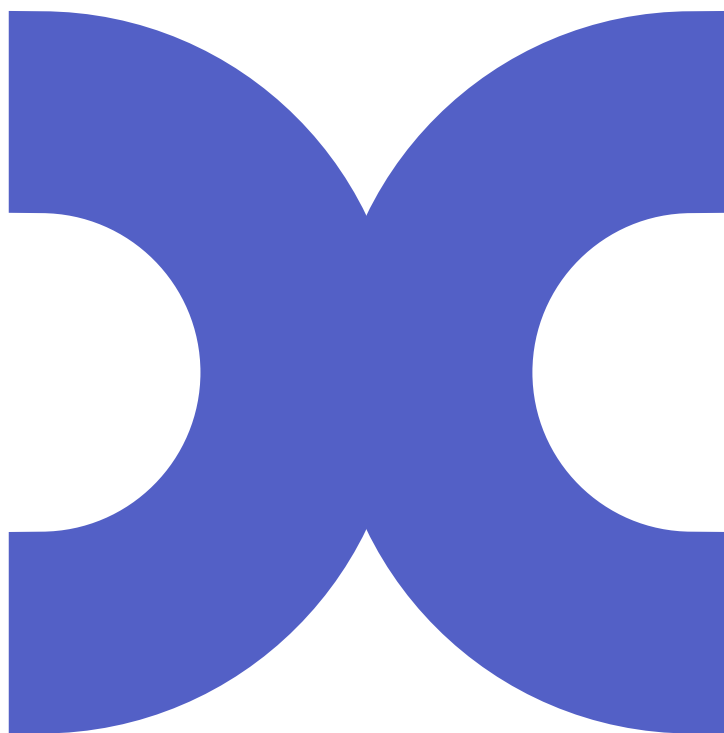
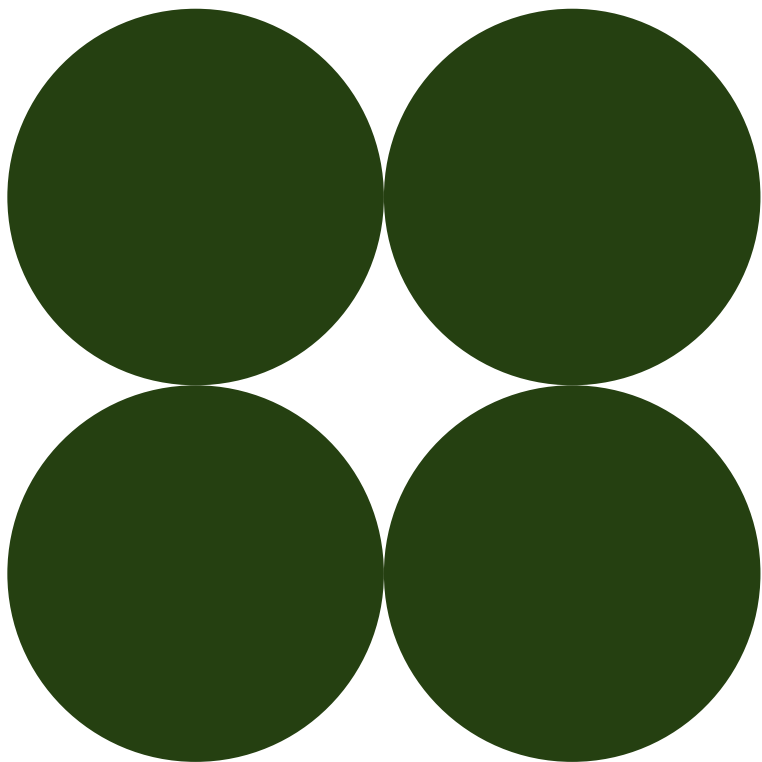


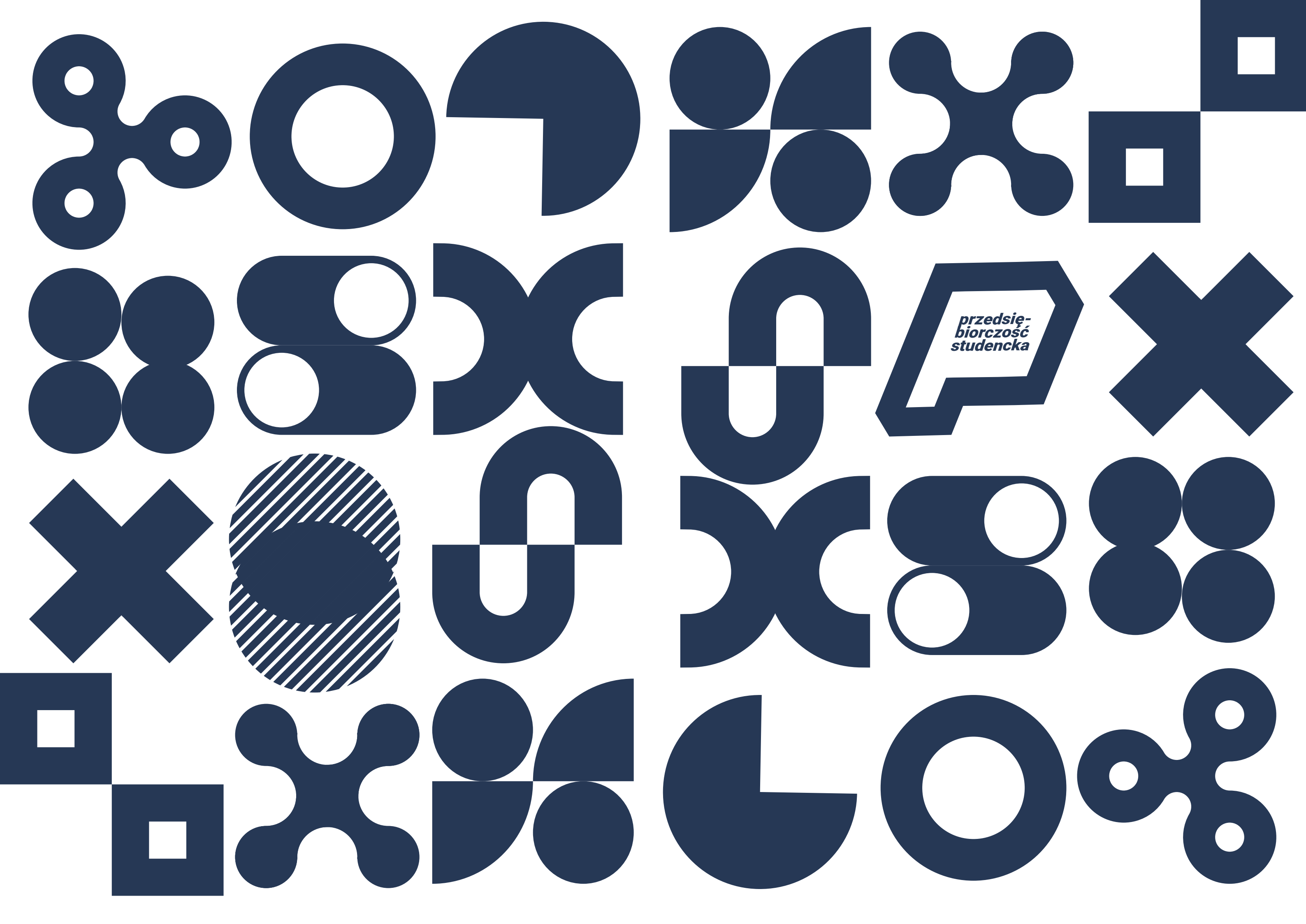


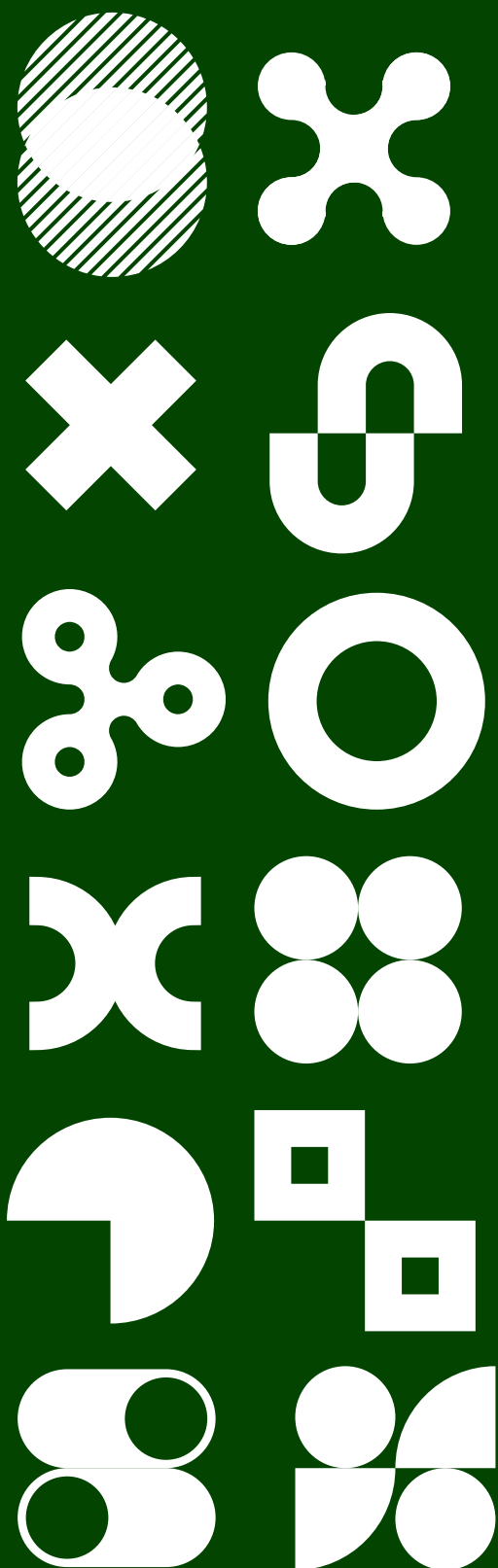
JustStart

przedsiębiorczość studencka, czyli —



Raport o przedsiębiorczości studenckiej 2021





spis treści

Słowo na początek	07
rozdz. 1 Przedsiębiorczość, czyli?	13
Co to znaczy być przedsiębiorczym?	14
Postawy przedsiębiorcze	18
rozdz. 2 Przedsiębiorczość na uczelniach	22
Możliwości, czyli trzecia misja uczelni	22
Przedsiębiorczość studencka	24
Ramy prawne i formalne inkubatorów na uczelni	28
Regulaminy inkubatorów	31
Efekty i mierniki	35
rozdz. 3 Inkubatory w badaniu	42
Cele inkubatorów	42
Formy wsparcia w inkubatorach	46
Ścieżki rozwoju i możliwości w inkubatorach	50
Ekosystem wsparcia przedsiębiorczości studenckiej	54
rozdz. 4 Przedsiębiorcza studentka/ przedsiębiorczy student	58
Aktywność studentki/studenta	58
Wyzwania "pokolenia Z"	68
Potrzeby studentek/studentów	76
Co motywuje studentki i studentów?	82
Co hamuje studencką przedsiębiorczość?	88
Sylwetki osób działających w inkubatorach	92
Oferta inkubatorów	96
Bibliografia	144



— Słowo na początek

Postanowiliśmy pogłębić naszą wiedzę o przedsiębiorczości studenckiej w Polsce.

Celem badania było rozpoznanie, czym jest przedsiębiorczość studencka, co ją określa. Jak ją widzą studentki/studenci, a jak postrzegają uczelnie. Co oferują uczelnie, by wspierać studentów i studentki w przedsiębiorczości?

Mamy nadzieję, że za sprawą raportu pozytywnie wpłyniemy na wymianę dobrych praktyk pomiędzy uczelniami w Polsce. Zależy nam, aby jeszcze skuteczniej wspierać młodych na początku ich zawodowej ścieżki.

Zapraszamy do lektury!

Inkubator Uniwersytetu Warszawskiego
<https://iuw.edu.pl/pl/>

Raport przygotował Ośrodek Ewaluacji
<http://ewaluacja.eu>

11/11

Uczelni / Inkubatorów

Na potrzeby tworzenia raportu skontaktowaliśmy się z 11 inkubatorami lub jednostkami zajmującymi się przedsiębiorczością studencką z następujących uczelni:

1. **Akademia Leona Koźmińskiego**
Koźmiński Venture Lab
2. **Politechnika Warszawska**
Inkubator Innowacyjności działający w ramach Centrum Zarządzania Innowacjami i Transferem Technologii
3. **SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny**
Akademia Innowacji
4. **Szkoła Główna Handlowa**
Centrum Przedsiębiorczości i Transferu Technologii
5. **Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie**
Dział Transferu Wiedzy i Projektów
6. **Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu**
InQUBE
7. **Uniwersytet Gdański**
Centrum Analiz i Ekspertyz
8. **Uniwersytet Medyczny w Łodzi**
Inkubator Przedsiębiorczości
9. **Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu**
Centrum Przedsiębiorczości Akademickiej i Transferu Technologii
10. **Uniwersytet Szczeciński**
Akademicki Inkubator Przedsiębiorczości
11. **Uniwersytet Warszawski**
Inkubator Uniwersytetu Warszawskiego

Uwzględniliśmy wyłącznie inkubatory i jednostki uczelniane, ponieważ to aktywność samych uczelni i podejmowane przez nie inicjatywy interesowały nas w badaniu. Dlatego nie włączyliśmy do raportu danych dotyczących sieci zewnętrznych akademickich inkubatorów przedsiębiorczości, które również oferują wsparcie na niektórych uczelniach.

Bardzo ważne było dla nas także poznanie opinii studentek/studentów, nie tylko tych, studiujących na badanych uczelniach i korzystających z oferty inkubatorów. Szukaliśmy kontaktu także z osobami, które podjęły naukę na innych uczelniach, gdzie nie działają tego typu jednostki.

12

— studentów i studentek

Rozmawialiśmy z **12 studentami i studentkami z uczelni**: Uniwersytet Warszawski, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, SWPS, Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego, Akademia Górniczo-Hutnicza, Uczelnia Techniczno-Handlowa im. Heleny Chodakowskiej, Uniwersytet Szczeciński, Uniwersytet Medyczny w Gdańsku, Śląski Uniwersytet Medyczny, Uniwersytet Gdański oraz Warszawska Szkoła Filmowa.

5/5

— studentów / startupów

Ponadto w wywiadach **wzięło udział pięciu studentów, którzy mieli doświadczenie z własnym startupem** (z Uniwersytetu Medycznego w Łodzi, Uniwersytetu Warszawskiego, Politechniki Łódzkiej oraz Politechniki Śląskiej).

5

— ekosystemów

Oprócz tego rozmawialiśmy z **przedstawicielkami/przedstawicielami pięciu podmiotów ekosystemu przedsiębiorczości studenckiej**: Studenckim Forum Business Center Club (z Uniwersytetu w Białymstoku, Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu i Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu), Biurem Karier SWPS oraz Niezależnym Zrzeszeniem Studentów – Uniwersytet Rzeszowski.

Dobierając rozmówców, uwzględniliśmy studentki/studentów nauk technicznych, przyrodniczych i społecznych.

362

— osoby

Na przełomie listopada i grudnia 2020 roku przeprowadziliśmy także ankietę wśród studentów i studentek Uniwersytetu Warszawskiego i Warszawskiego Uniwersytetu Medycznego. **Wzięły w niej udział 362 osoby.**

Konsultacja raportu:

dr Agnieszka Pugacewicz,
Uniwersytet Warszawski, DELab

Wsparcie eksperckie:

dr hab. Agnieszka Skala, Politechnika Warszawska,
Wydział Zarządzania

Serdecznie dziękujemy wszystkim rozmówcom/rozmówcom, którzy podzielili się z nami swoimi opiniami.



JustStart

przedsiębiorczość studencka, czyli — **odwaga**

*Inicjowanie nowych procesów
Podejmowanie samodzielnie wyzwań,
by osiągać cele*



Przedsiębiorczość, czyli?

Przedsiębiorczość, czyli? — Co to znaczy być przedsiębiorczym

Przedsiębiorczość to termin bardzo często pojawiający się w przestrzeni publicznej, a jednocześnie nieposiadający stałej, jednoznacznej definicji. Według badaczy zajmujących się tematyką przedsiębiorczości, funkcjonuje obecnie ponad sto różnych definicji tego pojęcia. Jak wobec tego określić istotę przedsiębiorczości w sposób niespływający jej wielowymiarowości? **Czy – i w jaki sposób – uczelnie mogą na to odpowiedzieć?**

Przedsiębiorczość przejawia się jako gotowość do podejmowania nowych lub polepszania już istniejących działań.

Wiatrak 2003: 26–38

Przedsiębiorczość ujmowana jest w znaczeniu ścisłe ekonomicznym, jako działania w ramach gospodarki, ale też w znaczeniu psychologicznym, skupionym na cechach osobowości przedsiębiorcy. Funkcjonuje również definiowanie przedsiębiorczości w kontekście „społeczno-kulturowym”, który zakłada jej związek z wartościami i normami społeczeństwa.

Janczewski 2005: 115–120

1 Rozdział

Wyróżnia się także podział przedsiębiorczości na typy obejmujące konkretne działania – **przedsiębiorczość strategiczną, akademicką, intelektualną, innowacyjną**.

Poniatowska-Jaksch 2016: 271

Przedsiębiorczość strategiczna polega na napędzaniu konkurencyjności za pomocą tworzenia nowych technologii i produktów, a także identyfikowania potrzeb rynku. Głównym celem tego rodzaju przedsiębiorczości jest zyskanie przewagi rynkowej, a środkiem prowadzącym ku temu jest innowacja.

Przedsiębiorczość intelektualna występuje w środowisku naukowym i polega na umiejętnym gospodarowaniu zdobytą przez przedsiębiorców wiedzą w sposób generujący nowy kapitał intelektualny.

Nowacka 2011: 159–172

Przedsiębiorczość innowacyjna w odróżnieniu od przedsiębiorczości strategicznej nie posługuje się innowacją do zyskania przewagi na rynku, pojmując innowacyjne produkty i rozwiązania jako cel działalności.

Piekut 2010: 41–42

Przedsiębiorczość akademicka, o której w dalszej części raportu powiemy więcej, to zaangażowanie studentek/studentów, doktorantek/doktorantów oraz pozostałych pracowniczek/pracowników uczelni w działalność stanowiącą pomost między środowiskiem akademickim a otoczeniem biznesowym.

Piwowar-Sulej 2018

W definiowaniu przedsiębiorczości, w tym także studenckiej, bardzo istotny jest obecnie zwrot w stronę osób tworzących daną społeczność – to przedsiębiorczość wewnętrzna organizacji (ang. **intrapreneurship**). Ten rodzaj podejścia do przedsiębiorczości zakłada nie tylko współpracę z otoczeniem, ale także współpracę i zmiany w podejściu do przedsiębiorczości wewnątrz organizacji, w tym również wewnątrz uczelni.

Przedsiębiorczość można definiować także przez trzy główne kryteria: **rezultaty**, jakie przynosi, **procesy** będące jej częścią oraz poprzez **charakterystykę osób** w nią zaangażowanych. **Przedsiębiorczość może być rozumiana jako:**

— rezultat

w latach 20. i 30. XX wieku przedsiębiorczość definiowana była jako zysk osiągany w zamian za ponoszenie niepewności i ryzyka, a także jako działalność polegająca na wprowadzeniu nowych produktów, sposobów ich wytwarzania czy organizacji produkcji.

Knight 1921, Schumpeter 1934

— proces

obecnie przedsiębiorczość określana jest jako dynamiczny proces twórczy, polegający na generowaniu innowacyjnych rozwiązań, produktów i usług. Proces ten ma swój początek w posiadanej przez przedsiębiorcę wiedzy, z której wyrasta pomysł. Z pomysłu rodzi się wizja zmiany, a następnym etapem jest jej wdrożenie. Rezultatem procesu przedsiębiorczego jest ciągły cykl rozwojowy, zaspokajający coraz to nowe potrzeby rynku i wprowadzający wartość dodaną dla społeczeństwa.

— umiejętność

przedsiębiorczość jest też definiowana jako umiejętność podejmowania decyzji oraz zarządzania posiadanymi zasobami; jako zdolność do stworzenia czegoś nowego, do wnikliwej obserwacji otaczającego nas świata i szukania nowych, unikalnych rozwiązań.

W uzupełnieniu do powyższych elementów składowych przedsiębiorczości istotna jest również definicja Komisji Europejskiej zawarta w ramie kompetencji przedsiębiorczości („EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework”¹).

Wskazuje ona, że: **przedsiębiorczość to umiejętność przekształcania pomysłu oraz posiadanych zasobów na działanie** (komercyjne, ale również społeczne, kulturalne itp.), które daje wartość innym ludziom. Podkreśla się również, że przedsiębiorczość to „kompetencja przekrojowa, która dotyczy ludzi we wszystkich sferach życia, od rozwoju osobistego przez aktywne uczestnictwo w społeczeństwie, do wyjścia/ponownego wejścia na rynek jako pracownik lub osoba samozatrudniona, a także do rozpoczynania różnego typu przedsięwzięć (kulturalnych, społecznych lub gospodarczych)”.

Rachwał 2019: 23

Przedsiębiorczość jest obecna w dyskursie społecznym, jak i w świecie nauki. Jej rola zostaje zauważona nie tylko w obszarze funkcjonowania podmiotów gospodarczych, przedsiębiorstw i instytucji, ale też w codziennym życiu człowieka, w różnych organizacjach (nie tylko działających wyłącznie dla zysku).

Spójrzmy jeszcze na kompetencje, które budują przedsiębiorczość, ponieważ do nich najczęściej odnosili się badani:



1. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/HTML/?uri=CELEX:52018D-C0024&from=HR>

Europejski system edukacyjny przykładą wagę do kształtowania postaw przedsiębiorczych, a samą przedsiębiorczość określa jako jedną z tzw. kompetencji kluczowych.

Wach 2014b; por. Najda-Janoszka, Wach 2008

Edukacja w zakresie przedsiębiorczości według polityki Unii Europejskiej powinna być obecna na każdym szczeblu nauczania, zarówno na zajęciach i kierunkach studiów związanych z ekonomią, jak i w kształceniu w innych obszarach.

Cieślik 2006; Płaziak, Rachwał 2014a, 2014b

Każde kolejne pokolenie młodych ludzi przynosi jednak nowe oczekiwania w zakresie przedsiębiorczości. Ewolujący styl życia, zmieniającego się przez podejście do pracy i kariery zawodowej nie pozostaje bez wpływu na intencje przedsiębiorcze studentek/studentów.

Gubik, Farkas 2015

Tym samym wyjątkowo istotna staje się edukacja z zakresu przedsiębiorczości otrzymywana przez młodzież w szkołach wyższych.

