zaznaczyć więcej niż jedną odpowiedź.

Zdaniem respondentów to, co najbardziej wyróżnia osobę przedsiębiorczą to pomysłowość (94% odpowiedzi), zaradność (84%) i dokładność (63%).

W niektórych odpowiedziach uwidoczniły się różnice między płciami:

Mężczyźni częściej wskazywali następujące cechy jako wyróżniające osobę przedsiębiorczą:

- „dokładność” – bardziej istotna dla 85 % mężczyzn (dla 51% kobiet),
- „punktualność” – bardziej istotna dla 58% mężczyzn (dla 46% kobiet).
- „ryzykanctwo” – bardziej istotne dla 32% mężczyzn (dla 25% kobiet).

Z kolei kobiety częściej wskazywały następujące cechy jako wyróżniające osobę przedsiębiorczą:

- „zaradność”
- „odwaga”
- „samozaparcie”

Przy czym różnice wynosiły około 2 punkty procentowe przy każdej wskazanej cesze. W ubiegłorocznej edycji badania ankietowani wskazali identyczną kolejność.

3 CZY OSOBA PRZEDSIĘBIORCZA, TO TA KTÓRA:

Możliwe odpowiedzi:

- „Potrafi poradzić sobie w każdej sytuacji”,
- „Za wszelką cenę dąży do osiągnięcia sukcesu”,
- „Stara się wspierać i pomagać innym”,
- „Myśli wyłącznie o wielkiej forsie”,
- „Nie liczy się z innymi”,
- „inne”.

Respondenci mogli zaznaczyć więcej niż jedną odpowiedź.

Najwięcej wskazań otrzymało stwierdzenie, że osoba przedsiębiorcza to ta, która potrafi poradzić sobie w każdej sytuacji – 83% odpowiedzi (wyniki zbliżone dla obu płci) oraz ta, która, dąży do osiągnięcia celu za wszelką cenę – 73% odpowiedzi (wyniki zbliżone dla obu płci).

Ponad 1/3 respondentów twierdzi, że osoba przedsiębiorcza to także ta, która stara się wspierać i pomagać innym – taką odpowiedź dało 30% kobiet i aż 43 % mężczyzn. Proporcje te stanowią odwrotność wskazań dla pytania 1. , kiedy to kobiety w większej liczbie niż mężczyźni twierdziły, że „przedsiębiorcą można nazwać osobę pomagającą innym” .

Kilkuprocentowe wyniki zanotowano przy pozostałych odpowiedziach, przy czym w podziale na płeć ujawniła się dwukrotna różnica w wynikach osiągniętych w stwierdzeniu, że „osoba przedsiębiorcza myśli wyłącznie o wielkiej forsie”. Taka opinia bliska jest dla 6 % mężczyzn i 3 % kobiet.

4 CZY PRZEDSIĘBIORCZOŚCI MOŻNA SIĘ NAUCZYĆ?

Możliwe odpowiedzi:

- „Oczywiście, że można”,
- „Raczej tak, ale wymaga to wielu lat pracy”,
- „Przedsiębiorczość kształtuje „środowisko, w którym się często przebywa”,
- „Nie, trzeba się urodzić z takimi zdolnościami”,
- „Nie wiem”.

Respondenci mogli wybrać tylko jedną odpowiedź.

Tylko 3% respondentów nie wie, jakiej odpowiedzi udzielić na to pytanie. Z kolei 45% nie ma wątpliwości i twierdzi, że „oczywiście, że można”. Taką odpowiedź zaznaczyło 46% kobiet – o 3 punkty procentowe więcej niż mężczyzn. 27 % respondentów optuje za twierdzeniem, że „raczej tak, ale wymaga to wielu lat pracy” – różnice między mężczyznami i kobietami są minimalne – 1 punkt procentowy. Natomiast zdaniem 21% uczniów wskazało na środowisko, w którym się często przebywa, jako faktor kształtujący przedsiębiorczość – odpowiedzi takiej udzieliło 24% kobiet i 17% mężczyzn. Tylko 4% ankietowanych wybrało odpowiedź „Trzeba się z takimi zdolnościami urodzić” – wskazania takiego dokonało 11% mężczyzn i ani jedna kobieta.

W porównaniu z wynikami edycji badania z 2013 roku – znacznie wzrosła procentowa liczba wskazań twierdzących: „oczywiście, że można” – o 7 punktów procentowych. W bieżącym badaniu ankietowani prawie dwukrotnie rzadziej wybierali stwierdzenie: „nie – trzeba się urodzić z takimi zdolnościami”. Widać tu znaczny wzrost przekonania, że „przedsiębiorczość” nie jest „dana”, ale można ją wypracować.

5 CZY W SWOIM OTOCZENIU SPOTYKASZ OSOBY PRZEDSIĘBIORCZE? JEŚLI TAK, TO OKREŚL, GDZIE.

Możliwe odpowiedzi:

- „W lokalnej społeczności”
- „W rodzinie”,
- „W szkole, na uczelni, w pracy”,
- „Na zajęciach dodatkowych, klubach itp.”
- „Nie spotykam”,
- „W innych miejscach”

Respondenci, poza tymi, którzy zaznaczyli „nie spotykam”, mogli wybrać więcej niż jedną odpowiedź.

Według uzyskanych wyników najczęściej respondenci spotykają osoby przedsiębiorcze:

- **w lokalnej społeczności (wśród znajomych i sąsiadów) – ponad 65 % odpowiedzi** (kobiety częściej – bo 72%, mężczyźni – 53 % wskazań ,
- oraz w rodzinie – prawie 60 % odpowiedzi (wskaźniki zbliżone dla obu płci.

Osób przedsiębiorczych w ogóle nie spotyka 7 % respondentów – 11 % mężczyzn i 4 % kobiet. Respondenci z poprzedniego roku badania generalnie rzadziej wskazywali miejsca w swoim otoczeniu, gdzie spotykali osoby przedsiębiorcze.

6 CZY ZNASZ JAKIEGOŚ PRZEDSIĘBIORCĘ?

Możliwe odpowiedzi:

- „Tak”,
- „Nie”.

Respondenci mogli wybrać tylko jedną odpowiedź.

Przeważająca większość zna jakiegoś przedsiębiorcę – taką odpowiedź wybrało 80 respondentów. W grupie, która odpowiedziała „nie” (pozostałe 20%) – przeważają mężczyźni – wśród nich takiej odpowiedzi udzieliło 26% (o 10% więcej niż kobiety w tym pytaniu). W porównaniu z ubiegłoroczną edycją badania – procent twierdzących odpowiedzi wzrósł o 7%.

7 CO PRZYCZYNIĄ SIĘ DO SUKCESU I ROZWOJU PRZEDSIĘBIORCZOŚCI?

Możliwe odpowiedzi:

- „Kreatywność”,
- „Umiejętność zorganizowania się”,
- „Konsekwencja w działaniu”,
- „Kształtowanie samodzielności”,
- „Optymistyczne nastawienie do ludzi”.

Respondenci mogli wybrać więcej niż jedną odpowiedź.

Ankietowani wyraźnie wytypowali „kreatywność” (90% wskazań), „umiejętność zorganizowania się” (82% wskazań) i „konsekwencja w działaniu” (63% wskazań), jako te, które najbardziej przyczyniają się sukcesu i rozwoju przedsiębiorczości. Wyniki dla obu płci okazały się zbliżone, jedynie w dwóch kategoriach kobiety wskazywały częściej niż mężczyźni:

- „umiejętność zorganizowania się” – 83% wskazań kobiet, mężczyźni 2 punkty procentowe mniej,
- „optymistyczne nastawienie do ludzi” – 37 % wskazań kobiet, mężczyźni 1 punkt procentowy mniej.

Kolejność typów jest identyczna ze wskazaniami z badania z ubiegłego roku. Zmianom uległa jedynie wartość procentowa – dynamika w tym zakresie jest bardzo znacząca. W 2014 roku większa liczba respondentów wskazywała więcej niż jedną odpowiedź – w 2013 roku respondenci częściej wskazywali tylko jedną, mimo, że mogli wybrać wielokrotnie.

8 JAKA JEST NAJWIĘKSZA BARIERA ZAŁOŻENIA WŁASNEJ FIRMY?

Możliwe odpowiedzi:

- „Brak środków finansowych”,
- „Brak wiedzy o prowadzeniu firmy”,
- „Brak pomysłu na firmę”,
- „Obawa, że może się nie udać”,
- „Lenistwo”,
- „Duże ryzyko prowadzenia firmy”,
- „Biurokracja”

Respondenci mogli wybrać tylko jedną odpowiedź.

Według ankietowanych największą przeszkodą dla założenia własnej firmy są finanse, a konkretnie ich brak – takie zdanie podziela blisko 30% młodych ludzi, częściej mężczyźni (36%) niż kobiety (25%). Drugą najczęściej wskazywaną barierą jest brak wiedzy o prowadzeniu firmy (23% odpowiedzi), chociaż kobiety uznały ten problem za najważniejszy i wskazały go znacznie częściej (27%) niż mężczyźni (15%). Kobiety częściej też wskazywały na „brak pomysłu na firmę” (22%), mężczyźni (17%). Co ciekawe ponad 1/10 respondentów wskazała „lenistwo” jako najistotniejszą barierę założenia własnej firmy.

„Biurokracja” nie stanowi istotnego powodu dla respondentów, nie upatrują w niej zagrożenia dla zakładania własnej firmy. Jeśli już ten powód był wskazywany – to częściej dokonywali tego mężczyźni (4%) niż kobiety (1%).

W edycji badania z 2014 roku w porównaniu z edycją badania z 2013 roku wyniki tej części ankiety okazały się podobne. W różnicach warto zauważyć mniejszą liczbę wskazań dotyczących:

- „dużego ryzyka prowadzenia firmy” – 3% (2014) vs. 5% (2013)
- „biurokracji” – 2% (2014) vs. 4% (2013)

9 CZY ROZWAŻASZ PROWADZENIE DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ?

Możliwe odpowiedzi:

- „Tak”,
- „Nie”.

Respondenci mogli wybrać tylko jedną odpowiedź.

W deklaracjach respondenci okazali się bardzo pro-przedsiębiorczy – aż 67% rozważa prowadzenie własnej działalności: 78% kobiet i 58% mężczyzn. Odpowiedzi respondentów wypełniający ankiety w 2014 roku znacznie odbiegają od wyników edycji 2013 – nastąpił wyraźny wzrost liczby deklaracji „Tak – rozważam prowadzenie własnej działalności gospodarczej” – z 48% (w 2013 roku) do (67%).

Zaznaczyć należy, że ta deklaracja składana jest jedynie w sferze rozważań a nie konkretnych czynów, niemniej zmiana ta stanowi bardzo wyraźny sygnał. Należy przyjąć,

że z roku na rok wzrasta liczba młodych osób zainteresowanych założeniem i prowadzeniem własnej firmy.

10 JAKIE MOTYWY SKŁANIAJĄ CIĘ (LUB SKŁONIŁYBY W PRZYSZŁOŚCI) DO ROZPOCZĘCIA WŁASNEJ DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ.

Możliwe odpowiedzi:

- „Perspektywa uzyskania większych dochodów niż w pracy u innych”,
- „Większy poziom niezależności zawodowej”,
- „Możliwość podejmowania samodzielnych decyzji”,
- „Możliwość podejmowania nowych wyzwań”,
- „Możliwość robienia rzeczy użytecznych i ważnych”,
- „Brak ciekawych ofert pracy odpowiadających uzyskanemu wykształceniu”,
- „Wywodzę się ze środowiska, w którym rodzina, znajomi mają własne biznesy”,
- „Potrzeba osiągnięcia sukcesu jako przedsiębiorca”,
- „Potrzeba uznania i szacunku otoczenia”,
- „Brak firm konkurencyjnych w pobliżu miejsca funkcjonowania firmy”,
- „Odległość do pracy od miejsca zamieszkania”,
- „Brak wymaganego przez pracodawców wykształcenia i praktyki”,
- „Większe ryzyko i adrenalina”.
- „inne”

Respondenci mogli wybrać więcej niż jedną odpowiedź.

Na to pytanie odpowiedzi udzielały tylko te osoby, które zadeklarowały chęć założenia własnej firmy.

