



Grodzisk Mazowiecki

2017

RAPORT BADANIE

PRZEDSIĘBIORCZOŚCI
WŚRÓD MŁODZIEŻY

WYNIKI OGÓLNOPOLSKIE

Akademia Liderów

Fundacja dr Bogusława Federa



„JEŚLI POTRAFISZ
O CZYMŚ MARZYĆ,
POTRAFISZ TAKŻE
TEGO DOKONAĆ.”

WALT DISNEY

Akademia Liderów

Fundacja dr Bogusława Federa

**RAPORT
BADANIE**

PRZEDSIĘBIORCZOŚCI
WŚRÓD MŁODZIEŻY

WYNIKI
OGÓLNOPOLSKIE

Grodzisk Mazowiecki

2017

RAPORT BADANIE PRZEDSIĘBIORCZOŚCI WŚRÓD MŁODZIEŻY WYNIKI OGÓLNOPOLSKIE

Autor:

Dr Bogusław J. Feder

Eksperti:

Prof. UE dr hab. Przemysław Zbierowski (Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach)

Dr Krzysztof Lisowski (Instytut Socjologii Uniwersytetu Zielonogórskiego)

Redakcja:

Dr Bogusław J. Feder

Korekta:

Jakub Komarowski, Adam Wolsztyniak

Projekt graficzny i skład:

Łukasz Szymczak / Brand Voice

Druk i oprawa:

www.reklamymiw.pl

Copyright by Akademia Liderów Fundacja dr Bogusława Federa

Raport został opracowany na podstawie danych z 2857 ankiet z badania przeprowadzonego wśród młodzieży klas pierwszych 39 szkół ponadgimnazjalnych na terenie 13 województw w roku szkolnym 2015/2016.

ISBN 978-83-947246-0-3

Nakład 500

Wydanie I

Grodzisk Mazowiecki 2017

1. WSTĘP	
dr Bogusław Feder	7
2. WYPOWIEDŹ EKSPERTA	
dr Krzysztof Lisowski	8
prof. UE dr hab. Przemysław Zbierowski	9
3. REKOMENDACJA	10
4. PODSUMOWANIE BADANIA PRZEPROWADZONEGO WŚRÓD MŁODZIEŻY	11
Lista Szkół, które wzięły udział w Badaniu	12
Ankieta badawcza	13
Grupa badawcza	14
5. JAKIE JEST TO POKOLENIE „GENERACJI Z”?	16
6. UZYSKANE WYNIKI OGÓLNOPOLSKIE – ANALIZA WYKRESÓW OGÓŁEM	20
7. PODSUMOWANIE – 5 NAJWAŻNIEJSZYCH TRENDÓW WYNIKAJĄCYCH Z BADANIA PRZEDSIĘBIORCZOŚCI WŚRÓD MŁODZIEŻY – WYNIKI OGÓLNOPOLSKIE	30
8. WYKRESY – BADANIE PRZEDSIĘBIORCZOŚCI WŚRÓD MŁODZIEŻY – WYNIKI OGÓLNOPOLSKIE	31
9. WYKRESY – BADANIE PRZEDSIĘBIORCZOŚCI WŚRÓD MŁODZIEŻY – WYNIKI OGÓLNOPOLSKIE: KOBIETY	36
10. WYKRESY – BADANIE PRZEDSIĘBIORCZOŚCI WŚRÓD MŁODZIEŻY – WYNIKI OGÓLNOPOLSKIE: MĘŻCZYŹNI	41
11. WYNIKI BADANIA PRZEDSIĘBIORCZOŚCI WŚRÓD MŁODZIEŻY W ŚWIETLE TRENDÓW I INNYCH PRAC BADAWCZYCH	46
Mapa deklaracji chęci założenia własnej działalności gospodarczej uczniów szkół ponadgimnazjalnych	48
12. O AUTORZE BADANIA	50
13. O AKADEMII LIDERÓW INNOWACJI I PRZEDSIĘBIORCZOŚCI FUNDACJI DR BOGUSŁAWA FEDERA	51
14. MIKROPORADY.PL – POMOC W ZARZĄDZANIU MIKRO FIRMA	52



Szanowni Państwo,

przedstawiam Raport z Ogólnopolskiego Badania Przedsiębiorczości wśród Młodzieży będący jedną z nielicznych prób omówienia pojmowania idei przedsiębiorczości przez młode pokolenie.

Pierwszym i głównym powodem urzeczywistnienia idei takiego badania są dzisiejsze wyzwania, jakie stawia współczesny świat, także nam najbliższy.

Jako społeczeństwo mamy już za sobą zasadniczy okres przemian systemowych. Jednak zmiany zbliżające nas do naprawdę jakościowo nowoczesnych wymiarów i dobrze urządzonego środowiska życia dopiero przed nami. Zbudowaliśmy zaledwie fundamenty nowego ładu społecznego, a świat dookoła nas nieustannie się zmienia i narzuca nowe standardy, nowe możliwości i wyzwania. Śmiałe reformy wymagają rzetelnych diagnoz, ambitnych wizji i połączonych spójnie w jeden system wzajemnie uzupełniających się zasobów ludzkich – intelektualnych, motywacyjnych, społecznych i materialnych.

Wśród zasobów, na których można opierać strategię budowy społeczeństwa przedsiębiorczego i nowoczesnego państwa, znajduje się młode pokolenie. W młodzieży tkwi ogromny potencjał innowacyjny. To oni uznali pomysłowość za wiodący czynnik sukcesu a kreatywność za najważniejszy atrybut przedsiębiorczości. Tak pokazało nasze badanie i jest to charakterystyczne dla tej grupy wiekowej.

Lektura Raport z Ogólnopolskiego Badania Przedsiębiorczości wśród Młodzieży prowadzi do trzech zasadniczych wniosków – młodzi Polacy myślą o prowadzeniu własnej działalności gospodarczej, chcą zakładać własne firmy i są przekonani, że przedsiębiorczości mogą się nauczyć. Potrzebują jedynie wsparcia w poszukiwaniu aktualnej wiedzy i inspiracji do znajdowania pomysłów na swoją firmę.

Z drugiej strony należy wziąć pod uwagę typowe dla młodości zderzenie rozbudzonych ambicji z ograniczeniami własnej, niestabilizowanej pozycji, wpisanej dodatkowo w ograniczenia systemu społecznego. Młodzież jest niecierpliwa i mało wyrozumiała, brak jej doświadczenia życiowego i często może nie uwzględniać „drugiej strony”.

Ale ma ogromną zaletę: w odróżnieniu od dorosłych, którzy widzą rzeczy w sposób bardzo złożony (co może czynić ich bezradnymi) – młodzi, ponieważ właśnie, że są młodzi – zachowują prostotę spojrzenia i zdolność podejmowania rzeczy z pozoru niemożliwych.

Ta swoista „niewiedza” młodzieży bywa zaczynem różnych przemian, lecz to co w niej najbardziej urzekające, to poczucie otwartości życia, świadomość, że „nic nie jest jeszcze przesądzone czy wyznaczone przez los, że drogi są jeszcze otwarte i wszystko jest możliwe”¹.

Miłej lektury.

Z poważaniem,

dr Bogusław J. Feder



WYPOWIEDŹ EKSPERTA

DR KRZYSZTOF LISOWSKI

INSTYTUT SOCJOLOGII UNIWERSYTETU ZIELONOGÓRSKIEGO

O młodym pokoleniu przedsiębiorczych

Raport „Badanie przedsiębiorczości wśród młodzieży szkół ponadgimnazjalnych” podejmuje ciekawą problematykę. Ciekawy jest proces adaptacji reguł gospodarki rynkowej, znajomość podstawowych zasad jej funkcjonowania i wyobrażenia dotyczące własnego miejsca w systemie instytucji rynku pracy.

Z jednej strony na budowanie tożsamości ekonomicznej uczniów pierwszych klas szkół ponadgimnazjalnych wpływają spektakularne sukcesy młodych ludzi i ich błyskawiczne kariery (właściciel Facebooka). Bohaterowie tych karier stają się ikonami popkultury wyznaczając ścieżkę kariery szkoła – własna firma. Z drugiej strony, jest to kolejne pokolenie socjalizowane w warunkach gospodarki rynkowej, ich wiedza na temat przedsiębiorczości kształtowana jest w instytucjach edukacyjnych, w rodzinnym przekazie międzypokoleniowym, a także przez media. Słusznie zauważa Autor raportu, że analizowane pokolenie, nazywane „generacją Z” jest pierwszym pokoleniem dziedziczącym określony „spadek po rodzicach”. Uzyskany przez młodych ludzi kapitał, w formie inwestycji edukacyjnych, środków finansowych na start, możliwości pracy w rodzinnej firmie, otwartości na świat, zwiększają szansę na sukces zawodowy. Brak tego typu wsparcia rodziny na starcie w dorosłe życie zawodowe, lokuje młodych ludzi na zdecydowanie gorszych pozycjach w wyścigu do osiągnięcia satysfakcji zawodowej i dobrostanu ekonomicznego. Częściej muszą się zderzyć wówczas z niezbyt przyjaznym rynkiem pracy, który przez ostatnie lata kształtowany był przez kryzys światowy.

Takie doświadczenia zawodowe rodzą fale migracji młodych ludzi z Polski, które mogą też być odczytywane jako przejaw swoistej przedsiębiorczości, związanej z poszukiwaniem warunków lepszego startu i podejmowaniem większego ryzyka.

Wszystkie badane wymiary przedsiębiorczości (jej definiowanie, kontakty z osobami przedsiębiorczymi, plany związane z prowadzeniem własnej firmy) świadczą o coraz większej adaptacji młodych ludzi do reguł gospodarki wolnorynkowej i świadomości konieczności konkurencyjności z innymi.

Przyjęcie w analizach tylko jednej zmiennej niezależnej (płci), uniemożliwia podjęcie próby wskazania innych czynników, które być może warunkują postawy przedsiębiorcze.

Poszukując zmiennych wpływających na postawy młodzieży dotyczące przedsiębiorczości może warto byłoby zapytać o status zawodowy rodziców, kategorie wielkości miejscowości czy wykształcenie rodziców.

Trudno byłoby wnioskować o całym pokoleniu na podstawie porównania uczniów poszczególnych szkół z wynikiem uzyskanym przez pozostałych badanych (wyniki ogólnopolskie), aczkolwiek prezentowane porównania mogą być użyteczną wskazówką, informacyjną i pogłębioną do wykorzystania jako materiał wewnętrzny na użytek konkretnej szkoły.

dr Krzysztof Lisowski

Instytut Socjologii Uniwersytetu Zielonogórskiego



WYPOWIEDŹ EKSPERTA

PROF. UE DR HAB. PRZEMYSŁAW ZBIEROWSKI

KATEDRA PRZEDSIĘBIORCZOŚCI, UNIWERSYTET EKONOMICZNY W KATOWICACH

Uwalnianie potencjału przedsiębiorczego młodych ludzi

Przedsiębiorczość wśród młodych ludzi staje się coraz bardziej nośnym tematem i przedmiotem zainteresowania mediów, polityków i badaczy. Zmiany społeczno-gospodarcze powodują rozszerzenie wieku aktywności ekonomicznej na osoby coraz starsze, ale również na te coraz młodsze. Polacy, którzy nie ukończyli 25. roku życia są identyfikowani jako osoby o szczególnej sytuacji na rynku pracy, co oznacza, że są bardziej zagrożeni bezrobociem niż pozostałe grupy wiekowe. Istniejące formy i ułatwienia prowadzenia działalności gospodarczej powodują, że założenie własnej firmy w młodym wieku jest prostsze. Wreszcie należy wspomnieć o tym, że młode pokolenie zdobyło w ostatnich czasach pewną przewagę związaną ze znajomością nowych technologii. Czynniki te sprawiają, że przedsiębiorczość w tej grupie staje się coraz bardziej zauważalna.

Badania przeprowadzone przez Akademię Liderów Innowacji i Przedsiębiorczości pozwalają trafnie zidentyfikować nastawienie młodych ludzi do biznesu. Za najważniejszy atrybut przedsiębiorców młodzież ponadgimnazjalna uznaje pomysłowość (83,9%)¹, a za wiodący czynnik sukcesu kreatywność (73,8%)². Jest to charakterystyczne dla tej grupy wiekowej, w związku z tym biznes tworzony przez młodych ludzi jest oparty na wprowadzaniu innowacji. Optymistyczne jest również to, że ponad połowa respondentów rozważa prowadzenie działalności gospodarczej. Niepokoi z kolei fakt, że jeden na pięciu respondentów jako miejsce prowadzenia działalności podaje państwo inne niż Polska.

Badaniem postaw i nastawienia młodych ludzi zajmuje się również Globalny Monitor Przedsiębiorczości (Global Entrepreneurship Monitor – GEM). Wyniki badań tego projektu wskazują, że dwóch na pięciu młodych ludzi dostrzega szanse na rozpoczęcie działalności, a jedna trzecia uważa, że posiada wiedzę i umiejętności do tego potrzebne. Co ważne ponad połowa (52,0%) młodych ludzi sądzi, że strach przed niepowodzeniem może powstrzymać ich przed rozpoczęciem własnego biznesu. Jednak przedsiębiorczość cieszy się wśród młodych ludzi dobrym odbiorem społecznym. Aż 72,0% respondentów uznaje przedsiębiorczość za dobrą ścieżkę kariery, a 65% darzy przedsiębiorców szacunkiem.

Powyższe wyniki pozwalają z lekkim optymizmem spoglądać w przyszłość przedsiębiorczości młodzieży w Polsce. Dodatkowo badania GEM wskazują na fakt, że udział młodych ludzi w tworzeniu firm wykorzystujących nowe technologie jest bardzo wysoki. Istotne wydaje się w tym kontekście wspieranie ich w budowie biznesu: zaczynając od właściwej edukacji przedsiębiorczości, a kończąc na przewyżczeniu największej, zdaniem młodzieży, bariery, czyli braku finansowania. Potrzebne są w tym zakresie zintegrowane rozwiązania inicjowane przez państwo oraz współrealizowane przez biznes i organizacje pozarządowe.

prof. UE dr hab. Przemysław Zbierowski

*Katedra Przedsiębiorczości, Uniwersytet Ekonomiczny
w Katowicach*

¹ Dotyczy danych ogólnopolskich z 38 szkół ponadgimnazjalnych.
² Dotyczy danych ogólnopolskich z 38 szkół ponadgimnazjalnych.



REKOMENDACJA



ZESPÓŁ SZKÓŁ NR 1 W GRODZISKU MAZOWIECKIM

LICEUM OGÓLNOKSZTAŁCĄCE, TECHNIKUM NR 1

O5-825 Grodzisk Mazowiecki ul. Żwirki i Wigury 4

tel. 22 734 59 50, fax. 734 59 60

Grodzisk Mazowiecki, 10.10.2016 r.

Akademią Liderów
Innowacji i Przedsiębiorczości
dr. Bogusława Federa.

REKOMENDACJA

Badanie Przedsiębiorczości przeprowadzone przez Akademię Liderów Innowacji i Przedsiębiorczości w roku szkolnym 2015/2016 jest jedynym dostępnym, tak szerokim, profesjonalnym opracowaniem dotyczącym zachowań przedsiębiorczych wśród populacji uczniów szkół ponadgimnazjalnych.

Stanowi ono cenne źródło porównawcze stanowisk i opinii uczniów naszej szkoły oraz pozostałej przebadanej populacji w zakresie zachowań przedsiębiorczych. Opracowanie, w sposób jasny, prezentuje uczniowskie plany, nastawienie i obawy związane z podejmowaniem inicjatyw przedsiębiorczych. Badanie to daje nam obraz rzeczywistej oceny uczniów w zakresie badanego zagadnienia i stanowi punkt wyjścia do inicjowania działań w zakresie rozwoju zachowań przedsiębiorczych młodzieży.