Żur 2014

Według raportu autorstwa Marleny Prochorowicz (2009), na podjęcie przez młodych ludzi działalności gospodarczej wpływ mają zarówno **czynniki wewnętrzne**, wynikające z osobistych predyspozycji, jak i **czynniki zewnętrzne**, pochodzące z otoczenia.

wewnętrzne motywacje związane są z posiadaną wiedzą, doświadczeniem i umiejętnościami, a także z wrodzonymi lub nabytymi cechami osobowości. Prócz tego ważną motywacją jest chęć podniesienia swojego statusu materialnego oraz samorozwoju.

zewnętrzne czynniki motywujące do przedsiębiorczości opierają się na sytuacji finansowej studentki/studenta, jej/jego wychowaniu i tradycji rodzinnej. Stabilna sytuacja finansowa studentek/studentów sprzyja podejmowaniu działań przedsiębiorczych, nierzadko wiążących się z ryzykiem, natomiast tradycje przedsiębiorcze w rodzinie osławiają obszar biznesu, dając poczucie wsparcia i zachęcają do założenia własnej działalności.

Z kolei badanie przeprowadzone wśród studentów i studentek Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie wykazało, że do założenia własnego biznesu motywuje głównie:

¹ **możliwość realizacji swoich pasji i podjęcia nowych wyzwań**

² **uzyskanie niezależności i samodzielności**

³ **możliwość uzyskania znaczących dochodów**

Czyżewska 2018a

Z dotychczasowych raportów wynika również, że im większym prestiżem cieszą się działania przedsiębiorcze w opinii publicznej, tym częściej młodzi ludzie widzą siebie jako przedsiębiorców. Od wykształcenia się u badanych tego rodzaju indywidualnej postawy przedsiębiorczej zależy, czy pojawiają się u nich intencje przedsiębiorcze.

Rachwał, Wach 2016



JustStart

przedsiębiorczość studencka, czyli —

indywidualizm

*Poczucie niezależności i odrębności osobistej
wyrażające się często w postępowaniu odbiegającym
od ogólnych wzorców*



— Obecnie uczelnie mają za zadanie realizację trzech głównych misji:

pierwszą z nich jest kształcenie studentów i studentek, czyli najbardziej klasyczna i bazowa funkcja dydaktyczna

druga to działalność naukowo-badawcza, obejmująca badania naukowe, prace rozwojowe podejmowane, po to, by zwiększyć zasób wiedzy oraz zakres jej zastosowań

natomiast trzecia, najmłodsza z misji, zakłada kreowanie przez uczelnię wzajemnych relacji z otoczeniem, w efekcie prowadząc do popularyzacji wyników badań oraz ich komercjalizacji.

To właśnie trzecia misja, wyodrębniona z ogółu działalności uczelni najpóźniej, stanowi ważny pomost między światem nauki a światem biznesu w kontekście przedsiębiorczości studenckiej.
Na czym dokładnie polega?

2

Rozdział

Trzecia misja uczelni umożliwia przepływ wiedzy i innowacyjnych rozwiązań z uczelni do gospodarki, powodując twórcze zetknięcie się wiedzy naukowej z potrzebami rynku i społeczeństwa.

Angażuje ośrodki akademickie w rozwój społeczny i czyni z nich znaczące podmioty kształtujące otaczającą je, pozauczelnianą rzeczywistość zarówno na poziomie ekonomicznym, jak i społecznym.

Otwiera przestrzeń współpracy i kreacji pomiędzy uczelnią i jej otoczeniem, gdzie studenci i studentki kształtują aktywne, sprawcze biznesowo oraz społecznie postawy.

Trzecia misja staje się obszarem działalności uczelni, skupiającym na sobie rosnącą uwagę w skali światowej. Coraz częściej w środowisku akademickim pojawiają się pojęcia, takie jak uniwersytet trzeciej generacji, uczelnia przedsiębiorcza, kreatywna czy innowacyjna. Kształtuje się nowy kierunek rozwoju szkół wyższych, a jednocześnie nowy ich model – oparty na realizowaniu misji przedsiębiorczej. Uczelniom postawione zostało wyzwanie transformacji profilu działalności na taki, który, oprócz realizowania dydaktyki i badań, wspiera rozwój społeczno-gospodarczy oparty na wiedzy.

Wszystkie działania wpisujące się w tzw. trzecią misję wiążą się ze współczesnym pojmowaniem przedsiębiorczości. Trzecia misja realizowana jest w praktyce głównie poprzez przedsiębiorczość akademicką, polegającą na współpracy uczelni z otoczeniem gospodarczym, ale także realizowaniem działań przedsiębiorczych w jej własnych strukturach. Może ona obejmować m.in. komercjalizację wyników badań naukowych, transfer wiedzy do gospodarki, a także szerzenie idei przedsiębiorczości i wspieranie jej praktyki wśród pracowników i studentek/studentów uczelni.

— **czym jest przedsiębiorczość studencka?**

To aktywność studentek/studentów, najczęściej rozumiana jako (współ)tworzenie firm, organizacji, zespołów wspieranych przez uczelnię. Często obejmuje zakładanie startupów – czyli tymczasowych organizacji, zespołów testujących przyjęty model biznesowy, oferujących innowacyjne rozwiązanie (produkt, usługę), rozpoczynających swoją działalność, przez co wymagających zewnętrznego wsparcia w funkcjonowaniu. Najczęściej przyjmują one formę prawną zaproponowaną przez akademicki inkubator przedsiębiorczości (lub centrum transferu technologii).

Jednocześnie uczelnie mają misję wsparcia przedsiębiorczości studenckiej nie tylko w rozumieniu pomocy w założeniu działalności gospodarczej, ale także (a nawet przede wszystkim) w dostarczeniu wiedzy. To edukowanie studentek/studentów w zakresie działań przedsiębiorczych oraz kształtowanie u nich przedsiębiorczych postaw, odbywające się często poprzez kursy, zajęcia czy warsztaty organizowane przez powołane do tego jednostki uczelniane lub podmioty zewnętrzne. W tym aspekcie przedsiębiorczość studencka obejmuje motywowanie studentek/studentów do kreatywności, innowacji oraz dostarczanie im wiedzy, jak zoperacjonalizować działania w tym zakresie. Inkubatory pomagają poszukiwać zastosowania dla wiedzy i umiejętności studentek/studentów.

JustStart
przedsiębiorczość studencka, czyli — **intuicja**

Umiejętność wsłuchiwania się w siebie
Źródło podejmowania decyzji na podstawie własnych
przewidywań i przeczuc



— nauczanie przedsiębiorczości?

Nauczanie przedsiębiorczości najczęściej koncentruje się na umiejętności zakładania działalności gospodarczej u studentek/studentów, choć sposób kształtowania przedsiębiorczości może różnić się w zależności od studiowanego kierunku. Tematyka uczenia przedsiębiorczości pojawiała się wielokrotnie podczas prowadzonego badania. Zanim przejdziemy do opinii studentek/studentów, spójrzmy, czy uczenie przedsiębiorczości jest powszechne na uczelniach.

Programy studiów zostały zbadane pod tym kątem w ramach badania przeprowadzonego w 2016 roku i obejmującego uczelnie w czterech krajach – w Czechach, w Polsce, na Słowacji i na Węgrzech (Rachwał 2019). Przeanalizowano wówczas 188 programów studiów na kierunkach zarówno ekonomicznych, jak i nieekonomicznych. Badanie wykazało, że „ok. 40% kierunków ma w programach studiów przedmiot (co najmniej jeden), który bezpośrednio dotyczy przedsiębiorczości”. W Polsce współczynnik ten był najniższy w porównaniu z pozostałymi badanymi krajami i wynosił 31%.

Na analizowanych kierunkach studiów realizowane były również przedmioty, które pośrednio łączą się z przedsiębiorczością, ponieważ częściowo traktują o funkcjonowaniu i prowadzeniu firmy, np. zarządzanie, marketing, rachunkowość. Po włączeniu do puli badanych tych przedmiotów przeprowadzający analizy wskazali, że łącznie „przedmioty bezpośrednio i pośrednio związane z przedsiębiorczością znajdowały się w programach studiów 93% badanych kierunków”.

Rachwał 2019

Opinie studentek/studentów na temat nauczania przedsiębiorczości na uczelniach pokazały przeprowadzone w latach 2016 i 2018 badania fokusowe, przeprowadzone ze studentkami kierunków ekonomicznych.

Rachwał 2019

Badania wykazały między innymi, że:

¹ nauka przedsiębiorczości jest dla studentek/studentów niezbędna ze względu na studiowany kierunek, powiązany z biznesem;

² nauka przedsiębiorczości na uczelni, a także na niższych szczeblach szkolnictwa, skupia się na teorii i nie wykształca postaw przedsiębiorczych;

³ przedsiębiorczość jako przedmiot „albo nie funkcjonuje w planie studiów, albo jego formuła sprowadza się do kilku zajęć, które niewiele wnoszą do kształcenia”.

Do powyższych opinii warto dodać dane z badania prowadzonego w 2018 roku przez Uniwersytet w Hohenheim². W tym badaniu uwzględniono opinie 255 badaczy i badaczek przedsiębiorczości. Znaczące jest porównanie odpowiedzi na pytanie rankingowe³ „Poleciłbym ten temat ze względu na jego akademicki potencjał” vs. „Poleciłbym ten temat ze względu na jego potencjał w odniesieniu do praktyki przedsiębiorczej”. Badane grono miało uszeregować 14 zagadnień związanych z tematyką i kwestiami przedsiębiorczości. Wśród odpowiedzi na pierwsze pytanie na przedostatnim miejscu znalazła się edukacja przedsiębiorczości – wskazana jako jeden z przedmiotów o najmniejszym potencjalnie akademickim. Jednocześnie ten przedmiot znalazł się na drugim miejscu wśród tych, które dają największy potencjał praktyczny. Oznacza to tyle, że **edukacja przedsiębiorczości jest, zdaniem badaczy przedsiębiorczości, niezbędna, by rozwijać przedsiębiorczość innowacyjną, ambitną i rozwojową dla państwa. Ale przekazywanie związanej z nią wiedzy i umiejętności nie jest mocną stroną uczelni ze względu na niską atrakcyjność tej specjalizacji dla akademików**. Ten paradoks potwierdzają studenci i studentki, z którymi rozmawialiśmy, gdy wspominają obowiązkowe zajęcia z podstaw przedsiębiorczości. Przyznają, że zdarzyło im się na nich spać lub nadrabiać inne zaległości. Nic z nich nie pamiętają. Dopiero fakultatywne, wybierane samodzielnie zajęcia z tego zakresu zostały uznane za cenne doświadczenie.

2. http://opus.uni-hohenheim.de/volltexte/2018/1462/pdf/2018_Kuckertz_Prochotta_HERB.pdf dostęp z dnia 15 kwietnia 2021, strona 4.

3. Wymagały one uszeregowania odpowiedzi od takiej, która posiada najwięcej jakiejś cechy, np.: największej atrakcyjności, do posiadającej tej cechy najmniej.

Przedsiębiorczość studencka najczęściej realizowana jest w strukturach uczelnianego inkubatora przedsiębiorczości, będącego samodzielną jednostką lub częścią szerszej komórki zajmującej się tzw. trzecią misją – centrum transferu technologii, centrum innowacji czy centrum przedsiębiorczości. Zdarza się także, że zadania inkubatora realizowane są w ramach grantu/projektu, który pozyskała uczelnia ze środków unijnych lub NCBiR.

Zarówno akademickie inkubatory przedsiębiorczości, jak i centra transferu technologii są powoływane do istnienia zgodnie z obowiązującą podstawą prawną – art. 148 z dnia 20 lipca 2018 r. ustawy – Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce. Zgodnie z ustawą⁴ uczelnie mają **możliwość** tworzenia akademickich inkubatorów przedsiębiorczości w celu wspierania działalności gospodarczej zarówno kadry uczelni, jak i studentek/studentów. Ustawa określa formę akademickich inkubatorów przedsiębiorczości, stanowiących jednostkę ogólnouczelnianą lub spółkę kapitałową. W przypadku jednostki ogólnouczelnianej działalność inkubatora określana jest regulaminem zatwierdzonym przez senat. Inaczej wygląda ta kwestia w przypadku inkubatorów stanowiących spółki kapitałowe, które posiadają osobowość prawną i pojawiają się częściej na uczelniach niepublicznych.

Z badań przeprowadzonych na potrzeby raportu wynika, że znaczącą **różnicą między inkubatorami będącymi jednostkami ogólnouczelnianymi a inkubatorami stanowiącymi spółki** są możliwości dofinansowywania działalności studentek/studentów (startupów). Inkubatory nieposiadające osobowości prawnej i będące podległymi rektorowi komórkami uczelnianymi mają ograniczone możliwości wspierania finansowego studentek/studentów zakładających startup.

⁴<https://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU20180001668/O/D20181668.pdf>

Mogą one wspierać finansowo ich działania poprzez granty czy stypendia. Z tego względu inkubatory akademickie skupiają się głównie na edukacji oraz roli pośrednika między studentką/studentem a potencjalnym inwestorem. Natomiast, gdy inkubator ma formę spółki czy fundacji, możliwe jest udzielanie przez niego bezpośredniego wsparcia finansowego studentkom/studentom. Dlatego z formy prawnej wynika pośrednio także zakres możliwości inkubatora.

Oto perspektywy dwóch uczelni:

**inkubator
w formie jednostki
ogólnouczelnianej**

My nie mamy osobowości prawnej. Czasami akademickie inkubatory przedsiębiorczości są powoływane jako spółki uczelni albo fundacje. Wówczas takie podmioty mogą udzielać też wsparcia finansowego. My, jako jednostka finansowana ze środków publicznych, nie możemy dofinansowywać podmiotów gospodarczych. Środki dopiero możemy w ramach grantu lub stypendium przekazać studentom.

**inkubator obecnie
działający w formie
fundacji**

Mamy w ramach każdego wydziału jakąś pulę pieniędzy, o którą studenci mogą indywidualnie się ubiegać. Do tej pory najczęściej ubiegali się o pieniądze na wyjazdy konferencyjne, rzeczy związane na przykład z działalnością kół naukowych. Natomiast teraz chcemy włączyć do tego między innymi właśnie te techniki pracy w ramach Akademii Innowacji, czyli opracowany projekt [...] i pozwolić studentom składać wnioski również na wystartowanie takiego projektu.

11 jednostek uwzględnionych w badaniu, działających jako inkubatory bądź pełniących ich funkcję, miało następujące formy prawne:

9 to jednostki ogólnouczelniane:

- Politechnika Warszawska,
- Szkoła Główna Handlowa,
- Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie,
- Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu,
- Uniwersytet Gdański (etap tworzenia inkubatora),
- Uniwersytet Medyczny w Łodzi,
- Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu,
- Uniwersytet Szczeciński,
- Uniwersytet Warszawski;

1 spółka (Akademia Leona Koźmińskiego)

+ 1 podmiot planuje, by inkubator obecnie funkcjonujący w formie jednostki ogólnouczelnianej przekształcić w spółkę (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie);

1 projekt ze środków NCBiR będzie kontynuował ofertę w formie fundacji (SWPS).

Inkubatory akademickie, będące jednostkami ogólnouczelnianymi, działają na podstawie regulaminów zatwierdzonych przez senat na wniosek rektora. Określają one zarówno cele funkcjonowania inkubatora, jak i zakres jego zadań i usług.

Mimo że są to dokumenty podstawowe, niekiedy nie zostają one zamieszczone na stronach uczelni. Pozyskanie ich w badaniu stanowiło trudność. Wydaje się, że nie są do końca potrzebne realizatorom zadań do ich bieżącej działalności. Jednocześnie dla potencjalnych użytkowników – studentek/studentów – mogą stanowić rodzaj przewodnika, który mówiłby, jakie możliwości kryje w sobie dana jednostka.

W badaniu pozyskaliśmy jedynie 6 regulaminów z: Akademii Leona Koźmińskiego, Politechniki Warszawskiej, Szkoły Głównej Handlowej, Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Uniwersytetu Szczecińskiego oraz Uniwersytetu Warszawskiego.

— co jest w regulaminach?

Najczęściej określany cel inkubatorów to wspieranie działalności gospodarczej środowiska akademickiego lub pracowniczek/pracowników i studentek/studentów uniwersytetów, prowadzących lub zamierzających założyć działalność gospodarczą. W przypadku regulaminów centrów transferu technologii, w których inkubator stanowi jedną z działalności, cele związane są z transferem wyników prac naukowych do gospodarki, sprzedażą lub nieodpłatnym przekazywaniem gospodarce wyników badań i prac rozwojowych powstałych na uczelni.

Zadania inkubatorów określone są przede wszystkim jako promowanie i wspieranie idei przedsiębiorczości oraz aktywizacja społeczności akademickiej do podejmowania działalności gospodarczej. Z tego głównego zadania wynikają kolejne, bardziej szczegółowe – stwarzanie warunków organizacyjnych i technicznych ułatwiających powstawanie i rozwój przedsiębiorstw (przestrzeń biurowa, urządzenia, infrastruktura), a także wsparcie konsultingowe w zakresie zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej.

Regulaminy do zadań inkubatorów zaliczają również wsparcie w pozyskiwaniu zewnętrznych funduszy na rozwój firmy. Działalność inkubatora w tym zakresie określana jest jako pomoc w pozyskiwaniu dotacji i sponsorów.

Wśród zadań jednostek pojawia się również wątek związany z ich zadaniami, które służą rozwijaniu przedsiębiorczości. Funkcja dydaktyczna w obszarze biznesu – jak określają dokumenty – realizowana jest w postaci organizowania konferencji, szkoleń i kursów związanych z prowadzeniem działalności gospodarczej, kierowanych do beneficjentów. Nie jest natomiast wprost wskazywany cel związany z kształceniem i rozwojem postaw przedsiębiorczych, co mija się z potrzebami studentek/studentów.

Prócz tego inkubatory mają również za zadanie prowadzenie działań marketingowych, promujących własną ofertę i osiągnięcia pracowniczek/pracowników naukowych, doktorantek/doktorantów i studentek/studentów uczelni, a także pozyskiwanie zewnętrznych funduszy na własny rozwój.

W nieco innym kierunku idą centra transferu technologii, których regulaminy skupiają się na misji komercjalizacji wiedzy (w zakresie procesów, metody) czy wynalazków. Nawet wówczas, gdy w ramach centrum transferu powstaje inkubator, stanowiący jego część, to regulamin centrum ściśle nie reguluje jego działalności. W realizacji zadań związanych z przedsiębiorczością i komercjalizacją dokumenty zakładają również współpracę inkubatora z innymi jednostkami uczelni oraz jednostkami uczelnianymi, wchodzącymi w strukturę innych uczelni.

Regulaminy większości badanych inkubatorów określają również swoich beneficjentów, do których kierują swoją działalność. Są nimi przedsiębiorstwa lub osoby fizyczne, spółki osobowe i kapitałowe oraz fundacje. Te podmioty mogą ubiegać się o przyznanie pomocy ze strony inkubatora.

Dokumenty regulują przy tym kwestie formalne związane z kadrą tworzącą inkubator – sposób wyboru i obowiązki członków i przewodniczącego rady jednostki, jak również dyrektora inkubatora oraz koszty działalności inkubatorów, które pokrywane mają być z przychodów, darowizn, dotacji i programów. Przy czym często regulaminy stanowią jasno, że inkubator pozostaje jednostką „non profit”, a jego środki można wykorzystać wyłącznie na zadania określone w dokumencie.

W przypadku spółki kapitałowej regulaminy najczęściej dotyczą konkretnych programów inkubacyjnych bądź akceleracyjnych i określają zasady współpracy między spółką a uczestnikiem programu, zgłaszającym do niego swój startup. Ujęcie działań przedsiębiorczych najczęściej sprowadza się tu do akceleracji startupu⁵.

5. Przez akcelerację rozumiemy intensywny program edukacyjny przygotowujący ambitne innowacyjne przedsięwzięcie do fazy pozyskania finansowania zewnętrznego lub ekspansji rynkowej (Skala 2018: 19; Czyżewska 2018: 189–202).

JustStart

przedsiębiorczość studencka, czyli — **ambicja**

Silne pragnienie osiągnięcia w jakiejś dziedzinie czegoś szczególnie ważnego, wyzwala aktywność i energię do działania

Przedsiębiorczość na uczelniach — Efekty i mierniki

Biorąc pod uwagę wszystkie aspekty tego, czego potrzebują studentki/studenci oraz tego, co uczelnie mogą im oferować i oferują, warto zadać pytanie: kiedy inkubator działa skutecznie, kiedy odpowiada na potrzeby?

Zgodnie z zapisem ustawy o szkolnictwie wyższym inkubator jest powoływany, by wspierać działalność gospodarczą pracowniczek/pracowników uczelni, doktorantek/doktorantów i studentek/studentów. Warto jednak patrzeć na tę rolę szerzej. Wiąże się ona także z budowaniem postaw przedsiębiorczych studentek/studentów, wzmacnianiem wiedzy o działalności gospodarczej, a także wspieraniem w rozwoju umiejętności z tego zakresu. Widać, że inkubatory uzupełniają podstawowe działania uczelni. Można ich "aktywność" traktować jako wzmocnienie jakości kształcenia i wizerunku uczelni zaangażowanej w realizację trzeciej misji.

Jakość pracy uczelni podlega ewaluacji (ocenie programowej albo kompleksowej), za którą odpowiada Państwowa Komisja Akredytacyjna (PKA). Zakres ewaluacji opisuje ustawa w dziale IV pt. „Ewaluacja jakości kształcenia, ewaluacja szkół doktorskich i ewaluacja jakości działalności naukowej”. W ocenie programowej bierze się pod uwagę w szczególności:

- ¹ **programy studiów i standardy kształcenia;**
- ² kadrę dydaktyczną i naukową;
- ³ infrastrukturę wykorzystywaną do realizacji programu studiów;
- ⁴ **współpracę z otoczeniem społeczno-gospodarczym;**
- ⁵ umiędzynarodowienie;
- ⁶ **wsparcie studentek/studentów w procesie uczenia się.**

Działania inkubatorów odnoszą się do punktów 1, 4 i 6, gdyż prowadzą one współpracę z otoczeniem społeczno-gospodarczym. Ich działalność ma też charakter wspierający studentki/studentów w procesie uczenia się. Inkubatory powinny wspierać działania dydaktyczne poprzez umożliwienie realizacji części programu i zadań w inkubatorze (a także włączenie tych zajęć do systemu ECTS, co ma miejsce np. w Inkubatorze UW).

Działania inkubatorów powiązane są z jakością kształcenia. Adekwatność działań inkubatorów do potrzeb uczelni w zakresie zapewniania jakości jej oferty programowej można też stwierdzić na podstawie analizy szczegółowych kryteriów dokonywania oceny programowej (jest to załącznik do Statutu PKA).