Z 14 różnych możliwości ankietowani wyraźnie wybrali 4 najważniejsze dla nich powody rozpoczęcia prowadzenia własnej działalności. **Najwięcej głosów oddano na „perspektywę uzyskania wyższych dochodów niż w pracy u innych” – 46%.**

Kolejnym ważnym powodem okazał się „większy poziom niezależności zawodowej” – 38%. Jako ważne motywy wskazano także: „Możliwość podejmowania samodzielnych decyzji” – 35% oraz „możliwość podejmowania nowych wyzwań”.

Kobiety znacznie częściej wskazywały większą liczbę odpowiedzi. Największa różnica w liczbie odpowiedzi dotyczyła „możliwości podejmowania nowych wyzwań” – kobiety 36% o 10% więcej niż mężczyźni. Natomiast mężczyźni oceniając motywy podjęcia własnej działalności gospodarczej częściej niż kobiety wybierali w 3 następujących kategoriach:

- „brak firm konkurencyjnych w pobliżu miejsca funkcjonowania firmy” – mężczyźni 15%, kobiety 12%
- „potrzeba uznania i szacunku otoczenia” – mężczyźni 15%, kobiety 13%
- „większe ryzyko i adrenalina” – mężczyźni 8%, kobiety 7%.

Odpowiedzi te zbliżone są do odpowiedzi udzielonych przez respondentów z edycji nadania z 2013 roku. Jednak w porównaniu – obecnie trzy najczęściej wymieniane

argumenty skłaniające do rozpoczęcia własnej działalności gospodarczej jeszcze bardziej zyskały na znaczeniu i te odpowiedzi osiągnęły największy przyrost procentowy:

- „perspektywa uzyskania wyższych dochodów niż w pracy u innych” – wzrost o 30 punktów procentowych (16% w 2013 roku),
- „większy poziom niezależności zawodowej” – wzrost o 25 punktów procentowych (13% w 2013 roku),
- „możliwość podejmowania samodzielnych decyzji” – wzrost o 22 punkty procentowe (13% w 2013 roku).

11 DLACZEGO NIE PLANUJESZ PROWADZENIA WŁASNEJ DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ.

Możliwe odpowiedzi:

- „Nie mam pomysłu na biznes”,
- „Nie posiadam wystarczającej wiedzy i doświadczenia”,
- „Prowadzenie własnej firmy wymaga ciągłego funkcjonowania na wysokich obrotach przez 7 dni w tygodniu”,
- „Prowadzenie własnej firmy oznacza życie w ciągłym stresie”
- „Obawiam się, że mi się nie uda”,
- „Brak mi środków finansowych”
- „Nie wiem, jak założyć własną firmę”,
- „Nie posiadam wystarczających predyspozycji”.
- „Prowadzenie własnej firmy jest zbyt drogie – trzeba ponosić wysokie koszty podatków i inne”,
- „Nie wiem, jakie instytucje wspierają młodych przedsiębiorców.

Respondenci mogli wybrać więcej niż jedną odpowiedź.

Na to pytanie odpowiedzi udzielały tylko osoby, które zadeklarowały brak chęci do założenia własnej firmy w przyszłości. Najczęściej wskazywanym powodem takiej deklaracji było stwierdzenie:

- „nie mam pomysłu na biznes” – 21% wskazań,
- „nie posiadam wystarczającej wiedzy i doświadczenia” – 14% wskazań,
- „prowadzenie własnej firmy wymaga ciągłego funkcjonowania na „wysokich obrotach” przez 7 dni w tygodniu” – 13 % wskazań.

Taką kolejność wskazywali głównie mężczyźni. Natomiast ankietowane kobiety wskazały częściej dodatkowy powód, dla których nie planują prowadzenia własnej działalności gospodarczej: „Prowadzenie własnej firmy oznacza życie w ciągłym stresie” – 12% odpowiedzi. W porównaniu z ubiegłoroczną edycją badania na znaczeniu straciły argumenty:

- „brak mi środków finansowych” – 13% w 2014 roku; 14% w 2013 roku,
 - „prowadzenie własnej firmy jest zbyt drogie” - 7% w 2014 roku; 8% w 2013 roku,
- Natomiast jeszcze większej wagi nabrał argument: „nie mam pomysłu na biznes” – wzrost o 6 punktów procentowych (15% w 2013 roku).

PODSUMOWANIE BADANIA

PRZEDSIĘBIORCZOŚCI WŚRÓD MŁODZIEŻY:

5 NAJWAŻNIEJSZYCH TRENDÓW

1. Znaczny wzrost odsetka młodych ludzi, którzy deklarują chęć prowadzenie własnej działalności gospodarczej – 67% respondentów (więcej kobiet niż mężczyzn). Większość z nich uważa, że przedsiębiorczości można się nauczyć. Co ciekawe, ponad 1/3 młodych ludzi twierdzi też, że osoba przedsiębiorcza stara się wspierać i pomagać innym.
2. Głównym motywatorem skłaniającym do prowadzenia własnej firmy są zazwyczaj pieniądze: większe dochody, większy poziom niezależności finansowej oraz możliwość podejmowania samodzielnych decyzji. Motywatory te zdają się być jeszcze silniejsze niż w ubiegłorocznej edycji badania.
3. Natomiast brak wiedzy o przedsiębiorczości, działaniach i postawach przedsiębiorczych generuje obawę młodych ludzi przed rozpoczęciem własnej działalności gospodarczej. Ci, którzy deklarują brak planu związanego z własnym biznesem zasłaniają się przede wszystkim „brakiem pomysłu na biznes”. Typują „kreatywność” jako główny motor sukcesu i rozwoju przedsiębiorczości.
4. W ubiegłej edycji badania ten brak pomysłów na ewentualną działalność gospodarczą także był podstawowym powodem braku myślenia o rozpoczęciu własnej działalności. Stereotyp ten pojawił się jako wiodący także w wynikach tegorocznej edycji badania. Choć prawie połowa uważa, że przedsiębiorczości można się nauczyć.
5. Natomiast przy identyfikowaniu ogólnych barier zakładania firmy pojawiło się myślenie o tym, że aby w ogóle rozpocząć planowanie założenia własnej firmy trzeba w pierwszej kolejności posiadać duże pieniądze. Natomiast przy argumentowaniu własnej decyzji Jego miejsce zajął pogląd, że „prowadzenie własnej firmy wymaga ciągłego funkcjonowania na wysokich obrotach przez 7 dni w tygodniu”.

Tabela podsumowująca na następnej stronie

PODSUMOWANIE

L.p.	Pytanie ankietowe - treść	Badanie 2014 - wyniki ogółem Najczęściej typowane odpowiedzi
1	Według ciebie kogo można nazwać przedsiębiorcą? Respondenci mogli wybrać więcej niż jedną odpowiedź.	<ol style="list-style-type: none">1. Osobę prowadzącą działalność gospodarczą – 81%2. Osobę pracującą na własny rachunek – 51%
2	Co wyróżnia osobę przedsiębiorczą? Respondenci mogli wybrać więcej niż jedną odpowiedź.	<ol style="list-style-type: none">1. Pomysłowość – 94%2. Zaradność – 84%3. Dokładność – 63%
3	Czy osoba przedsiębiorcza to ta, która: Respondenci mogli wybrać więcej niż jedną odpowiedź.	<ol style="list-style-type: none">1. Potrafi poradzić sobie w każdej sytuacji – 83%2. Za wszelką cenę dąży do osiągnięcia sukcesu – 73%3. Stara się wspierać i pomagać innym – 35%
4	Czy przedsiębiorczości można się nauczyć? Respondenci mogli wybrać tylko jedną odpowiedź.	<ol style="list-style-type: none">1. Oczywiście, że można - 45%2. Raczej tak, ale wymaga to wielu lat pracy – 27%3. Przedsiębiorczość kształtuje środowisko, w którym się przebywa – 21%4. Nie – trzeba się urodzić z takimi zdolnościami – 4%
5	Czy w swoim otoczeniu spotykasz osoby przedsiębiorcze? Jeśli tak, to określ gdzie? Respondenci mogli wybrać więcej niż jedną odpowiedź.	<ol style="list-style-type: none">1. W lokalnej społeczności (znajomi, sąsiedzi) – 65 %2. W rodzinie – 59%3. W szkole/na uczelni/ w pracy – 39%
6	Czy znasz jakiegoś przedsiębiorcę? Respondenci mogli wybrać tylko jedną odpowiedź.	<ol style="list-style-type: none">4. tak – 80%5. nie – 20 %

Źródło: opracowanie na podstawie wyników badania

Ujęcie tabelaryczne najważniejszych wyników uzyskanych w Badaniu przedsiębiorczości wśród młodzieży – edycja 2014, oraz porównanie z wynikami Badania edycji 2013.

Badanie 2014 - kobiety Najczęściej typowane odpowiedzi	Badanie 2014 - mężczyźni Najczęściej typowane odpowiedzi	Badanie 2013 - wyniki ogółem Najczęściej typowane odpowiedzi
<ol style="list-style-type: none"> Osobę prowadząca działalność gospodarczą – 78% Osobę pracującą na własny rachunek – 58% 	<ol style="list-style-type: none"> Osobę prowadząca działalność gospodarczą – 85% Osobę pracującą na własny rachunek – 40% 	<ol style="list-style-type: none"> Osobę prowadząca działalność gospodarczą – 52% Osobę pracującą na własny rachunek – 24%
<ol style="list-style-type: none"> Pomysłowość – 93% Zaradność – 85% Dokładność/Odwaga – 51% 	<ol style="list-style-type: none"> Pomysłowość – 94% Dokładność – 85% Zaradność – 83% 	<ol style="list-style-type: none"> Pomysłowość – 22% Zaradność – 19% Dokładność – 15%
<ol style="list-style-type: none"> Potrafi poradzić sobie w każdej sytuacji – 84% Za wszelką cenę dąży do osiągnięcia sukcesu – 74% Stara się wspierać i pomagać innym – 30% 	<ol style="list-style-type: none"> Potrafi poradzić sobie w każdej sytuacji – 81% Za wszelką cenę dąży do osiągnięcia sukcesu – 72% Stara się wspierać i pomagać innym – 43% 	<ol style="list-style-type: none"> Potrafi poradzić sobie w każdej sytuacji – 45% Za wszelką cenę dąży do osiągnięcia sukcesu – 30% Stara się wspierać i pomagać innym – 21%
<ol style="list-style-type: none"> Oczywiście, że można - 46% Raczej tak, ale wymaga to wielu lat pracy - 27% Przedsiębiorczość kształtuje środowisko, w którym się przebywa - 24% Nie - trzeba się urodzić z takimi zdolnościami - 0% 	<ol style="list-style-type: none"> Oczywiście, że można - 43% Raczej tak, ale wymaga to wielu lat pracy - 26% Przedsiębiorczość kształtuje środowisko, w którym się przebywa - 17% Nie - trzeba się urodzić z takimi zdolnościami - 11% 	<ol style="list-style-type: none"> Oczywiście, że można - 38% Raczej tak, ale wymaga to wielu lat pracy - 32% Przedsiębiorczość kształtuje środowisko, w którym się przebywa - 22% Nie - trzeba się urodzić z takimi zdolnościami - 7%
<ol style="list-style-type: none"> W lokalnej społeczności (znajomi, sąsiedzi) – 72 % W rodzinie – 58% W szkole/na uczelni/ w pracy – 39% 	<ol style="list-style-type: none"> W rodzinie – 60% W lokalnej społeczności (znajomi, sąsiedzi) – 53 % W szkole/na uczelni/ w pracy – 40% Na zajęciach dodatkowych, w klubach itp. – 21% 	<ol style="list-style-type: none"> W lokalnej społeczności (znajomi, sąsiedzi) – 33 % W rodzinie – 33% W szkole/na uczelni/ w pracy – 22%
<ol style="list-style-type: none"> tak – 84% nie – 16% 	<ol style="list-style-type: none"> tak – 74% nie – 26% 	<ol style="list-style-type: none"> tak – 73% nie – 27%