Przygotowane opracowanie umiejętnie wskazuje kierunki pracy dydaktyczno-wychowawczej w tym obszarze i z pewnością przyczynia się do podniesienia jakości pracy szkoły w zakresie kreowania wśród młodzieży zachowań przedsiębiorczych. Opracowany dokument zostanie wykorzystany podczas pracy dydaktycznej z młodzieżą oraz rodzicami uczniów w ramach realizacji założeń Deklaracji Współpracy na Rzecz Rozwoju Postaw Przedsiębiorczych wśród Młodzieży podpisanej w 2015 r. pomiędzy Zespołem Szkół nr 1 w Grodzisku Mazowieckim, a Akademią Liderów Innowacji i Przedsiębiorczości dr. Bogusława Federa.


DYREKTOR
Zespołu Szkół nr 1
w Grodzisku Mazowieckim
mgr inż. Cezary Skalski



PODSUMOWANIE BADANIA PRZEDSIĘBIORCZOŚCI WŚRÓD MŁODZIEŻY

RAPORT Z BADANIA OGÓLNOPOLSKIEGO

Niniejsze podsumowanie dotyczy wyników Badania przeprowadzonego wśród młodzieży klas pierwszych 39 szkół ponadgimnazjalnych z całej Polski uczestniczących w Ogólnopolskim Badaniu Przedsiębiorczości wśród młodzieży.

W Badaniu Ogólnopolskim ogromną rolę odniosła współpraca z Dyrekcją każdej ze Szkół, na terenie których zostały przeprowadzone Badanie ankietowe.

Przed przystąpieniem do Projektu każda ze szkół otrzymała materiał składający się z:

- Preambuły – zapraszającej do udziału w Badaniu Przedsiębiorczości wśród Młodzieży,
- Projektu umowy współpracy w zakresie przystąpienia do Badania wraz z ankietą badawczą,
- Raportu z Badania Przedsiębiorczości wśród młodzieży 2015 – poprzednia edycja – wraz z listem gratulacyjnym od Ministra Pracy i Polityki Społecznej.

Każda z 39 szkół ponadgimnazjalnych uczestniczących w Badaniu otrzymała indywidualny Raport z Badania Przedsiębiorczości wśród Młodzieży 2016. Raport stanowi materiał poglądowy dedykowany dla Dyrekcji Szkoły, kadry pedagogicznej oraz samych uczniów i ich rodziców.

Wyniki Ogólnopolskie zostały opracowane na podstawie wypełnionych ankiet przez uczniów wszystkich szkół biorących udział w Badaniu. Badania stanowią zbiorczy materiał poglądowy.

LICZBA ANKIET ZE WSZYSTKICH SZKÓŁ:



2857



100%



LISTA SZKÓŁ, KTÓRE WZIĘŁY UDZIAŁ W OGÓLNOPOLSKIM BADANIU PRZEDSIĘBIORCZOŚCI WŚRÓD MŁODZIEŻY:

1. Zespół Szkół Ponadgimnazjalnych, Myśliwska 1, 86-170 Nowe
2. Zespół Szkół im. Prymasa Tysiąclecia Stefana Wyszyńskiego, Aleja XX-lecia 12, 96-515 Teresin
3. Zespół Szkół nr 1 w Białej Piskiej, H. Sienkiewicza 16, 12-230 Biała Piska
4. Zespół Szkół Ponadgimnazjalnych, Obwodowa 2, 05-660 Warka
5. Zespół Szkół Ogrodniczych i Ogólnokształcących, Wojska Polskiego 4, 83-000 Pruszcz Gdański
6. I Liceum Ogólnokształcące, Mickiewicza 1, 98-100 Łask
7. Zespół Szkół Ogólnokształcących i Zawodowych, Tysiąclecia 15, 19-100 Mońki
8. Zespół Szkół Ekonomicznych im. Jana Pawła II, Ariańskiej 3, 38-200 Gorlice
9. Zespół Szkół Zawodowych nr 1, Górská 39, 05-100 Nowy Dwór Mazowiecki
10. Zespół Szkół Rolnicze Centrum Kształcenia Ustawicznego, Marszałka Józefa Piłsudskiego 63, 96-500 Sochaczew
11. Zespół Szkół Ponadgimnazjalnych, Polna 13/15, 99-200 Poddębice
12. Zespół Szkół Technicznych, Technikum nr 1, Mickiewicza 67, 37-300 Leżajsk
13. Zespół Szkół im. Jana Pawła II, Kościuszki 22, 23-235 Annopol
14. Zespół Szkół Zawodowych, Grunwaldzka 49, 13-306 Kurzętnik
15. Zespół Szkół Ogrodniczych w Ostrowie, Ostrów 55, 98-100 Łask
16. Zespół Szkół Ponadgimnazjalnych im. Jana Henryka Dąbrowskiego, Poznańska 10, 89-210 Łabiszyn
17. Zespół Szkół im. Żołnierzy Armii Krajowej, Duńskiego Czerwonego Krzyża 7, 06-200 Maków Mazowiecki
18. Zespół Szkół Ponadgimnazjalnych w Kuluszkach, Budowlanych 8, 95-040 Kuluszki
19. Liceum Ogólnokształcące im. Marii Konopnickiej, Mickiewicza 13/15, 99-200 Poddębice
20. Technikum nr 6 w Głogowie, Folwarczna 55, 67-200 Głogów
21. Liceum Ogólnokształcące im. T. Kościuszki, Ogrodowa 3, 32-065 Krzeszowice
22. I Liceum Ogólnokształcące im. Floriana Ceynowy, Gimnazjalna 3, 86-100 Świecie
23. Liceum Ogólnokształcące nr 1 im. Ks. Stanisława Konarskiego, Konarskiego 24, 32-600 Oświęcim
24. Zespół Szkół nr 1 im. M. Skłodowskiej-Curie, I Armii Wojska Polskiego 89, 07-200 Wyszaków
25. II Liceum Ogólnokształcące im. Krzysztofa Kamila Baczyńskiego, Kard. Wyszyńskiego 19, 32-500 Chrzanów
26. Zespół Szkół Ekonomicznych w Brzegu, Jana Pawła II 28, 49-300 Brzeg
27. Zespół Szkół im. Bolesława Chrobrego, Opolska 34, 49-100 Niemodlin
28. Zespół Szkół Rolnicze Centrum Kształcenia Ustawicznego im. F. Stefczyka, Czernichów 1, 32-070 Czernichów
29. Zespół Szkół Ogólnokształcących nr 1, Gimnazjalna 2, 48-200 Prudnik
30. Zespół Szkół nr 1 w Grodzisku Mazowieckim, Żwirki i Wigury 4, 05-825 Grodzisk Mazowiecki
31. Centrum Kształcenia Zawodowego i Ustawicznego, Lidzbarska 27 C, 09-300 Żuromin
32. Zespół Szkół Ponadgimnazjalnych nr 1 im. Hipolita Cegielskiego w Pile, Ceglana 4, 64-920 Piła
33. Zespół Szkół Ponadgimnazjalnych im. Zbigniewa Herberta, Plac Lipowy 15, 72-320 Trzebiatów
34. Zespół Szkół Mechanizacji Rolnictwa im. Bohaterów Walk nad Bzurą, Kutnowska 19, 99-120 Piątek
35. Liceum Ogólnokształcące im. Juliusza Słowackiego, 3 Maja 7, 62-065 Grodzisk Wielkopolski
36. Zespół Szkół Ponadgimnazjalnych im. Kombatantów Ziemi Lubańskiej, Kopernika 31, 59-800 Lubań
37. Zespół Szkół Ekonomicznych w Pile, Sikorskiego 18 A, 64-920 Piła
38. Zespół Szkół Ponadgimnazjalnych im. Hipolita Cegielskiego w Chodzieży, Prymasa Stefana Wyszyńskiego 2, 64-800 Chodzież
39. Zespół Szkół Ekonomiczno-Odzieżowych im. Stefana Kardynała Wyszyńskiego Prymasa Tysiąclecia, Bolesława Chrobrego 23, 62-200 Gniezno

Ankieta składała się z następujących 12 merytorycznych pytań 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 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 1 odpowiedź)

9. Czy rozważasz prowadzenie własnej działalności gospodarczej?

(2 odpowiedzi do wyboru – można było tylko 1 odpowiedź)

10. Jakie motywy skłaniają cię (lub skłoniłby w przyszłości) do rozpoczęcia własnej działalności gospodarczej.

(14 odpowiedzi do wyboru – można było zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź)

11. Wskaż możliwe dla Ciebie miejsce prowadzenia działalności gospodarczej.

(3 odpowiedzi do wyboru – można było zaznaczyć tylko 1 odpowiedź).

12. 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:

Raport Ogólnopolskie Wyniki Badania Przedsiębiorczości

- analiza wszystkich wyników razem – zbiorcze zestawienia z podziałem na poszczególne pytania badawcze,
- analiza wyników z podziałem na płeć (osobne podsumowanie dla mężczyzn i kobiet) – z podziałem na poszczególne pytania badawcze,
- Wyniki Badania Przedsiębiorczości wśród młodzieży w świetle trendów i innych prac badawczych.

Raport dla Szkoły

- analiza wszystkich wyników razem – wyniki Szkoły z podziałem na poszczególne pytania badawcze,
- analiza wyników z podziałem na płeć – wyniki Szkoły z podziałem na poszczególne pytania badawcze,
- analiza wyników Szkoły w porównaniu z wynikami Ogólnopolskimi – z podziałem na poszczególne pytania.

Grupa badawcza

W badaniu wzięli udział uczniowie klas pierwszych z 39 ponadgimnazjalnych szkół w całej Polsce.

Ponad 3400 uczniów anonimowo wypełniło ankiety badawcze, z czego po analizie materiału badawczego wyłoniono 2857 ankiet z prawidłowo wypełnionymi odpowiedziami.

Do badania wytypowano uczniów pierwszych klas szkół ponadgimnazjalnych (16–17 lat).

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

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”, Millenials,
- **Generacja Z będzie czwartą (wybrana do diagnozy na potrzeby niniejszego badania).**



Greatest
Generation
pre-1933



Silent
Generation
1933-1945



Baby
Boomers
1946-1964



Generation
X
1965-1979



Millennials
1980-1995



Generation
Z
1996-present





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 podłączony do sieci 24h na dobę przez 7 dni w tygodniu).

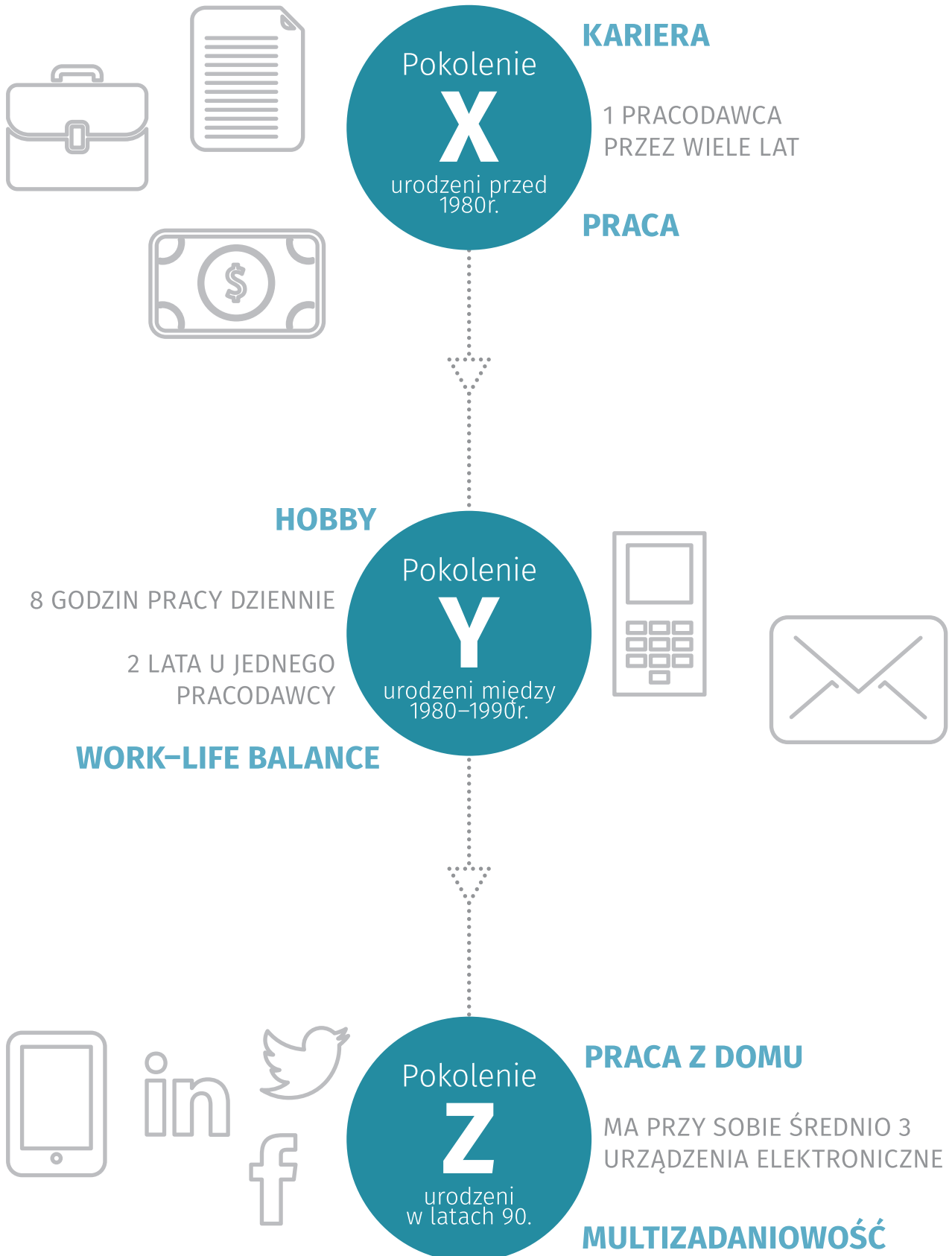
Eksperci¹ piszą o nich m.in.:

- 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,
- mają zdolności multitasking – 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.





WYŚCIG POKOLEŃ



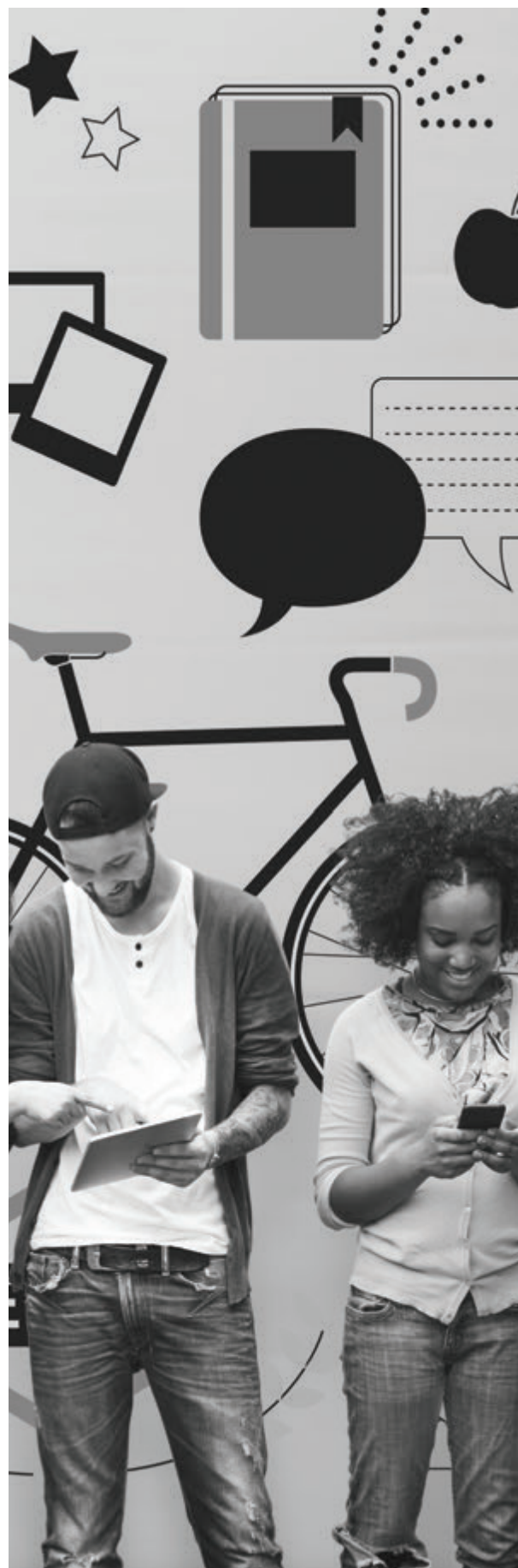
Istota tego pokolenia polega na tym, że jest ono bodaj najbardziej podzieloną generacją, w sensie ekonomiczno-mentalno-kulturowym, od czasów zakończenia II Wojny Światowej. Pamiętajmy, że jest to pierwsze pokolenie po przełomie, 89, przy którym tak wyraźnie będzie widać, kto co „dostał w spadku po rodzicach”: wykształcenie, zamożność, otwartość na świat i szansę na sukces zawodowy¹.