W kryteriach oceny nie jest co prawda literalnie wymieniona przedsiębiorczość studencka. Są jednak takie kryteria, w których widoczne jest powiązanie z przedsiębiorczością:

tabela 1.
Szczegółowe kryteria dokonywania
oceny programowej, załącznik do Statutu
Państwowej Komisji Akredytacyjnej

źródło: Opracowanie własne na podstawie „Szczegółowych kryteriów dokonywania oceny programowej”

standardy jakości kształcenia	
opis	
¹ Standard jakości kształcenia 1.1 Koncepcja i cele kształcenia są (...) zorientowane na potrzeby otoczenia społeczno-gospodarczego, w tym w szczególności zawodowego rynku pracy.	Inkubatory przygotowują studentki/studentów do sprawnego funkcjonowania na rynku pracy. Analizują potrzeby rynku, by na tej podstawie zapewnić im odpowiednie wsparcie.
² Standard jakości kształcenia 6.1 Prowadzona jest współpraca z otoczeniem społeczno-gospodarczym, w tym z pracodawcami, w konstruowaniu programu studiów, jego realizacji oraz doskonaleniu.	Wiele działań inkubatorów wychodzi do otoczenia społeczno-gospodarczego. Istnieją liczne formy współpracy z firmami, pracodawcami. Wiąże się to z budowaniem ekosystemu przedsiębiorczego.
³ Standard jakości kształcenia 6.2 Relacje z otoczeniem społeczno-gospodarczym w odniesieniu do programu studiów i wpływ tego otoczenia na program i jego realizację podlegają systematycznym ocenom z udziałem studentów, a wyniki tych ocen są wykorzystywane w działaniach doskonalących.	Relacje inkubatorów z otoczeniem to potencjał, jaki uczelnie mogłyby wykorzystywać, by aktualizować programy studiów.
⁴ Standard jakości kształcenia 8.1 Wsparcie studentów w procesie uczenia się jest wszechstronne, przybiera różne formy, adekwatne do efektów uczenia się, uwzględnia zróżnicowane potrzeby studentów, sprzyja rozwojowi naukowemu, społecznemu i zawodowemu studentów poprzez zapewnienie dostępności nauczycieli akademickich, pomoc w procesie uczenia się i osiągnięciu efektów uczenia się oraz w przygotowaniu do prowadzenia działalności naukowej lub udziału w tej działalności, motywuje studentów do osiągnięcia bardzo dobrych wyników uczenia się, jak również zapewnia kompetentną pomoc pracowników administracyjnych w rozwiązywaniu spraw studenckich.	Jest to ogólny zapis o wsparciu studentek/studentów i uwzględnieniu ich potrzeb. Inkubator z definicji odpowiada na ich unikalne potrzeby. Dzięki inkubatorom oferta uczelni jest bardziej kompleksowa.
⁵ Standard jakości kształcenia 2.3 Metody kształcenia są zorientowane na studentów, motywują ich do aktywnego udziału w procesie nauczania i uczenia się oraz umożliwiają studentom osiągnięcie efektów uczenia się, w tym w szczególności umożliwiają przygotowanie do działalności zawodowej w obszarach zawodowego rynku pracy właściwego dla kierunku.	Mocną stroną inkubatorów jest otwartość i elastyczne reagowanie na potrzeby. To świadczy o zorientowaniu na środowisko studenckie. Formy działania zwykle są aktywne, a dzięki powiązaniu z rynkiem pracy mogą lepiej przygotować studentki/studentów do działalności zawodowej, a także społecznej. Kluczowe jest kształtowanie postaw przedsiębiorczych. Inkubator – poprzez ofertę i działania angażujące studentki/studentów – zdecydowanie może kształtować takie postawy.

Warto wykorzystywać potencjał inkubatorów i pa-
trzeć na nie szerzej, nie tylko jako na płaszczyznę
rozwijania inicjatyw przedsiębiorczych studentek/
studentów i pracowniczek/pracowników, ale też jako
na sposób **budowania ich postaw przedsiębiorczych
(nie tylko na rynku, ale też na uczelni i w życiu spo-
łecznym)**. Obecne badanie wskazuje jednak, że –
dotychczas – zapisy i standardy ewaluacyjne nie są
stosowane do analizy pracy z zakresu przedsięw-
zięć. **Brakuje też zrozumienia u władarzy uczelni.
Potrzebna jest więc praca na uczelniach, by działania
przedsiębiorcze i praca inkubatorów były doceniane
jako ważny wkład w budowanie III misji, potencjału
i prestiżu uczelni wyższej.**

— wskaźniki

Obecnie skuteczność inkubatorów najczęściej mie-
rzona jest liczbą startupów czy firm. Jest to wskaź-
nik trudny i mało miarodajny, bo nie odzwierciedla
ani procesu, ani nakładu pracy wykonywanej przez
zespoły inkubatorów oraz odbiorców wsparcia.
Co więcej, zakłada, że efektem edukacji prowadzo-
nej w inkubatorze jest jedynie podmiot gospodarczy
a nie **kompetencje studentek/studentów, siła sieci
w jakiej funkcjonują czy liczba potencjalnych relacji
biznesowych**. Dlatego warto rozszerzać wskaźniki
pracy inkubatorów o zaproponowane w tabeli.

tabela 1.

Propozycje dodatkowych wskaźników
do analizy pracy inkubatorów

źródło: Opracowanie własne

zagadnienie/czynnik	propozycja wskaźnika
współpraca z podmiotami z otoczenia społeczno-gospodarczego	- liczba podpisanych listów intencyjnych inkubatora z firmami - liczba prac zaliczeniowych/dyplomowych „na zamówienie” otoczenia społeczno-gospodarczego - liczba kursów prowadzonych we współpra- cy z otoczeniem uczelni, które polegają na wspólnym wypracowaniu wartości
obecność w ofercie programów mentorskich	- liczba warsztatów aktywizujących studentki/ studentów, poświęconych współpracy, pracy zespołowej, kreatywności - liczba projektów studenckich – małe granty na interdyscyplinarne działania osób studiu- jących z różnych wydziałów + rynek - liczba krajowych i zagranicznych mentorów aktywnie współpracujących z inkubatorem
postawy przedsiębiorcze studentów	- liczba podejmowanych inicjatyw własnych – bycie liderem - liczba osób pracujących na własny rachunek - kierowanie podmiotami/zespołami kreatyw- nymi - gotowość do podejmowania ryzyka, dotrzy- mywania zobowiązań - zatrudnianie innych osób przez studentkę/ studenta - poziom powiązania absolwentów z <i>Alma Ma- ter</i> (kluby absolwentów)
mierzenie wpływu kształcenia przed- sięwzięć w trakcie studiowania	- porównanie efektów wsparcia studentek/ studentów w procesie uczenia się (pkt. 6. ewaluacji programowej PKA) wśród osób biorących udział w działaniach inkubatorów z pozostałymi studiującymi - odsetek osób, które kończą studia w terminie - poziom ocen końcowych - poziom adekwatności oferowanego wsparcia
współtworzenie ponaduczelnianej sieci przedsiębiorczości studenckiej	należy w analizie uwzględniać nie tylko for- malną obecność w sieci, ale również aktyw- ność w ekosystemach skupiających akade- mickie i pozaakademickie organizacje

Jednym ze źródeł wskaźników powinno być śledzenie losów absolwentek/absolwentów, czego w tej chwili inkubatory nie robią.



JustStart

przedsiębiorczość studencka, czyli — **otwartość**

*Gotowość na przyjęcie nowych idei i propozycji,
chęć zgłębiania nowej wiedzy
i wdrażania się w nowe obszary*

Autorzy raportu „Global Entrepreneurship Monitor Polska 2020” wskazują, że w powstawaniu, a następnie rozwoju firmy można wyróżnić kilka etapów:

- ¹ Praca nad produktem/usługą – prototypowanie;
- ² Wejście z produktem/usługą na rynek;
- ³ Umacnianie pozycji na rynku;
- ⁴ Stabilizacja firmy i przyjętego modelu biznesowego;
- ⁵ Dalszy rozwój i ekspansja na rynku.

W badaniu startupów w Polsce w 2019 roku⁶, które podsumowuje wspomniany raport, 25% przedstawicieli firm uznało, że jest na etapie wprowadzania produktu/usługi na rynek. 23% umacnia pozycję na rynku, 19% pracuje nad produktem/usługą (prototypowanie), zaś 15% tworzy wstępną koncepcję modelu biznesowego⁷. Warto też dodać za raportem „Startup Poland 2019”, że ponad 60% projektów nie ma klientów za granicą.

Krzysztof Szopa, Wisłowska, Skala 2019⁸

3 rozdział

Są to więc nadal podmioty działające głównie dla klientów na polskim rynku, a ich właściciele w dużej mierze nie wierzą w powodzenie swoich inicjatyw: *Jedynie 50% właścicieli startupów wierzy w to, że ich firma może kiedykolwiek zostać kupiona, a tylko 40%, że wejdą na giełdę.*

Krzysztof Szopa, Wisłowska, Skala 2019:9⁹

Inkubatory uczelniane z pewnością największą ofertę mają na wstępnym etapie opracowywania koncepcji produkcji/usługi i tworzenia założeń modelu biznesowego. To zadanie realizują praktycznie wszystkie badane jednostki. Etap drugi, związany z tworzeniem i prototypowaniem produktu/usługi, także jest obecny w ich ofertach. Trudny okazuje się natomiast już trzeci etap – gdy wyjście na rynek wiąże się z założeniem formalnym firmy czy startupu, a także z koniecznością dokapitalizowania biznesu. Jak wspomniano wyżej, na tym etapie inkubatory częściej oferują wsparcie w formie doradczej wiedzy eksperckiej, czasami poszukiwania inwestorów. Tę formę wsparcia częściej oferują centra transferu technologii. Jednak nie oferują one wkładu finansowego.

O kolejne etapy, siłą rzeczy, trudno w przypadku inkubatorów uczelnianych, zakładając, że działają samodzielnie (bez wsparcia partnerów biznesowych). A zazwyczaj tak jest.

6. Założenie metodologiczne badania startupów: Spośród 8000 dorosłych (w wieku 18–64 lata) objętych badaniem w 2019 r. wyodrębniono populację osób zaangażowanych w zakładanie działalności gospodarczej lub prowadzenie nowej firmy do 3,5 roku. Wybór ten został dokonany przy wykorzystaniu wskaźnika TEA, który obejmuje: • preprzesiębiorców, czyli osoby, które są w trakcie zakładania firmy lub we wczesnej fazie jej funkcjonowania, kiedy okres wypłacania właścicielom wynagrodzeń/płatności nie przekracza 3 miesięcy; • oraz nowych przedsiębiorców, którzy założyli firmę i funkcjonują na rynku nie krócej niż 3 miesiące i nie dłużej niż 42 miesiące (do 3,5 roku) oraz wypłacają przez ten czas wynagrodzenia.

7. Odpowiedź na pytanie:

Na jakim etapie rozwoju jest Pana/Pani przedsięwzięcie biznesowe? n=431 (GEM Polska 2020: 95).

8. <https://impactcee.com/finance/2020/wp-content/uploads/2020/10/Polskie-startupy.-Raport-2019-1.pdf>.

9. Jak wyżej.



**inkubatory
przedsię-
biorczości**

Oferta badanych inkubatorów wynika po części z przyjętej definicji przedsiębiorczości. **Można wyróżnić trzy podstawowe cele, które realizują inkubatory przedsiębiorczości na uczelniach:**

cel/Nº 1 **wzmacnianie
i rozwój umiejętności**

Umożliwienie przyjrzenia się swoim kompetencjom, określenie mocnych stron i tych wymagających wsparcia. Pomoc w rozwoju poprzez oferowane działania. Dzięki nabyciu określonych zdolności i wspieraniu konkretnych cech osobowości buduje się przedsiębiorczość pojmowaną jako filozofia i styl życia.

cel/Nº 2 **uczestniczenie w
procesie twórczym**

Priorytetem jest uruchomienie potencjału i dostarczenie impulsu powodującego chęć zmiany. Proces twórczy ma wpływać na rozwój społeczny, umożliwienie dostrzegania szans i gotowości do ich podjęcia, by w efekcie tworzyć innowacyjne pomysły.

cel/Nº 3 **komercjalizacja,
rozpowszechnianie
i zysk finansowy**

Rezultatem osiągnięcia tego celu jest przede wszystkim założenie startupu/firmy i w konsekwencji generowanie przychodu. Jest to cel skupiający się przede wszystkim na przedsiębiorczości rozumianej jako praca – prowadzenie własnej działalności.

Z tych celów wynika oferta i akcenty, które w różny sposób są wówczas rozłożone.

Z badania z rozmówcami 11 podmiotów wynika, że oferowane formy wsparcia można podzielić na dwie grupy: włączające/aktywne i podawcze/bierne. Formy angażujące mają na celu włączenie osób uczestniczących w działanie, wymagają od nich aktywnego uczestnictwa. Formy podawcze są mniej wymagające, jeśli chodzi o wkład pracy i aktywność studencką.



W ofertach inkubatorów zauważalne są jeszcze dodatkowe usługi specjalistyczne przeznaczone przede wszystkim dla osób potrzebujących przestrzeni do pracy czy pozyskania dodatkowych środków finansowych. Głównymi odbiorcami są osoby na zaawansowanym etapie tworzenia własnego produktu/usługi.

Każdy z inkubatorów nieco inaczej nazywa swoje oferty, co jest związane w oczywisty sposób z promocją. Każde działanie z katalogu oferowanych przez 11 inkubatorów można przypisać do konkretnego celu inkubatora. W wielu przypadkach konkretne działanie może doprowadzić do osiągnięcia kilku celów. Dodatkowo należy pamiętać, że każdy z inkubatorów informuje również o ofercie partnerów i/lub wydziałów uczelni. Informacje dotyczą konkursów oraz możliwości rozwoju czy wsparcia prowadzonego np. przez Biuro Karier, zazwyczaj poprzez newsletter, ale także poprzez fanpage.

cel/ N° 1

wzmacnianie
i rozwój
umiejętności

- ¹ wykłady tematyczne ogólnie związane z przedsiębiorczością
- ² cykle lub jednorazowe wydarzenia online bądź stacjonarnie, np. webinaria/konferencje z przedsiębiorcami, ekspertami
- ³ warsztaty rozwijające umiejętności miękkie i twarde
- ⁴ promocja sukcesów absolwentek/absolwentów na polu przedsiębiorczości

cel/ N° 2

uczestniczenie
w procesie
twórczym

- ¹ wykłady tematyczne związane z przedsiębiorczością w węższym zakresie
- ² turnieje kreatywne: hackathony, gry online, service jamy
- ³ warsztaty rozwijające umiejętności miękkie i twarde
- ⁴ warsztaty ukierunkowane na prowadzenie własnej działalności
- ⁵ promocja sukcesów absolwentek/absolwentów na polu przedsiębiorczości
- ⁶ konkursy dla studentów i studentek
- ⁷ cowork
- ⁸ mentoring
- ⁹ staże
- ¹⁰ wsparcie w tworzeniu zespołów
- ¹¹ spotkania networkingowe
- ¹² laboratoria/sale eksperymentalne do robienia prototypów (wraz ze wsparciem w ich przygotowaniu) i testowania ich działania
- ¹³ indywidualne spotkania konsultacyjne (pomoc w diagnozie potrzeb)

cel/ N° 3

komercjalizacja,
rozpowszechnianie
i generowanie
przychodu

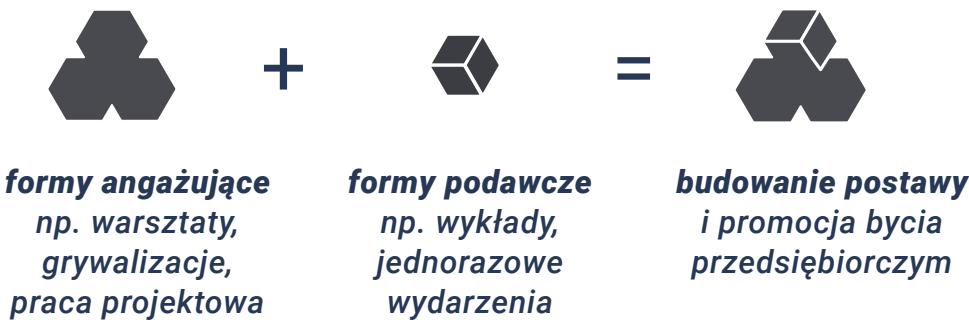
- ¹ wykłady specjalistyczne
- ² konkursy dla studentek/studentów
- ³ warsztaty ukierunkowane na prowadzenie własnej działalności
- ⁴ wsparcie w prototypowaniu produktu/laboratoria
- ⁵ wsparcie w tworzeniu zespołów
- ⁶ indywidualne spotkania konsultacyjne (pomoc w diagnozie potrzeb)
- ⁷ spotkanie eksperckie (np. doradztwo z prawnikiem)
- ⁸ laboratoria/sale eksperymentalne do robienia prototypów
- ⁹ cowork
- ¹⁰ wynajęcie biurka na zasadach komercyjnych
- ¹¹ konsultacje biznesowe
- ¹² minigranty na poszczególne projekty studenckie
- ¹³ spotkania networkingowe
- ¹⁴ pośrednictwo w zakresie znalezienia i pozyskania źródeł dofinansowania działalności przedsiębiorców
- ¹⁵ mentoring
- ¹⁶ możliwość wynajmu adresu, domeny internetowej dla firmy
- ¹⁷ spotkania z potencjalnymi inwestorami, np. aniołami biznesu, funduszami VC
- ¹⁸ rabaty na usługi dostępne na uczelni, takie jak analizy, badania w ramach uczestnictwa w programie akceleryjnym
- ¹⁹ staże

źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów.

W inkubatorach przeważa zatem realizacja celu związanego z komercjalizacją i generowaniem przychodu. Cel pierwszy najczęściej jest na uczelniach realizowany także przez biura karier.

Na podstawie analizy danych z przeprowadzonych wywiadów, stron internetowych inkubatorów oraz ich fanpage’y widać, że **inkubatory oferują różne ścieżki** studentom. Każda z nich ma określony efekt, który ma odpowiadać na potrzeby zarówno „osobowości” studentek/studentów, jak i uczelni. Należy zaznaczyć, że każda ze ścieżek jest inna i unikalna, często inkubatory łączą dane ścieżki, osiągając dzięki temu bogatszą ofertę.

— ① → **ścieżka rozwoju „Szwedzki Bufet”**



Jest to najszersza oferta, skierowana do wielu odbiorców. Są to działania zarówno rozwijające umiejętności czy postawy, jak i szansa na inspiracje. Większość zainteresowanych znajdzie w niej coś dla siebie, z czego będzie mogła korzystać doraźnie, jak i „zostać na dłużej”. Głównym celem nie jest jednak założenie biznesu, a budowanie świadomości i wzmacnianie cech bycia przedsiębiorczym w rozumieniu postawy. Realizacja tej ścieżki sprzyja zorientowaniu się w ofercie inkubatora, budowaniu zespołu, poznaniu nowych osób, które z oferty korzystają.

— ② → **ścieżka rozwoju „Budzik”**



Ta ścieżka ma rozbudzać potencjał przedsiębiorcy w odbiorcach, inspirować do działania i nakreślać możliwości rozwój. Nie są to działania stricte rozwojowe jak w „Szwedzkim Bufecie”. Ma być to już pewne przygotowanie do prowadzenia własnej działalności lub uczestniczenia w jej tworzeniu w zespole. Oferta skierowana jest do osób bardziej zmotywowanych niż przeciętna/y studentka/student, która/y uczestniczy w jednostkowych wydarzeniach. Potencjalny odbiorca poszukuje odpowiedzi na swoje potrzeby, ma wiele pomysłów, jednak nie wie, jak je spożytkować. Realnym efektem może nie być założenie startupu, ale uruchomienie samego procesu twórczego i usprawnienie działania na polu zawodowym czy społecznym.

— 3 — ścieżka rozwoju – „Od zera do milionera”



Ścieżka jest przeznaczona dla osób z konkretnym pomysłem, wizją i chęcią założenia własnego biznesu. Działania są skoncentrowane na pomocy w walidacji pomysłu poprzez założenie firmy i przejścia do realizacji oraz produkcji, często ze wsparciem w tworzeniu zespołu. Ścieżka jest ukierunkowana na komercjalizację.

Mogą to być inicjatywy w ramach projektów zewnętrznych, w ramach których od odbiorcy wymagana jest aplikacja do projektu (złożenie wniosku i opis pomysłu). Tu również oferta poszerzana jest o dodatkowe możliwości związane z miejscem do pracy, dążeniem do pozyskiwania środków i wyjściem do szerszego grona inwestorów.

Z wywiadów przeprowadzonych w badaniu wynika, że zazwyczaj inkubatory uczelniane podejmują współpracę z innymi podmiotami. Należą do nich poszczególne wydziały uczelni – w zależności od potrzeb studentek/studentów i ich projektów, ale też kierunku i oferty, które podejmuje sam inkubator. Do najczęściej wymienianych należą także Biura Karier i koła naukowe oraz organizacje studenckie działające na uczelni. **Choć niejednokrotnie działają one też niezależnie,** czasami dublując swoje aktywności. Wśród stowarzyszeń i organizacji wymienianych w badaniu wskazano również:

- ¹ PACTT – Porozumienie Akademickich Centrów Transferu Technologii;
- ² Stowarzyszenie Organizatorów Ośrodków Innowacji i Przedsiębiorczości w Polsce;
- ³ Studenckie Fora Business Center Club;
- ⁴ Urzędy miast;
- ⁵ Komercyjne podmioty oferujące działania inkubacyjne i akceleracyjne, funkcjonujące na rynku;
- ⁶ Parki technologiczne.

Jeśli inkubator prowadzi usługi dla uczelni, np. podzleca wykonanie badań dla jednostek na uczelniach, wówczas także realizuje taką współpracę. Współpraca z firmami, które zostały utworzone w ramach inkubatora, to dość częsta praktyka – przedstawiciele startupów dzielą się ze studentkami/studentami swoimi doświadczeniami. Podpisywane są również umowy partnerskie o współpracy, np. z firmami, które chcą weryfikować swoje rozwiązania w laboratoriach, którymi dysponuje uczelnia i/lub inkubator.

Przedstawiciele inkubatorów, z którymi rozmawialiśmy, przyznawali, że to, jak swobodną i szeroką ofertę mogą prowadzić, zależy od tego, czy władze uczelni doceniają rolę i wagę inkubatora. Jeśli rozumieją je rozwojowo, wówczas traktują je jako inwestycję.