L.p.	Pytanie ankietowe - treść	Badanie 2014 - wyniki ogółem Najczęściej typowane odpowiedzi
7	<p>Do sukcesu i rozwoju przedsiębiorczości wg Ciebie przyczynia się: Respondenci mogli wybrać więcej niż jedną odpowiedź.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kreatywność – 90% 2. Umiejętność zorganizowania się – 82% 3. Konsekwencja w działaniu – 63%
8	<p>Spośród niżej wymienionych wybierz jedną najważniejszą twoim zdaniem barierę założenia własnej firmy: Respondenci mogli wybrać tylko jedną odpowiedź.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Brak środków finansowych -29% 2. Brak wiedzy o prowadzeniu firmy – 23% 3. Brak pomysłu na firmę – 20%
9	<p>Czy rozważasz prowadzenie własnej działalności gospodarczej? Respondenci mogli wybrać tylko jedną odpowiedź.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tak – 67% 2. Nie – 33%
10	<p>Jakie motywy skłaniają cię (lub skłoniłyby w przyszłości) do rozpoczęcia własnej działalności gospodarczej. Respondenci mogli wybrać więcej niż jedną odpowiedź.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perspektywa uzyskania wyższych dochodów niż w pracy u innych – 46% 2. Większy poziom niezależności finansowej 0 38% 3. Możliwość podejmowania samodzielnych decyzji – 35%
11	<p>Dlaczego nie planujesz prowadzenie własnej działalności gospodarczej? Respondenci mogli wybrać więcej niż jedną odpowiedź.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nie mam pomysłu na biznes – 21% 2. Nie posiadam wystarczającej wiedzy i doświadczenia – 14% 3. Prowadzenie własnej firmy wymaga ciągłego funkcjonowania „na wysokich obrotach” przez 7 dni w tygodniu – 13%

Źródło: opracowanie na podstawie wyników badania

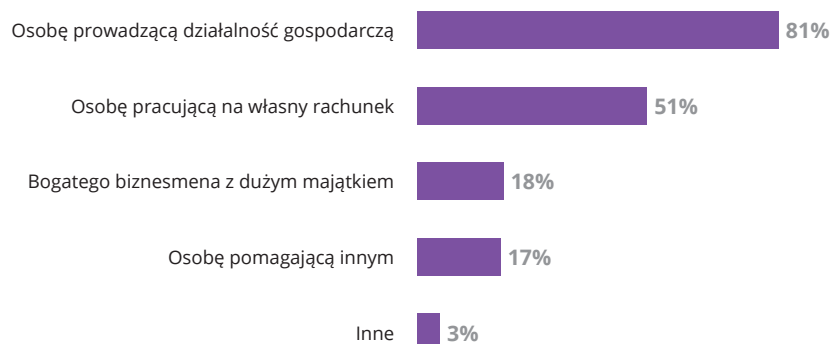
Badanie 2014 - kobiety Najczęściej typowane odpowiedzi	Badanie 2014 - mężczyźni Najczęściej typowane odpowiedzi	Badanie 2013 - wyniki ogółem Najczęściej typowane odpowiedzi
1. Kreatywność – 87% 2. Umiejętność zorganizowania się – 83% 3. Konsekwencja w działaniu – 60%	1. Kreatywność – 96% 2. Umiejętność zorganizowania się – 81% 3. Konsekwencja w działaniu – 68%	1. Kreatywność – 29% 2. Umiejętność zorganizowania się – 26% 3. Konsekwencja w działaniu – 20%
1. Brak wiedzy o prowadzeniu firmy – 27% 2. Brak środków finansowych – 25% 3. Brak pomysłu na firmę – 22%	1. Brak środków finansowych – 36% 2. Brak pomysłu na firmę – 17% 3. Obawa, że może się nie udać / Brak wiedzy o prowadzeniu firmy – po 15%	1. Brak środków finansowych – 25% 2. Brak wiedzy o prowadzeniu firmy / Brak pomysłu na firmę – po 21 %
1. Tak – 72% 2. Nie - 28%	1. Tak – 58% 2. Nie – 42%	1. Tak – 48% 2. Nie -52%
1. Perspektywa uzyskania wyższych dochodów niż w pracy u innych – 47% 2. Większy poziom niezależności zawodowej – 40% 3. Możliwość podejmowania samodzielnych decyzji – 38%	1. Perspektywa uzyskania wyższych dochodów niż w pracy u innych – 43% 2. Możliwość podejmowania samodzielnych decyzji – 38% 3. Większy poziom niezależności zawodowej – 34%	1. Perspektywa uzyskania wyższych dochodów niż w pracy u innych – 16% 2. Większy poziom niezależności zawodowej – 13% 3. Możliwość podejmowania samodzielnych decyzji – 13%
1. Nie posiadam wystarczającej wiedzy i doświadczenia – 19% 2. Nie mam pomysłu na biznes – 18% 3. Prowadzenie własnej firmy oznacza życie w ciągłym stresie – 12%	1. Nie mam pomysłu na biznes – 25% 2. Prowadzenie własnej firmy wymaga ciągłego funkcjonowania „na wysokich obrotach” przez 7 dni w tygodniu – 23% 3. Nie posiadam wystarczającej wiedzy i doświadczenia – 19%	1. Nie mam pomysłu na biznes – 15% 2. Nie posiadam wystarczającej wiedzy i doświadczenia – 14% 3. Brak mi środków finansowych – 10%

UZYSKANE ODPOWIEDZI

WYKRESY Z WYNIKAMI 2014 (ZBIORCZE)

1 WEDŁUG CIEBIE KOGO MOŻNA NAZWAĆ PRZEDSIĘBIORCĄ?

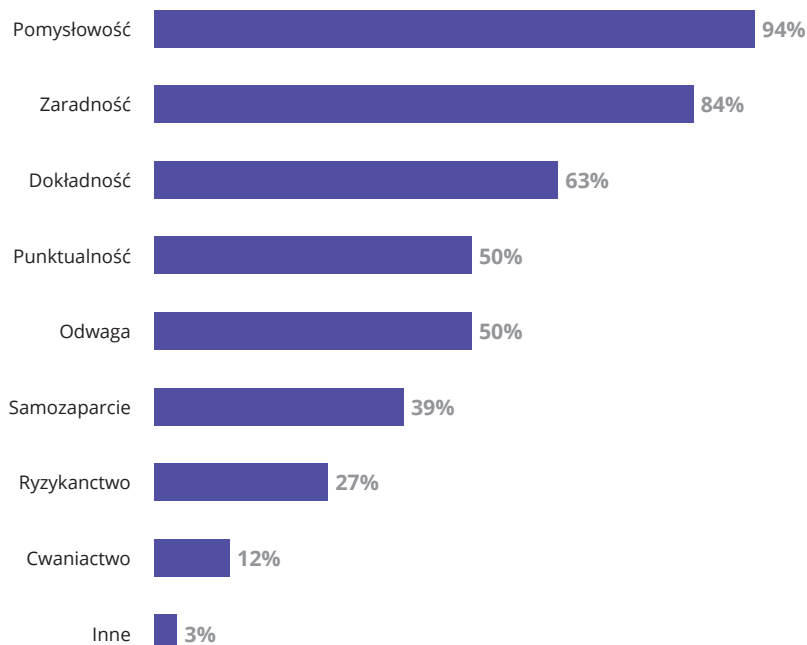
(Można zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź)



Źródło: opracowanie na podstawie wyników badania

2 CO WYRÓŻNIA OSOBĘ PRZEDSIĘBIORCZĄ?

(Można zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź)



Źródło: opracowanie na podstawie wyników badania

3 CZY OSOBA PRZEDSIĘBIORCZA TO TA, KTÓRA:

(Można zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź)

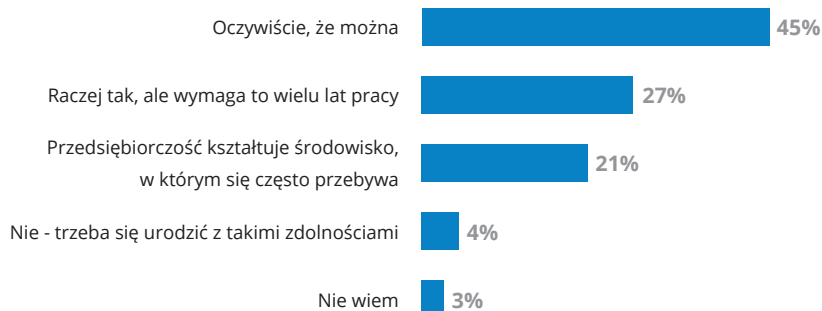
Źródło: opracowanie na podstawie wyników badania



4 CZY PRZEDSIĘBIORCZOŚCI MOŻNA SIĘ NAUCZYĆ?

(Można zaznaczyć tylko 1 odpowiedź)

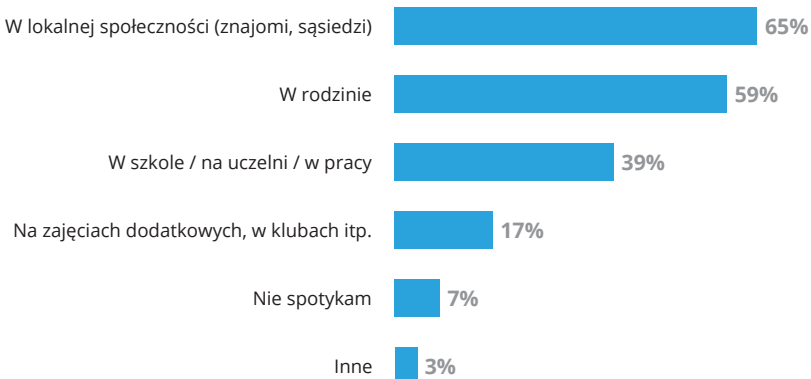
Źródło: opracowanie na podstawie wyników badania



5 CZY W SWOIM OTOCZENIU SPOTYKASZ OSOBY PRZEDSIĘBIORCZE? JEŚLI TAK, TO OKREŚL GDZIE?

(Można zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź)

Źródło: opracowanie na podstawie wyników badania



6 CZY ZNASZ JAKIEGOŚ PRZEDSIĘBIORCĘ?

(Można zaznaczyć tylko 1 odpowiedź)



Źródło: opracowanie na podstawie wyników badania

7 DO SUKCESU I ROZWOJU PRZEDSIĘBIORCZOŚCI WG CIEBIE PRZYCZYNIĄ SIĘ?

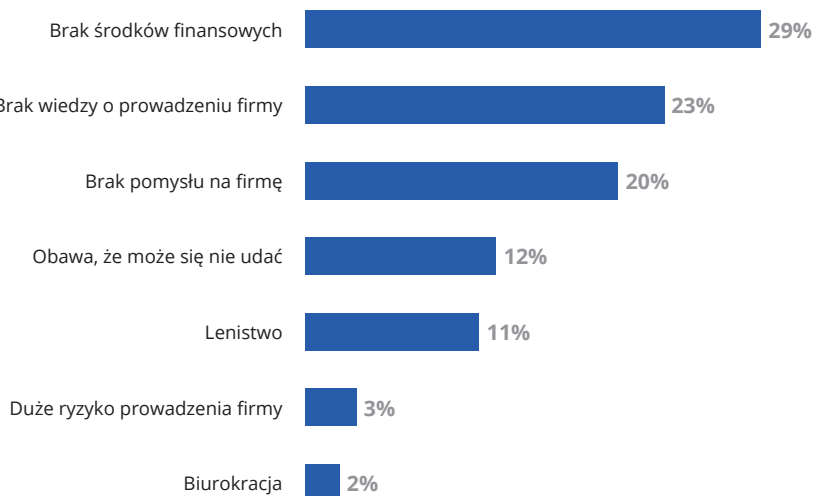
(Można zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź)



Źródło: opracowanie na podstawie wyników badania

8 SPOŚRÓD NIŻEJ WYMIENIONYCH WYBIERZ JEDNĄ, NAJWAŻNIEJSZĄ TWOIM ZDANIEM BARIERĘ ZAŁOŻENIA WŁASNEJ FIRMY:

(Można zaznaczyć tylko 1 odpowiedź)

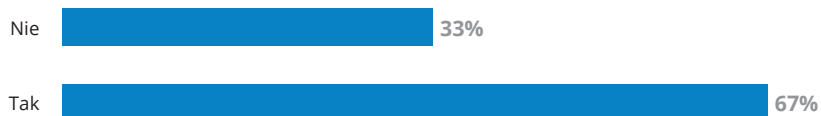


Źródło: opracowanie na podstawie wyników badania

9 CZY ROZWAŻASZ PROWADZENIE WŁASNEJ DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ?

(Można zaznaczyć tylko 1 odpowiedź)