Niestety – ani politycy, ani świat nauki nie znają skutecznej recepty na to, jak bezkolizyjnie wprowadzać młodych do życia społecznego, stąd biorą się próby zrzućcia 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 oczywiście nadużycie. Powiedzmy to wyraźnie, to nie młodzi ponoszą odpowiedzialność za ogólnoswiatowy 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 o współpracy i wymianie wiedzy i możliwości między pokoleniami.

Co zatem „generacja Z” myśli o przedsiębiorczości? Jak bardzo jest „przedsiębiorcza”?

Przyjrzyjmy się wynikom badania.



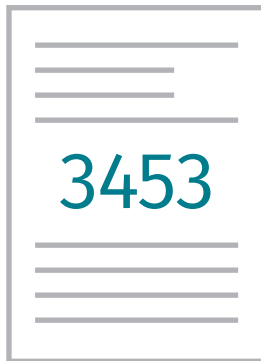
¹ <http://natemat.pl/55617,generacja-z-mlodzi-otwarcie-wychowani-w-dobrobycie-zyjacy-w-swiecie-wirtualnym-skazani-na-kryzys>



RAPORT BADANIE PRZEDSIĘBIORCZOŚCI WŚRÓD MŁODZIEŻY

WYNIKI OGÓLNOPOLSKIE

LICZBA ANKIET
NADESŁANYCH



LICZBA ANKIET
POPRAWNIE WYPEŁNIONYCH





UZYSKANE WYNIKI OGÓLNOPOLSKIE

(ANALIZA WYKRESÓW) – OGÓŁEM

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 w 39 szkołach ponadgimnazjalnych zdecydowanie uważają „osobę prowadzącą działalność gospodarczą” – 75,6% osób wskazało taką odpowiedź i była ona najczęściej wybierana. Odpowiedzi kobiet i mężczyzn są różne: wśród mężczyzn częściej pojawiała się opinia, że przedsiębiorcą można nazwać „bogatego biznesmena z dużym majątkiem” – ponad 25,0% mężczyzn wskazało taką odpowiedź (w porównaniu z 17,7% wśród kobiet). Kobiety natomiast częściej określały przedsiębiorcę jako „osobę pomagającą innym” – 20,4% spośród pań wybrało taką odpowiedź (17,6% spośród mężczyzn).



„osobę prowadzącą działalność gospodarczą” – 75,6%



„osobę pomagającą innym” – 20,4%



„bogatego biznesmena z dużym majątkiem” – 25%

Wybrane wyniki

2. Co wyróżnia osobę przedsiębiorczą?

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” (83,9% osób wskazało tę odpowiedź) oraz „zaradność” (69,9% osób).

To najczęściej wybierane cechy – kolejność wskazań czterech pierwszych cech jest identyczna dla obu płci, choć różne są wartości procentowe. Zarówno kobiety jak i mężczyźni najrzadziej wskazywali „cwaniactwo” – tylko 8,0% spośród kobiet wybrało tę cechę jako wyróżniająca osobę przedsiębiorczą i 15,9% spośród mężczyzn. Mężczyźni częściej wybierali „ryzykanctwo” – 27,5% spośród nich (19,9% wśród kobiet).



„pomysłowość” – 83,9%

„zaradność” – 69,9%



„ryzykanctwo” – 19,9%

„cwaniactwo” – 8,0%



„ryzykanctwo” – 27,5%

„cwaniactwo” – 15,9%

Wybrane wyniki

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.

Uczniowie najczęściej wskazywali stwierdzenie, że osoba przedsiębiorcza to ta, która „potrafi poradzić sobie w każdej sytuacji” – to najczęściej wybierana odpowiedź, wskazało ją 76,8% ankietowanych.

„Za wszelką cenę dąży do osiągnięcia sukcesu” – tak o osobach przedsiębiorczych stwierdziło 58,1% ankietowanych respondentów. Z kolei 40,9% osób twierdzi, że osoba przedsiębiorcza to także ta, która „stara się wspierać i pomagać innym”.

W podziale na płeć nie widać w odpowiedziach na to pytanie istotnych różnic.

Kobiety i mężczyźni najczęściej wskazywali trzy następujące odpowiedzi:

- „potrafi poradzić sobie w każdej sytuacji” – 81,0% spośród kobiet i 71,7% spośród mężczyzn jest tego zdania i jest to najczęściej wybierana odpowiedź w obu grupach,
- „za wszelką cenę dąży do osiągnięcia sukcesu” – 58,8% spośród kobiet i 57,4% spośród mężczyzn,
- „stara się wspierać i pomagać innym” – odpowiedź istotna dla 46,8% uczennic i 33,9% uczniów.



„potrafi poradzić sobie w każdej sytuacji” – 76,8%



„potrafi poradzić sobie w każdej sytuacji” – 81,0%



„potrafi poradzić sobie w każdej sytuacji” – 71,7%

Wybrane wyniki

W Global Entrepreneurship Monitor Polska 2016 również zanalizowano społeczną percepcję przedsiębiorczości. Polacy częściej wskazywali „przedsiębiorczość jako dobrą ścieżkę kariery” – o wiele częściej niż wyniósł wskaźnik dla Europy.

Tabela: Wybrane wskaźniki przedsiębiorczości w Polsce i w UE(%) za rok 2015

Wskaźnik	Polska	Europa
Przedsiębiorczość jako dobra ścieżka kariery	61	56
Wysoki status przedsiębiorczości	56	66
Pozytywny wizerunek przedsiębiorczości w mediach	52	55
Intencje przedsiębiorcze	20	13
Rozpoznawanie szansy	33	37
Zdolności przedsiębiorcze	56	43
Strach przed porażką	48	39
TEA (Total Early-stage Entrepreneurial Activity) ¹	9,2	7,8
Dojrzałe firmy	5,9	6,6
Zaprzestanie działalności	2,7	2,6
Przedsiębiorczość z konieczności	28	22

Źródło: Global Entrepreneurship Monitor Polska, 2016 s. 11

¹ TEA jest wskaźnikiem w badaniach GEM, oznacza procent ludności w wieku produkcyjnym, która jest zaangażowana w zakładanie działalności gospodarczej lub prowadzenie nowej firmy działającej do 3,5 roku.

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.

37,2% ankietowanych uczniów nie ma wątpliwości i twierdzi, że „oczywiście, że można” nauczyć się przedsiębiorczości. To najczęściej wybierana odpowiedź – zaznaczyło ją 36,2% spośród kobiet i 38,5% wśród mężczyzn. Tylko 4,4% z respondentów twierdzi, że „trzeba urodzić się z takimi zdolnościami” – częściej odpowiedź tę wybierali mężczyźni – 5,9% spośród nich i 3,1% spośród kobiet.

Drugą najczęściej wskazywaną odpowiedzią okazało się przekonanie, że przedsiębiorczości można się nauczyć – „raczej tak, ale wymaga to wielu lat pracy” – tak odpowiedziało 33,6% wszystkich respondentów. Natomiast znaczenie środowiska, w którym się przebywa zauważyło 17,9% respondentów – wśród kobiet takiej odpowiedzi udzieliło 20,8% spośród nich, a wśród mężczyzn 14,4%. Z kolei 6,9% spośród wszystkich badanych uczniów nie wie, jaka jest odpowiedź na to pytanie (6,9% spośród mężczyzn i 5,8% wśród kobiet).



„oczywiście, że można” – 37,2%

„raczej tak, ale wymaga to wielu lat pracy” – 33,6%



„oczywiście, że można” – 36,2%

„przedsiębiorczość kształtuje, środowisko, w którym się często przebywa” – 20,8%



„oczywiście, że można” – 38,5%

„przedsiębiorczość kształtuje, środowisko, w którym się często przebywa” – 14,4%

Wybrane wyniki

Powyższe wyniki znajdują też potwierdzenie w GEM

Monitor Polska 2016, według którego „Polacy oceniają się bardzo dobrze, jeśli chodzi o własne umiejętności potrzebne do rozpoczęcia biznesu”¹. Według analiz samocena zdolności przedsiębiorczych Polaków rośnie z roku na rok (tabela poniżej).

Tabela: Wybrane wskaźniki przedsiębiorczości w Polsce i w UE (%) za rok 2015

	Samocena zdolności przedsiębiorczych	Rozpoznawanie szansy
2015 rok	56%	33%
2014 rok	54%	31%
2013 rok	52%	26%
2012 rok	54%	20%
2011 rok	52%	33%

Źródło: Global Entrepreneurship Monitor Polska, 2016 s. 24

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 odpowiedź „nie spotykam”, mogli wybrać więcej niż jedną odpowiedź.

Tylko 11,6% respondentów twierdzi, że nie widuje w swoim otoczeniu osób przedsiębiorczych. Pozostali respondenci, według uzyskanych wyników najczęściej spotykają osoby przedsiębiorcze w następujących trzech miejscach:

- „w lokalnej społeczności” – aż 54,5% odpowiedzi zebranych w wynikach ogólnopolskich:** 51,5% wśród mężczyzn i 57,0% wśród kobiet,
- „w rodzinie” – 40,1% zebranych w wynikach ogólnopolskich:** 39,2% wśród mężczyzn i 40,8% wśród kobiet),

- „w szkole” – 38,5% zebranych w wynikach ogólnopolskich: 33,7% wśród mężczyzn i 42,6% spośród kobiet.



„w lokalnej społeczności” – 54,5%
 „w rodzinie” – 40,1%
 „w szkole” – 38,5%



„w lokalnej społeczności” – 57,0%
 „w rodzinie” – 40,8%
 „w szkole” – 42,6%



„w lokalnej społeczności” – 51,5%
 „w rodzinie” – 39,2%
 „w szkole” – 33,7%

Wybrane wyniki

6. Czy znasz jakiegoś przedsiębiorcę?

Możliwe odpowiedzi:

- „tak”,
- „nie”.

Respondenci mogli wybrać tylko jedną odpowiedź.

Przeważająca większość ankietowanych w Szkole zna jakiegoś przedsiębiorcę – taką odpowiedź wybrało 75,2% respondentów w ujęciu ogólnopolskim.

W grupie, która odpowiedziała „nie” (pozostałe 24,8%) – jest taki sam odsetek mężczyzn i kobiet – po 24,8% w obu grupach udzieliło takiej odpowiedzi.



„tak” – 75,2%
 „nie” – 24,8%



Wybrane wyniki

7. Co przyczynia 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 „umiejętność zorganizowania się” (74,2% wskazań) oraz „kreatywność” (73,8% wskazań) jako te cechy, które przyczyniają się do sukcesu i rozwoju przedsiębiorczości.

Kolejność dwóch pierwszych odpowiedzi na to pytanie uzyskanych w wynikach ogólnopolskich wśród mężczyzn i kobiet jest odwrotna – mężczyźni wskazywali następująco:

- „kreatywność” – 72,2% spośród nich wybrało tę cechę i jest ona najczęściej przez nich wskazywana,
- „umiejętność zorganizowania się” – 68,4% spośród nich wybrało tę cechę.

Kobiety wybierały następująco:

- „umiejętność zorganizowania się” – 79,1% spośród nich wybrało tę cechę i jest ona najczęściej przez nie wskazywana,
- „kreatywność” – 75,1% spośród nich wybrało tę cechę.



„umiejętność zorganizowania się” – 74,2%
 „kreatywność” – 73,8%



„umiejętność zorganizowania się” – 79,1%
 „kreatywność” – 75,1%



„kreatywność” – 72,2%
 „umiejętność zorganizowania się” – 68,4%

Wybrane wyniki

Kreatywność jest kluczem i oparciem dla każdej gospodarki – wydaje się, że ankietowani uczniowie doskonale to rozumieją. Kreatywność powstaje tam, gdzie jest mocna wymiana poglądów wśród ludzi pochodzących z różnych środowisk i kultur, gdzie trwają burze mózgow. A nie ma Europejczyków bardziej ciekawych świata i innych kultur niż Polacy. Świat do przodu pchają dwa czynniki: niezadowolenie i ciekawość. Polacy mają jedno i drugie.

Od lat różni badacze próbują zgłębić tajemnicę sukcesu przedsiębiorczości. Wygląda jednak na to, że tak jak nie istnieje kamień filozoficzny zmieniający ołów w złoto, tak też nie ma drogi na skróty wiodącej na zawodowy szczyt. Według Badania EY „Barometr Przedsiębiorczości 2015” – najważniejszym i absolutnie niezbędnym czynnikiem sukcesu jest głównie wytrwała i ciężka praca (patrz tabela poniżej).

Tabela: Najistotniejsze czynniki sukcesu przedsiębiorcy?

	2015 rok	2014 rok
Wytrwałość i ciężka praca	76%	71%
Umiejętność współpracy z ludźmi	62%	71%
Skłonność do podejmowania ryzyka	53%	36%
Innowacyjność	50%	53%
Znajomość branży	28%	34%
Silne przywództwo	19%	19%
Równowaga między życiem osobistym i zawodowym	14%	7%
Wykształcenie	3%	14%

Źródło: Badanie EY „Barometr przedsiębiorczości. 2015” za „Sukces na pokolenia. 2015, Suplement Harvard Business Review Polska”, s. 42

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 uczniów największą barierą założenia własnej firmy są finanse, a konkretnie ich brak – takie zdanie podzieliła 27,8% młodych ludzi, nieznacznie rzadziej kobiety (27,2% wśród nich) niż mężczyźni (28,5% wśród nich). Kolejną przeszkodą (zdaniem wszystkich uczniów) w założeniu własnej firmy jest **„brak wiedzy o prowadzeniu firmy” – tak odpowiedziało 19,5% spośród wszystkich ankietowanych uczniów.** Odpowiedź tę częściej wskazywały kobiety – 21,9% spośród nich, niż mężczyźni – 16,2% spośród nich.

Trzecią najczęściej wskazywaną barierą w wynikach ogólnopolskich okazał się „brak pomysłu na firmę” – argument ten został wskazany przez 15,6% ankietowanych.

Tylko 7,4% uczniów za najważniejszą barierę założenia własnej firmy uznało „duże ryzyko prowadzenia firmy” i jest ona najrzadziej wskazywana.