Jednak w obszarze przedsiębiorczości studenckiej spotykaliśmy się raczej z opiniami mówiącymi o braku takiego zrozumienia i docenienia roli, jaką mają inkubatory w realizacji III misji uczelni.

Argumentem świadczącym o wyższości komercyjnych zewnętrznych inkubatorów względem tych uczelnianych jest zamknięcie tych drugich w akademickim świecie. Cechuje je częściej: brak znajomości rynku i jego praw, nieumiejętność współpracy z biznesem, nieadekwatność działania administracji uczelni do rynku i jego tempa, przez co konkurencyjność oferty znacząco spada. Bolączką jest praca wyłącznie w rzeczywistości, którą tworzy świat danej uczelni, korzystanie przede wszystkim z zasobów kadrowych macierzystej instytucji. Stwarza to zagrożenie w postaci zamknięcia na inne podmioty (zarówno publiczne, jak i prywatne), ale czasami także wydziały tej samej uczelni. Grozi silosowością i nie służy efektywności i skuteczności działania. Jeden podmiot nie dysponuje wszystkimi możliwymi zasobami (kompetencjami, ale także zasobami sprzętowymi). Dlatego tak istotne jest, by inkubator nie działał w próżni, tylko tworzył sieć, system z innymi podmiotami, które będą uzupełniały oferowane wsparcie, a także zatrudniał (w niepełnym wymiarze godzin) osoby z doświadczeniem startupowym (entrepreneur in residence). Ma to szczególne znaczenie dla kolejnych etapów, na które przechodzą studentki/studenci ze swoimi projektami czy startupami, szukając np. dofinansowania swoich projektów.

W interesie inkubatora, który poświęcił danemu projektowi np. rok wsparcia, oraz samej uczelni jest, by wiedzieć, dokąd idzie studentka/student, jak będzie rozwijał się projekt, jakie będą efekty procesu, który rozpoczął się w inkubatorze, ale zakończy się na rynku. Niezbędne jest **śledzenie losów projektów w celu wsparcia procesów**, które prowadzą inkubatory. Na uczelniach publicznych nie ma to miejsca.

Istotne jest także, by inkubator nie przejmował działań, które oferują inne podmioty uczelniane. Do tego konieczne jest zmapowanie na uczelni procesów powiązanych z przedsiębiorczością i opracowanie spójnej strategii uczelni, zawierającej misję inkubatora, a następnie przemyślane działania wszystkich jednostek, które prowadzą do długookresowego celu.



JustStart

przedsiębiorczość studencka, czyli —

przywództwo

*Umiejętność wpływania na jednostki lub grupę w celu uzyskania określonych efektów, ustalanie kierunku, wypracowywanie wizji przyszłości organizacji, jak również nadawanie kierunku działaniom ludzi. Przywództwo opiera się na autorytecie danej osoby i wiąże się z motywowaniem i inspirowaniem innych, a także wyzwala-
niem energii w ludziach*

Przedsiębiorcza studentka/ przedsiębiorczy student

Przedsiębiorcza studentka/przedsiębiorczy student — Aktywność studentki/studenta

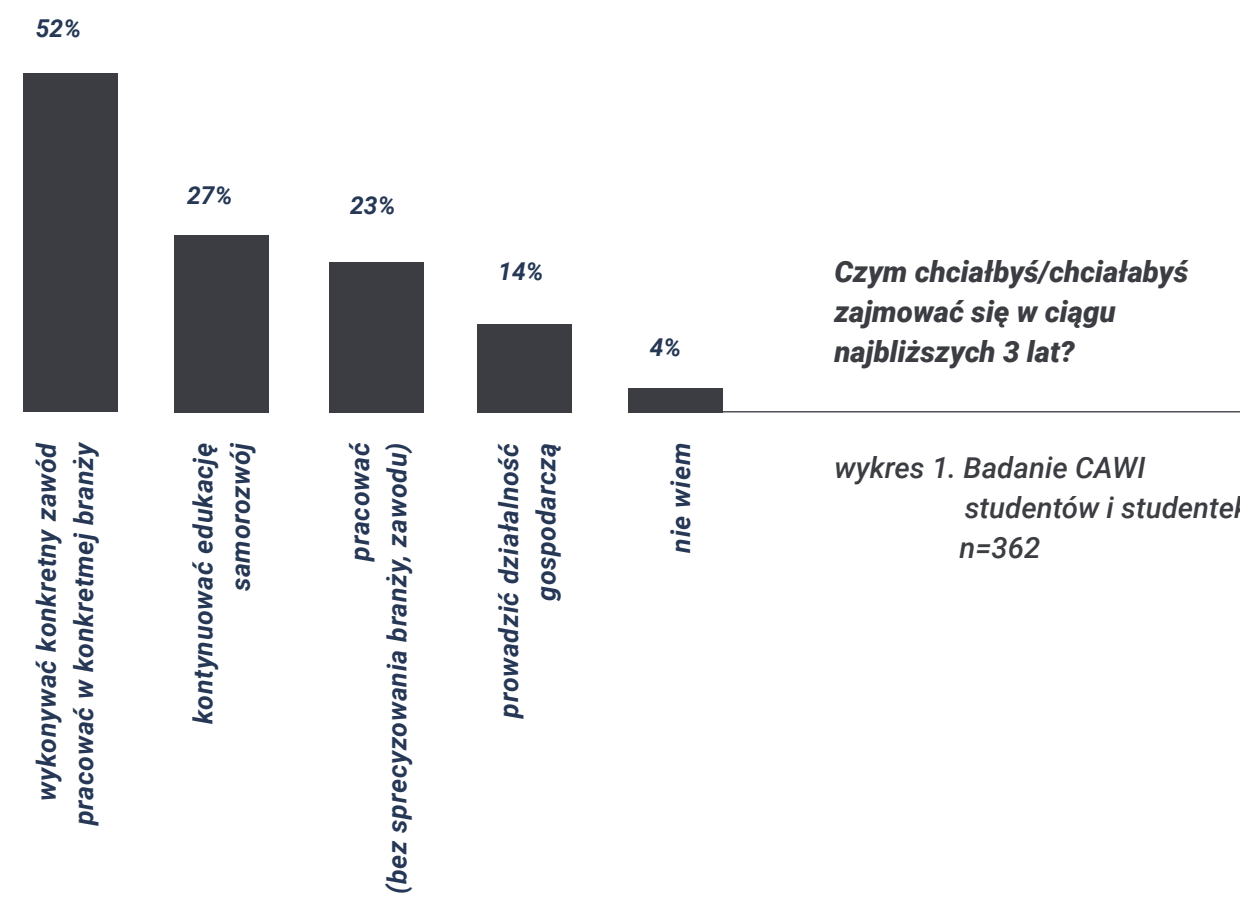
Działania eksperckie na rzecz społeczeństwa mają sprzyjać rozwojowi jednostki, przygotowywać ją do życia we współczesnym świecie w wymiarze społeczno-wychowawczym. Takie podejście znacząco zmienia profil absolwenta, który angażując się w projekty, zdobywa różnego rodzaju umiejętności osobiste, np. podejmowania decyzji, twórczego myślenia.
Gawlik-Kobylińska 2016¹⁰

Jak w taki model wpisują się studentki/studenci polskich uczelni?

Z ankiet przeprowadzonych wśród studentek i studentów Uniwersytetu Warszawskiego oraz Warszawskiego Uniwersytetu Medycznego¹¹ wynika, że ponad połowa badanych ma już wybrany konkretny zawód lub obszar zawodowy, z którym chcieliby wiązać swoją karierę. 27% osób chciałoby kontynuować naukę lub inwestować w siebie poprzez samorozwój. Niewiele mniej, bo 23%, chciałoby pracować jednak bez konkretnego planu czy wybranej branży. I tylko 14% to osoby, które chciałyby prowadzić swój własny biznes. Widać więc, że studentki/studenci w latach dwudziestych XXI wieku to osoby ze sprecyzowanymi planami dotyczącymi swojej kariery zawodowej czy samorozwoju.

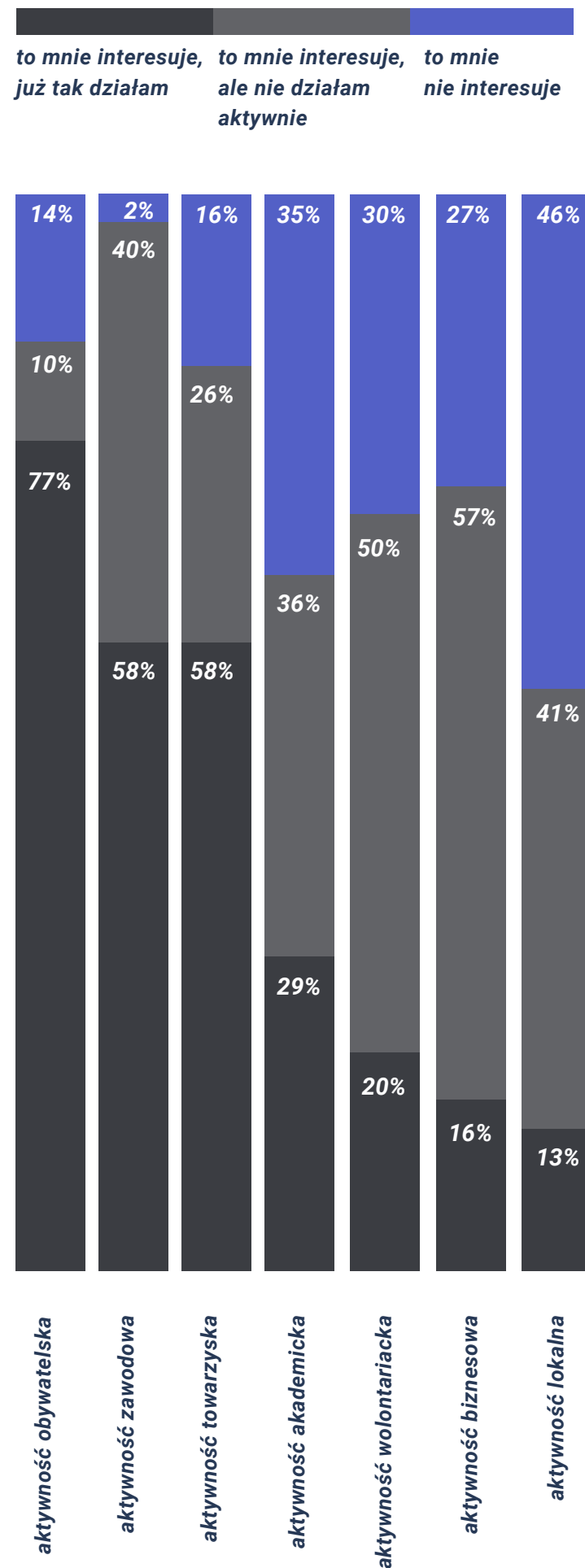
10. „Przedsiębiorczość akademicka na przykładzie Uniwersytetu Harvarda. Transfer doświadczeń dla kreowania bezpieczeństwa”.
11. Badanie prowadzone na przełomie listopada i grudnia 2020 roku. W badaniu wzięły udział 362 osoby.

4 rozdział



wykres 1. Badanie CAWI studentów i studentek, n=362

Niemal wszyscy, którzy wypełnili ankietę, to osoby aktywne na polu zawodowym, społecznym czy akademickim oraz podejmujące aktywność zawodową (w różnym natężeniu i w różnym celu – tj. albo po prostu, by zdobyć środki finansowe, albo by poszerzyć swoje kompetencje). Aktywność obywatelska i towarzyska jest też tym, co zajmuje studentki/studentów. Wyraźnie widać jednak, że inne obszary aktywności – jak działalność akademicka, wolontariacka czy biznesowa – dotyczą dużo mniejszej grupy.



Widać wyraźnie, że o ile współcześnie studentki/studenci aktywnie uczestniczą w rynku pracy, łącząc studiowanie z pracą (60% jako pracownicy na umowach zlecenia lub o dzieło i 30% w formie umowy o pracę), to niewielki jest odsetek tych, którzy posiadają własną działalność (firmę, startup – zaledwie 8%). **Młodzi ludzie zatem są raczej pracownikami najemnymi. Dzieje się tak z kilku powodów:**

¹ nie mają przekonania do swoich wysokich kwalifikacjach – *wciąż się uczę, nie jestem ekspertem;*

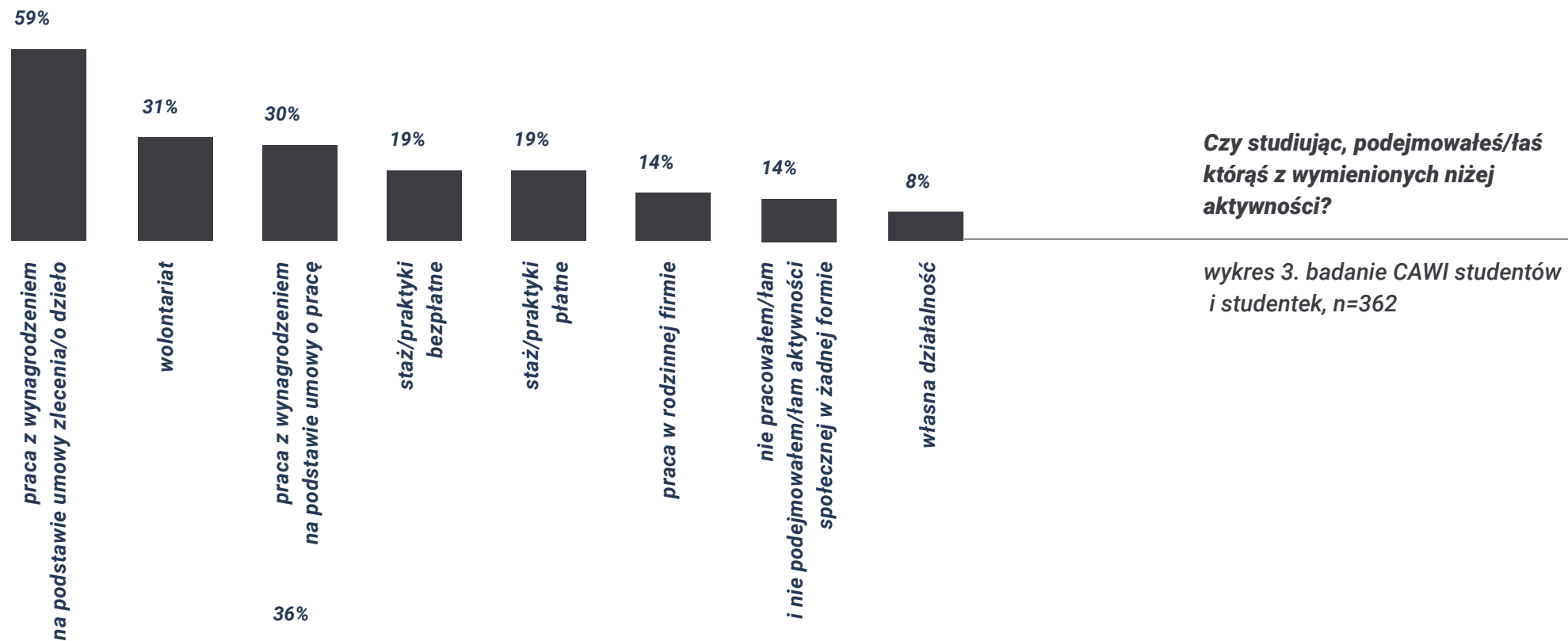
² chcą spróbować u kogoś, nabrać doświadczenia i przekonać się, że to właściwy kierunek, branża czy forma pracy – *po 3 latach pracy wiedziałem już, że nie chcę pracować jak zwykły Polaczek-szaraczek;*

³ nie mają w rodzinach zbyt wielu wzorców przedsiębiorczych – *moi rodzice to prawnicy, nikt w rodzinie nie ma własnej firmy;*

⁴ czas studiów jest wprawdzie okresem zwiększonej aktywności, jednak nie jest ona wiązana przez akademickie oferty rozwoju przedsiębiorczości.

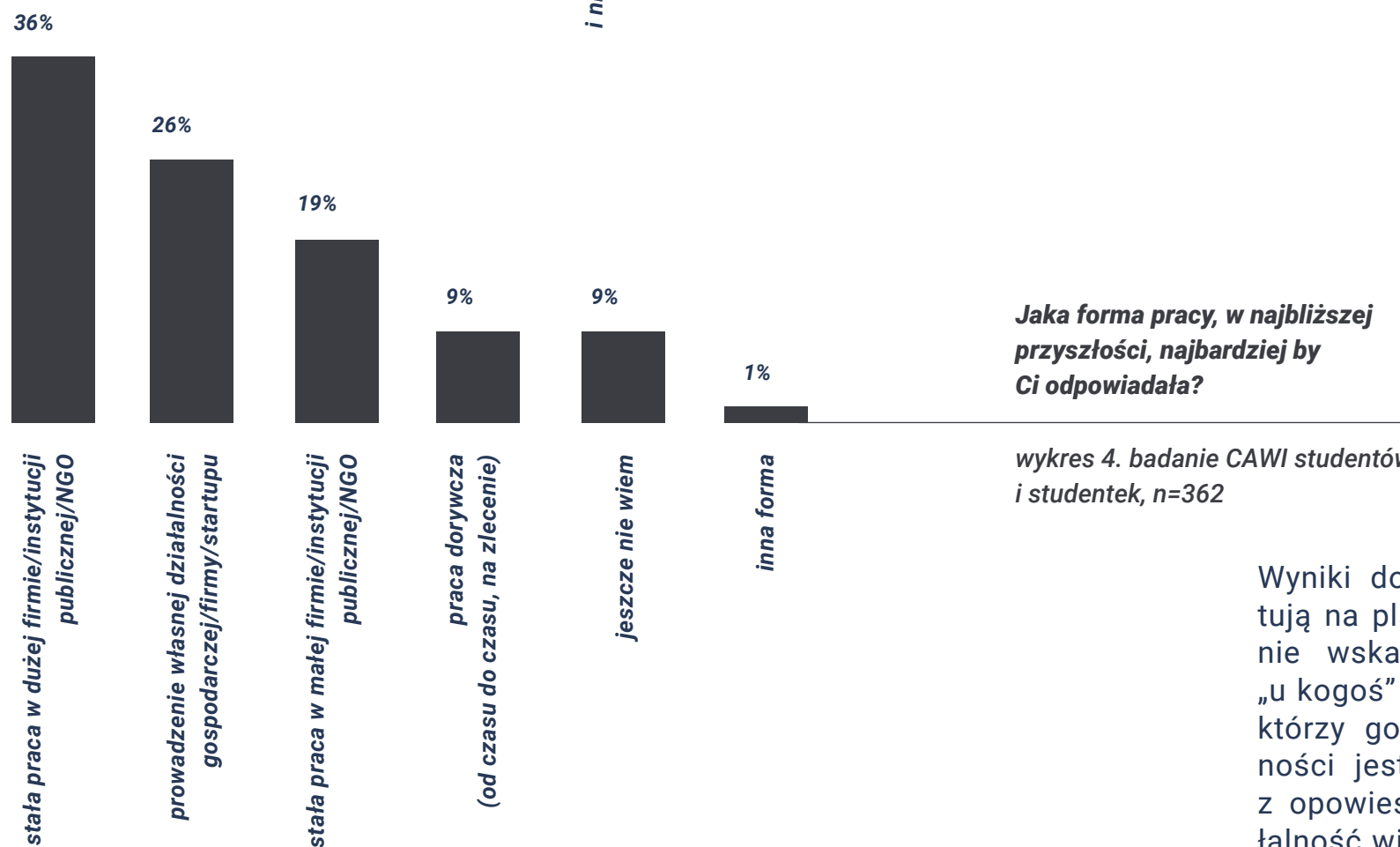
Jak oceniasz swoją aktywność w poniższych obszarach?

wykres 2. badanie CAWI studentów i studentek, n=362



Czy studiując, podejmowałeś/łaś którąś z wymienionych niżej aktywności?

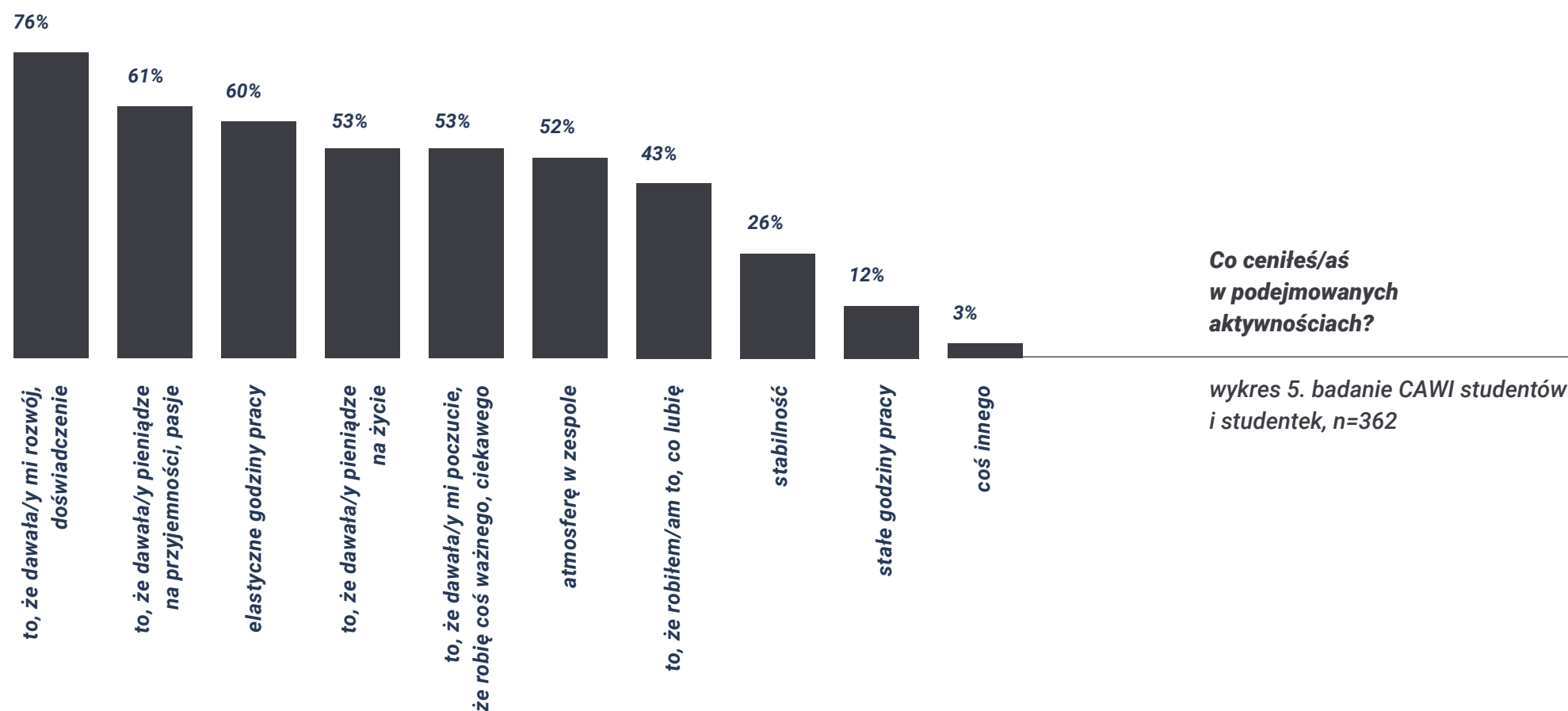
wykres 3. badanie CAWI studentów i studentek, n=362



Jaka forma pracy, w najbliższej przyszłości, najbardziej by Ci odpowiadała?