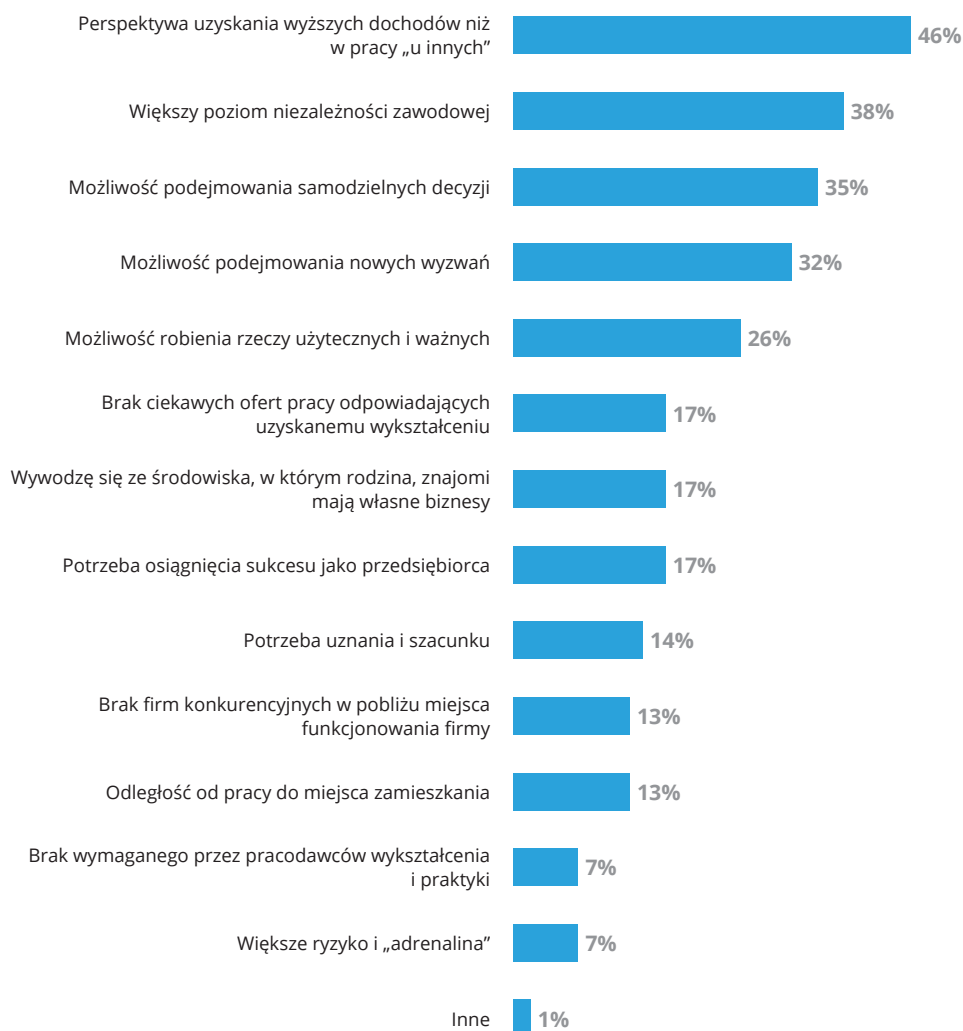
Źródło: opracowanie na podstawie wyników badania



10 JAKIE MOTYWY SKŁANIAJĄ CIĘ (LUB SKŁONIŁYBY W PRZYSZŁOŚCI) DO ROZPOCZĘCIA WŁASNEJ DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ.

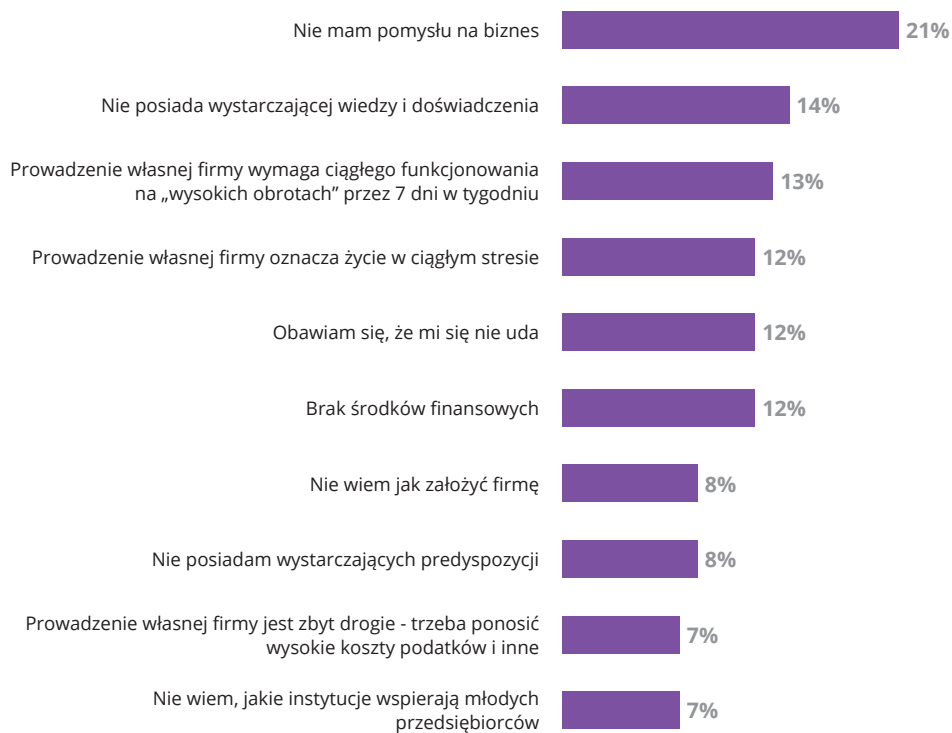
(Można zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź)

Źródło: opracowanie na podstawie wyników badania



11 DLACZEGO NIE PLANUJESZ PROWADZENIA WŁASNEJ DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ?

(Można zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź)



Źródło: opracowanie na podstawie wyników badania

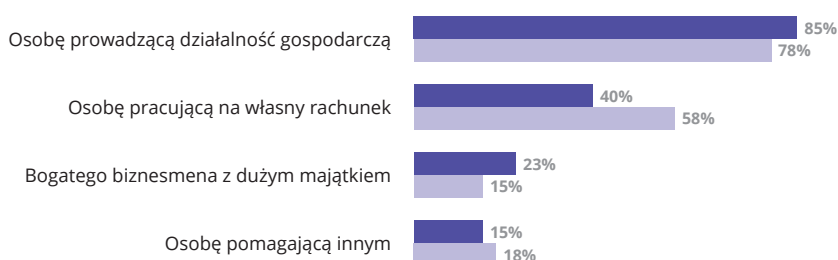
UZYSKANE ODPOWIEDZI

WYKRESY Z WYNIKAMI 2014 (PŁEĆ)

12 WEDŁUG CIEBIE KOGO MOŻNA NAZWAĆ PRZEDSIĘBIORCĄ? DANE WG PŁCI

(Można zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź)

■ mężczyźni ■ kobiety

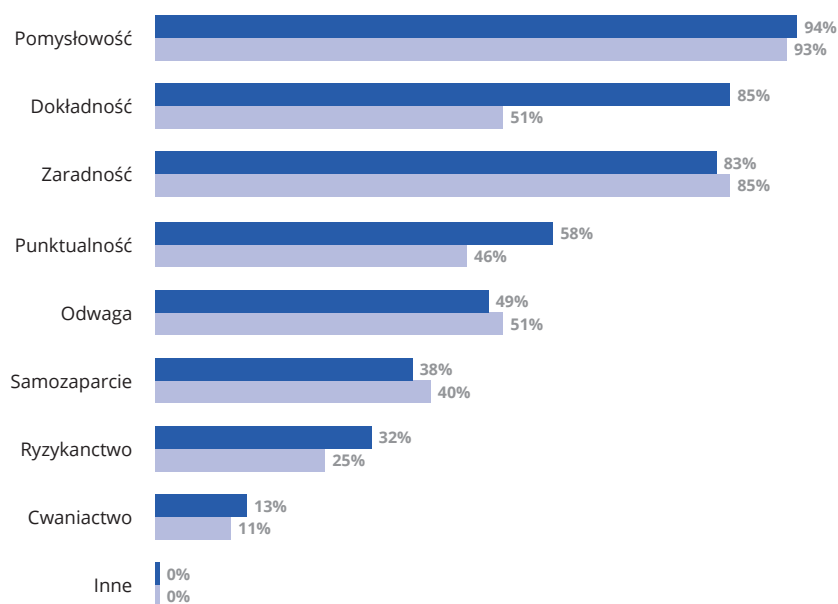


Źródło: opracowanie na podstawie wyników badania

13 CO WYRÓŻNIA OSOBĘ PRZEDSIĘBIORCZĄ? DANE WG PŁCI

(Można zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź)

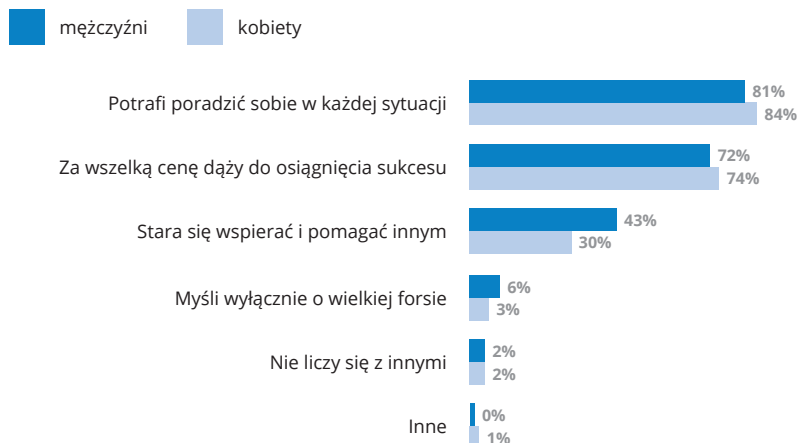
■ mężczyźni ■ kobiety



Źródło: opracowanie na podstawie wyników badania

14 CZY OSOBA PRZEDSIĘBIORCZA TO TA, KTÓRA: DANE WG PŁCI

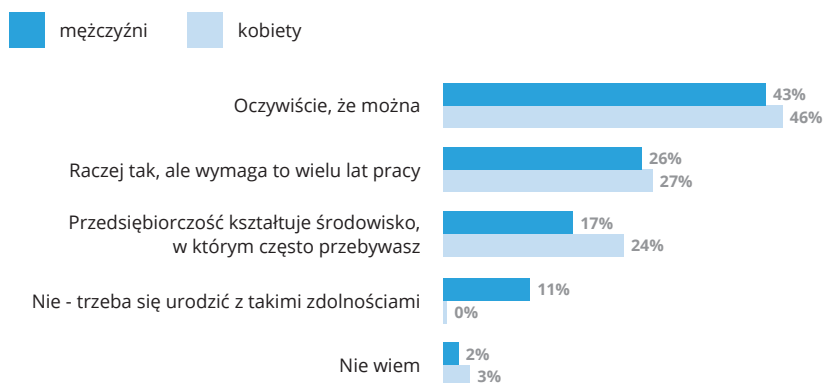
(Można zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź)



Źródło: opracowanie na podstawie wyników badania

15 CZY PRZEDSIĘBIORCZOŚCI MOŻNA SIĘ NAUCZYĆ? DANE WG PŁCI

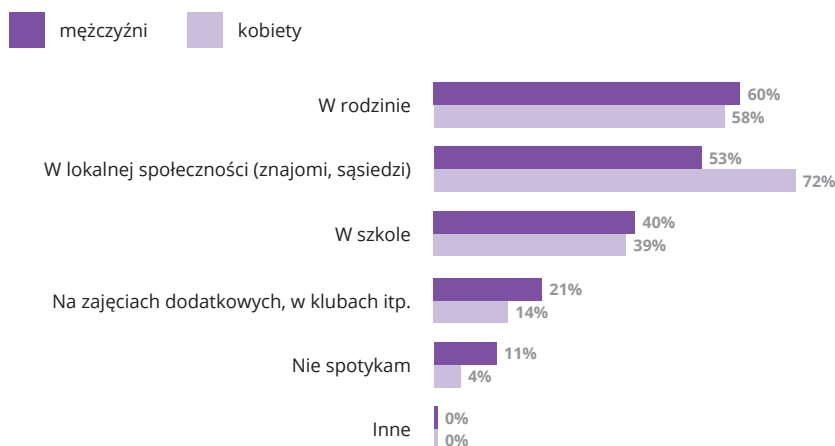
(Można zaznaczyć tylko 1 odpowiedź)