„brak środków finansowych” – 27,8%

„brak wiedzy o prowadzeniu firmy” – 19,5%



„brak środków finansowych” – 27,2%

„brak wiedzy o prowadzeniu firmy” – 21,9%



„brak środków finansowych” – 28,5%

„brak wiedzy o prowadzeniu firmy” – 16,2%

Wybrane wyniki

Jak wskazują powyższe dane, zdaniem ankietowanych uczniów szkół ponadgimnazjalnych jednym z głównych powodów rezygnacji z założenia własnej firmy jest brak dostępu do finansowania.

Z kolei badania polskich startupów pokazują, że aż 79,0% spośród nich finansowało swój rozwój ze środków własnych¹. Inne analizy wskazują, że prawie 60,0% polskich

¹ Polskie Startupy 2016, Fundacja Startup Poland, <http://startuppoland.org/knowledge/>

startupów korzystało z własnych środków, tylko 23,0% z dotacji, 20% ze wsparcia „aniołów biznesu”, 18,0% z finansowania venture capital, a tylko 8,0% z kredytów bankowych. Ale, co ciekawe – firmy, które korzystały tylko z własnych zasobów dwa razy częściej niż pozostali zarabiali natychmiast po wejściu na rynek¹.

A jaka jest kwota potrzebna do rozpoczęcia działalności gospodarczej? Według danych GEM za 2015 rok firma rozpoczynająca działalność dysponowała kwotą rzędu 100 tys. zł, ale połowa firm wydała na rozpoczęcie działalności gospodarczej poniżej 42 tys. zł. Ze środków własnych pochodziło średnio ok. 58 tys. zł. **Jednak połowa firm wydała nie więcej niż 30 tys. zł ze środków własnych (tabela poniżej).**

Tabela: Środki potrzebne na rozpoczęcie działalności w Polsce w PLN.

	Średnia kwota (PLN)	Mediana (PLN)
W sumie środki finansowe potrzebne na założenie firmy	100 061	41 805
Własne środki finansowe zainwestowane w firmę	58 246	30 000

Źródło: Global Entrepreneurship Monitor Polska 2016, s 62.

Według danych – większość firm na starcie korzystała tylko z jednego źródła finansowania (46%), rzadziej z dwóch (24%) lub trzech (19%), a co dziesiąta korzystała aż z czterech źródeł.

9. Czy rozważasz prowadzenie działalności gospodarczej?

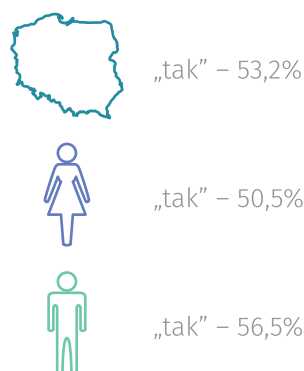
Możliwe odpowiedzi:

- „tak”,
- „nie”.

Respondenci mogli wybrać tylko jedną odpowiedź.

W deklaracjach w ujęciu ogólnopolskim respondenci okazali się zainteresowani działalnością gospodarczą – ponad połowa, bo 53,2% spośród nich deklaruje chęć założenia własnej firmy i pracy dla siebie.

Prowadzenie własnej działalności rozważa: 50,5% spośród kobiet i 56,5% spośród mężczyzn.



Wybrane wyniki

Dane statystyczne GUS podają: liczba firm w Polsce systematycznie wzrasta – w 2014 roku wyniosła 1 843 tys. i była o 4,0% wyższa niż rok wcześniej. Wzrost liczby podmiotów gospodarczych następuje we wszystkich grupach wg wielkości przedsiębiorstw. Na uwagę zasługuje fakt, że udział najmniejszych – czyli mikro firm w ogólnej liczbie podmiotów zwiększył się z 95,36% w roku 2013 do 95,80% w roku 2014.

Tabela: Liczba oraz struktura przedsiębiorstw w 2014 roku.

	Liczba	Procentowy udział w liczbie ogółem
Mikro firmy	1 764 597	95,8%
Małe firmy	59 166	3,2%
Średnie firmy	15 470	0,8%
Duże firmy	3 356	0,2%
Razem	1 842 589	100,0%

Źródło: Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2014 r. GUS, Warszawa 2015.

Z drugiej jednak strony – pod względem liczebności Polska zajmuje 6. miejsce w Unii Europejskiej, a odniesienie tej liczby do wielkości populacji daje 19. pozycję, co wskazuje na znaczne niższe nasycenie gospodarki w porównaniu z naszymi europejskimi sąsiadami i spory potencjał do wzrostu. W Polsce liczba przedsiębiorstw w przeliczeniu na 1000 mieszkańców wynosi 40, podczas gdy w Czechach 96, a w Portugalii czy Słowacji około 75 (dane Eurostatu za 2012 r.).

Ponad 15% dorosłych Polaków¹ rozważa założenie własnej działalności gospodarczej w ciągu kolejnych trzech lat. Choć w porównaniu z mieszkańcami innych krajów UE jest u nas mniej osób, które dostrzegają szansę na rozpoczęcie działalności gospodarczej, wciąż jednak udział osób, które zakładają lub prowadzą działalność we wczesnym stadium (do 3,5 roku) wśród dorosłych Polaków jest wysoki (9,2% dla porównania w UE wskaźnik ten wynosi 7,8%).

Wiemy też z dostępnych analiz – ilu młodych przedsiębiorców postrzega firmę jako szansę na poprawę standardu życia (tabela poniżej). Aż 47,11% Polaków twierdzi, że własna firma daje szansę na podniesienie poziomu życia. To wskaźnik prawie identyczny ze średnią dla Unii Europejskiej, a wyższy od wartości uzyskanych dla Włoch, Węgry, Hiszpanii czy Grecji.

Wydaje się więc, że uczniowie szkół ponadgimnazjalnych mogą utrzymać ten wskaźnik na tym samym, a może nawet na wyższym poziomie.

Tabela: Ilu młodych przedsiębiorców postrzega firmę jako szansę na poprawę standardu życia.

Dane w procentach	
Średnia dla UE	47,90%
Grecja	30,53%
Hiszpania	33,48%
Węgry	36,27%
Włochy	38,58%
Litwa	43,87%
Polska	47,11%
Wielka Brytania	52,71%
Niemcy	53,74%
Szwecja	56,16%
Holandia	62,77%
USA	66,93%
Norwegia	69,03%

Źródło: PARP, na podstawie GEM za: Polak liczy na własny biznes, A. Kiełbasiński, Gazeta Wyborcza, 22.04.2016.

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 i w pytaniu nr 9. odpowiedziały „tak”.

Z 14 różnych możliwości ankietowani uczniowie wyraźnie wybrali najważniejsze dla nich powody rozpoczęcia prowadzenia własnej działalności. **Najwięcej głosów oddano na „perspektywę uzyskania wyższych dochodów niż w pracy u innych”** – i odpowiedź ta znalazła się na pierwszym miejscu z wynikiem ogólnopolskim wynoszącym 61,4% wskazań. Kolejnym najczęściej wskazywanym argumentem okazała się **„możliwość podejmowania samodzielnych decyzji”** z wynikiem 55,5%.

Mężczyźni i kobiety wskazywali podobnie: najczęściej zaznaczali „perspektywę uzyskania wyższych dochodów niż w pracy u innych” – wybrało tak 62,4% spośród mężczyzn i 60,4% spośród kobiet. Jako kolejny najczęściej wskazywany okazał także ten sam argument: „możliwość podejmowania samodzielnych decyzji” – istotny dla 52,4% spośród mężczyzn i dla 58,4% spośród kobiet.

Jako trzeci w kolejności wskazywany argument mężczyźni wybrali „większy poziom niezależności zawodowej” – ważna dla 43,8% spośród nich, a kobiety wybrały „możliwość

¹ Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2013-2014, PARP, Warszawa 2015, https://badania.parp.gov.pl/images/badania/ROSS_2013_2014.pdf

podejmowania nowych wyzwań” – motywacja dla 47,2% spośród kobiet.



„perspektywa uzyskania większych dochodów niż w pracy u innych” – 61,4%

„możliwość podejmowania samodzielnych decyzji” – 55,5%



„perspektywa uzyskania większych dochodów niż w pracy u innych” – 60,4%

„możliwość podejmowania samodzielnych decyzji” – 58,4%

„możliwość podejmowania nowych wyzwań” – 47,2%



„perspektywa uzyskania większych dochodów niż w pracy u innych” – 62,4%

„możliwość podejmowania samodzielnych decyzji” – 52,4%

„większy poziom niezależności zawodowej” – 43,8%

Wybrane wyniki

Wiedza na temat czynników motywujących młodych ludzi do założenia własnego biznesu jest istotnym elementem odkrywania istoty przedsiębiorczości. W badaniach eksplorujących ten temat pojawiają się dwie główne przyczyny: brak satysfakcjonującej możliwości znalezienia pracy

lub dostrzeżenie okazji biznesowej¹. Nasze badania dodatkowo wskazały ważną rolę chęci podejmowania samodzielnych decyzji (druga najczęściej wskazywana motywacja) – jako dążenie do uzyskania niezależności, kierowania się własnymi regułami, swoboda w realizowaniu własnych zawodowych pomysłów – w opozycji do pracy u kogoś. W deklaracjach ankietowane kobiety wykazały w tym aspekcie większe aspiracje.

Według Raportu GEM (badania przeprowadzonego wśród dorosłych w wieku produkcyjnym): „W Polsce 46% przedsiębiorców prowadzących działalność krócej niż 3,5 roku zdecydowało się na ten krok, ponieważ chcieli skorzystać z możliwości, jakie daje prowadzenie biznesu, a więc uzyskanie niezależności lub wzrost dochodów, a 28% – z braku lepszego wyboru, jeśli chodzi o pracę”². Takie motywy wydają się też być czytelne dla ankietowanych uczniów szkół ponadgimnazjalnych.

Tabela: Poziom przedsiębiorczości opartej na szansie i podejmowanej z konieczności (%TEA).

	KONIECZNOŚĆ jako brak lepszego wyboru, jeśli chodzi o pracę (%TEA)	SZANSA związana z chęcią skorzystania z możliwości, jakie daje prowadzenie biznesu (%TEA)
Europa	22,4	47,5
Polska	28,1	46,4
Węgry	23,2	50,5
Rumunia	27,5	33,2
Bułgaria	33,4	29,0
Łotwa	17,1	51,4

Źródło: Global Entrepreneurship Monitor Polska, 2016 s. 31.

Tabela: Motywacje kobiet i mężczyzn prowadzących młode przedsiębiorstwa (% TEA mężczyźni i kobiety).

Wskaźnik	Mężczyźni – szansa	Kobiety – szansa	Mężczyźni – konieczność	Kobiety – konieczność
Europa	74,8	72,1	21,5	23,7
Polska	72,1	63,5	26,3	31,6
Irlandia	75,9	88,3	24,1	8,8
Belgia	70,5	44,4	20,9	37,5

Źródło: Global Entrepreneurship Monitor Polska, 2016 s. 11.

¹ P.D. Reynolds, W.D. Bygrave, E. Autio, L. Cox, M. Hay, Global Entrepreneurship Monitor, 2002 Executive Report, Kansas City, MO: Kaufman Center for Entrepreneurial Leadership, 2002.

² A. Tarnawa, D. Węclawska, P. Zadura-Lichota, P. Zbierowski, Global Entrepreneurship Monitor, Polska, PARP, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, Warszawa 2016, s. 31.

11. Wskaż możliwe dla Ciebie miejsce prowadzenia działalności gospodarczej.

Możliwe odpowiedzi:

- „Polska”,
- „inne państwo”,
- „miejsce nie ma znaczenia”.

Respondenci mogli wybrać tylko jedną odpowiedź.

Na to pytanie odpowiedzi udzielały tylko te osoby, które zadeklarowały chęć założenia własnej firmy i w pytaniu nr 9. odpowiedziały „tak”.

Ankietowani uczniowie najczęściej wybierali Polskę na miejsce prowadzenia swojej przyszłej działalności gospodarczej – zadeklarowało tak 45,0% badanych w wynikach ogólnopolskich.

Taką deklarację częściej składali mężczyźni – wśród nich 47,2%, niż kobiety – wśród nich 42,9%.

Zdecydowanie inne państwo na siedzibę swojej przyszłej firmy wybrało 20,0%, a „miejsce nie ma znaczenia” dla 35,0% wszystkich ankietowanych uczniów.

 „Polska” – 45,0%

 „Polska” – 42,9%

 „Polska” – 47,2%

Wybrane wyniki

Z danych przedstawionych przez Ministerstwo Rozwoju – przedsiębiorstwa stają się coraz bardziej otwarte na współpracę międzynarodową – 24% firm prowadziło działalność za granicą¹.

12. 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 i w pytaniu nr 9. odpowiedziały „nie”.

Najczęściej wskazywanymi przez wszystkich uczniów powodami takiej deklaracji były dwa stwierdzenia:

- „nie mam pomysłu na biznes” – 45,3% osób wybrało tę odpowiedź,
- „nie posiadam wystarczającej wiedzy i doświadczenia” – 38,4% ankietowanych wybrało tę odpowiedź.

W podziale na płeć ankietowanych w Szkole nie uwidoczniły się różnice w dwóch najczęściej udzielanych odpowiedziach – podobny odsetek mężczyzn i kobiet wskazywał te odpowiedzi.

W dalszych odpowiedziach pojawiły się już różnice: **kobiety częściej wskazywały „obawę, że się nie uda”** – 35,3% spośród nich i okazał się to trzeci istotny powód. **Mężczyźni** natomiast częściej niż kobiety odpowiadali: **„brak mi środków finansowych”** – 37,5% spośród nich widzi ten powód jako przeszkodę prowadzenia własnej działalności gospodarczej.

¹ Trendy rozwojowe mikro, małych i średnich firm w ocenie przedsiębiorców w drugiej połowie 2015 roku, Ważniejsze informacje, Maj 2016, Ministerstwo Rozwoju, Departament Strategii Rozwoju, https://www.mr.gov.pl/media/20004/Prezentacja_Trendy_rozwojowe_MSP_II_polowa_2015.pdf



„nie mam pomysłu na biznes”
– 45,3%
„nie posiadam wystarczającej
wiedzy i doświadczenia” – 38,4%



„obawiam się, że mi się nie uda”
– 35,3%



„brak mi środków finansowych”
– 37,5%

Wybrane wyniki

W obecnych czasach wiedza stała się koniecznością. Dostępna jest z wielu źródeł: książek, Internetu, sale wykładowe wypełnione są po brzegi ludźmi spragnionymi wiedzy, a nowoczesne technologie już od dawna ułatwiają rozwój osobisty. Według autorów Raportu z Badania „Epoki ciekawości. Discovery Insights” coraz częściej poszukiwane są nowe idee, które stanowią dla odbiorców intelektualne wyzwanie. 89% osób wskazało, że nie ustają w wysiłkach mających na celu poszerzenie własnych horyzontów, co z kolei napędza ich ambicje. Najwyraźniej, im dany człowiek jest ciekawszy świata, tym więcej zauważa w nim okazji dla siebie i więcej otrzymuje w zamian.

Z kolei z sondażu Tax Care wynika, że młodzi przedsiębiorcy poszukują wiedzy praktycznej, a nie teoretycznej. Aż 60% pytanych uważa, że dobry poradnik dla przedsiębiorcy powinien zawierać przykłady z życia wzięte, a blisko 90%, że dobre szkolenie to takie, w którym więcej jest praktyki niż teorii¹.

Rynek pracy zmienia się w zawrotnym tempie – największą skuteczność mają na nim ci ludzie, którzy zmiany postrzegają w kategorii fascynacji, a nie lęku. A to właśnie obawa przed porażką jest jednym z najłagodniejszych punktów, jeśli chodzi o postawy przedsiębiorcze Polaków. Obecnie 48% osób dorosłych, które dostrzegają szanse biznesowe, nie decyduje się na założenie firmy z powodu strachu przed niepowodzeniem (GEM 2016).