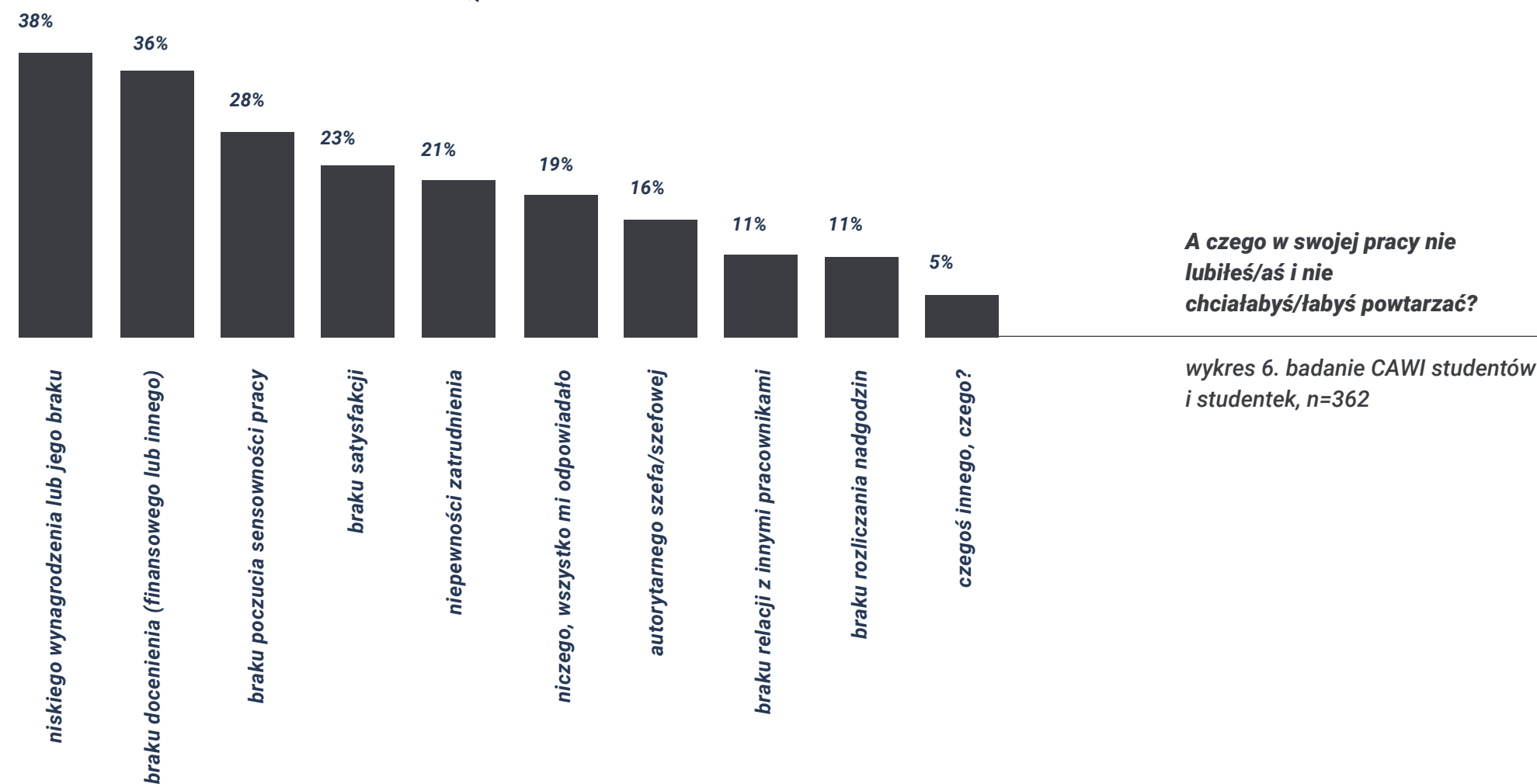
wykres 4. badanie CAWI studentów i studentek, n=362

Wyniki dotyczące podejmowanych aktywności rzutują na plany na przyszłość. Wykres po prawej stronie wskazuje, że po skończeniu studiów praca „u kogoś” nadal interesuje ok. 36%, ale odsetek tych, którzy gotowi są na prowadzenie własnej działalności jest również znaczący – 26%. Współgra to z opowieściami młodych ludzi, którzy własną działalność widzą jako kolejny krok w rozwoju kariery zawodowej, coś bardziej zaawansowanego niż praca na czyjeś zlecenie. Jak mówi jeden z rozmówców: **Być przedsiębiorczym, a umieć coś zrobić, to dwie różne rzeczy!**



Co cenileś/aś w podejmowanych aktywnościach?

wykres 5. badanie CAWI studentów i studentek, n=362



A czego w swojej pracy nie lubiłeś/aś i nie chciałaś/łabyś powtarzać?

wykres 6. badanie CAWI studentów i studentek, n=362

Wiemy więc, że przedsiębiorczość rozumiana wąsko, czyli wyłącznie jako forma zdobywania pieniędzy, nie jest dla studentek/studentów pierwszym wyborem. Należy więc przyjrzeć się wartościom, które cenią młodzi ludzie w byciu aktywnym, by odnaleźć klucz do ich przedsiębiorczości.

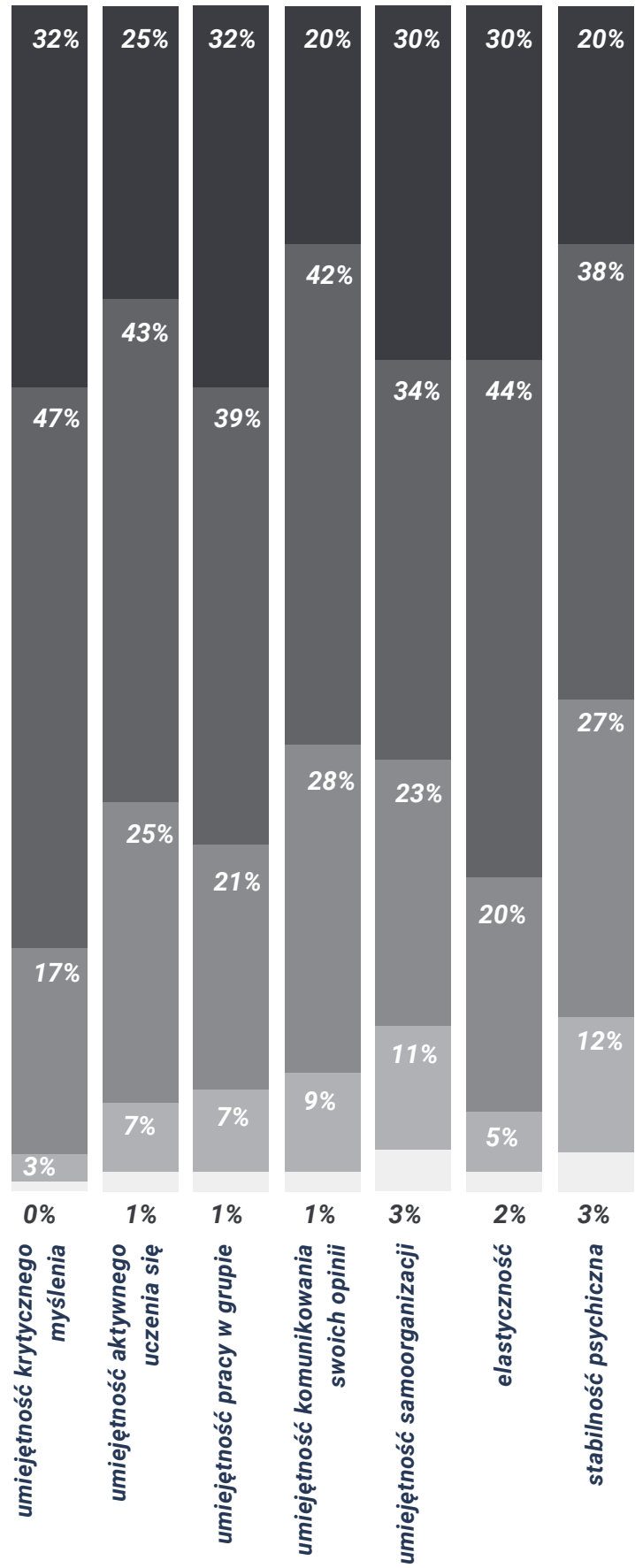
Pytane o dotychczasowe doświadczenia grono studenckie najbardziej doceniało **możliwości rozwoju i zdobywanie doświadczenia** (76%). Cenionym elementem były również środki finansowe płynące z pracy, które można przeznaczyć **na przyjemności** i pasję (61%) oraz elastyczne godziny pracy (60%). Ponad połowa badanych doceniała, że zarabia pieniądze na życie (53%), ma poczucie, że robi coś ważnego (53%), a także atmosferę w zespole (52%). Dla respondentek i respondentów najmniej istotne były stabilizacja i stałe godziny pracy.

Z kolei niemal 40% studentek i studentów **przeszkadzało w pracy niskie wynagrodzenie lub jego brak** i brak docenienia ich pracy. 28% **brakowało też poczucia sensowności** pracy, a co za tym idzie, odczuwało **brak satysfakcji** (23%). Widzimy więc, że aktywność, bycie przedsiębiorczym, to z jednej strony nastawienie na rozwój, poszerzenie horyzontów, pozyskanie nowych doświadczeń, z drugiej musi wiązać się z satysfakcją (też finansową), przyjemnością, pasją. Młodzi ludzie muszą się czuć dobrze ze sobą i z innymi. To jest klucz!

Samoocena studentek i studentów jest relatywnie wysoka. W największym stopniu przyznają sobie umiejętność krytycznego myślenia (79%) oraz elastyczność (74%). W najmniejszym stopniu opanowanie umiejętności samoorganizacji (14%), a także stabilność psychiczną (15%).

W jakim stopniu
opanowałaś/opanowałeś
poniższe umiejętności/cechy?

wykres 7. badanie CAWI studentów
i studentek, n=362



w niewielkim stopniu w bardzo dużym stopniu

5 4 3 2 1

JustStart — wytrwałość

przedsiębiorczość studencka, czyli —
Determinacja, by zamienić pomysły w czyn i zaspokoić
potrzebę osiągnięcia celów (indywidualnych lub grupowych);
odporność na presję, przeciwności losu
i chwilowe niepowodzenia

Powyższe dane potwierdzają inne opracowania dotyczące pokolenia współczesnych studentek i studentów. Na podstawie trzech¹² raportów, a także badań CAWI, prowadzonych przez nas na potrzeby tego raportu, widać, że szczególnie istotne jest dla nich: zdrowie psychiczne, wyzwania współczesnego świata związane z klimatem, własna przyszłość finansowa oraz polaryzacja społeczeństwa i nierówności.

— zdrowie psychiczne

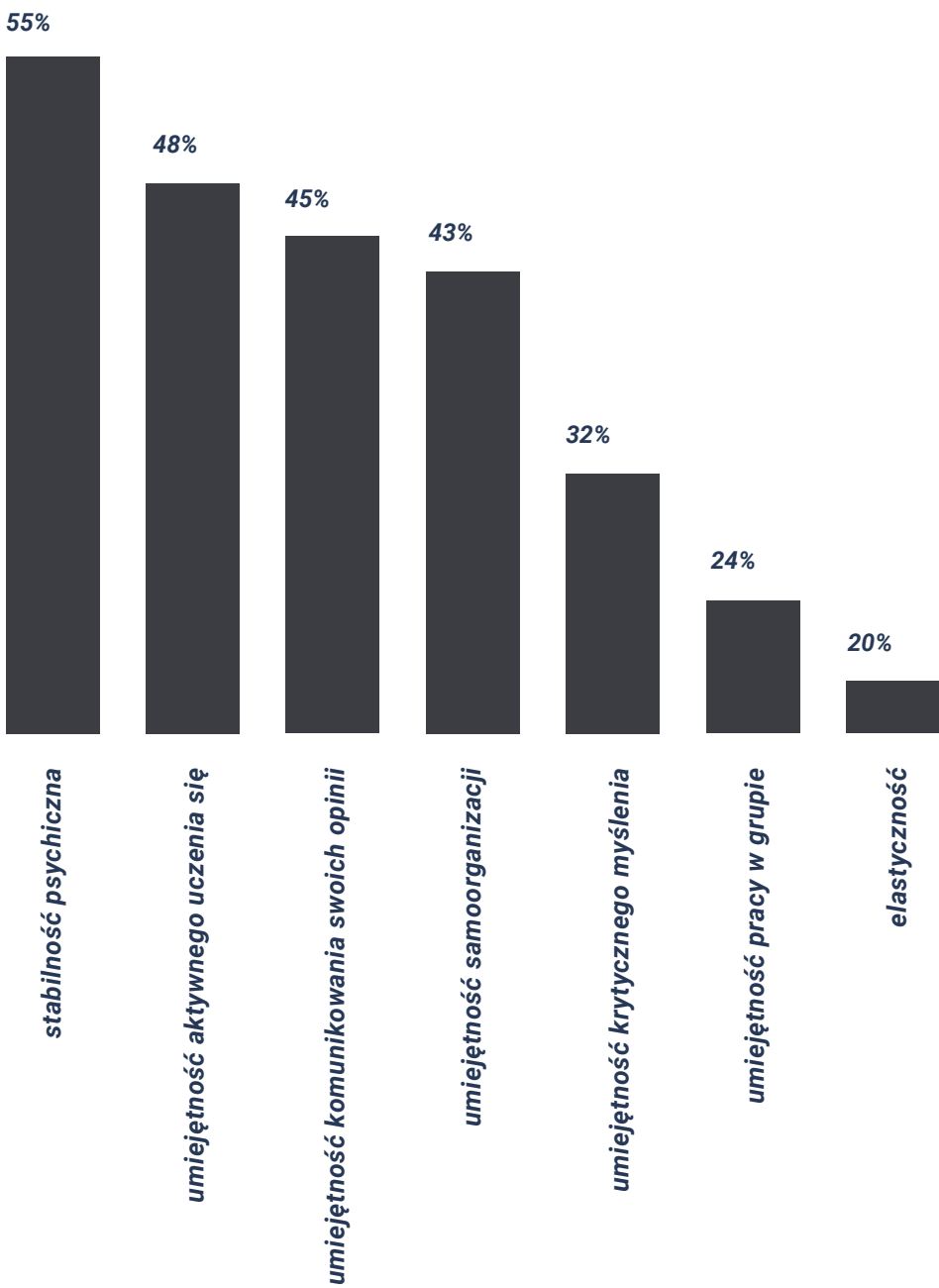
Lektura raportów nie napawa optymizmem. Wynika z nich m.in., że to pokolenie, żyjące w ciągłym stresie, dodatkowo w czasie pandemii pozbawione jest tego, co ceni najbardziej, czyli bliskich i bezpośrednich relacji:

Pandemia sprawiła, że w swojej dorosłości musieli się nagle cofnąć, co spowodowało u nich stres, poczucie zależności i zachwiało ich autonomią. (...) Pokolenie nie chce podbijać świata – raczej walczy, żeby utrzymać się na powierzchni, w dobrym stanie psychicznym wobec tego wszystkiego, co się stało nie tylko przez pandemię, ale też w związku z narastającym pędem świata. Poradzić sobie samemu z sobą, uprawiać self-care i slowlife, dbać o środowisko, być etycznym konsumentem, mieć stabilne i pewne źródło dochodów¹³.

Badani studenci UW i WUM wskazali, że potrzebują pracować nad stabilnością psychiczną (55%). Prawie połowa chce aktywnie umieć się uczyć (48%) i komunikować swoje opinie (45%). Aż 43% wspomina także o samoorganizacji. W zmiennym, zaskakującym świecie nie chcą rozwijać elastyczności, bo mają potrzebę stałości.

Które z wymienionych umiejętności chciałbyś/chciałabyś rozwijać?

wykres 8. badanie CAWI studentów i studentek, n=362



12.Raport „Milleniali 2020” Deloitte, raport „Uwarunkowania objawów depresji i lęku uogólnionego u dorosłych Polaków w trakcie epidemii Covid-19 - raport z pierwszej fali badania podłużnego”, Wydział Psychologii Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2020, oraz raport „Gen Z. Jak rozumieć dziś pokolenie jutra”, Infuture Hatalska Foresight Institute, Warszawa 2019.
13.Za: raport „Milleniali 2020 – Polska”, Deloitte

39% respondentów i respondentek w badaniu przeprowadzonym przez Deloitte twierdziło, że odczuwa stres stale. Jest też przekonanych, że ich **zadowolenie z życia będzie mniejsze** w porównaniu z zadowoleniem życia ich rodziców. "Pokolenie Z" najczęściej pracowało w branży gastronomicznej, turystycznej, które szczególnie ucierpiały przez pandemię. Część studentek/studentów i młodych dorosłych **zamiast wchodzić na rynek pracy, zostało zmuszonych do powrotu do domu rodzinnego**. Znowu stają się zależni finansowo od swoich rodziców.

Badania psychologiczne pokazują, że **pandemia spowodowała nasilenie symptomów depresyjnych i lękowych również u młodych ludzi**. Osoby w przedziale wiekowym 18–24 lata charakteryzują się najwyższym poziomem objawów depresji i lęku oraz różnią się istotnie pod tym względem od wszystkich pozostałych grup wiekowych¹⁴. Najbardziej problematyczne są dla nich: **ograniczenie w poruszaniu się i podróży, brak spotkań z przyjaciółmi i najbliższymi oraz poczucie ograniczenia wolności** (decydowania o sobie). W porównaniu do osób powyżej 54. roku życia "pokolenie Z" odczuwa **wyższy poziom samotności, zagubienia i nudy w trakcie pandemii**. Częstsze są również u nich problemy w relacjach z rodziną.

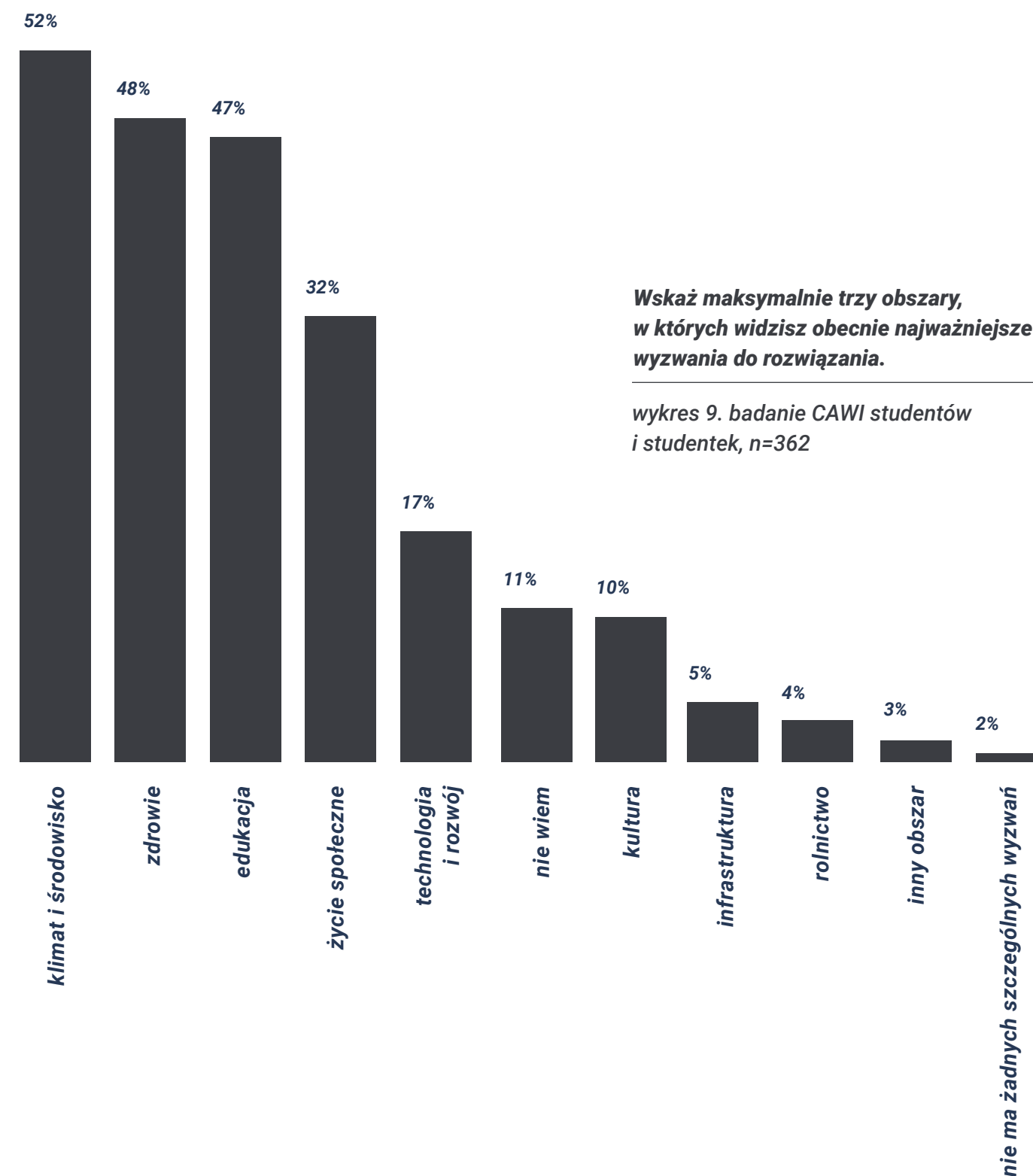
— stan klimatu i inne wyzwania

"Pokolenie Z" martwi się o klimat i jest jak najbardziej świadome nieodwracalności zmian spowodowanych przez człowieka. Wkrada się tu znaczny pesymizm – co trzeci młody człowiek uważa, że jest już za późno, żeby naprawić szkody wyrządzone planecie, a prawie połowa ankietowanych wątpi w skuteczność działań podejmowanych w celu ochrony planety.