Źródło: opracowanie na podstawie wyników badania

16 CZY W SWOIM OTOCZENIU SPOTYKASZ OSOBY PRZEDSIĘBIORCZE? JEŚLI TAK, TO OKREŚL GDZIE? DANE WG PŁCI

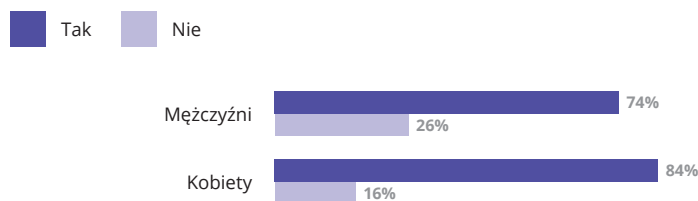
(Można zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź)



Źródło: opracowanie na podstawie wyników badania

17 CZY ZNASZ JAKIEGOŚ PRZEDSIĘBIORCĘ? DANE WG PŁCI

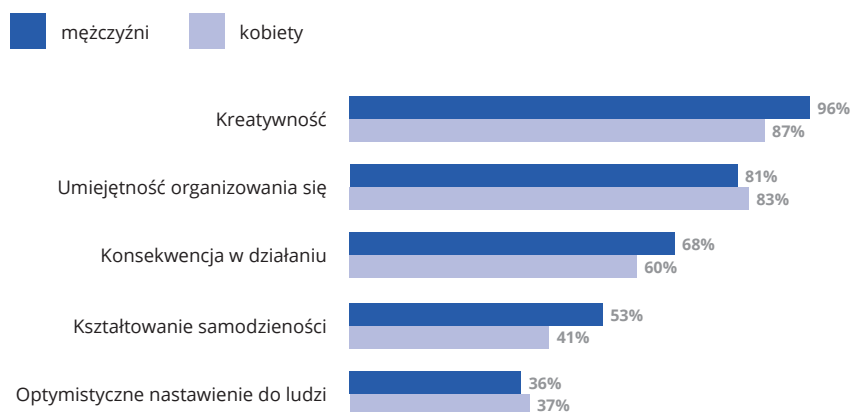
(Można zaznaczyć tylko 1 odpowiedź)



Źródło: opracowanie na podstawie wyników badania

18 DO SUKCESU I ROZWOJU PRZEDSIĘBIORCZOŚCI WG CIEBIE PRZYCZYNIĄ SIĘ: DANE WG PŁCI

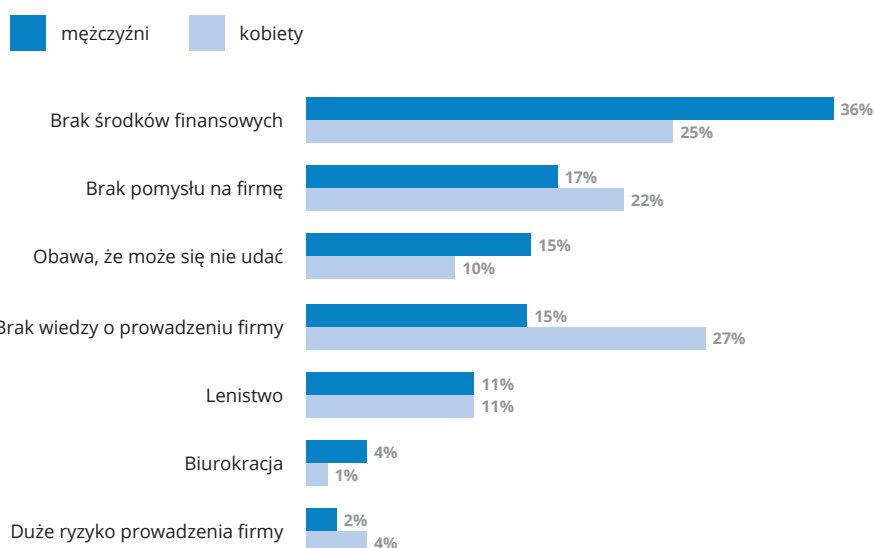
(Można zaznaczyć więcej 1 odpowiedź)



Źródło: opracowanie na podstawie wyników badania

19 SPOŚRÓD NIŻEJ WYMIENIONYCH WYBIERZ JEDNĄ, NAJWAŻNIEJSZĄ TWOIM ZDANIEM BARIERĘ ZAŁOŻENIA WŁASNEJ FIRMY: DANE WG PŁCI

(Można zaznaczyć tylko 1 odpowiedź)

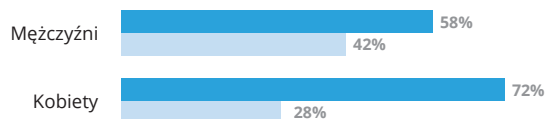


Źródło: opracowanie na podstawie wyników badania

20 CZY ROZWAŻASZ PROWADZENIE WŁASNEJ DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ? DANE WG PŁCI

(Można zaznaczyć tylko 1 odpowiedź)

Tak Nie

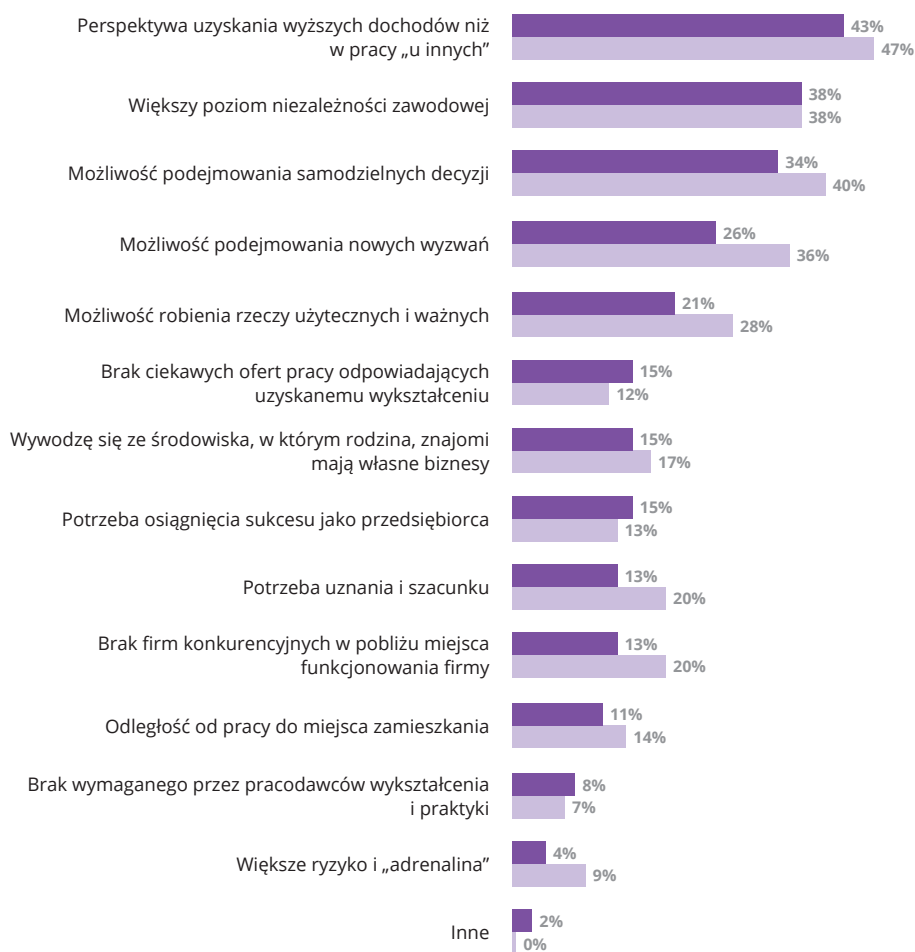


Źródło: opracowanie na podstawie wyników badania

21 JAKIE MOTYWY SKŁANIAJĄ CIĘ (LUB SKŁONIŁYBY W PRZYSZŁOŚCI) DO ROZPOCZĘCIA WŁASNEJ DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ. DANE WG PŁCI

(Można zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź)

mężczyźni kobiety



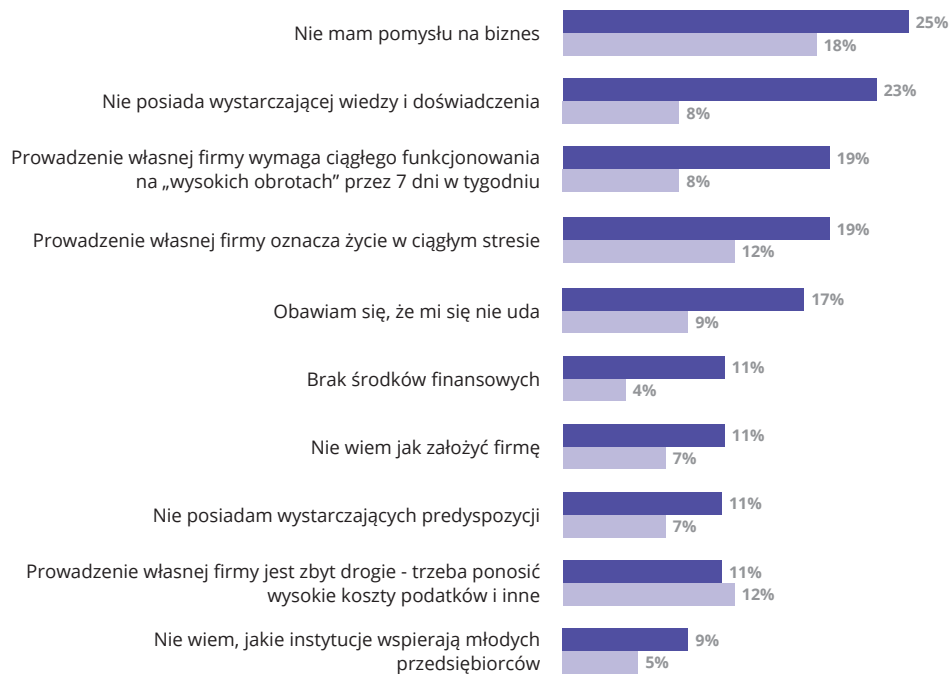
Źródło: opracowanie na podstawie wyników badania

22 DLACZEGO NIE PLANUJESZ PROWADZENIA WŁASNEJ DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ. DANE WG PŁCI

(Można zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź)

■ mężczyźni ■ kobiety

Źródło: opracowanie na podstawie wyników badania



UZYSKANE ODPOWIEDZI

PORÓWNANIE WYNIKÓW EDYCJI BADANIA 2014/2013

23 WEDŁUG CIEBIE KOGO MOŻNA NAZWAĆ PRZEDSIĘBIORCĄ? PORÓWNANIE 2014/2013

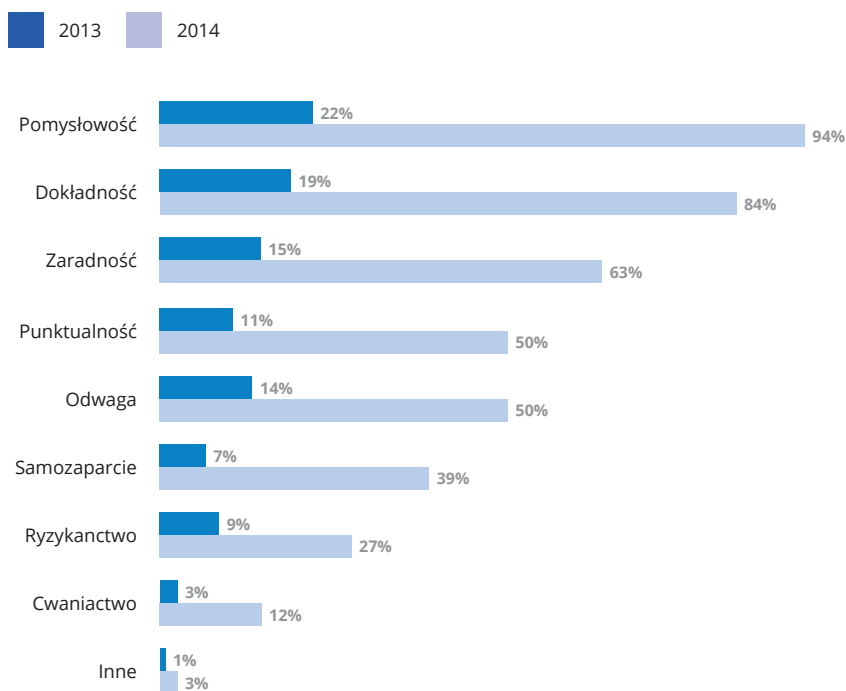
(Można zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź)