¹ Bolączki przedsiębiorców – brak wiedzy i czasu, <http://magazynlbq.pl/bolaczki-przedsiębiorcow-brak-wiedzy-i-czasu/>, 16.06.2015



PODSUMOWANIE

5 NAJWAŻNIEJSZYCH TRENDÓW WYNIKAJĄCYCH Z BADANIA

PRZEDSIĘBIORCZOŚCI WŚRÓD MŁODZIEŻY

– WYNIKI OGÓLNOPOLSKIE

1

Ponad połowa, bo 53,2% ankietowanych uczniów w badaniu ogólnopolskim deklaruje chęć założenia własnej firmy i pracy dla siebie. Wśród kobiet taki zamiar ma 50,5% respondentek, a wśród mężczyzn – 56,5%. Na miejsce prowadzenia przyszłej działalności gospodarczej większość badanych wybrało Polskę – 45,0% uczniów udzieliło takiej odpowiedzi. Dla 35,0% ankietowanych miejsce siedziby przyszłej firmy nie ma znaczenia, a 20,0% zdecydowało się na „inne państwo”.

2

Głównym motywatorem skłaniającym do prowadzenia własnej firmy jest perspektywa uzyskania wyższych dochodów niż w pracy u innych – to argument najistotniejszy, wybrany przez 61,4% respondentów. Drugim ważnym powodem okazała się możliwość podejmowania samodzielnych decyzji – takiego zdania jest 55,5% uczniów.

3

Jako podstawowy powód braku planu założenia własnej firmy najczęściej podawano brak pomysłu na biznes – wskazało tak 45,3% respondentów Szkoły, którzy nie zamierzają prowadzić własnej działalności gospodarczej. Kolejnym istotnym argumentem w ocenie ankietowanych okazał się brak wystarczającej wiedzy i doświadczenia – 38,4% uczniów wskazało tę odpowiedź.

4

Jednocześnie ponad 70% respondentów twierdzi, że zdolność przedsiębiorczości nie jest wrodzona: „można się jej nauczyć” – odpowiedziało 37,2% badanych i „raczej tak, ale wymaga to wielu lat pracy” – 33,6%.

5

Przy identyfikowaniu ogólnych barier zakładania firmy jako pierwszą (najczęściej wskazywaną) barierę wyniki wskazały brak środków finansowych – takiej odpowiedzi udzieliło 27,8% ankietowanych i jest to najczęściej wybierany powód. Natomiast przy argumentowaniu decyzji o niezakładaniu własnej działalności gospodarczej najczęściej wskazywanym powodem okazał się brak pomysłu na biznes – takiego argumentu używa 45,3% respondentów.



WYKRESY

BADANIE PRZEDSIĘBIORCZOŚCI WŚRÓD MŁODZIEŻY

– WYNIKI OGÓLNOPOLSKIE

1. Według Ciebie kogo można nazwać przedsiębiorcą?

Osobę prowadzącą działalność gospodarczą

75,6%

Osobę pracującą na własny rachunek

37,4%

Bogatego biznesmena z dużym majątkiem

21,1%

Osobę pomagającą innym

19,1%

Inne

1,8%

Respondenci mogli zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź.

2. Co wyróżnia osobę przedsiębiorczą?

Pomysłowość

83,9%

Zaradność

69,9%

Dokładność

56,2%

Odwaga

41,9%

Punktualność

40,5%

Samozaparcie

30,0%

Ryzykanctwo

23,3%

Cwaniactwo

11,6%

Inne

2,2%

Respondenci mogli zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź.

3. Czy osoba przedsiębiorcza to ta, która:

Potrafi poradzić sobie w każdej sytuacji

76,8%

Za wszelką cenę dąży do osiągnięcia sukcesu

58,1%

Stara się wspierać i pomagać innym

40,9%

Myśli wyłącznie o wielkiej forsie

5,3%

Nie liczy się z innymi

4,1%

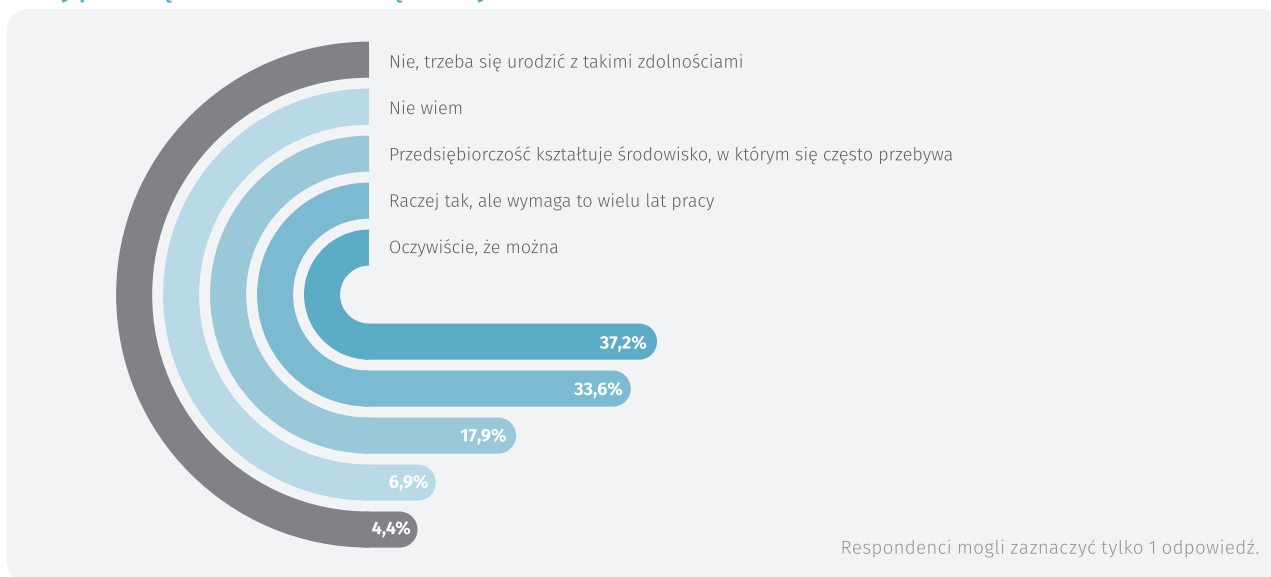
Inne

0,6%

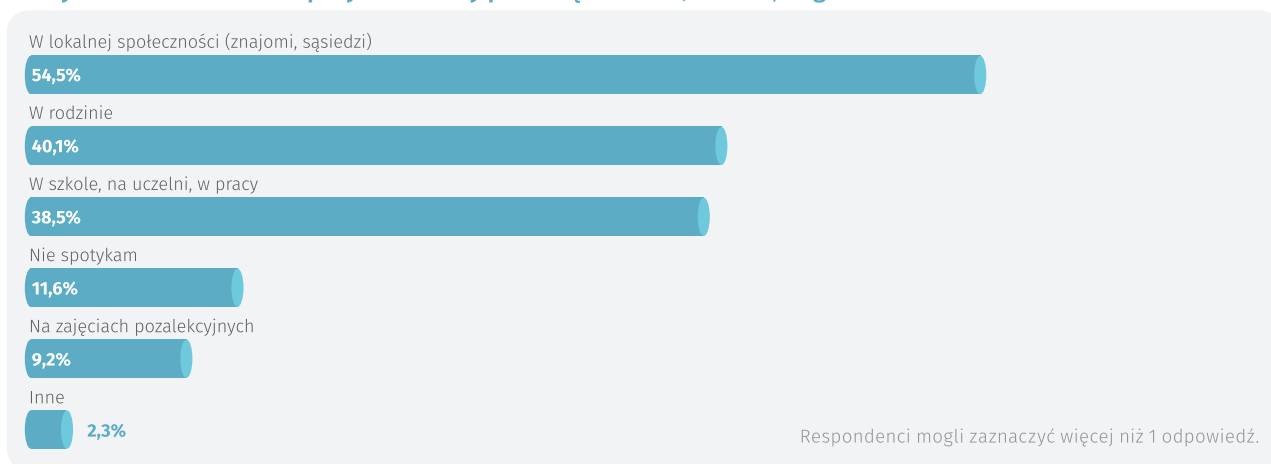
Respondenci mogli zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź.

WYNIKI OGÓLNOPOLSKIE

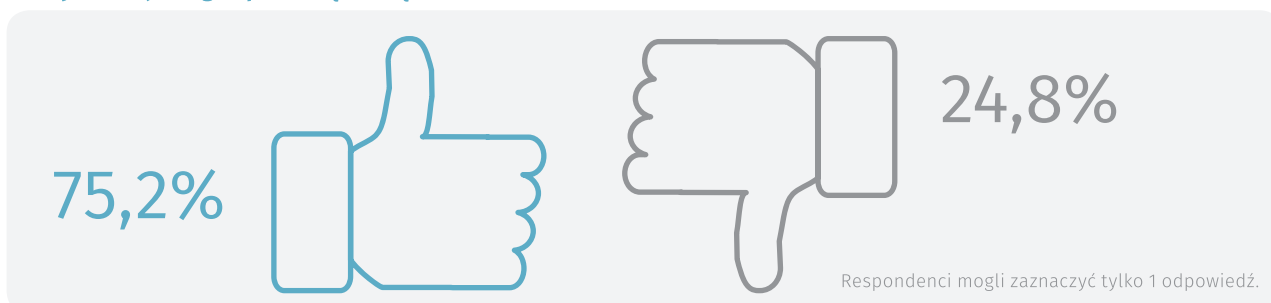
4. Czy przedsiębiorczości można się nauczyć?



5. Czy w swoim otoczeniu spotykasz osoby przedsiębiorcze? Jeśli tak, to gdzie?



6. Czy znasz jakiegoś przedsiębiorcę?



WYNIKI OGÓLNOPOLSKIE

7. Do sukcesu i rozwoju przedsiębiorczości wg Ciebie przyczynia się:

Umiejętność zorganizowania się

74,2%

Kreatywność

73,8%

Konsekwencje w działaniu

45,7%

Kształtowanie samodzielności

34,7%

Optymistyczne nastawienie do ludzi

32,6%

Respondenci mogli zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź.

8. Spośród niżej wymienionych – wybierz jedną, najważniejszą Twoim zdaniem barierę założenia własnej firmy:

Duże ryzyko prowadzenia firmy

Lenistwo

Biurokracja

Obawa, że może się nie udać

Brak pomysłu na firmę

Brak wiedzy o prowadzeniu firmy

Brak środków finansowych

27,8%

19,3%

15,6%

13,6%

8,3%

8,0%

7,4%

Respondenci mogli zaznaczyć tylko 1 odpowiedź.

9. Czy rozważasz prowadzenie własnej działalności gospodarczej?

Tak

(przejdź do pytania nr 10 i 11)

53,2%



Nie

(przejdź do pytania nr 12)

46,8%

Respondenci mogli zaznaczyć tylko 1 odpowiedź.

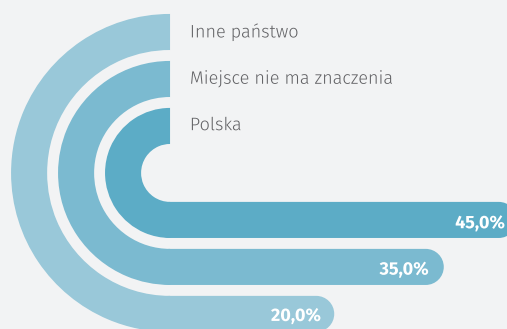
WYNIKI OGÓLNOPOLSKIE

10. Jakie motywy skłaniają Cię (lub skłoniłyby w przyszłości) do rozpoczęcia własnej działalności gospodarczej?



Respondenci mogli zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź.

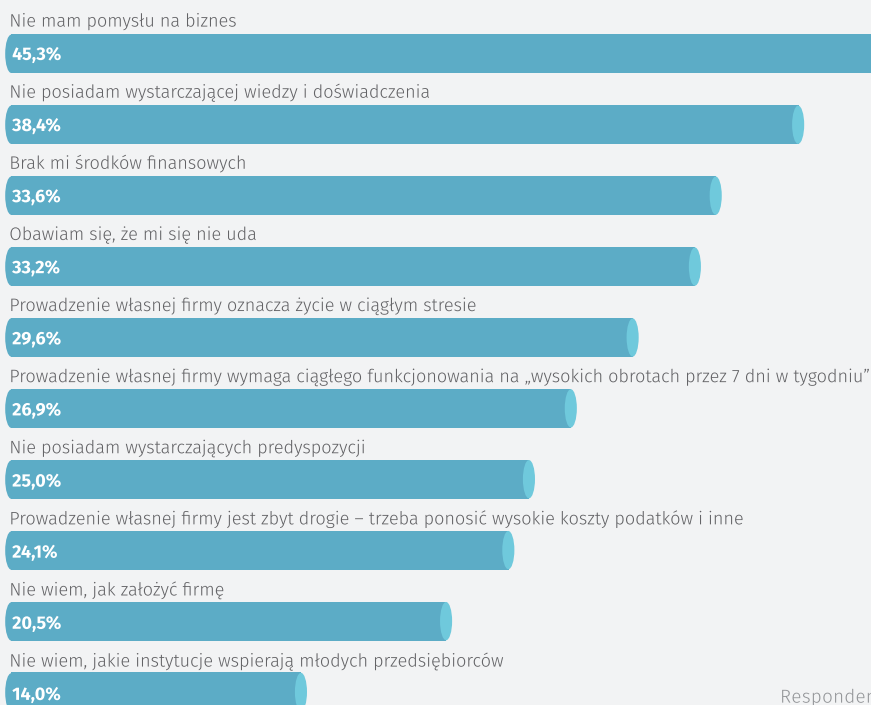
11. Wskaż możliwe dla Ciebie miejsce prowadzenia działalności gospodarczej:



Respondenci mogli zaznaczyć tylko 1 odpowiedź.

WYNIKI OGÓLNOPOLSKIE

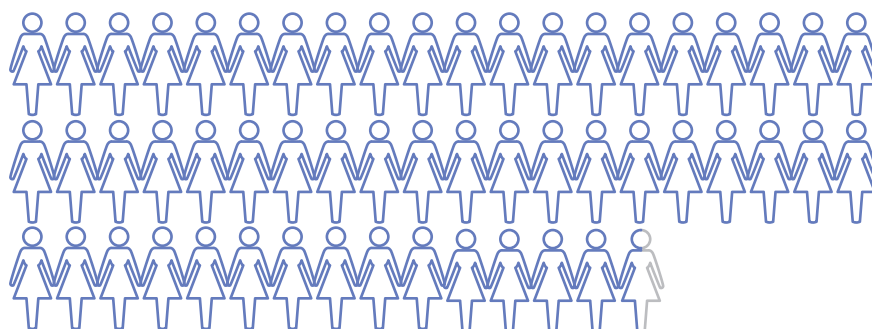
12. Dlaczego nie planujesz prowadzenia własnej działalności gospodarczej?



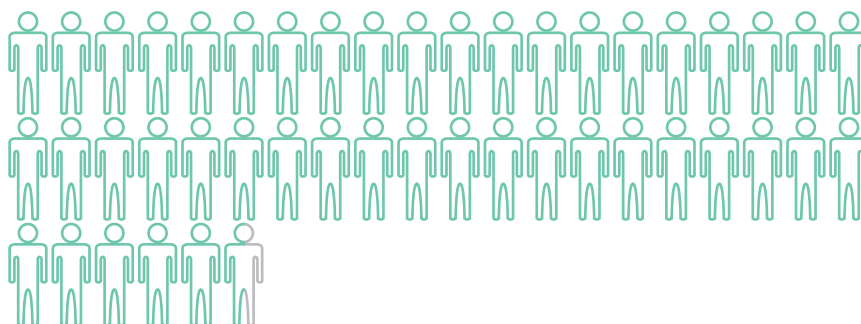
Respondenci mogli zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź.