Najważniejsze wyzwania według badanych przez nas studentek i studentów zauważalne są w obszarze klimatu i środowiska (52%), zdrowia (48%), edukacji (47%). Najmniej wyzwań ich zdaniem jest w obszarze rolnictwa (4%) i infrastruktury (5%).

14. Uwarunkowania objawów depresji i lęku u ogólnionego dorosłych Polaków w trakcie epidemii Covid-19, Gambin i inni, 2020

Jeśli chodzi o klimat i środowisko, osoby biorące udział w badaniu wskazywały, że największym wyzwaniem jest globalne ocieplenie i zanieczyszczenie planety. Temat zdrowia jest teraz powszechnie obecny i ważny ze względu na pandemię COVID-19. Innym zwracającym uwagę aspektem jest trudna sytuacja służby zdrowia (przepełnione szpitale, niewydolność NFZ, słaby dostęp do wysokiej jakości usług medycznych, brak profilaktyki i choroby cywilizacyjne).



Osoby biorące udział w badaniu wskazywały największą różnorodność problemów do rozwiązania w **edukacji**, np. przestarzały i nieefektywny system, brak praktycznego przygotowania młodzieży, opieranie się tylko na teorii i „suchej” wiedzy, brak indywidualnego podejścia, mało innowacyjnych metod nauczania, brak uwzględnienia w programie nauczania przestrzeni na edukację seksualną oraz naukę o równości i tolerancji.

Wyzwania z obszaru **życia społecznego** dotyczą w dużej mierze dyskryminacji, braku akceptacji inności, polaryzacji społeczeństwa, przeniesienia kontaktów i relacji do Internetu, braku dialogu i zrozumienia. W obszarze **kultury** wskazano zbyt mały dostęp do niej, zbyt drogie bilety wstępu, brak edukacji kulturalnej i kształcenia, jak być odbiorcą kultury. Zaś w **technologii i rozwoju** osoby badane jako wyzwanie wskazały pracę zdalną, cyfryzację każdego z elementów życia, szybko postępujący rozwój technologii.

Wyraźnie widoczna jest także wysoka świadomość osób studiujących w zakresie wyzwań, przed jakimi stoją **miasta**. Osobom które kładą większy nacisk na renowację zabytkowych budynków zamiast budowania drapaczy chmur, doskwiera brak przestrzeni, w której można odciąć się od codziennego zgiełku. Postulują promowanie ścieżek rowerowych i polepszenie stanu infrastruktury kraju, umożliwienie łatwiejszego transportu oraz poprawę infrastruktury zielonej, przy jednoczesnym zachowaniu tempa rozbudowy miast i dostosowaniu ich do ludzkich potrzeb. Jako powód do zmartwień wskazywana była kondycja rynku mieszkaniowego.

— finanse

Podejście "pokolenia Z" do kwestii finansów jest świadome i ostrożne. W dłuższej perspektywie czasowej pojawia się **niepokój i lęk**. W poruszanych przez nich tematach w mediach społecznościowych coraz częściej pojawia się kwestia nierówności dochodów i nierównego rozkładu bogactwa na świecie.

Badanie „Gen Z” pokazuje, że generacja Z **zdecydowanie bardziej pragmatycznie podchodzi do tematu finansów** niż starsi (ok 55% stara się oszczędzać pieniądze¹⁵). Potrzeba oszczędzania jest wynikiem warunków i kształtu współczesnego świata, oferującego nieskończone możliwości, ale zarazem bardzo niepewnego. Społeczeństwo jest spolaryzowane, a sytuacja ekonomiczna niestabilna.

— odpowiedzialność biznesu

W 2018 roku 51% ankietowanych w badaniu Deloitte wskazywało na pozytywny wpływ przedsiębiorstw na społeczeństwo. W 2020 roku twierdziło tak już tylko 36%¹⁶. Pandemia odcisnęła piętno na poczuciu zadowolenia z przyjętych dotychczasowych rozwiązań i powoduje, że poddajemy je weryfikacji. To może oznaczać potrzebę nowych liderów i postaw. Według badanych z tego raportu można wnioskować, że będą to przede wszystkim **liderzy NGO-sów i organizacji non-profit (55% wskazań)**. To oni znaleźli się na pierwszym miejscu wśród osób i organizacji mających pozytywny wpływ na świat, takich, którym można ufać¹⁷.

Bardzo budujące w tym kontekście są wyniki badania "GEN Z" opracowanego przez Infuture Hatalska Institute, którego respondentki i respondenci wskazały/li, że w przyszłości przewagę na rynku pracy będą gwarantować (w kolejności): kreatywność i innowacyjność (19%), przedsiębiorczość (18%), umiejętność odnalezienia się w różnych zespołach (17%) i twórcze rozwiązywanie problemów (16%). To pole dla uczelnianych inkubatorów przedsiębiorczości!

Biorąc pod uwagę wszystkie obawy, **młodzi ludzie, pytani o to, czy mimo wszystko warto być aktywnym/przedsiębiorczym, nie mają wątpliwości, że taka postawa w ich wieku jest korzystna i opłaca się!**

15. Raport „Gen Z” Infuture Hatalska Institute

16. Odpowiedź na pytanie: Jaki Twoim zdaniem wpływ przedsiębiorstwa na świecie wywierają na społeczeństwo, w którym prowadzą działalność?

17. Odpowiedź na pytanie: Czy uważasz, że wpływ wskazanych grup ludzi i organizacji na Ciebie i świat, w którym żyjesz, jest pozytywny czy negatywny?

opłaca się być aktywnym, ponieważ:

¹ jesteś na innym poziomie niż rówieśnicy, gdy zaczynasz życie zawodowe

² jesteś młody/młoda i masz większą skłonność do ryzyka

³ wciąż masz rodziców jako wsparcie, na wet jak nie pójdzie ci biznes, zapewnią ci miękkie lądowanie

⁴ studencka aktywność nie skończy się upadłością osobistą, czym często ryzykują dorośli

⁵ świat ma większą tolerancję na twoje błędy

⁶ banki i instytucje kredytowe traktują Cię chłodno, więc, paradoksalnie nie dostaniesz kredytów, które Cię przerosną!

⁷ masz szansę na stypendium naukowe czy socjalne jako rodzaj zabezpieczenia finansowego

źródło : Opracowanie własne na podstawie wywiadów ze studentami

Podsumowując, przedsiębiorczość studencka (w rozumieniu zakładania firmy) **jest bezpieczniejsza** niż ta, którą podejmuje się, będąc w pełni dorosłym i samodzielny człowiekiem. Niekiedy przez same osoby studiujące jest traktowana jako przedsiębiorczość „na niby”, mniej poważnie. Można to uznać za trudność, ale także za pozytyw.

Studentki i studenci na pytanie o swoją przedsiębiorczość wskazali, że:

¹ jest taka *lightowa*, ponieważ wiąże się z mniejszym ryzykiem;

² większa część rozmówców nie postrzegała siebie jako osoby przedsiębiorczej, choć wszyscy byli aktywni;

³ pozostali uznają siebie za osoby przedsiębiorcze, biorąc pod uwagę rozumienie przedsiębiorczości jako umiejętności łączenia wielu rzeczy naraz, np. studiów, pracy czy swojego hobby, kreatywności i ogólnej zaradności życiowej.

Jednocześnie eksperci podkreślają, że w ramach misji uczelni najsilniej akcentowany musi być wątek nauki postaw przedsiębiorczych, a nie wątek monetyzowania, zarabiania. Innymi słowy, uczelnia zajmuje się przedsiębiorczością osób studiujących, by wyposażyć je w kompetencje, wiedzę i przygotować do dorosłego zawodowego życia, a nie po to, by umożliwić im jedynie zarabianie. Aby pogodzić obie te perspektywy, trzeba przytoczyć koncepcję *learning by doing*, która sprawdziła się już w wielu projektach.

Badane osoby studiujące wyraźnie wskazują szereg potrzeb, które, inspirując się różnymi znanymi z literatury klasyfikacjami, prezentujemy w 3 obszarach:

osobowościowym, behawioralnym i menadżerskim.

— **osobowościowy**

wyraźne wskazanie, że jest pewien zestaw cech osobowościowych, które wspierają postawę przedsiębiorczą, ale jednocześnie deklaracja, że można się tego nauczyć. Uczelnie mają do zaoferowania sporo, nawet poprzez stare i dobrze znane struktury:

¹ koła naukowe – kształtują odwagę, dociekliwość, nieustępliwość, krytyczne myślenie;

² samorządy, zrzeszenia studenckie – to nauka motywacji wewnętrznej i brania odpowiedzialności za siebie i innych. Silnie wiąże się z trenowaniem wytrwałości, bo praca z osobami studiującymi nie jest łatwa;

³ biura karier – często także mają oferty w zakresie doradztwa, które uczy nazywać swoje motywacje – atuty i potencjały;

⁴ inkubatory – podczas warsztatów, projektów umożliwiają przyglądanie się sobie i innym w działaniu, refleksje i analizowanie swoich mocnych stron oraz obszarów do rozwoju.

— **behawioralny**

rozumiany jako grupa potrzeb związanych z konkretnymi umiejętnościami – kompetencjami twardymi i miękkimi, które pozwolą młodemu człowiekowi wejść na ścieżkę przedsiębiorczości. Tu uczelnie mają do zaoferowania najwięcej, ponieważ wskazane cechy można rozwijać poprzez:

¹ przedmioty kierunkowe i dodatkowe na części uczelni wybierane jako ECTS – są najczęściej źródłem wiedzy, choć jest tu przewaga teorii. Ale osoby studiujące mogą na nich usłyszeć np. o formach podatków, firm i wymagań względem nich, ale już nie przećwiczyć w praktyce tę wiedzę (czego potrzeba była zgłaszana);

² koła naukowe, wspólne projekty realizowane w ramach inkubatorów – oprócz kierunkowej wiedzy ćwiczą wystąpienia publiczne, negocjacje, argumentowanie, pracę w zespołach;

³ samorządy, zrzeszenia studenckie – to kuźnia umiejętności kooperacyjnych, negocjacyjnych i nade wszystko organizacyjnych. Dodatkowo osoby studiujące uczą się odpowiedniego PR, umiejętności dotarcia z informacją do odpowiedniej grupy odbiorców;

⁴ biura karier – najczęściej nastawione są wprawdzie na połączenie osób studiujących i pracodawcy, ale w międzyczasie wzmacniają umiejętności tych pierwszych w określaniu ich mocnych/słabych stron, rozpoznaniu atutów i autoprezentacji, tworzeniu CV, coachingu, określeniu celów zawodowych itp.

— menadżerski

na koniec osoby studiujące wyraźnie zgłaszają potrzeby w zakresie kompetencji menadżerskich, czyli profesjonalnej wiedzy i umiejętności dotyczących rozwiązywania problemów, a także księgowości, podatków, PR czy marketingu, a niekiedy też zarządzania zespołem, znajomości umów, pracy z klientem. Nade wszystko jednak pozyskiwania partnerów finansowych, prowadzenia negocjacji, umiejętności rozmów biznesowych i sprzedażowych w kontekście swojego nowego produktu/rozwiązania.

W przypadku tych potrzeb nie wszystkie uczelnie mają ofertę dla osób studiujących. Z dostępnych i zgłoszonych w badaniu są:

¹ biura karier – w przypadku, gdy na uczelni nie ma inkubatora, biura te często przejmują część zadań i oferują osobom studiującym doradztwo eksperckie (np. w zakresie tworzenia biznesplanu czy zakładania firmy), warsztaty umiejętności negocjacyjnych, gry symulacyjne itp.

² inkubatory przedsiębiorczości lub projekty grantowe o charakterze inkubatora to miejsca, w których osoba studiująca może pod opieką mentora przejść cały proces od doprecyzowania pomysłu, stworzenia zespołu, przez akcelerację, poprzez prototypowanie usługi/produktu, aż po założenie firmy/startupu i poszukiwanie inwestorów.

JustStart

przedsiębiorczość studencka, czyli — **empatia**

Zrozumienie emocji, doświadczeń i wartości drugiej osoby oraz zapewnienie adekwatnych odpowiedzi



Trzeba więc zdać sobie sprawę, że studenci mają cały szereg potrzeb w zakresie przedsiębiorczości, które uczelnia może wzmacniać także poprzez tradycyjne formy. Jest jednak pewien rodzaj potrzeb profesjonalnych, których doraźne rozwiązania nie zaspokajają. **W tym obszarze inkubatory okazują się niezastąpione.**

Nawet wzięwszy pod uwagę, iż mają one różne formy wsparcia i zakresy oferty, są dla osoby studiującej tym miejscem, gdzie na poważnie może on zacząć myśleć o swoim biznesie. Pozostałe formy wsparcia na uniwersytetach – włączając w to także biura karier – obsługują potrzeby z dwóch pierwszych grup – czyli *de facto* przygotowują studenta od strony jego dyspozycji interpersonalnych i pewnych umiejętności/zachowań społecznych, które jednak można spożytkować także w pracy najemnej. Ten podział zadań jest na uniwersytetach dość dobrze rozpoznawany.

Jak ktoś chce mieć firmę czy startup i jest zaawansowany z pomysłem, no to już wiem, że trzeba go odesłać do inkubatora – mówi jeden z rozmówców. Inkubator jest naturalnym kierunkiem poszukiwań – więc jeśli go nie ma na uczelni, studenci szukają inkubatora miejskiego lub komercyjnego.

Ale trzeba wyraźnie powiedzieć, że inkubatory i władze uczelni mają do odrobienia dużo pracy w zakresie informowania o swojej ofercie. Na podstawie zrobionych wywiadów wiemy, że nie tylko studentki/studenci nie wiedzą o ich istnieniu na uczelni. Nie wie o tym także kadra – na co zwracają uwagę przedstawiciele inkubatorów.

Motywacje do działania to jeden obszar aktywności. Ale co wpływa na gotowość do zakładania firmy? Wyniki badania Global Entrepreneurship Monitor z 2019 roku wskazują, że najsilniej działa potrzeba usamodzielniania się (27%) oraz wykorzystania dotychczas zdobytego doświadczenia (23%) wskazań¹⁸.

Warto podkreślić, że wskazano „doświadczenie”, a nie „wiedzę”. Biorąc pod uwagę deklaracje respondentów i respondentek badania, można wskazać dwie grupy czynników – wspierających i hamujących rozwój podstaw przedsiębiorczych u osób studiujących.

Na podstawie rozmów z osobami studiującymi wiemy, co zachęca je do włączania się w aktywności na uczelni, które mogą, choć nie muszą, skutkować powstaniem własnego biznesu.

tabela 2.
Czynniki motywujące do podjęcia aktywności i działań przedsiębiorczych

źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów

18. Raport: Global Entrepreneurship Monitor Polska 2020, raport z badań, PARP, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, s. 94

motywatory/czynniki wzmacniające	To dostęp do informacji i jednocześnie uwiarygodnienie i reklama oferty inkubatora, zwłaszcza gdy ktoś miał nienajlepsze doświadczenia z zajęciami z podstaw przedsiębiorczości.
poznaję osoby pracujące w inkubatorze i przez to, że prowadzą też inne zajęcia	
szukam projektów/zajęć, które pozwolą mi połączyć wiedzę i teorię	Oferta zbyt teoretyczna nudzi osoby studiujące, większość z nich pracuje podczas studiów i zadaje sobie pytania o to, co w praktyce może przynosić im dobry dochód i mieć wpływ na zmiany.
spotykam, poznaję osoby, którym się udało	Role model dla postaw przedsiębiorczych osób to są raczej realne, bliskie przykłady (starszy student) niż te oderwane od lokalnych realiów (Elon Musk, choć też był kilka razy wskazany). Pokazywanie bliskich, lokalnych liderów jest najbardziej skuteczne i najbardziej oddziałuje na studentów.
biorę udział w pracach kół naukowych	Zwłaszcza gdy dają też szansę na pozyskanie dodatkowych benefitów (w postaci grantu, projektu, występów w różnych gremiach).
staż podejmuję w firmie, która współpracuje z inkubatorem	To uwiarygadnia firmę i daje prestiż inkubatorowi.
uwielbiam networking!	Zarówno ten z innymi osobami studiującymi, jak i znalezienie kontaktów dzięki prowadzącym (rekomendacje biznesowe). To odpowiedź na potrzeby rozwoju osobistego i społecznego z jednoczesnym zyskiem merytorycznym. Praca ma być przyjemna i dawać satysfakcję!
mam silną potrzebę samodzielności, uniezależnienia się	Niemal każda osoba studiująca pracuje podczas studiów – to wzmacnia postawy usamodzielnienia i zdobycia doświadczenia.
lubię wybór i wzmocnienie	Nie wszystkich interesuje przedsiębiorczość, ale dla wielu osób wzmocnienie w postaci punktów ECTS jest ważne i daje szansę na „połknięcie haczyka”.
lubię wymierne korzyści (dofinansowanie, certyfikat, doradztwo eksperta)	To nie tylko punkty ECST, ale też certyfikaty czy zaświadczenia, które są przydatne gdy osoby studiujące szukają zatrudnienia.
dobrze mieć miękkie lądowanie	Wiele młodych osób podejmuje ryzyko podczas studiów z przekonaniem „jeśli się uda, będę bogatszy – jeśli nie wyjdzie, nie poniosę wielkich szkód”. Nie oznacza to lekceważenia, ale rodzaj poczucia bezpieczeństwa i możliwości eksperymentowania w czasie studiów.

Dodatkowo warto zwrócić uwagę na rozwiązanie, które opiera się na Porozumieniu Akademickich Centrów Transferu Technologii: Projekt z Centrum Innowacji i Transferu Technologii. Podejście, w którym łączy się dwie grupy: osoby studiujące i naukowców – cenna dla obu stron jest ich wspólna praca. Synergia różnych podmiotów i włączenie się w dojrzałe (skierowane także do kadry) projekty jest zachętą i ważnym znakiem dla studentów.

Motywująco działa także docenienie aktywności osób studiujących. Wszystkie aktywności związane z zauważaniem i promowaniem studenckiej działalności (jak gala wręczenia nagród czy zakładka i portfolio na stronie uczelni lub wysyłanie osób studiujących na różne targi, hackathony, konferencje na temat startupów) bardzo wzmacniają postawy proaktywne. Tego brakuje, podobnie jak otwartości na realnie skrojone budżety inwestycyjne studenckich projektów.

W badaniu przeprowadzonym na potrzeby tego raportu wskazywano wiele cech, z których część stanowi element osobowości (jak odwaga), a inne, które są kluczowe dla innowacyjnego procesu, takie jak kreatywność, w większym stopniu podlegają kształtowaniu i wypracowaniu. Te najczęściej wymieniane, pokazane są na poniższym schemacie. Nie wyczerpują one jednak zagadnienia przedsiębiorczości.

przed- siębior- czość to:



Badani zwracali uwagę, że główną motywacją osób studiujących jest rozwiązywanie problemu, odpowiedzenie na braki, trudności, potrzeby, które widzą w otoczeniu. I co szczególnie ważne: nie jest to tożsame z zarabianiem pieniędzy.

Na koniec trzy
studenckie głosy,
które mówią,
co im pomoże
rozwinąć skrzydła:

*Zachęca nas docenienie
przez grono uczelniane,
małe kroki.
Cele do osiągnięcia,
większe przyzwolenie na
to, że się nie uda,
poczucie bezpieczeństwa,
prestiż.*

*Świadomość,
że się uczymy,
ale może się
nie udać.*

*W inkubatorze ktoś
w nas wierzy.
Zawsze można się
skonsultować,
mam poczucie,
że nie jest się
samemu.*

JustStart

przedsiębiorczość studencka, czyli — **gotowość na ryzyko**

Stwarzanie sobie okazji do odniesienia sukcesu z jednoczesną świadomością możliwości poniesienia porażki
Odgrywa ważną rolę w działaniach innowacyjnych, twórczości, podejmowaniu decyzji i rozwiązywaniu problemów

Zidentyfikowaliśmy też szereg czynników, które działają kontrproduktywnie i mogą hamować aktywność osób studiujących.

tabela 3.
Czynniki demotywujące do podjęcia aktywności

źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów

demotywatory/czynniki zniechęcające	
nie wiem o istnieniu inkubatora i nie znam oferty	Słaba promocja na uczelni zarówno marketingiem szeptanym wśród osób studiujących, jak i wśród kadry dydaktycznej, która czasami nie wie o istnieniu inkubatora lub nie zna jego oferty, powoduje, że praca wielu osób jest nieskuteczna i nieefektywna, a wiele studenckich potencjałów jest marnowanych.
nie mam wiedzy, jak pozyskać wsparcie finansowe	Choć małe granty są możliwe w różnych inkubatorach, w tym w IUW, to są to raczej wyjątki niż reguła. Jednocześnie zaawansowany pomysł w pewnym momencie domaga się dokapitalizowania (z inkubatora lub przez inwestora), brak tej możliwości niekiedy skutkuje fiaskiem procesu inkubacji.
jestem aktywny, ale mało kto to docenia!	Kadra dydaktyczna ocenia studentów za wyniki w nauce, poboczne działania są doceniane raczej jako atut podczas rozmowy o pracę w prywatnej firmie. Rzadko jednak uczelnie robią swoim aktywnym przedsiębiorczym studentkom i studentom reklamę, dobry PR, wzmacniając ich markę osobistą. Inkubatory nie mają też mechanizmów promocji swoich „wynalazców”.
obawiam się o własność mojego pomysłu	Z jednej strony osoby studiujące obawiają się, że ktoś im ich pomysł ukradnie na rynku, z drugiej też trochę obawiają się, że spółka uniwersytecka także zyska na nich więcej niż oni sami. Brak wiedzy w zakresie własności intelektualnej prototypu/wynalazku.
uczelnia promuje siebie (poprzez liczbę wynalazków czy startupów), a nie mnie jako przedsiębiorczą osobę	Takie przekonanie powoduje nieufność do wiązania się w formalny sposób. Osoba studiująca ma często strategię – chcę dużo wziąć, nauczyć się, ale z biznesem pójdę na zewnątrz. Biorąc pod uwagę wypowiedzi osób studiujących, widać też brak dostatecznej informacji o możliwościach i prawach, które mają (obawa przed oszukaniem).

Kilka innych wypowiedzi studentów mówiących o barierach.

Mnie zniechęca, że nikt o tym nie wie, brak zainteresowania kadry, brak docenienia dokonań studentów. Zniechęcają też zbyt zaawansowane oczekiwania, wymaganie długiej perspektywy czasowej, ogromnego zaangażowania.

Rozmawiałem ze znajomymi i podpytywałem, i to co mnie hamowało to to, że uczelnia by chciała duży udział i jest problem potem z prawami autorskimi.

To, co jest charakterystyczne, to że nasza aktywność jest okresowa, bo sesja właściwie zamraża wszystko.