Źródło: opracowanie na podstawie wyników badania

24 CO WYRÓŻNIA OSOBĘ PRZEDSIĘBIORCZĄ? PORÓWNANIE 2014/2013

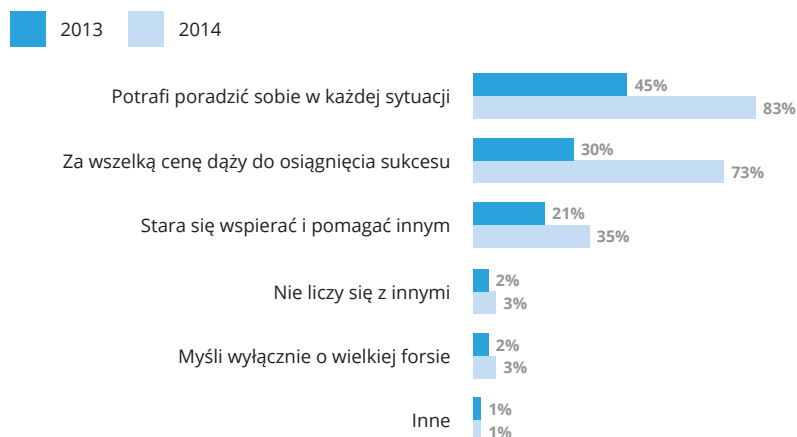
(Można zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź)



Źródło: opracowanie na podstawie wyników badania

25 CZY OSOBA PRZEDSIĘBIORCZA TO TA, KTÓRA: PORÓWNANIE 2014/2013

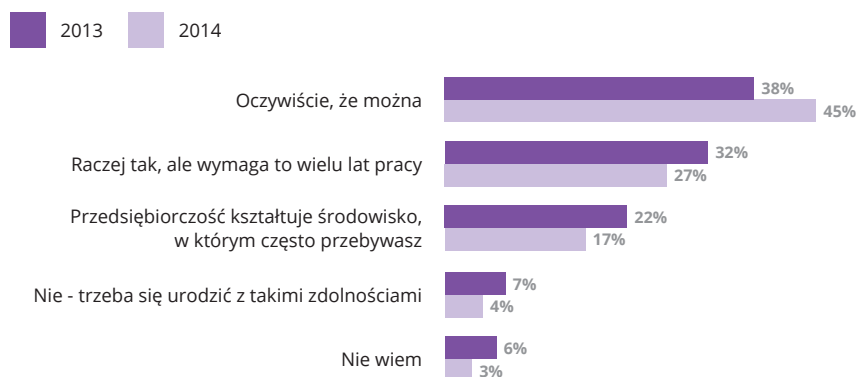
(Można zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź)



Źródło: opracowanie na podstawie wyników badania

26 CZY PRZEDSIĘBIORCZOŚCI MOŻNA SIĘ NAUCZYĆ? PORÓWNANIE 2014/2013

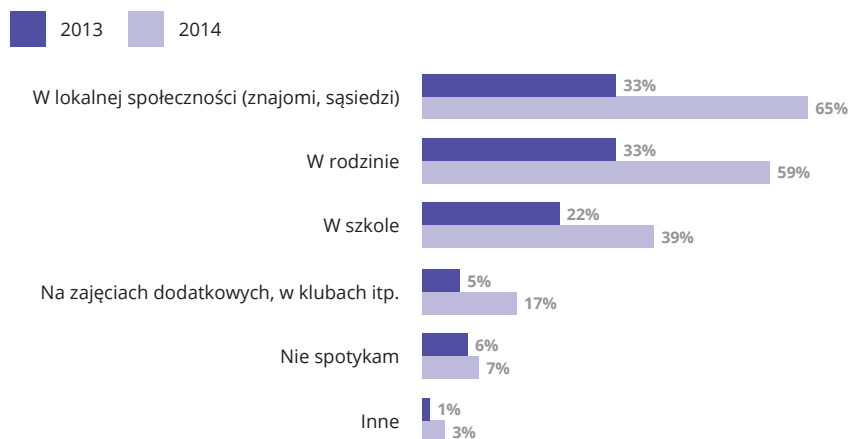
(Można zaznaczyć tylko 1 odpowiedź)



Źródło: opracowanie na podstawie wyników badania

27 CZY W SWOIM OTOCZENIU SPOTYKASZ OSOBY PRZEDSIĘBIORCZE? JEŚLI TAK, TO OKREŚL GDZIE? PORÓWNANIE 2014/2013

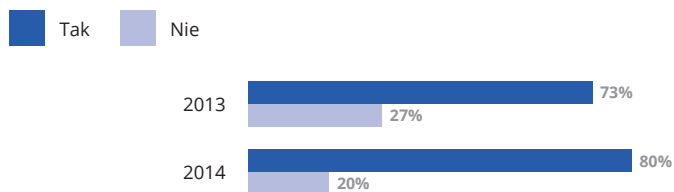
(Można zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź)



Źródło: opracowanie na podstawie wyników badania

28 CZY ZNASZ JAKIEGOŚ PRZEDSIĘBIORCĘ? PORÓWNANIE 2014/2013

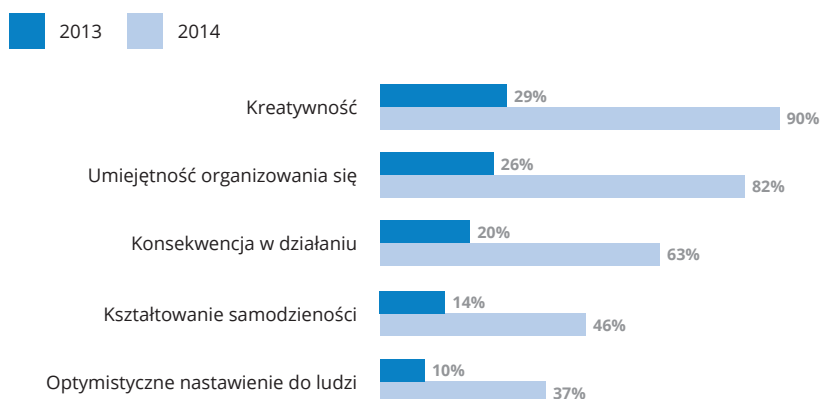
(Można zaznaczyć tylko 1 odpowiedź)



Źródło: opracowanie na podstawie wyników badania

29 DO SUKCESU I ROZWOJU PRZEDSIĘBIORCZOŚCI WG CIEBIE PRZYCZYNIĄ SIĘ: PORÓWNANIE 2014/2013

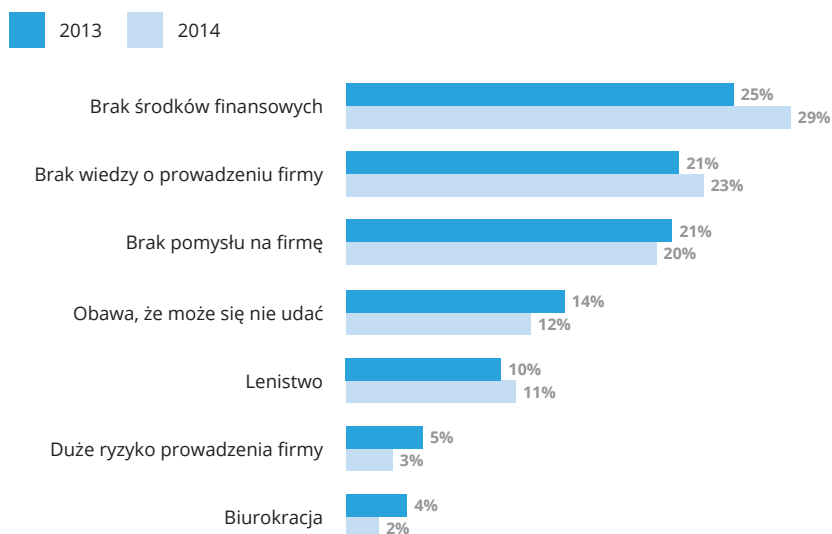
(Można zaznaczyć więcej 1 odpowiedź)



Źródło: opracowanie na podstawie wyników badania

30 SPOŚRÓD NIŻEJ WYMIENIONYCH WYBIERZ JEDNĄ, NAJWAŻNIEJSZĄ TWOIM ZDANIEM BARIERĘ ZAŁOŻENIA WŁASNEJ FIRMY: PORÓWNANIE 2014/2013

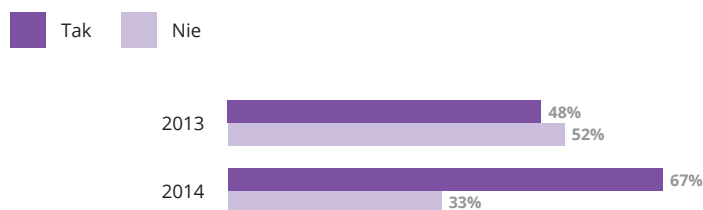
(Można zaznaczyć tylko 1 odpowiedź)



Źródło: opracowanie na podstawie wyników badania

31 CZY ROZWAŻASZ PROWADZENIE WŁASNEJ DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ? PORÓWNANIE 2014/2013

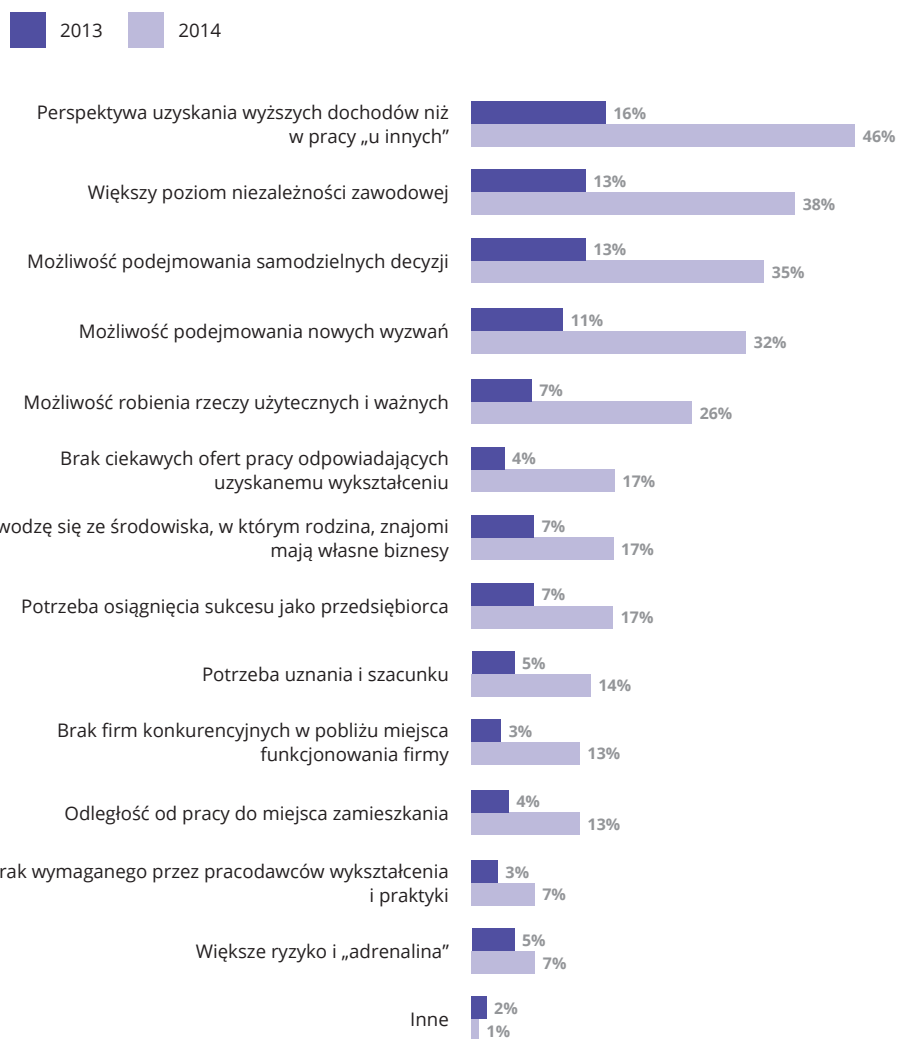
(Można zaznaczyć tylko 1 odpowiedź)



Źródło: opracowanie na podstawie wyników badania

32 JAKIE MOTYWY SKŁANIAJĄ CIĘ (LUB SKŁONIŁYBY W PRZYSZŁOŚCI) DO ROZPOCZĘCIA WŁASNEJ DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ. PORÓWNANIE 2014/2013

(Można zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź)



Źródło: opracowanie na podstawie wyników badania

33 DLACZEGO NIE PLANUJESZ PROWADZENIA WŁASNEJ DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ. PORÓWNANIE 2014/2013

(Można zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź)

■ 2013 ■ 2014



Źródło: opracowanie na podstawie wyników badania



**„ Dawny model szkoły
nie zdaje już egzaminu ”**

(Rewolucja w uczeniu, G. ryden, J. Vos, Wydawnictwo
Moderski i S-ka, Poznań 2000, str. 26)

O AUTORZE BADANIA



Bogusław Jerzy Feder - dr nauk humanistycznych w dziedzinie pedagogiki, ekspert w dziedzinie edukacji dorosłych, jeden z ważniejszych specjalistów w Polsce zajmujących się tematem przywództwa. W 1990 r. założył Międzynarodową Szkołę Menedżerów a w 1991 r. Centrum Kreowania Liderów (obecnie spółka akcyjna w grupie kapitałowej PTWP S.A notowanej na New Connect).