PŁEĆ RESPONDENTÓW

54,5%



45,5%





WYKRESY

BADANIE PRZEDSIĘBIORCZOŚCI WŚRÓD MŁODZIEŻY

– WYNIKI OGÓLNOPOLSKIE: KOBIETY

1. Według Ciebie kogo można nazwać przedsiębiorcą?

Osobę prowadzącą działalność gospodarczą

78,7%

Osobę pracującą na własny rachunek

39,3%

Osobę pomagającą innym

20,4%

Bogatego biznesmena z dużym majątkiem

17,7%

Inne

1,5%

Respondenci mogli zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź.

2. Co wyróżnia osobę przedsiębiorczą?

Pomysłowość

85,5%

Zaradność

74,0%

Dokładność

60,8%

Odwaga

45,5%

Punktualność

43,4%

Samozaparcie

34,1%

Ryzykanctwo

19,9%

Cwaniactwo

8,0%

Inne

2,4%

Respondenci mogli zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź.

3. Czy osoba przedsiębiorcza to ta, która:

Potrafi poradzić sobie w każdej sytuacji

81,0%

Za wszelką cenę dąży do osiągnięcia sukcesu

58,8%

Stara się wspierać i pomagać innym

46,8%

Myśli wyłącznie o wielkiej forsie

3,3%

Nie liczy się z innymi

2,1%

Inne

0,6%

Respondenci mogli zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź.

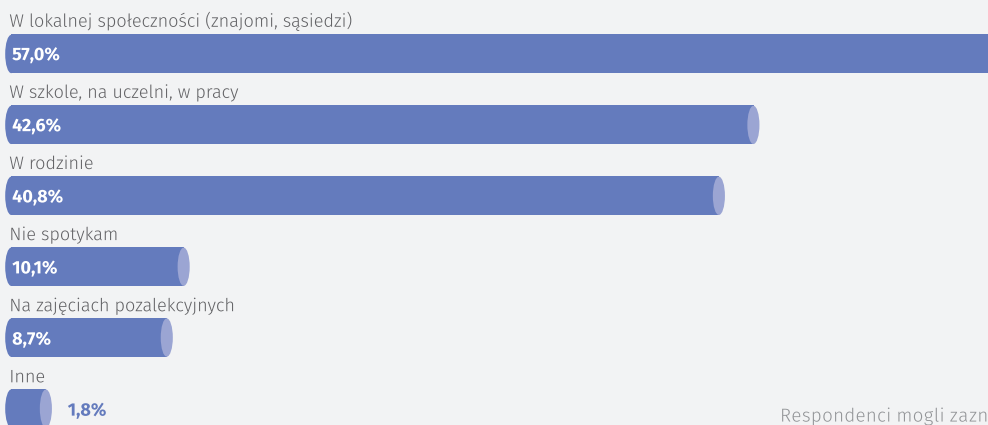
WYNIKI OGÓLNOPOLSKIE: KOBIETY

4. Czy przedsiębiorczości można się nauczyć?



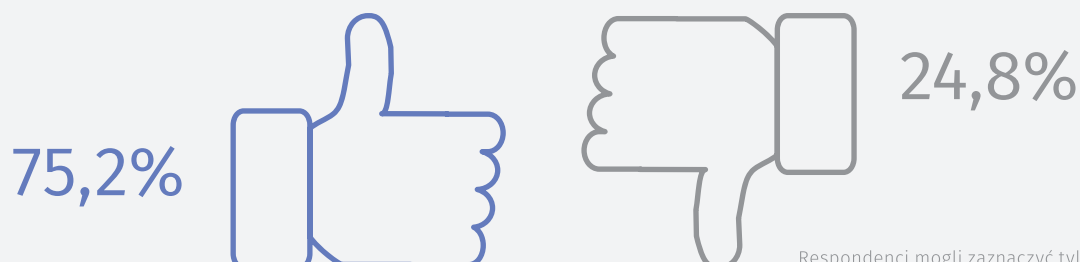
Respondenci mogli zaznaczyć tylko 1 odpowiedź.

5. Czy w swoim otoczeniu spotykasz osoby przedsiębiorcze? Jeśli tak, to gdzie?



Respondenci mogli zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź.

6. Czy znasz jakiegoś przedsiębiorcę?



Respondenci mogli zaznaczyć tylko 1 odpowiedź.

WYNIKI OGÓLNOPOLSKIE: KOBIETY

7. Do sukcesu i rozwoju przedsiębiorczości wg Ciebie przyczynia się:

Umiejętność zorganizowania się

79,1%

Kreatywność

75,1%

Konsekwencje w działaniu

48,7%

Kształtowanie samodzielności

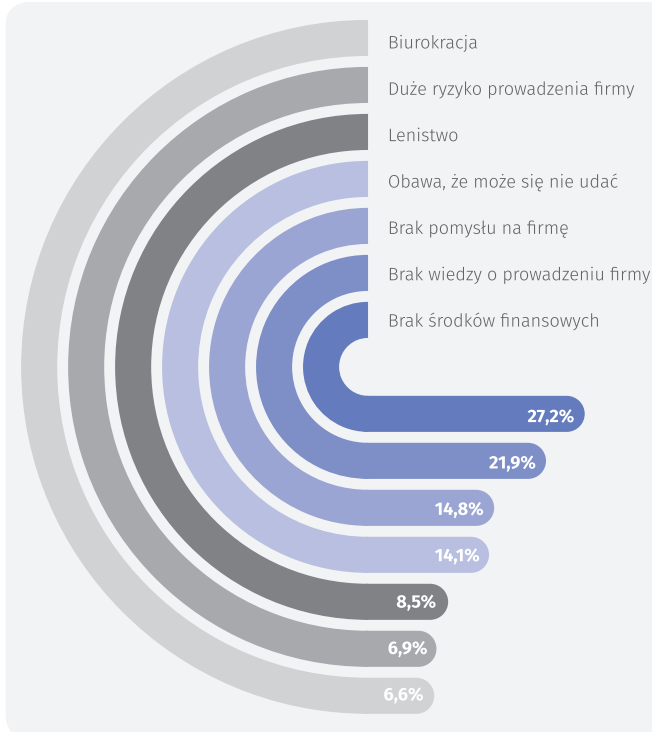
38,4%

Optymistyczne nastawienie do ludzi

35,7%

Respondenci mogli zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź.

8. Spośród niżej wymienionych – wybierz jedną, najważniejszą Twoim zdaniem barierę założenia własnej firmy:



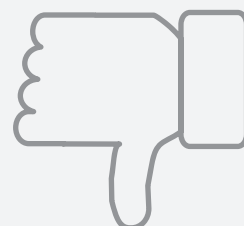
Respondenci mogli zaznaczyć tylko 1 odpowiedź.

9. Czy rozważasz prowadzenie własnej działalności gospodarczej?

Tak

(przejdź do pytania nr 10 i 11)

50,5%



Nie

(przejdź do pytania nr 12)

49,5%

Respondenci mogli zaznaczyć tylko 1 odpowiedź.

WYNIKI OGÓLNOPOLSKIE: KOBIETY

10. Jakie motywy skłaniają Cię (lub skłoniłyby w przyszłości) do rozpoczęcia własnej działalności gospodarczej?

Perspektywa uzyskania wyższych dochodów niż w pracy „u innych”

60,4%

Możliwość podejmowania samodzielnych decyzji

58,4%

Możliwość podejmowania nowych wyzwań

47,2%

Większy poziom niezależności zawodowej

42,4%

Możliwość robienia rzeczy użytecznych i ważnych

35,8%

Potrzeba osiągnięcia sukcesu jako przedsiębiorca

26,8%

Potrzeba uznania i szacunku otoczenia

22,6%

Brak ciekawych ofert pracy odpowiadających uzyskanemu wykształceniu

21,9%

Wywodzę się ze środowiska, w którym rodzina, znajomi mają własne biznesy

16,9%

Większe ryzyko i „adrenalina”

16,7%

Brak firm konkurencyjnych w pobliżu miejsca funkcjonowania firmy

10,9%

Odległość do pracy od miejsca zamieszkania

10,2%

Brak wymaganego przez pracodawców wykształcenia i praktyki

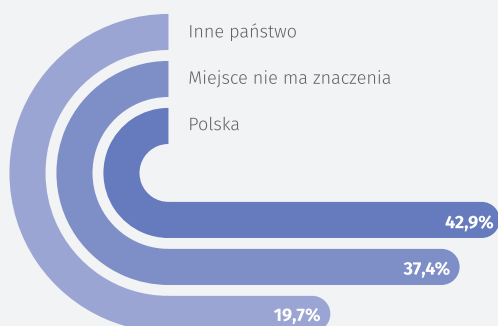
4,8%

Inne

0,9%

Respondenci mogli zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź.

11. Wskaż możliwe dla Ciebie miejsce prowadzenia działalności gospodarczej:



Respondenci mogli zaznaczyć tylko 1 odpowiedź.

WYNIKI OGÓLNOPOLSKIE: KOBIETY

12. Dlaczego nie planujesz prowadzenia własnej działalności gospodarczej?

Nie mam pomysłu na biznes

47,3%

Nie posiadam wystarczającej wiedzy i doświadczenia

38,7%

Obawiam się, że mi się nie uda

35,3%

Prowadzenie własnej firmy oznacza życie w ciągłym stresie

31,0%

Brak mi środków finansowych

30,7%

Prowadzenie własnej firmy wymaga ciągłego funkcjonowania na „wysokich obrotach” przez 7 dni w tygodniu

28,8%

Prowadzenie własnej firmy jest zbyt drogie – trzeba ponosić wysokie koszty podatków i inne

24,6%

Nie posiadam wystarczających predyspozycji

24,3%

Nie wiem, jak założyć firmę

20,4%

Nie wiem, jakie instytucje wspierają młodych przedsiębiorców

13,0%

Respondenci mogli zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź.





WYKRESY

BADANIE PRZEDSIĘBIORCZOŚCI WŚRÓD MŁODZIEŻY

– WYNIKI OGÓLNOPOLSKIE: MĘŻCZYŹNI

1. Według Ciebie kogo można nazwać przedsiębiorcą?

Osobę prowadzącą działalność gospodarczą

71,9%

Osobę pracującą na własny rachunek

35,1%

Bogatego biznesmena z dużym majątkiem

25,2%

Osobę pomagającą innym

17,6%

Inne

2,1%

Respondenci mogli zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź.

2. Co wyróżnia osobę przedsiębiorczą?

Pomysłowość

81,9%

Zaradność

65,1%

Dokładność

50,8%

Odwaga

37,5%

Punktualność

36,9%

Ryzykanctwo

27,5%

Samozaparcie

25,2%

Cwaniactwo

15,9%

Inne

2,1%

Respondenci mogli zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź.

3. Czy osoba przedsiębiorcza to ta, która:

Potrafi poradzić sobie w każdej sytuacji

71,7%

Za wszelką cenę dąży do osiągnięcia sukcesu

57,4%

Stara się wspierać i pomagać innym

33,9%

Myśli wyłącznie o wielkiej forsie

7,5%

Nie liczy się z innymi

6,5%

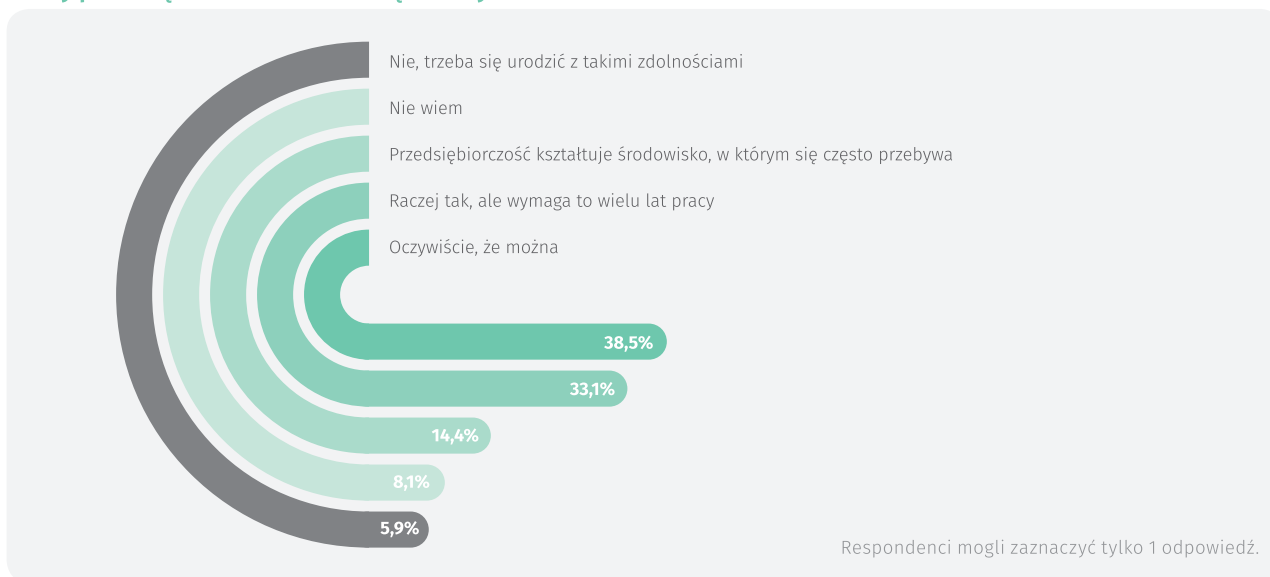
Inne

0,6%

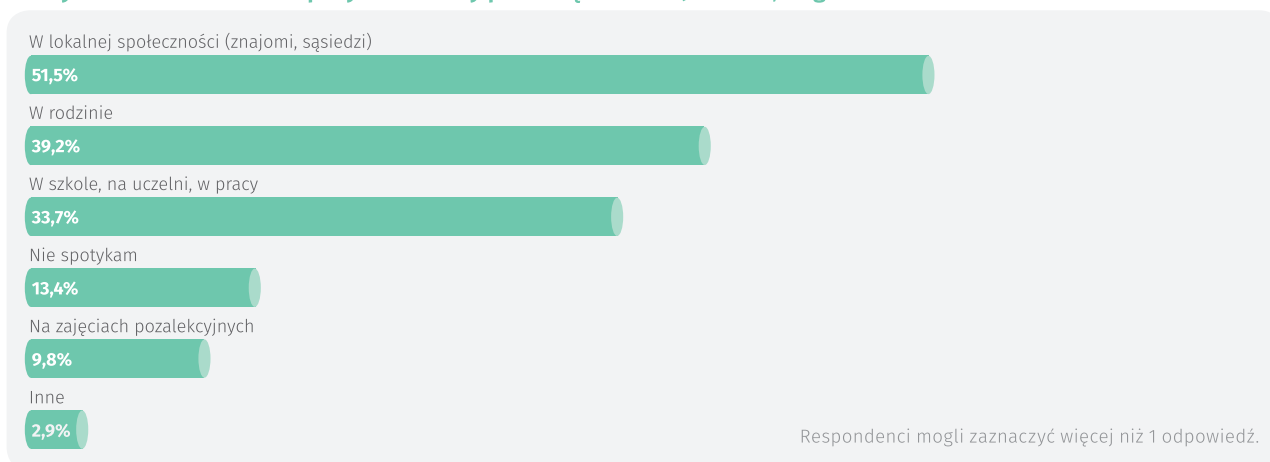
Respondenci mogli zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź.