Analiza dostępnych badań prowadzi do wniosku, że bariery na drodze do podjęcia działań przedsiębiorczych można podzielić na sytuacyjne i strukturalno-systemowe:

¹ Zdaniem osób studiujących do **barier sytuacyjnych** zalicza się brak wystarczających kwalifikacji ze strony uczelni, powszechny brak zaufania do przedsięwzięć studenckich, a także trudności w kontaktach między studentami a pracownikami uczelni, którzy nie angażują się wystarczająco we wspieranie studentów i studentek na tym polu.

² Do **barier strukturalno-systemowych** z perspektywy osób studiujących zaliczany jest brak środków finansowych, zbyt teoretyczne edukowanie, pozbawione praktycznego aspektu nastawionego na aktywność na rynku pracy, a także ograniczenia ze strony państwa związane z wysokimi kosztami pracy i podjęcia działalności gospodarczej, które jednak w ostatnich latach są sukcesywnie zmniejszane (np. zwolnienia z ZUS).

Wśród czynników hamujących, wymienianych w raportach, potwierdzają się zebrane w badaniu: brak kapitału, brak wiedzy na temat zakładania i prowadzenia firmy, obawa przed porażką, biurokracja, brak kontaktów biznesowych, brak wiedzy o instytucjach wsparcia biznesu. Czyżewska, 2018b

W grupie studiujących zawsze będą osoby, które będzie łatwiej zaangażować oraz takie, które będą bierne. Mimo to każdy ma potencjał bycia przedsiębiorczym, tylko nie otrzymał impulsu adekwatnego do swojego potencjału, by zacząć działać.

W badaniu jednogłośnie stwierdzono, że **przedsiębiorczości można się nauczyć** – jedni będą mieć do tego predyspozycje, a inni będą musieli włożyć więcej pracy. Nie jest to jednak postawa czy cecha nieosiągalna, elitarna albo niedostępna dla każdego. Zostało to potwierdzone również w badaniach, między innymi przez prof. dr hab. Jerzego Cieślika (2006, 2014)¹⁹.

Dlaczego więc w ramach inkubatorów nie powstaje wiele startupów? Odpowiedzią może być badanie GEM, gdzie wskazano czynniki, które powstrzymują Polaków przed zakładaniem firmy. Najczęściej wskazywane to:

¹ brak kapitału na rozpoczęcie działalności – 81%

² brak wiary we własne umiejętności – 77%

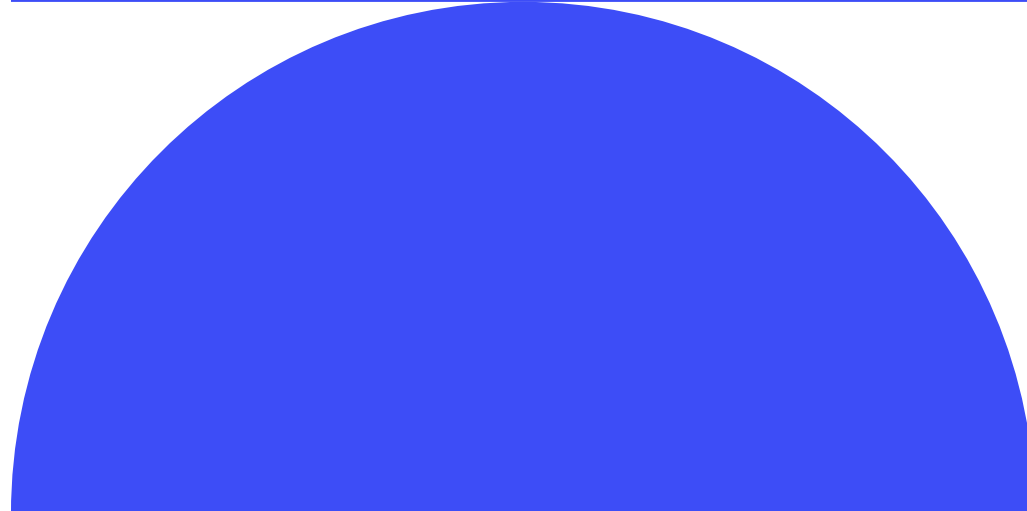
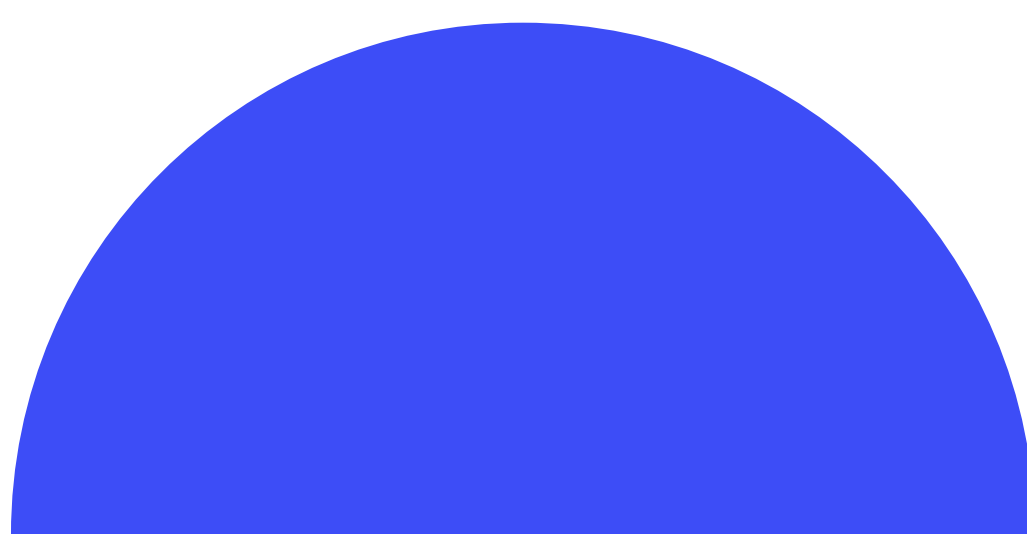
³ brak wiedzy branżowej i specjalistycznej niezbędnej do rozpoczęcia działalności – 55%

⁴ brak pomysłu na firmę – 53%

⁵ stałe zobowiązania finansowe (dzieci, kredyt itp.) – 51%

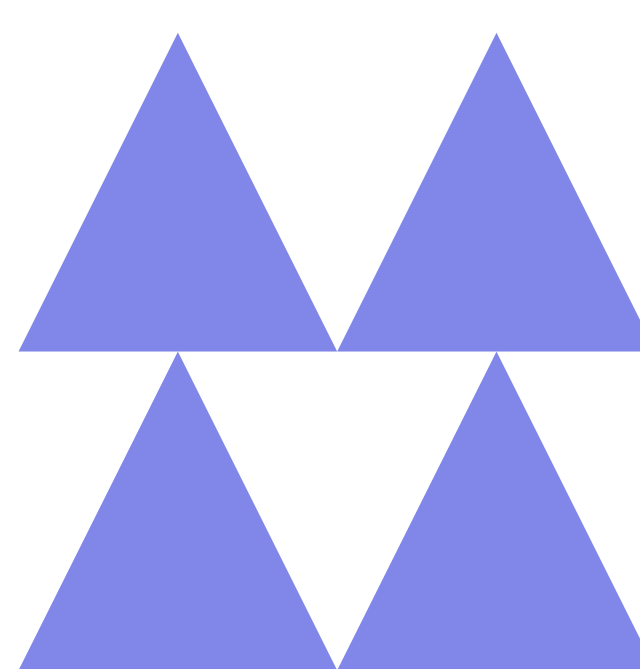
O ile więc część ograniczeń, szczególnie tych, związanych ze zobowiązaniami, jak rodzina czy kredyty, nie dotyczy osób studiujących, o tyle interesujący jest relatywnie wysoki odsetek braku wśród nich wiary we własne umiejętności czy przekonanie o deficycie umiejętności związanych z organizacją i zarządzaniem firmą. **Tu inkubatory studenckie mają pole do pracy i potencjalnych sukcesów.**

¹⁹ Cieślik, J. (2006). *Przedsiębiorczość dla ambitnych: jak uruchomić własny biznes*. Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne. Oraz Cieślik, J. (2014). *Przedsiębiorczość, polityka, rozwój*. Wydawnictwo Akademickie Sedno.



sylwetki osób działających w inkubatorach

Na koniec, mając na uwadze zarówno potencjały, jak i ograniczenia, z którymi mierzą się osoby studiujące, warto określić sylwetki czy też opisać strategie, które jakoś pokazują nam potencjalnych przedsiębiorców.



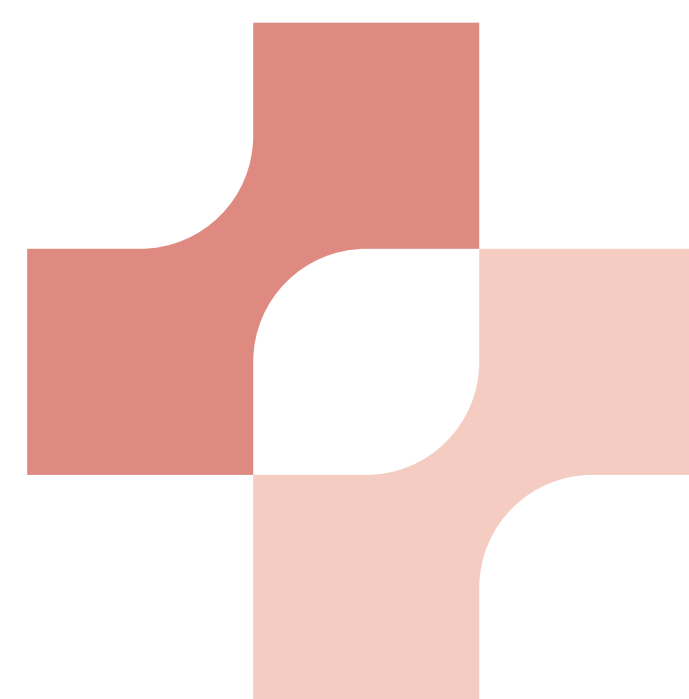
kreatorzy – startupowcy

Osoby z konkretnym pomysłem na biznes, wiedzące o możliwościach Inkubatora i aktywnie z nich korzystające, posiadające rozbudzony potencjał bycia przedsiębiorczym.



aktywiści

Osoby aktywne społecznie, które często od lat działają dla swojej społeczności zarówno w ramach organizacji uczelnianych, jak i poza nimi, kierując się wartościami – niekoniecznie zyskiem finansowym.



zapracowani

Osoby intensywnie dążące do rozwoju zawodowego poprzez dodatkowe aktywności poza studiami, ewentualnie w ramach kół naukowych, angażujące się przede wszystkim w pracę podczas studiów, posiadające pomysł na biznes, jednak pozbawione impulsu, by go zrealizować.



nieświadomi

Osoby stawiające sobie za cel ukończenie studiów i podjęcie po nich pracy, rozwój poza studiami jest dla nich ważny, jednak nie może on kolidować z nauką, zazwyczaj nie wiedzą i nie znają oferty inkubatora, wyrażają jednak chęć nauki przedsiębiorczości, ich potencjał nie jest wykorzystany.

Wskazane przez nas modele powinny stanowić rodzaj przewodnika dla realizatorów zadań w inkubatorach.

Na ten moment wydaje się bowiem, że planują one swoje oferty bez specjalnego określenia potencjalnego odbiorcy – osoby studiującej. Jak można sądzić, najbardziej pożądanym typem z punktu widzenia inkubatora jest grupa aktywistów, gdyż daje szanse inkubatorom na mierzalny efekt w postaci podmiotu gospodarczego/działalności/patentu/produktu. Znacząca część osób studiujących nie spełni tych założeń, co nie oznacza, że nie mogą być odbiorcami oferty inkubatora.

Patrząc z punktu widzenia trzech ścieżek, które oferują inkubatory, nie widać spójności. **Nieświadomi** są w zasadzie poza obszarem zainteresowania inkubatorów. Niemal wszyscy przedstawiciele inkubatorów świadomi są zbyt małej wiedzy o ich istnieniu wśród osób studiujących. **Aktywiści** z kolei najczęściej odnajdują się w działaniach o charakterze naukowym czy społecznym non-profit. W inkubatorach mogą skorzystać raczej z oferty szwedzkiego stołu, czyli samodzielnie próbować odnaleźć to, co może ich wesprzeć. Często jednak, ponieważ nie są to osoby nastawione na zysk, pozostają im oferty z zakresu aktywizacji, kreatywności, pracy zespołowej itp. Potencjalnie interesującą grupą są **zapracowani**, czyli ci, którzy są w ruchu, rozumieją wartość pracy, bycia aktywnym. Ich nie trzeba budzić, ale należy ukierunkować ich energię. Grupa idealna z punktu widzenia inkubatora to **kreatorzy startupów**. Takich osób jest jednak niewiele – również dlatego, że nie potrafią się one określić jako innowatorzy. Albo dlatego, że są osobami działającymi poza schematem, bardzo nieszablonowymi.

Powstaje więc pytanie o to, na jakiej grupie chcą lub powinny koncentrować się uczelniane inkubatory?

Obecnie oferty idą w kierunku grupy Zapracowanych i Kreatorów, przy czym wskaźniki sukcesu inkubatorów nastawione są głównie na grupę Kreatorów - Startupowców. Stoi to jednak w sprzeczności z deklarowanym podejściem, że przedsiębiorczości można się nauczyć.

Pytanie więc **o rolę inkubatora na uczelni** – czy ma za zadanie edukować/moderować postawy przedsiębiorcze czy raczej wyławiać/wyszukiwać osoby z potencjałem innowacyjnym? Badane inkubatory różnie ustosunkowują się do tego pytania. Pewną odpowiedź daje fragment opracowania dotyczącego Uniwersytetu Harvarda:

Otwarty model innowacji wspiera rozwój gospodarki opartej na wiedzy, w której podstawowym kapitałem jest wiedza zakumulowana w jednostce, a następnie produktywnie przez nią wykorzystana. Gospodarka oparta na wiedzy kojarzy się również z pojęciami, takimi jak: talent, tolerancja i szacunek dla człowieka, poszanowanie jego godności i indywidualności, a także rozwój technologii. Otwartość, kultura współdziałania, nakierowanie na dobro społeczne przy poszanowaniu jednostek są kluczowymi wartościami przyświecającymi aktywności naukowej oraz biznesowej.

Oferta inkubatorów

Załącznikiem do raportu są skrócone prezentacje ofert inkubatorów, które wzięły udział w badaniu. Ich przedstawiciele potwierdzili zebrane dane oraz je uzupełnili.

Bardzo dziękujemy za pomoc w ich przygotowaniu! Studenci i inne inkubatory będą mogli zapoznać się z ich ofertami.

JustStart

przedsiębiorczość studencka, czyli — **kreatywność**

Postawa twórcza i zdolność myślenia poza schematem. Proces umysłowy pociągający za sobą powstawanie nowych idei, koncepcji i skojarzeń. Myślenie prowadzące do uzyskania oryginalnych rozwiązań



AKADEMIA
LEONA KOŹMIŃSKIEGO

Kozminski Venture Lab

nazwa

Kozminski Venture Lab powered
by Kozminski Business Hub

uczelnia

Akademia Leona Koźmińskiego

rok powstania

Powstał w 2016 r. jako spółka-celowa głównej spółki zależnej Akademii Leona Koźmińskiego, czyli Koźmiński Business Hub. W ramach głównej spółki działają także jej marki produktowe: Venture Lab, Angels i Kozminski Research & Consulting

forma prawna

Spółka zależna od Akademii Leona Koźmińskiego, mająca formę prawną

strona www

<https://kozminskiventure.com/>

media społecznościowe

<https://www.facebook.com/KozminskiVentureLab/>

zespół

Zespół w 2021 roku liczy 6-7 osób. W zależności od projektu angażuje do współpracy profesorów, doktorantów, firmy partnerskie

przestrzeń

Jednostka dysponuje przestrzenią coworkingową w formie biura nieodpłatnie udostępnianego studentom

oferta

Usługi doradczo-mentorskie i inwestycyjne dla dojrzałych studenckich przedsiębiorstw i startupów.

¹ Program akcelacyjny, w dużej mierze dedykowany studentom i absolwentom ALK. Trwa sześć-osiem tygodni, obejmuje warsztaty, wykłady, konsultacje. Kończy się galą finałową, na której uczestnicy prezentują wypracowane pomysły czy modele biznesowe mentorom i tzw. Aniołom Biznesu

² Cykl webinarów o rozwoju biznesu od zera Wystartuj z Koźmińskim Venture Lab, który ma na celu stworzenie bazy do programu akcelacyjnego

³ Pre-startup meeting – pierwszy krok rekrutacji do programu, spotkanie z prelegentami – właścicielami firm

⁴ Wewnętrzne leothony/hackathony organizowane wspólnie z dużymi partnerami. To 24-godzinne challenge technologiczno-biznesowe, w trakcie których studenci opracowują biznesowe zadania, mając do dyspozycji konsultacje z mentorami oraz ekspertami z wielu dziedzin

⁵ Doraźnie doradztwo biznesowe zarówno dla początkujących, jak dojrzałych firm studenckich

studenci i startupy

2018/2019 Studenci dyplomowi (studia stacjonarne): 3423	2019/2020 Studenci dyplomowi (studia stacjonarne): 3744
Szkoła doktorska: 0	Szkoła doktorska: 7

Pre-inkubacje 2018/2019: 0 2019/2020: 17 2020/2021: 12	Inkubacje 2018/2019: 0 2019/2020: 0 2020/2021: 0
Pre-akceleracje 2018/2019: 4 2019/2020: 0 2020/2021: 8	Akceleracje 2018/2019: 4 2019/2020: 1 2020/2021: 8

Ponadto spółka Kozminski Business Hub, a dokładnie jej marka własna Kozminski Angels, pośrednio poprzez fundusz Simpect, zainwestowała w 26 startupów związanych pośrednio i bezpośrednio ze społecznością Akademii Leona Koźmińskiego. Startupy wykorzystują rozwiązania *machine learning*, artificial intelligence, *big data* w obszarach: rolnictwo, rozwiązania biznesowe dla przedsiębiorstw (zarządzanie umowami, relacjami biznesowymi), edukacja w formie e-learningu, a także rozwiązania telemedyczne. Wszystkie powyższe przedsięwzięcia łączy to, że są realizowane w obszarze zrównoważonego rozwoju wpisującego się w wizję uczelni.



Centrum Zarządzania Innowacjami i Transferem Technologii

POLITECHNIKA WARSZAWSKA

Inkubator Innowacyjności w ramach Centrum Zarządzania Innowacjami i Transferem Technologii

nazwa

Inkubator Innowacyjności
(z funkcją preinkubatora)

uczelnia

Politechnika Warszawska

rok powstania

2016

forma prawna

Komórka organizacyjna jednostki pozawydziałowej (o charakterze ogólnouczelnianym) – Centrum Zarządzania Innowacjami i Transferem Technologii PW. Inkubator jest wymieniony w regulaminie organizacyjnym PW w sekcji dot. Centrum

zespół

Zespół liczy 5 osób

strona www

<https://www.cziitt.pw.edu.pl/inkubator>

media społecznościowe

<https://www.facebook.com/cziitt>

<https://www.linkedin.com/company/cziitt-pw/>

przestrzeń

Jednostka dysponuje przestrzenią:

¹ sala warsztatowa/seminaryjna

² sala - project room (współdzielona) dla zespołów projektowych

³ biura dla firm inkubowanych w ININ

oferta

I. Etap preinkubacji, w ramach którego funkcjonują trzy typy programów wspierających przedsiębiorczość studentów i młodych naukowców:

¹ Akademia First Step: program skierowany do studentów zainteresowanych tematem tworzenia innowacji oraz zakładaniem i prowadzeniem własnej firmy. W trakcie warsztatów uczestnicy uczą się, jak przedstawiać swoje pomysły, uzyskują podstawową wiedzę dot. budowania modeli biznesowych oraz kwestii formalnych związanych z zakładaniem firmy. Długość trwania programu: 4 spotkania wykładowe + 4 warsztaty

² Program gotowości: studenci, młodzi naukowcy w ramach programu rozwijają pomysły biznesowe od pomysłu do „projektu biznesowego”, długość programu: 6–8 tyg

³ Akademia Menadżera Start-upu: celem programu jest podniesienie kompetencji studentów Politechniki Warszawskiej w zarządzaniu projektami biznesowymi o wysokim stopniu ryzyka. Praktyczne warsztaty oraz szkolenia online ułatwią studentom przejście ze świata akademickiego do świata korporacyjnego i startupowego. Długość trwania programu: 5 modułów tematycznych – 138 godzin

Dodatkowo absolwenci programów ININ przez kolejne dwa lata mogą korzystać z:

- konsultacji mentorów i ekspertów;
- przestrzeni do rozwijania projektów – „project room”

II. Oferta programu inkubacji:

Infrastruktura

- dostęp do wyposażonych biur 7 dni w tygodniu
- dostęp do internetu (Wi-Fi)
- dostęp do pomieszczeń wspólnych
- dostęp do sal spotkań na piętrze inkubatora (na zasadzie dostępności)
- dostęp do ksero
- obsługa korespondencji pocztowej przychodzącej

Nauka

- wsparcie kompetencji biznesowych i technologicznych z ekspertami i mentorami inkubatora
- pomoc w przygotowaniu najefektywniejszej ścieżki rozwoju

Innowacja

- dodatkowe usługi wsparcia dobrane do indywidualnych potrzeb każdej firmy na preferencyjnych warunkach
- dostęp do usług badawczych, laboratoriów i innych powierzchni CZLiTT PW na preferencyjnych warunkach na podstawie odrębnych umów