Prowadził działalność dydaktyczno-szkoleniową w ośrodku szkoleniowym w Kłudzienku pod Warszawą, gdzie opracował metody kształcenia umiejętności kierowniczych i przywódczych.

Stypendysta Funduszu Pomocy Niezależnej Kulturze i Literaturze polskiej (Paryż 1984-85) Stypendysta San Francisco State University (1994) i George Washington University (1995) w ramach East Central European Scholarship Program (Przywództwo i Edukacja) do 2008 uczestnik ponad 50 konferencji w USA w zakresie zarządzania, przywództwa i edukacji dorosłych.

Autor metod kształcących zachowania i umiejętności przywódcze. Ma w swoim dorobku wiele artykułów prasowych, pionierskich i innowacyjnych programów szkoleniowych oraz projektów wydawniczych z zakresu przywództwa. Wielokrotnie cytowany w publikacjach na temat przywództwa.

KOLEJNOŚĆ ZDARZEŃ, CZYLI WIZJA I PIENIĄDZE

AUTOR: DR BOGUSŁAW J. FEDER

Wszystko powstaje dwa razy: najpierw w naszym umyśle, później w rzeczywistości. Pierwszym krokiem do „namalowania” swojego obrazu przyszłości jest obserwowanie rzeczywistości. Jednocześnie terażniejszość stale przypomina nam, od czego chcemy uciec, a więc wzmacnia nasze niezadowolenie. To z kolei kieruje naszą energię do stworzenia stanu pożądanego - czyli wizji przyszłości.

Z dużą przyjemnością oglądamy film „Wielki Szu”, ze wspaniałą rolą Jana Nowickiego. W filmie Nowicki uczył młodego początkującego gracza w pokera trudnej sztuki wygrywania. Osią, wokół której toczy się cała akcja, jest stwierdzenie, iż poker to gra w karty, a nie o pieniądze. Chodzi w niej o przyjemność płynącą z gry, a pieniądze są elementem zachęcającym gracza do podejmowania coraz większego ryzyka. Najpierw musi być cel, potem dochodzi przemyślana strategia, wtedy rozpoczyna się gra, a przy odrobinie szczęścia na koniec pojawia się satysfakcja wygranej i nagroda, czyli pieniądze. Ta kolejność okazuje się trudna do zrozumienia i zaakceptowania dla początkującego gracza. On uparcie wierzy, że gra w pokera ma na celu wyłącznie osiągnięcie zysku finansowego, że pieniądze są jedynym ważnym aspektem całego przedsięwzięcia. Lecz wystarczy jedno złe rozdanie, by młody szuler otrzymał bolesną lekcję i stracił wszystkie swoje oszczędności.

W ostatnim czasie proces transformacji wielu dziedzin życia gospodarczego, a także zmiany społeczne spowodowały wśród nas powszechną orientację na pieniądze. Na co dzień jesteśmy tacy, jak ów młody pokerzysta, spotykamy ludzi podobnych do niego, rozmawiamy z nimi w pracy, widzujemy ich na imprezach rodzinnych. I choć nastawienie wyłącznie na pieniądze może okazać się bardzo skuteczne i uda nam się zarobić w życiu dużo, istnieje większe ryzyko, że podzielimy los bohatera filmu „Wielki Szu”. Czasem wystarczy jedna nieprzemyślana inwestycja i pozostanie nam jedynie świadomość, że pracowaliśmy ciężko na nasz sukces, nie odczuwając żadnej satysfakcji z wykonywanej pracy, a dziś straciliśmy wszystko.

W biznesie również spotykamy „graczy” ukierunkowanych jedynie na nagrodę. Przykładem mogą być osoby kierujące przedsiębiorstwami, gdzie właśnie takie podejście może być konsekwencją braku wizji firmy. Wypracowany przez nich model zarządzania oparty jest wyłącznie na wyniku finansowym i koncentruje się na jego ciągłym polepszaniu z miesiąca na miesiąc. Wynikiem takiej sytuacji jest częsta zmiana posad i rotacja zatrudnionych pracowników, a głównym motywem staje się wysokość pensji, a nie chęć urzeczywistnienia wizji przyszłości.

Wizja to inspirujący obraz mentalnej przyszłości, której silnie pragniemy, jeden lub kilka obrazów w naszej głowie. Jeśli nakreślimy je dokładnie – możemy uzyskać zestaw prawdziwych fotografii, napisaną na kartce deklarację lub obraz łączący różne środki wyrazu. Wizja dotyczy w równym stopniu naszej sfery zawodowej, a także osiągnięć osobistych, często bardzo intymnych. Potrzeby, do których zaspokajania zostanie użyta zależą wyłącznie od nas samych. Najważniejsze, by miała taką formę, jaka nam najbardziej odpowiada. Aby „duży” obraz przyszłości mógł być skutecznie zrealizowany, musimy podzielić go na mniejsze fragmenty ilustrujące stany emocjonalne, które chcielibyśmy osiągnąć lub przedmioty, które chcemy mieć. W miarę, jak posuwamy się do przodu, stawiamy sobie coraz krótsze terminy i wyznaczamy coraz bliżej konkretne cele. Działamy zgodnie z naszą wizją. W hierarchii, nazwijmy ją teologiczną, wizja powinna zajmować miejsce, tuż po celu ostatecznym i po misji, a przed celami doraźnymi. Znaczy to, iż wizja przekłada nasz cel ostateczny na obrazy, które są na tyle konkretne, że możemy koncentrować na nich swój rozwój. Kształtowanie własnej wizji to – zdaniem wielu specjalistów – podstawowy warunek optymalnego rozwoju osobistego człowieka. Wizja dokładnie pokazuje, czego naprawdę oczekujemy od życia i co chcemy w nim osiągnąć. Jest odzwierciedleniem oraz syntezą wszystkiego, co dla nas najważniejsze, wyznawanych przez nas wartości i głównych cech naszego charakteru.

Silnie oddziałująca na nas wizja inspiruje i motywuje nas do działania. Wiara w jej urzeczywistnienie potrafi wyzwolić w nas olbrzymią energię. Jej realizacja stanowi wyzwanie życiowe, które chętnie podejmujemy.

Pod pewnymi względami nasz obraz przyszłości różni się od terażniejszości. Im żywiej odczuwamy tę rozbieżność, tym większa jest nasza moc twórcza i gotowość do wypełnienia tej luki. Najważniejsze, by wizja warta była naszych emocji i stanowiła dla nas źródło motywacji. „Nie tego naprawdę pragniemy, ale przynajmniej jest to realistyczne” – to obecnie zauważalna postawa w naszym społeczeństwie. Taka sytuacja wypływa z tzw. wizji kompromisowej, nie spełniającej warunków powodzenia. Wizja, której nie może zaakceptować nasza podświadomość, gdyż różni się od tego, co znamy i co możemy sobie wyobrazić, nie będzie nas inspirować. Skuteczna wizja jest wystarczająco „daleko poza” celem ostatecznym, aby motywować nas i powiększyć nasz potencjał, lecz jednocześnie wystarczająco „blisko”, aby być wiarygodną dla naszej podświadomości.

Pierwszym krokiem do „namalowania” swojego obrazu przyszłości jest obserwowanie rzeczywistości. Dzięki temu mamy ciągły kontakt ze światem, w którym funkcjonujemy. Jednocześnie terażniejszość stale przypomina nam, od czego chcemy uciec, a więc wzmacnia nasze niezadowolenie. To z kolei kieruje naszą energię do stworzenia stanu pożądanego – czyli wizji przyszłości.

Wizja jest jaśniejsza, przyciągająca i wyraźniejsza niż obecna rzeczywistość. Nasza wizja jest prawdziwa i wspianała jeśli posiada trzy następujące cechy:

- pochodzi z naszego serca (w pewnym sensie wizja jest nielogiczna),
- jesteśmy w stanie osobiście odważnie złożyć taką deklarację przyszłości, co wymaga naszej wiary i przekonania w jej urzeczywistnienie,

- jest bezkompromisowa, angażująca i wymagająca, ponieważ ma służyć innym ludziom, a nie eliminowaniu.

To, co nas spotyka dotyczy nas dwukrotnie. Można powiedzieć, że wszystko powstaje dwa razy: najpierw w naszym umyśle, a później w rzeczywistości.

Burt Nanus, autor książki pt. „Wizjonerskie przywództwo”, twierdzi, że często napotykamy budynek czy rynek miasta, które dosłownie zatrzymują nas na naszym szlaku. Może to być katedra, niezwykle dom, czy może szczególnie piękny park lub pomnik. Wiele osób patrząc na ten niezwykle dla nich widok zastanawia się, jak architekt czy artysta na to wpadł? W końcu to, gdzie dziś znajduje się coś, co wydaje się tak doskonale naturalną i oczywistą częścią krajobrazu, kiedyś było niczym więcej niż pustą działką pełną chwastów.

Denise Shekerijan w doskonałym studium na temat czterdziestu zwycięzców nagrody Macarthura stwierdza, że wielkie idee tych artystów, naukowców oraz działaczy społecznych zrodziły się z połączenia instynktu i osądu. Mówi ona: Tym, co daje intuicja, jest przecucie, tęsknota, mgła możliwości. Osąd daje strukturę, ocenę, formę, cel. Zmieszaj je razem i dodaj do tego związku sporą dawkę moralnej wyobraźni – a zaczniesz dostrzegać drobniutki, acz zuchwałe pączki okoliczności, które, jeśli tylko pójdziesz ich tropem, mogą doprowadzić do rozkwitu najbardziej twórczego dzieła w trakcie twojej kariery.

**„ Kto cały czas pracuje ciężko,
nie ma czasu zarabiać pieniędzy. ”**

J. D. Rockefeller

DUSZA FIRMY

AUTOR: DR BOGUSŁAW J. FEDER

Czy firmie potrzebne są marzenia? Kiedy zadaję to pytanie biznesmenom, na twarzach wielu pojawia się pobłażliwy uśmiech. Zgoda, świat dorosłych to nie bajka, ale sukces to nie tylko liczby. Za każdym aktem twórczości kryje się wizja lub marzenie, które zostało potem urzeczywistnione. Najwięksi przywódcy, wizjonerzy byli też największymi marzycielami.

Pewnie zabrzmiał znajomo takie oto przysłowie: „Jak sobie pościelisz, tak się wyśpisz”, co być może dla wielu oznacza, że świat jest taki, jakim sobie go stworzysz. Zapewne słyszeliśmy to z ust starszego od nas pokolenia: dziadków, rodziców.