WYNIKI OGÓLNOPOLSKIE: MĘŻCZYŹNI

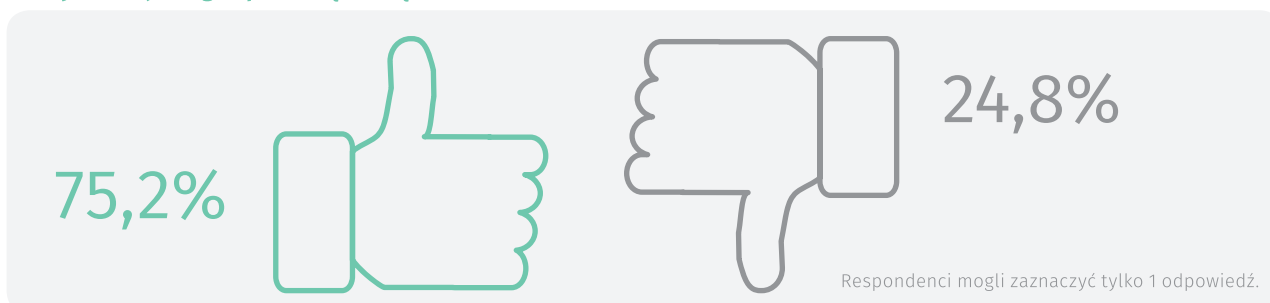
4. Czy przedsiębiorczości można się nauczyć?



5. Czy w swoim otoczeniu spotykasz osoby przedsiębiorcze? Jeśli tak, to gdzie?

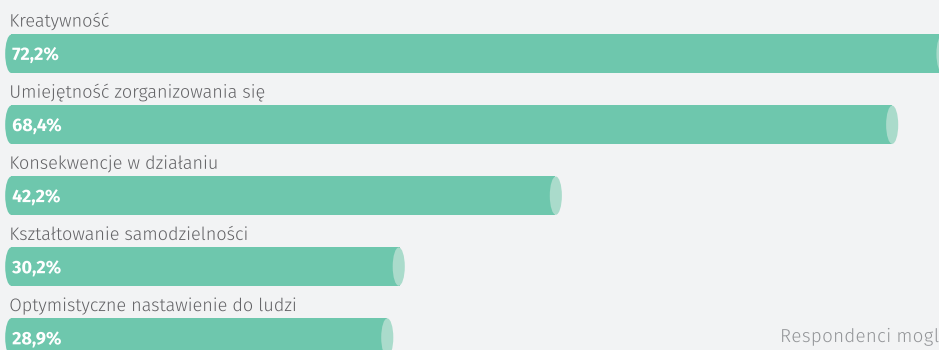


6. Czy znasz jakiegoś przedsiębiorcę?



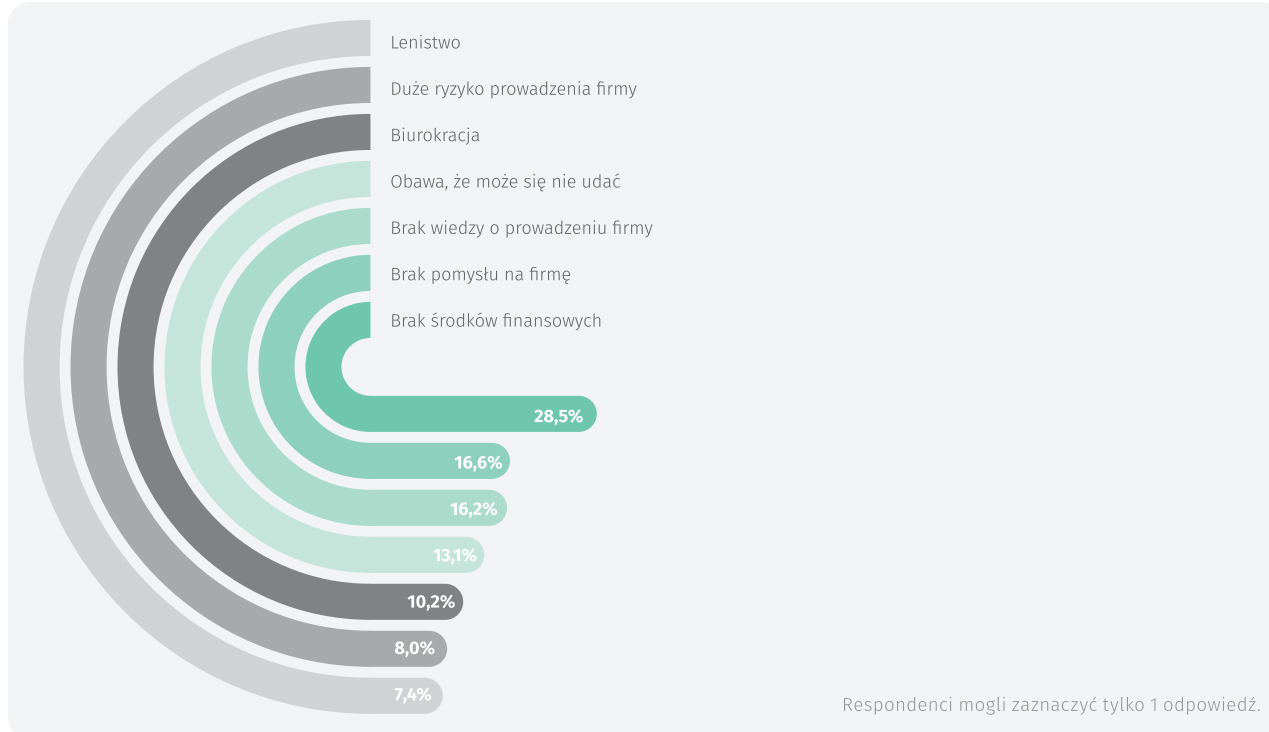
WYNIKI OGÓLNOPOLSKIE: MĘŻCZYŹNI

7. Do sukcesu i rozwoju przedsiębiorczości wg Ciebie przyczynia się:



Respondenci mogli zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź.

8. Spośród niżej wymienionych – wybierz jedną, najważniejszą Twoim zdaniem barierę założenia własnej firmy:

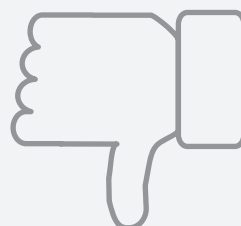


Respondenci mogli zaznaczyć tylko 1 odpowiedź.

9. Czy rozważasz prowadzenie własnej działalności gospodarczej?

Tak
(przejdź do pytania nr 10 i 11)

56,5%



Nie
(przejdź do pytania nr 12)

43,5%

Respondenci mogli zaznaczyć tylko 1 odpowiedź.

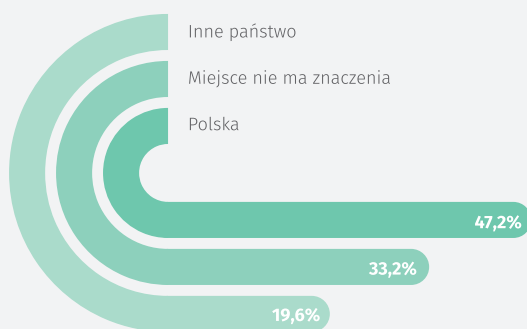
WYNIKI OGÓLNOPOLSKIE: MĘŻCZYŹNI

10. Jakie motywy skłaniają Cię (lub skłoniłyby w przyszłości) do rozpoczęcia własnej działalności gospodarczej?



Respondenci mogli zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź.

11. Wskaż możliwe dla Ciebie miejsce prowadzenia działalności gospodarczej:



Respondenci mogli zaznaczyć tylko 1 odpowiedź.

WYNIKI OGÓLNOPOLSKIE: MĘŻCZYŹNI

12. Dlaczego nie planujesz prowadzenia własnej działalności gospodarczej?



Respondenci mogli zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź.





WYNIKI BADANIA PRZEDSIĘBIORCZOŚCI WŚRÓD MŁODZIEŻY W ŚWIETLE TRENDÓW I INNYCH PRAC BADAWCZYCH

Badanie Przedsiębiorczości wśród młodzieży opiera się na analizie ankiet przeprowadzonych wśród uczniów 39 szkół ponadgimnazjalnych w całej Polsce. Każda ze szkół otrzymała indywidualny Raport z Badania. Badanie objęło osoby w wieku 16 lat – uczniów pierwszych klas szkół ponadgimnazjalnych.

Warto przyrzeć się liczbie osób w tym wieku w podziale na województwa. W Polsce według GUS w 2014 roku było prawie 400 000 osób w wieku 16 lat, z tego ponad 208 tys. stanowili mężczyźni a ponad 190 tys. kobiety.

Tabela: Ludność wg płci i wieku w 2014 roku (stan na 31.XII) dane w os.

	15-19 lat	16 lat
Ogółem	2 038 497	391 173
Mężczyźni	1 043 883	208 684
Kobiety	994 614	190 279

Źródło: Rocznik Demograficzny, GUS, Warszawa 2015, s. 142.

Mapa poniżej przedstawia rozmieszczenie osób w wieku 15-19 lat z podziałem na województwa.



Liczba ludności w wieku 15–19 lat w tysiącach

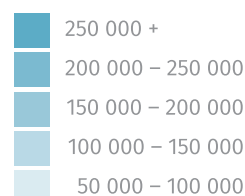


Tabela: Liczba ludności w wieku 15-19 lat wg województw w 2014 roku.

Województwo	Liczba ludności w wieku 15-19 (dane w tys.)
Mazowieckie	265,7
Śląskie	221,8
Małopolskie	189,3
Wielkopolskie	189,2
Dolnośląskie	141,6
Podkarpackie	126,8
Łódzkie	125,5
Pomorskie	125,2
Lubelskie	122,0
Kujawsko-pomorskie	116,1
Zachodniopomorskie	90,3
Warmińsko-mazurskie	83,0
Świętokrzyskie	68,9
Podlaskie	67,0
Lubuskie	54,7
Opolskie	51,4

Źródło: Rocznik Demograficzny, GUS, Warszawa 2015, Tabela Ludność wg płci i województw w 2014, stan na 31.XII, s. 146.

Powyższe informacje warto skorelować z otrzymanymi w trakcie badania przedsiębiorczości wynikami. Na podstawie Badania Przedsiębiorczości wśród młodzieży uzyskane dane pozwoliły na opracowanie szacunkowych wartości dotyczących deklaracji chęci założenia własnej firmy i pracy dla siebie. Ankietowani uczniowie w większości planują prowadzenie działalności gospodarczej

– 53,2% badanych posiada takie zamiary: spośród samych kobiet – 50,5%, a spośród samych mężczyzn – 56,5% respondentów.

Interesujące wydaje się być rozmieszczenie tej deklaracji wg odpowiedzi uzyskanych w poszczególnych województwach.

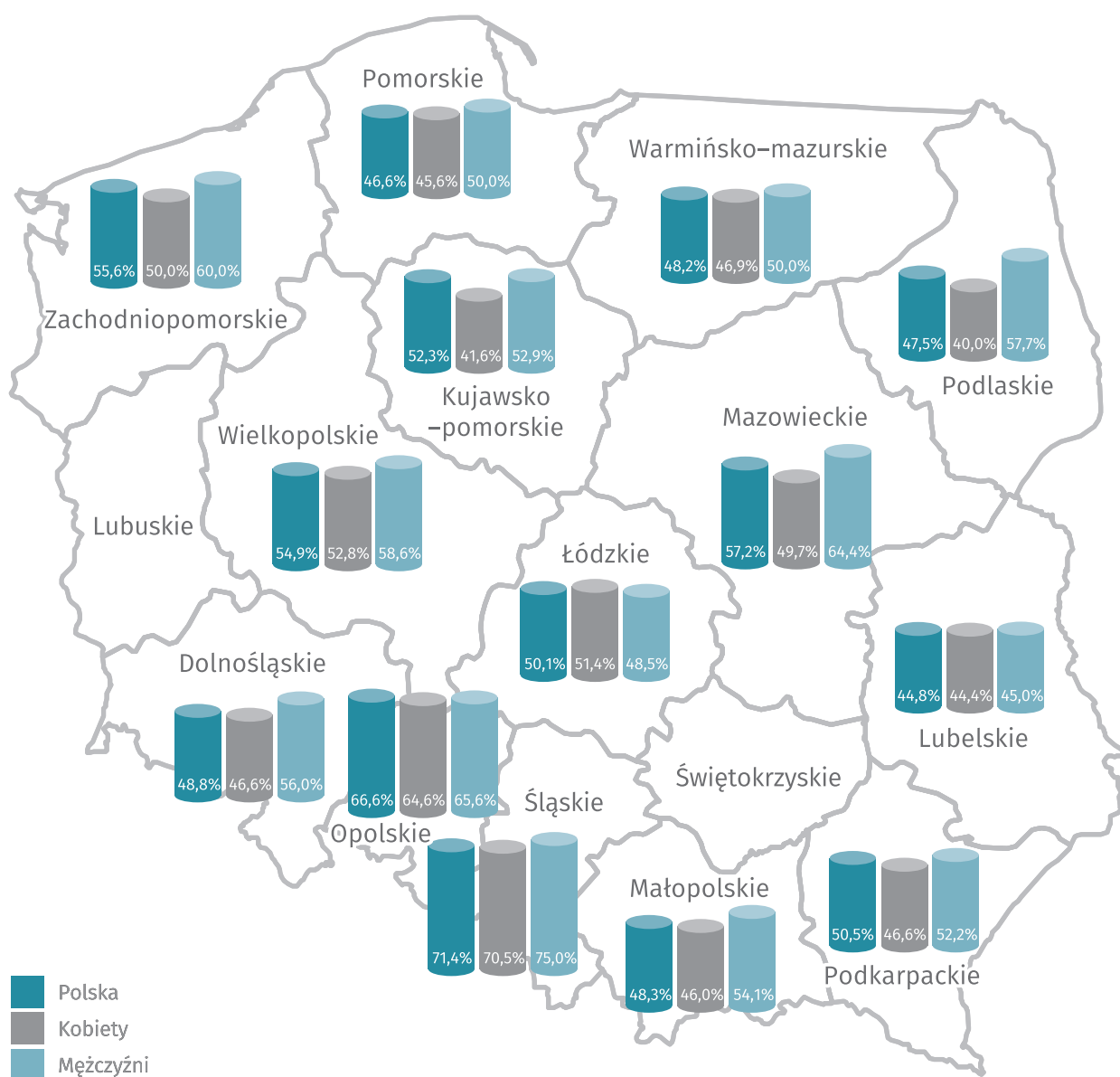
Tabela: Wskaźnik deklaracji chęci założenia własnej firmy.¹

	% spośród wszystkich ankietowanych	% spośród kobiet	% spośród mężczyzn
Dolnośląskie	48,8%	46,6%	56,0%
Kujawsko-pomorskie	52,3%	41,6%	52,9%
Lubelskie	44,8%	44,4%	45,0%
Łódzkie	50,1%	51,4%	48,5%
Małopolskie	48,3%	46,0%	54,1%
Mazowieckie	57,2%	49,7%	64,4%
Opolskie	66,6%	64,6%	65,6%
Podkarpackie	50,5%	46,6%	52,2%
Podlaskie	47,5%	40,0%	57,7%
Pomorskie	46,6%	45,6%	50,0%
Śląskie	71,4%	70,5%	75,0%
Warmińsko-mazurskie	48,2%	46,9%	50,0%
Wielkopolskie	54,9%	52,8%	58,6%
Zachodniopomorskie	55,6%	50,0%	60,0%
Polska	53,2%	50,5%	56,5%

Źródło: Rocznik Demograficzny, GUS, Warszawa 2015, s 142.

¹ wskaźnik stanowi średnią sumy procentowych wyników otrzymanych na podstawie odpowiedzi uczniów ankietowanych w szkołach wg poszczególnych województwach. W badaniu nie wzięły udziału szkoły z województwa świętokrzyskiego i lubuskiego.

Mapa deklaracji chęci założenia własnej działalności gospodarczej uczniów szkół ponadgimnazjalnych.



Źródło: opracowanie własne na podstawie Badania Przedsiębiorczości wśród młodzieży – 39 indywidualnych raportów dla poszczególnych szkół biorących udział w badaniu na podstawie wskaźników deklaracji chęci założenia własnej firmy.

Do dodatkowej interpretacji powyższych wskaźników pomocny może okazać się także Ranking Przedsiębiorczości w układzie województw – przygotowywany corocznie od 2008 roku przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości. Ranking ten oparty jest na syntetycznym wskaźniku, na który składają się miejsca zajmowane przez dany region w 26 podrankingach, które z kolei obrazują kształtowanie się zmiennych dotyczących rozwoju przedsiębiorczości w poszczególnych województwach. Ranking przedsiębiorczości sporządzono na podstawie następujących wskaźników:

- liczba mieszkańców aktywnych na 1000 mieszkańców (dla przedsiębiorstw mikro, małych i średnich),
- liczba pracujących na aktywny podmiot w firmach mikro, małych i średnich,
- pracujący w przedsiębiorstwach aktywnych (mikro, małych i średnich) na 1000 mieszkańców,
- przychody na aktywne przedsiębiorstwo mikro, małe i średnie,
- przychody na pracującego w aktywnej firmie mikro, małej i średniej,
- udział kosztów w przychodach w aktywnych przedsiębiorstwach mikro, małych i średnich,

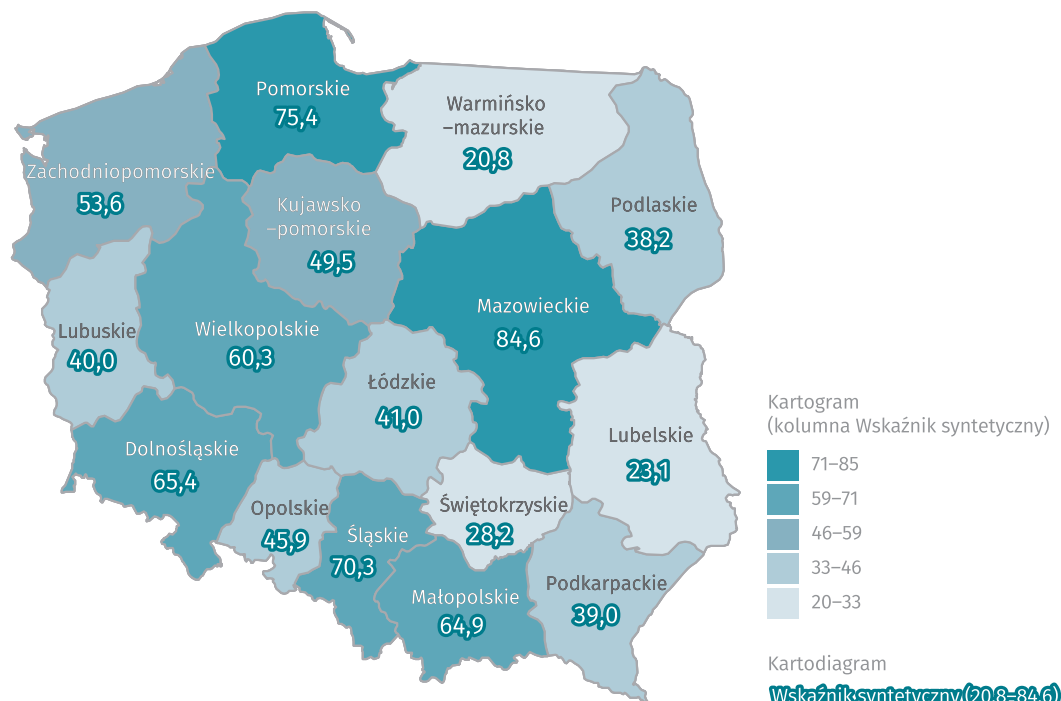
- przeciętne wynagrodzenie w przedsiębiorstwach aktywnych, małych i średnich,
- nakłady inwestycyjne na mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa aktywne,
- nakłady inwestycyjne na pracującego w aktywnym przedsiębiorstwie mikro, małym i średnim.

Wskaźnik syntetyczny (WS) został sporządzony wg wzoru: $WS = (pn-x) * 100 / \max((p*n-x))$

Gdzie n – liczba zmiennych, x – liczba punktów za zmienne stanowiąca sumę miejsc zajętych przez region w rankingu w poszczególnych podrankingach, p – liczba miejsc w rankingu, max (p*n-x) maksymalna liczba punktów jakie można uzyskać w przypadku zajęcia pierwszego miejsca we wszystkich podrankinach. Wartość wskaźnika to poziom zrealizowania przez region maksymalnego wyniku, czyli zajęcia pierwszego miejsca we wszystkich podrankingach.

Poziom przedsiębiorczości w regionach – wskaźnik syntetyczny.

Poziom Przedsiębiorczości w regionach Polski – wskaźnik syntetyczny PARP 2015





O AUTORZE



Bogusław Jerzy Feder – dr nauk humanistycznych w dziedzinie pedagogiki, ekspert w dziedzinie edukacji dorosłych, jeden z ważniejszych specjalistów w Polsce zajmujących się tematem przywództwa.

Posiada wieloletnie doświadczenie w uruchamianiu z sukcesem nowych przedsięwzięć (startupów).

W 1990 roku założył Międzynarodową Szkołę Menedżerów, a w 1991 roku Centrum Kreowania Liderów (obecnie spółka akcyjna notowana na New Connect).

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

W 2008 roku wycofał się całkowicie z biznesowej działalności szkoleniowej i założył Fundację Akademia Liderów, która prowadzi wyłącznie działalność edukacyjną non-profit w ramach nieodpłatnej działalności pożytku publicznego. Od 2012 roku Fundacja uczestniczy w Światowym Programie Google Grants Pro.

Stypendysta Funduszu Pomocy Niezależnej Kulturze Literaturze i Nauce Polskiej (Paryż 1984-1985). Stypendysta San Francisco State University (1994) i George Washington University (1995) w ramach East Central European Scholarship Program (Przywództwo i Edukacja). Uczestnik ponad 50 konferencji w USA w zakresie zarządzania, przywództwa i edukacji dorosłych.

Autor metod kształcących zachowania przedsiębiorcze i umiejętności przywódcze. Ma w swoim dorobku wiele artykułów, pionierskich i innowacyjnych programów edukacyjnych oraz projektów wydawniczych z zakresu przywództwa i przedsiębiorczości.



DZIAŁAMY NON-PROFIT NA RZECZ WSPIERANIA MIKRO-PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

Akademia Liderów

Fundacja dr Bogusława Federa



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 (startupów) i rozwijaniu istniejących mikro firm opartych na wiedzy i przetwarzaniu informacji. wspieramy rozwój postaw innowacyjnych.



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.



e-Porady
Konsultacje

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.



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”.



ANALIZUJEMY ZMIANY SPOŁECZNE dotyczące postaw i idei przedsiębiorczości. Publikujemy raporty i diagnozy oraz opracowujemy koncepcje pomocowe dla szkół i instytucji.

UŚWIADAMIAMY OŚRODKOM LEGISLACYJNYM BARIERY formalno-prawne, na jakie napotykają mikro przedsiębiorcy w Polsce. W tym celu organizujemy debaty i spotkania z przedstawicielami władz.

Serwis internetowy Mikroporady.pl dostarcza bezpłatnego wsparcia na każdym etapie działalności gospodarczej, od podjęcia decyzji o prowadzeniu działalności gospodarczej aż do zamknięcia, przekształcenia lub zawieszenia. Zawartość Serwisu ma różne powiązania: wzory dokumentów do pobrania, edytowania i samodzielnego dostosowania do własnych potrzeb (umowy i regulaminy w wielu wariantach i wersjach) są powiązane z rekomendacjami, poradami i instrukcjami.

Wzory dokumentów (Umowy i Regulaminy) oraz rekomendacje, porady i instrukcje można znaleźć zarówno w etapach działalności firmy jak też są przypisane merytorycznie do kategorii: zatrudnianie, zarządzanie, administracja, podatki i rachunkowość, promocja i reklama IT, prowadzenie działalności.

MIKROPORADY.PL TO:



ponad 1440

uwag, komentarzy prawnych, orzeczeń i wyjaśnień związanych z zamieszczonymi dokumentami



ponad 200

wzorów dokumentów w wielu wariantach do natychmiastowego pobrania



ponad 320

rekomendacji, porad i instrukcji przygotowanych przez ekspertów z dziedziny prawa, zarządzania, marketingu i innych, uwzględniających specyfikę prowadzenia małej firmy



ponad 260

wyjaśnień pojęć i definicji zawartych w poradach, instrukcjach, wzorach dokumentów



prawie 60

kazusów obrazujących „przykłady z życia” na podstawie orzeczeń SN i NSA w sprawach gospodarczych dotyczących mikro firm



ponad 110

udzielonych przez E-Punkt Konsultacyjny porad dotyczących realnych problemów, na jakie trafiają nasi użytkownicy



WSPIERAMY POLAKÓW W REALIZACJI MARZEŃ O WŁASNEJ FIRMIE

UPOWSZECHNIAMY SERWIS MIKROPORADY.PL,

POMAGAMY W ZARZĄDZANIU MIKRO FIRMĄ



52000¹

zarejestrowanych użytkowników prowadzących lub planujących założyć własną firmę



1200²

nowych użytkowników miesięcznie



58000¹

subskrybentów co tydzień otrzymuje biuletyny z aktualizacjami i poradami



7000²

odwiedzin miesięcznie rejestrowanych jest w E-Punkcie Porad i Konsultacji



3500²

razy miesięcznie czytane są wyjaśnienia pojęć i definicji z naszego słowniczka



900²

razy miesięcznie pobierane wzory umów, regulaminy i procedury



¹ Dane na dzień 31 grudnia 2016.

² Dane średniomiesięczne z ostatnich 12 miesięcy na podstawie Google Analytics.



POMÓŻ NAM DZIAŁAĆ SZYBCIEJ!

Badanie i Raport zostały przygotowane jako nieodpłatna działalność pożytku publicznego i sfinansowane w ramach upowszechniania Badania Przedsiębiorczości wśród Młodzieży ze środków pochodzących z 1% podatku dochodowego od osób fizycznych.

POMÓŻ NAM SZYBCIEJ DZIAŁAĆ I PRZEKAŻ 1% PODATKU – ZAPAMIĘTAJ KRS 0000318482

TWÓJ 1% PODATKU SFINANSUJE ROZWÓJ BADAŃ PRZEDSIĘBIORCZOŚCI WŚRÓD MŁODZIEŻY.

Inne formy wsparcia – Przekaż darowiznę

AKADEMIA LIDERÓW INNOWACJI I PRZEDSIĘBIORCZOŚCI FUNDACJA DR BOGUSŁAWA FEDERA

ING BANK SŁĄSKI S.A.

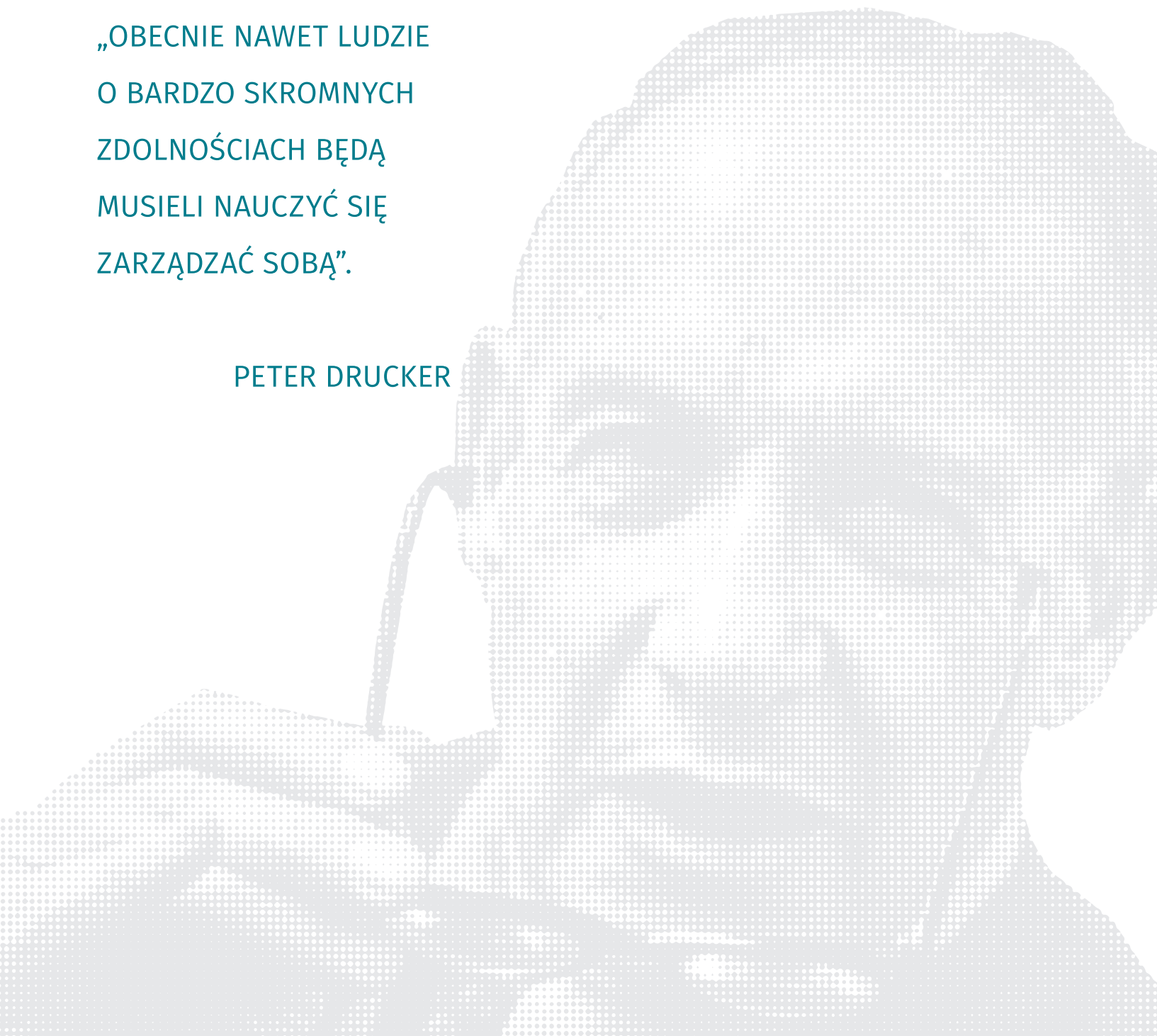
18 1050 1924 1000 0090 6772 5672

Pamiętaj – przekazaną Fundacji darowiznę, możesz odliczyć od swojego dochodu:

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

„OBECNIE NAWET LUDZIE
O BARDZO SKROMNYCH
ZDOLNOŚCIACH BĘDĄ
MUSIELI NAUCZYĆ SIĘ
ZARZĄDZAĆ SOBĄ”.

PETER DRUCKER



POMÓŻ NAM DZIAŁAĆ SZYBCIEJ
ZAPAMIĘTAJ KRS 0000318482

WWW.WIEDZA3G.PL

WWW.MIKROPORADY.PL

 / MIKROPORADY

Publikacja jest bezpłatna – sfinansowana w ramach upowszechniania Badania Przedsiębiorczości wśród młodzieży ze środków pochodzących z 1% podatku dochodowego od osób fizycznych przeznaczonych na ten cel Akademii Liderów Innowacji i Przedsiębiorczości Fundacji dr Bogusława Federa.



ISBN 978-83-947246-0-3