Obecna rzeczywistość tworzy inne przesłanie tego przysłowia i wydaje się, że należałoby raczej powiedzieć – świat jest taki, jak o nim myślisz. Zależność jest dosyć prosta, gdyż nasze myślenie o otaczającym świecie implikuje nasze postawy i działania, a tym samym tworzenie.

Niektórym trudno może w to uwierzyć, ponieważ istnieją znaczne grupy osób, które sądzą, że poszczególne wydarzenia w życiu są zawsze błędem innych lub w ogóle wszechświata. Naiwność takiego rozumowania charakteryzuje pewien wierszyk autorstwa Stephena Crane’a „Człowiek rzekł do wszechświata:

- Panie ja istnieję.
- W istocie – odparł wszechświat
- Fakt ten nie wzbudził we mnie poczucia obowiązku.”

Za każdym aktem twórczości kryje się wizja lub marzenie, które zostało potem urzeczywistnione. Najwięksi przywódcy, wizjonerzy byli też największymi marzycielami. Czy znacie przypowieść o małym silniczku, który mógł? „Kiedy to mały silniczek miał wspiąć się pod górę i wciąż powtarzał: myślę, że mogę, myślę, że mogę, myślę, że mogę... Po wielu trudach, ale z wiarą w siebie i swoją wizję mały silniczek dotarł wreszcie na szczyt i zawołał po drugiej stronie: myślałem, że mogłem, myślałem, że mogłem!”

Ludzie od bardzo dawna podejrzewali, że ich myśli, świadomość i postrzeganie własnych możliwości ma wpływ na rzeczywistość i zwiększenie szans na powodzenie, niezależnie od tego, jaka jest dziedzina ich działalności.

Jednym z najważniejszych czynników dzisiejszego powodzenia jest tworzenie i wykorzystywanie marzeń. Pozytywne marzenie to jeden z najbardziej efektywnych sposobów na urzeczywistnienie swoich myśli. Walt Disney mawiał: Jeśli możesz o tym marzyć – możesz tego dokonać. Na temat wielkich przywódców, sportowców, odkrywców, obrońców społecznych powstały legendy. Oni najpierw widzieli pewne zadania, które

później wypełniali. Przytoczyłem wcześniej wypowiedź W. Disneya i na jego przykładzie chciałbym prześledzić pewien proces twórczości i urzeczywistnienia marzeń, które funkcjonują w naszym umyśle. Zdolność Disneya do połączenia twórczej innowacji ze strategią biznesu pozwoliła mu na stworzenie imperium w dziedzinie rozrywki. Imperium to przetrwało kilkadziesiąt lat po jego śmierci i obrazuje proces przekształcenia marzeń w konkretne i namacalne formy. W pewnym sensie wybrany przez Disneya środek przekazu, film animowany, jest uogólnieniem podstawowego procesu wszystkich marzycieli, którzy reprezentują zdolność powoływania do życia czegoś, co istnieje tylko w wyobraźni, co bezpośrednio pozytywnie wpływa na doświadczenia innych. Urok postaci Disneyowskich pokazuje wyjątkową zdolność pochwycenia syntezy i uproszczenia najbardziej podstawowych, a jednak wyszukanych zasad.

Tworzenie, jako całościowy proces wymaga zgrania trzech podprocesów: marzyciela, realisty i krytyka w jednym umyśle. Marzyciel bez realisty nie potrafi przełożyć idei na namacalne formy. Krytyk i marzyciel bez realisty będą w nieustającym konflikcie. Marzyciel i realista mogą tworzyć różne rzeczy, jednak nie będą to wspaniałe pomysły, jeśli nie przyłączy się krytyk. Krytyk pomaga ocenić i oczyścić produkty twórczości.

Twórczość wymaga syntezy różnych procesów. Marzyciel jest konieczny w twórczości do wydobywania nowych idei i celów. Realista jest niezbędny w procesie twórczym, jako środek przekształcenia idei w konkretne formy. Krytyk natomiast działa jako filtr lub jako bodziec do oczyszczania. Każda z tych faz reprezentuje różne strategie, które najczęściej są ze sobą w konflikcie i rzadko się wspomagają. Nasze marzenia, wizje, cele i kierunki wyobrażone w opowieściach, jakie układa nasz umysł, mają duże znaczenie dla naszych osiągnięć. Mając marzenie lub wizję w naszym umyśle możemy je urzeczywistnić z dużym prawdopodobieństwem. To one wyznaczają drogę i zapoczątkowują proces. Jeśli wyobrazimy sobie, że zbliżamy się do celu i wykorzystamy nasze marzenia na obranie drogi do celu, wówczas zwiększamy nasze szanse powodzenia. Tworzenie wizji zmusza do określenia przyszłości, którą wybraliśmy. Dzięki niej zachodzi cykl działań związanych z przedsiębiorczością, ponieważ daje ona coś, dzięki czemu jesteśmy w stanie podjąć ryzyko. Dzięki wizji, głęboko zakorzenione w nas wartości zostają przeniesione do naszego miejsca pracy. Staje się ona słownym obrazem pokazującym, w jaki sposób wyznaczone cele mają być realizowane. Wizja musi być wzniosła po to, by mogła zawładnąć wyobraźnią i zapanować nad naszą duszą. A natchnione działania charakteryzuje obecność wzniosłych marzeń. Jeśli wizja, którą stworzyliśmy dla organizacji, jest odzwierciedleniem naszych własnych wartości, pozostajemy z nią w bardzo osobistym związku. Wizja jest przyszłością, jaką pragniemy osiągnąć, stanem doskonałym. Przedstawienie wizji jest równoznaczne z wyrażeniem optymizmu.

Często zdarza się, że jeśli zapytacie kogoś, jaka jest jego wizja, to usłyszycie, że nie ma on wizji. W odpowiedzi możecie powiedzieć: „Przypuśćmy, że masz jakąś wizję, jakby ona wyglądała?” W każdym z nas istnieje jakaś wizja – nawet jeśli jej nie sprecyzowaliśmy i nie mówimy o niej. Przedstawienie wizji to wyrażenie nadziei – jeśli jej nie mamy, to trudno będzie nam ją stworzyć.

Wizja, w moim przekonaniu, stanowi kluczowy element. Wszystkie przedsięwzięcia: duże i małe zaczynają się w duszy. Zaczynają się od wyobrażenia, od przekonania, że to, co jest zaledwie marzeniem, wizją – może stać się pewnego dnia rzeczywistością.

Akademia Liderów

Fundacja dr Bogusława Federa

1

Pomogamy Polakom w realizacji marzeń o własnej firmie

Jesteśmy niezależną organizacją pożytku publicznego istniejącą od 2008 roku. Działamy wyłącznie na zasadach non-profit (nie prowadzimy działalności gospodarczej) i upowszechniamy wiedzę oraz idee związane z przedsiębiorczością. Pomagamy w tworzeniu nowych firm (start'upów) i rozwijaniu istniejących mikro firm opartych na wiedzy i przetwarzaniu informacji. wspieramy rozwój postaw innowacyjnych.

2

Realizujemy projekty edukacyjne

Które dodają młodym ludziom otuchy i wzmacniają odwagę. W szkołach podstawowych i ponadgimnazjalnych inspirujemy młodzież do odkrywania i rozwijania talentów z wykorzystaniem nowoczesnych technologii. Dzięki posiadanej wiedzy, wiemy jak wspierać potrzeby samorealizacji, ułatwiamy odpowiedzialny start w dorosłe życie zawodowe i zachęcamy do samozatrudnienia.

3

Pomagamy mikro firmom

W zarządzaniu na każdym etapie prowadzenia działalności gospodarczej – od pomysłu na start'up do realizacji i rozwoju. Przy użyciu i z wykorzystaniem nowoczesnych technik internetowych udzielamy bezpłatnego wsparcia mikro przedsiębiorcom i osobom planującym założenie działalności gospodarczej. Z naszego serwisu Mikroporady® korzysta już ponad 50 tys. osób miesięcznie.

4

Budujemy pozytywny wizerunek mikro przedsiębiorców

Poprzez prezentowanie Wystawy „Prywaciarze – początki polskiej mikro przedsiębiorczości”. Dzięki wystawie wzbudzamy zainteresowanie historią polskiej mikro przedsiębiorczości. Upowszechniamy wiedzę o dorobku i wkładzie Polaków w rozwój gospodarczy Polski. Staramy się wpływać na zmianę negatywnych wyobrażeń i postaw społeczeństwa wobec stereotypowego nastawienia do „prywaciarza”.

5

Analizujemy zmiany społeczne

Dotyczące postaw i idei przedsiębiorczości. Publikujemy raporty i diagnozy oraz opracowujemy koncepcje pomocowe dla szkół i instytucji.

6

Uświadamiamy ośrodkom legislacyjnym bariery

Formalno-prawne, na jakie napotykają mikro przedsiębiorcy w Polsce. W tym celu organizujemy debaty i spotkania z przedstawicielami władz.

MIKROPORADY[®] TO PONAD 24.000
ZAREJESTROWANYCH UŻYTKOWNIKÓW
PROWADZĄCYCH LUB PLANUJĄCYCH ROZPOCZĄĆ
DZIAŁALNOŚĆ GOSPODARCZĄ



Ponad 60 rodzajów wzorów umów niezbędnych dla prowadzenia mikro i małej firmy, przydatnych na każdym etapie działalności



Ponad 1200 wyjaśnień, uwag, komentarzy prawnych i orzeczeń związanych z prowadzeniem działalności gospodarczej



Ponad 150 wzorów dokumentów w wielu wariantach i wersjach do bezpłatnego pobrania i natychmiastowego zastosowania



40 kasusów obrazujących przykłady z życia na podstawie orzeczeń SN i NSA w sprawach gospodarczych dotyczących mikro firm



Ponad 180 rekomendacji, porad i instrukcji przygotowanych przez ekspertów z dziedziny prawa, zarządzania, marketingu i innych



Aktualny stan prawny gwarantowany przez ekspertów i zespół prawników

Dołącz do nas - korzystaj bez ograniczeń!

POMÓŻ NAM SZYBCIEJ DZIAŁAĆ

Od Założyciela Fundacji,

Mikro i Małe Firmy utrzymują Polskę - aż 96% mikro firm zapewnia 75% wszystkich wpływów z podatków i wytwarza 51% zysku gospodarki kraju.

A większość z nich nie może przetrwać pierwszego roku działania, dla mikro przedsiębiorców i większości małych ciągle utrzymuje się szczególnie „tor przeszkód”, który tworzą m. in bariery:

- ryzyka stosowania prawa i jego niestabilności wobec nieczytelności i zmian wykładni i interpretacji
- kosztów zarządzania i pomocy prawnej - rozpoznawania i dostosowania do nieustannie nowelizowanego prawa i interpretacji, składanie, zgłoszeń, oświadczeń, sprawozdań i deklaracji

Szanowny Darczyńco!

Twoje indywidualne finansowe zaangażowanie umożliwi wspieranie rozwoju polskich mikro firm: od pomysłu do realizacji.

Twoja hojność stworzy nowe możliwości:

- na więcej projektów edukacyjnych dla młodzieży która ma pomysły i marzy o własnej firmie
- dotarcia z pomocą do większej liczby początkujących mikro przedsiębiorców na etapie powstawania nowych firm

Dzięki Twojemu indywidualnemu zaangażowaniu i hojności dajesz nam wszystkim szansę na upowszechnianie wiedzy oraz idei związanych z przedsiębiorczością także poprzez serwis Mikroporady@.

POMÓŻ NAM SZYBCIEJ DZIAŁAĆ. JAK NIE MY, TO KTO?

Przełącz darowiznę:

ING Bank Śląski SA
18 1050 1924 1000 0090
6772 5672

Odlicz Darowiznę od Dochodu:

- do 6% dochodu - osoby fizyczne
- do 10% dochodu - osoby prawne

Przełącz 1% Podatku PIT

Wpisz w Deklaracji
KRS: 0000318482

**„ Obecnie nawet ludzie o bardzo
skromnych zdolnościach
będą musieli nauczyć się
zarządzać sobą. ”**

Peter Drucker

Akademia Liderów

Fundacja dr Bogusława Federa

**Akademia Liderów
Innowacji i Przedsiębiorczości
Fundacja dr Bogusława Federa**

ul. Orzeszkowej 2
05-827 Grodzisk Mazowiecki

www.Wiedza3G.pl

www.Mikroporady.pl

KRS 0000318482

 / mikroporady