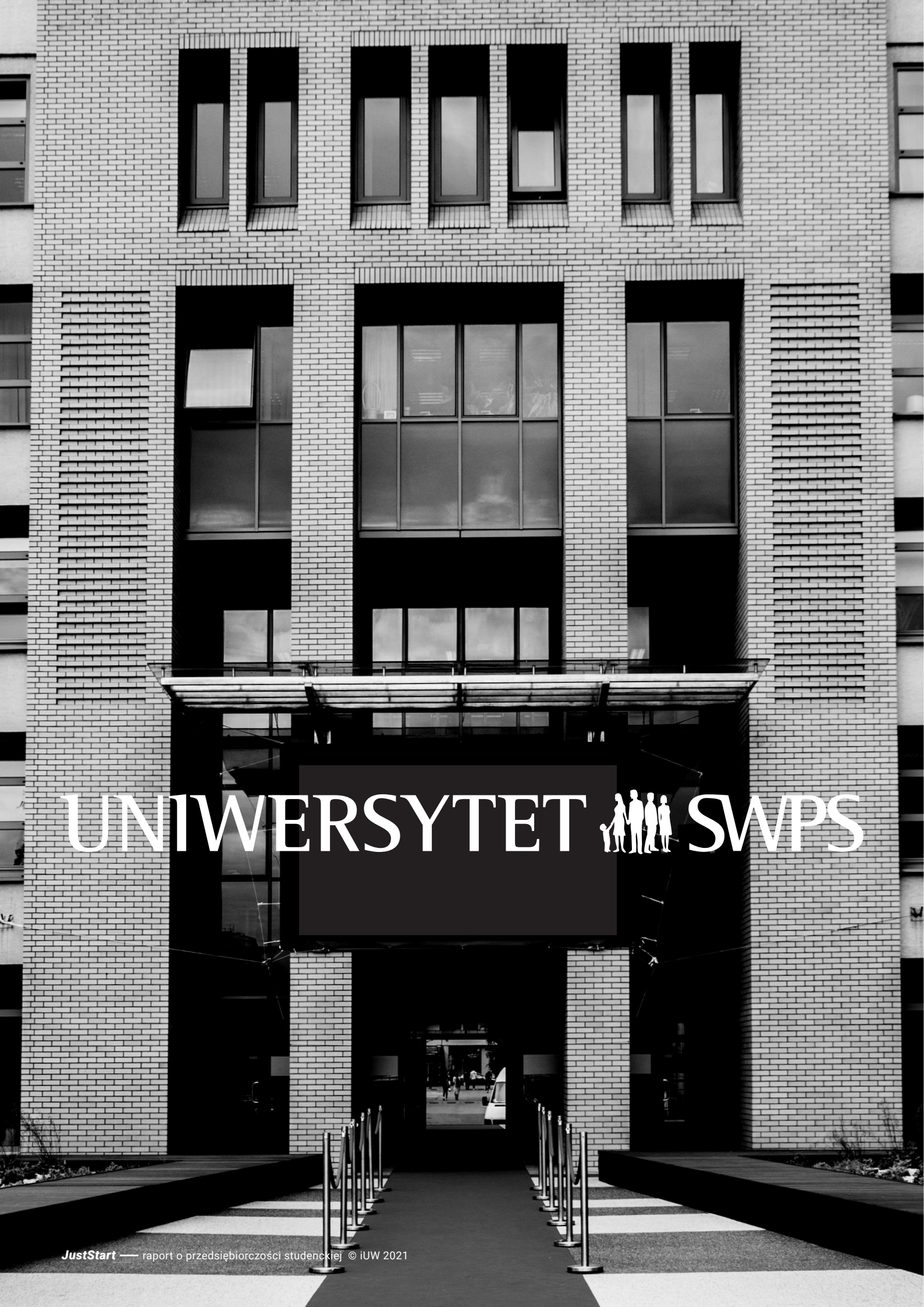
Networking

- udział w wydarzeniach networkingowych organizowanych przez CZLiTT PW
- pomoc w budowaniu powiązań biznesowych i marketingowych odpowiednio do potrzeb
- pomoc w budowaniu sieci powiązań z uczelnią, doświadczonymi przedsiębiorcami oraz instytucjami otoczenia biznesu
- możliwość umieszczenia podstawowych informacji o firmie na stronie internetowej CZLiTT PW

studenci i startupy

2018/2019 Studenci dyplomowi (studia stacjonarne): 21771	2019/2020 Studenci dyplomowi (studia stacjonarne): 19506
Szkoła doktorska: 1238	Szkoła doktorska: 965





UNIwersYTET SWPS

Akademia Innowacji projekt SWPS

nazwa

Akademia Innowacji
projekt realizowany przez Uniwersytet SWPS

uczelnia

Uniwersytet SWPS

rok powstania

Rok akademicki 2019/2020 – edycja pilotażowa;
Edycja 2. i 3. – 2021/2022 i 2022/2023

forma prawna

Akademia jeszcze nie jest inkubatorem, działa w ramach projektu dofinansowywanego ze środków europejskich

zespół

Projekt zapewnia trenera prowadzącego warsztaty;
3 prelegentów – przedsiębiorców lub inwestorów;
3 konsultantów – specjalistów branżowych do konsultowania pomysłów. Dodatkowo zespoły mogą korzystać z pomocy pracowników Uniwersytetu SWPS w ramach zajęć projektowych

przestrzeń

Uniwersytet SWPS posiada przestrzeń coworkingowe dla studentów oraz pracownie laboratoryjne, pracownie rzemieślnicze do prototypowania i testowania w ramach zajęć projektowych autorskich rozwiązań zaprojektowanych przez studentów

oferta

¹ Kurs e-learningowy na temat projektowania i wdrażania innowacji (od stworzenia pomysłu przez analizę rynku, tworzenie profilu odbiorcy, po źródła finansowania i kontakt z inwestorem)

² 9 godzin warsztatów podstawowych z ekspertem z zakresu projektowania usług i produktów oraz 5 x 2 godziny warsztatów dodatkowych dla chętnych

³ 3–15 godzin (w zależności od potrzeb zespołu) konsultacji z indywidualnym opiekunem zespołu projektowego (pracownicy uczelni, w tym Centrum Transferu Wiedzy)

⁴ 1–4 godziny (w zależności od potrzeb zespołu) konsultacji z ekspertami zewnętrznymi (praktycy biznesowi z branż e-commerce, ICT, VR oraz wielu innych)



studenci i startupy

2018/2019
Studenci dyplomowi
(studia stacjonarne): b.d.

Szkoła doktorska: 195

2019/2020
Studenci dyplomowi
(studia stacjonarne): b.d.

Szkoła doktorska: 185

Pre-inkubacje

2018/2019: 0
2019/2020: 3
2020/2021: 0

Inkubacje

2018/2019: 0
2019/2020: 2
2020/2021: 0

Pre-akceleracje

2018/2019: 0
2019/2020: 0
2020/2021: 0

Akceleracje

2018/2019: 0
2019/2020: 0
2020/2021: 0



SGH

Szkoła Główna
Handlowa
w Warszawie

Centrum Przedsiębiorczości i Transferu Technologii

nazwa

Centrum Przedsiębiorczości i Transferu Technologii

uczelnia

Szkoła Główna Handlowa w Warszawie

rok powstania

CPITT powstał w 2016 r. na mocy zarządzenia
Rektora SGH

forma prawna

Jednostka wewnętrzna uczelni, podległa Rektorowi
do spraw współpracy z otoczeniem

zespół

Zespół liczy 4 osoby, dodatkowo współpracuje z koła-
mi naukowymi i pracownikami naukowymi

strona www

[https://ssl-administracja.sgh.waw.pl/pl/cpitt/Strony/
default.aspx](https://ssl-administracja.sgh.waw.pl/pl/cpitt/Strony/default.aspx)

media społecznościowe

[https://www.facebook.com/CentrumPrzedsiębiorczo-
sciSGH](https://www.facebook.com/CentrumPrzedsiębiorczo-sciSGH)

przestrzeń

Centrum zarządza dwoma przestrzeniami coworkingo-
wymi – salami do pracy, ze stanowiskami oraz salami
konferencyjnymi

oferta

Jednostka skupia się na dwóch obszarach:

¹ Wspieranie inicjatyw studenckich (startupy, projekty biznesowe) oraz na popularyzowanie wiedzy o przedsiębiorczości

² Prowadzenie usług doradczych, consultingu

Centrum oferuje:

¹ Konsultacje przedsiębiorcze dla studentów z pomysłem/projektem

² Warsztaty i spotkania z przedsiębiorcami, pogłębiające wiedzę o biznesie, a także różnego rodzaju webinary

³ Różnego rodzaju warsztaty *ad hoc*, wynikające z oferty i współpracy z poszczególnymi partnerami

⁴ Pośrednictwo między studentami a pracownikami naukowymi (mentorami) lub partnerami biznesowymi

⁵ „Klub Przedsiębiorców”, czyli grupy absolwentów i sympatyków SGH, którzy chcą realizować wspólne projekty i zdobywać kontakty biznesowe we współpracy z partnerami Centrum

⁶ Konkurs „Żagle Biznesu” promujący sukcesy absolwentów na polu przedsiębiorczości

⁷ Konkurs „Canvas Challenge”, którego celem jest rozpowszechnienie dobrych praktyk tworzenia modeli biznesowych

⁸ „Czwartkowe Spotkania SGH”, cykl rozmów z ekspertami zewnętrznymi i pracownikami SGH na tematy związane z gospodarką, ekonomią i szeroko rozumianym biznesem



⁹ Współpracę ze Studenckimi Kołami Naukowymi, poszczególnymi studentami, a także naukowcami

¹⁰ Współpracę ze szkołami średnimi w zakresie programów promujących i edukujących w obszarze przedsiębiorczości

¹¹ Promocje wydarzeń i ofert partnerów uczelni

studenci i startupy

Jednostka nie prowadzi inkubacji ani akceleracji.



UNIwersytet
EkOnomiczny
w Krakowie

Dział Transferu Wiedzy i Projektów Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

nazwa

Dział Transferu Wiedzy i Projektów

uczelnia

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

rok powstania

Powstał w maju 2018 r. na mocy zarządzenia rektora

forma prawna

Jednostka ogólnouczelniana

zespół

Zespół 5 osób

strona www

<https://biznes.uek.krakow.pl/uek-doradztwo-badania-ekspertyzy/>

media społecznościowe

<https://www.facebook.com/Transfer-Wiedzy-i-Projekty-UEK-843204735802495>

oferta

W ramach pracy i wsparcia działu oferuje się dla studentów:

- ¹ Organizację różnorodnych wydarzeń dot. m.in.: komercjalizacji badań naukowych, przedsiębiorczości, startupów technologicznych, kreatywnego myślenia
- ² Webinaria
- ³ Szkolenia tematyczne
- ⁴ Konferencje naukowe
- ⁵ Staże i praktyki
- ⁶ Wspiera zakładanie startupów, tworzenie zespołów projektowych
- ⁷ Niektóre zajęcia na UE prowadzone są we współpracy partnerami zewnętrznymi np. przedmiot: „Startupy technologiczne” – z Akceleratorem Biznesowym TMobile – Hubraum, przedmiot: „Przemysł Nowych Możliwości” – z Firmą Astor, itp.

Dla podmiotów zewnętrznych:

- ¹ Usługi doradcze, ekspertyzy, badania
- ² Współpraca z innymi uczelniami, m.in. w ramach porozumienia PACTT
- ³ Zajęcia dla młodzieży w ramach realizacji różnych projektów, m.in. III Misja Uniwersytetu (projekty NCBiR): „Akademia Kreatywności” (Projekt oceniony jako wzorcowy), „Oczy szeroko otwarte”, „Młodzieżowy Uniwersytet Ekonomiczny”. Problematyka prowadzonych zajęć: przedsiębiorczość, kreatywne myślenie i komunikacja i współpraca międzyludzka, itp.
- ⁴ Szeroka oferta usług eksperckich i konsultingowych oraz mentoring i wsparcie dla wszystkich zainteresowanych uruchomieniem innowacyjnej działalności gospodarczej (spółki)

Docelowo uruchomione będzie „Laboratorium grywalizacji” (Nowych technologii w Edukacji), w ramach którego oferowane będzie szerokie wsparcie, szkolenia i różne formy przekazywania wiedzy dla nauczycieli i szkoleniowców z wykorzystania nowych technologii w edukacji i przekazywaniu wiedzy. W przyszłości, wykorzystując potencjał gier poważnych i platform grywalizacyjnych, będą prowadzone szkolenia dla wszystkich zainteresowanych implementacją grywalizacji w kontekście biznesowym i edukacyjnym.

Dział Transferu Wiedzy i Projektów dysponuje przestrzenią biurową oraz laboratoryjną z przeznaczeniem na edukowanie różnych grup docelowych: studentów, pracowników naukowo-dydaktycznych, menedżerów.

studenci i startupy

2018/2019 Studenci dyplomowi (studia stacjonarne): 9521	2019/2020 Studenci dyplomowi (studia stacjonarne): 7890
Szkoła doktorska: 232	Szkoła doktorska: 160

Dotychczas na UEK nie była aktywnie prowadzona Pre-inkubacja, Inkubacja, Pre-Akceleracja i Akceleracja. Uczelnia włącza się te działania wspólnie z innymi uczelniami, głównie technicznymi.

Uczelnia nie śledzi losów absolwentów w kontekście uruchamiania innowacyjnych działalności gospodarczych lub startupów, ale w tym momencie jest kilkanaście firm, w ramach których absolwenci UEK samodzielnie lub z innymi uruchomili innowacyjne podmioty, które oferują swoje produkty i usługi na rynku.



UE

Uniwersytet
Ekonomiczny
we Wrocławiu

InQUBE Uniwersytecki Inkubator Przedsiębiorczości

nazwa

InQUBE

Uniwersytecki Inkubator Przedsiębiorczości

uczelnia

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

rok powstania

Powstał w 2016 r. na mocy uchwały Senatu
Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

forma prawna

Jednostka ogólnouczelniana

strona www

<https://inqube.pl/>

media społecznościowe

<https://www.facebook.com/inqube.uip/>

<https://www.instagram.com/inqube.uip/>

<https://www.linkedin.com/company/inqube-uip/>

zespół

Zespół liczy 10 osób (2021 r.)

przestrzeń

InQUBE to nowoczesna przestrzeń, stanowiąca część kampusu największej ekonomicznej uczelni na Dolnym Śląsku, będąca miejscem spotkań, pracy i nauki.

Oferta InQUBE obejmuje nowocześnie wyposażone pokoje biurowe, sale konferencyjne, coworki oraz strefy relaksu. Pomieszczenia biurowe są wyposażone w wysokiej jakości meble i urządzenia biurowe. Rezydenci mają także dostęp do szybkiego internetu. Przestrzeń budynku inkubatora jest otwarta dla przedsiębiorców (zarówno rezydentów, jak i firm z zewnątrz) oraz studentów

oferta

Celem inQUBE jest wsparcie aspiracji biznesowych studentów, absolwentów, pracowników naukowych oraz początkujących przedsiębiorców z branży ICT m.in. poprzez:

¹ Szkolenia, webinary, a także indywidualne konsultacje z ekspertami zewnętrznymi z zakresu księgowości, prawa, podatków, finansów, przedsiębiorczości, w ramach „Akademii Startupu”. Wszystkie wydarzenia z ich udziałem są całkowicie bezpłatne i otwarte dla uczestników spoza Uniwersytetu Ekonomicznego

² Doradztwo w zakresie komercjalizacji pomysłów, produktów, usług i innowacji. Z Inkubatorem współpracuje zespół ekspertów z różnych dziedzin. To zarówno naukowcy, jak i praktycy biznesu, którzy wspierają merytorycznie osoby planujące oraz rozwijające swoją działalność gospodarczą

³ Doradztwo w zakresie poszukiwania i pozyskiwania źródeł dofinansowania działalności przedsiębiorców

⁴ Współpracę z akceleratorami i funduszami *seed capital* i *venture capital*

⁵ Ofertę dla studentów: gry biznesowe i warsztaty prowadzone w partnerstwie z podmiotami zewnętrznymi

Podmiotom gospodarczym z sektora ICT Inkubator dodatkowo oferuje najem biura, miejsca w przestrzeni co-workingowej oraz sal konferencyjnych różnej wielkości.



studenci i startupy

Podmiot zainicjował w kwietniu 2021 r. pierwszy program akcelacyjny w partnerstwie z platformą Incredible Inspirations. Pierwszym efektem współpracy jest konkurs dla startupów „Zagraj o mentoring”. Nagrodą dla laureatów jest uczestnictwo w programie mentoringowym InCredibles, stworzonym przez Sebastiana Kulczyka. Trwają także intensywne prace nad uruchomieniem autorskiego programu akcelacyjnego dla studentów Uniwersytetu Ekonomicznego.



Uniwersytet Gdański

Biuro Współpracy z Otoczeniem Społeczno-Gospodarczym

nazwa

Biuro Współpracy z Otoczeniem Społeczno-Gospodarczym

uczelnia

Uniwersytet Gdański

rok powstania

Start Inkubatora planowany jest na 2021

forma prawna

Inkubator będzie funkcjonował jako wydzielona część Uniwersytetu, powstanie w oparciu o ustawę o szkolnictwie wyższym

strona www

-

media społecznościowe

-

zespół

Zespół liczy 7 osób.

przestrzeń

Jednostka ma w planach stworzenie przestrzeni na terenie Uniwersytetu. Uczelnia dysponuje rozbudowanym kampusem z infrastrukturą udostępnianą studentom

oferta

Wcześniej zarówno transferem wiedzy, jak i przedsiębiorczością studencką zajmowało się Centrum Analiz i Ekspertyz wspólnie z Centrum Transferu Technologii. Teraz, **po zmianach w strukturze organizacyjnej Uczelni, zmienia się profil i do celów związanych z przedsiębiorczością studencką niebawem wyodrębniony zostanie inkubator.** Jednostka prowadzi:

¹ Konkurs dla studentów na aplikację tematyczną zorganizowany we współpracy z inkubatorami innych pomorskich uczelni. Zwieńczeniem była impreza dla studentów, na której mogli oni zaprezentować sobie nawzajem swoje projekty

² Zajęcia dodatkowe/fakultatywne dla kierunku dotyczącego podatków i doradztwa podatkowego

³ Wprowadzenie przedmiotu/szkoleń dotyczących komercjalizacji badań naukowych (pośrednią i bezpośrednią)

⁴ Współpracę z kołami naukowymi (dotąd głównie z informatyką ekonomiczną i naukami eksperymentalnymi, ale rozpoczyna się współpraca z naukami humanistycznymi)

Jednostka za główny cel stawia sobie pośrednictwo między studentami a inwestorami. Nie sprowadza przedsiębiorczości tylko do biznesu, chce udostępniać studentom inne formy aktywności, takie jak spółdzielnie studenckie, zajmujące się aktywizacją studentów na rynku pracy.



studenci i startupy

Ponieważ inkubator nie rozpoczął jeszcze formalnie działalności, nie ma jak dotąd startupów.



UNIWERSYTET
MEDYCZNY
W ŁODZI

Inkubator Przedsiębiorczości

nazwa

Inkubator Przedsiębiorczości

uczelnia

Uniwersytet Medyczny w Łodzi

rok powstania

W roku 2016 został wydzielony z Centrum Innowacji i Transferu Technologii Uniwersytetu Medycznego w Łodzi

forma prawna

Jednostka ogólnouczelniana

strona www

<http://ciitt.umed.pl/ip/>

media społecznościowe

<https://www.facebook.com/ciittuml/>

<https://www.linkedin.com/company/ciitt-umed/>

zespół

Inkubator Przedsiębiorczości to jednostka jednoosobowa, ściśle współpracująca z pozostałymi Sekcjami Centrum Innowacji i Transferu Technologii (16 osób)

przestrzeń

Istnieje możliwość wynajęcia przestrzeni MediHub do prowadzenia niewielkiej firmy, możliwość wynajęcia biurka w przestrzeni coworkingowej, a także wirtualnego adresu

oferta

Inkubator jest częścią Centrum Innowacji. W jego skład wchodzi także:

- sekcja transferu technologii
- sekcja projektów akceleryacyjnych

Inkubator przedsiębiorczości koncentruje się na przedsiębiorstwach, które noszą znamiona innowacyjności. Oferta Inkubatora obejmuje:

¹ Wsparcie udzielane także podmiotom i pomysłom spoza uczelni, które potrzebują pomocy z konsultacji medycznej

² Walidację pomysłu, opracowanie kamieni milowych biznesu i stworzenie ścieżki rozwoju startupu, założenie firmy

³ Każdy zespół ma swojego promotora, opiekuna, z którym konsultuje swoją pracę

⁴ Platformę szkoleń online: zgodnie z kalendarzem proponowanym przez Inkubator, po przejściu przez materiały na platformie dostaje się dostęp do kolejnych szczebli platformy

⁵ Wsparcie w prototypowaniu produktu

⁷ Brokerzy innowacji dostarczają pakiet usług wspierających w postaci np. znalezienia klientów, skalowania oferty/produktu czy znajdowania źródła dofinansowania

⁸ Uczestnicy programu akceleryacyjnego mają rabat 25% na usługi dostępne na uniwersytecie, takie jak analizy, badania itp.

⁹ Adres www na serwerach uczelni

¹⁰ Silver startes – jest to program dla osób 50 plus, które chciałyby założyć własny biznes i mają jakieś innowacyjne pomysły

¹¹ Innowacyjne Czwartki – spotkania w ostatni czwartek miesiąca. To warsztaty z różnymi rozmówcami, każdy poświęcony innej tematyce. Wstęp wolny



studenci i startupy

2018/2019
Studenci dyplomowi
(studia stacjonarne): b.d.

Szkoła doktorska: b.d.

2019/2020
Studenci dyplomowi
(studia stacjonarne): 4274

Szkoła doktorska: b.d.

Pre-inkubacje
2018/2019: 0
2019/2020: 4
2020/2021: 0

Inkubacje
2018/2019: 16
2019/2020: 25
2020/2021: 0

Pre-akceleracje
b.d.

Akceleracje
2018/2019: 520
2019/2020: 726
2020/2021: 0



UNIWERSYTET
MIKOŁAJA KOPERNIKA
W TORUNIU



Centrum Przedsiębiorczości Akademickiej i Transferu Technologii

nazwa

Centrum Przedsiębiorczości Akademickiej i Transferu
Technologii

uczelnia

Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu

rok powstania

Jednostka powstała 1 stycznia 2021 roku z przekształcenia i połączenia kilku jednostek UMK. Filarem powstania CPATT był Akademicki Inkubator Przedsiębiorczości UMK. Działa na podstawie Statutu UMK oraz regulaminu organizacyjnego CPATT UMK

forma prawna

CPATT jest uniwersytecką jednostką pomocniczą podległą rektorowi, pełniącą rolę akademickiego inkubatora przedsiębiorczości oraz centrum transferu technologii

zespół

Zespół tworzy 5 osób (w maju/czerwcu 2021 planowane jest powiększenie zespołu o 5 kolejnych)

przestrzeń

CPATT posiada przestrzeń coworkingową

oferta

Centrum prowadzi:

¹ Szkolenia – np. Design Thinking, Zarządzanie cyklem życia projektu, Analiza SWOT – od A do Z, Gdzie pozyskać środki na działalność gospodarczą, Przykłady wniosków na uruchomienie działalności gospodarczej, Zakładanie działalności gospodarczej jdg, s.c.; zasady funkcjonowania, Modele biznesowe w ujęciu praktycznym, Zakładanie i zasady funkcjonowania spółek z o.o., Księgowość dla początkujących, Strategia marketingowa, Pozycjonowanie marki, Wykorzystanie mediów społecznościowych

² Szkołę Letnią Księgowości – zakładanie i prowadzenie własnej firmy w ujęciu księgowym. Istnieje możliwość odbycia praktyk przez studentów WNEiZ

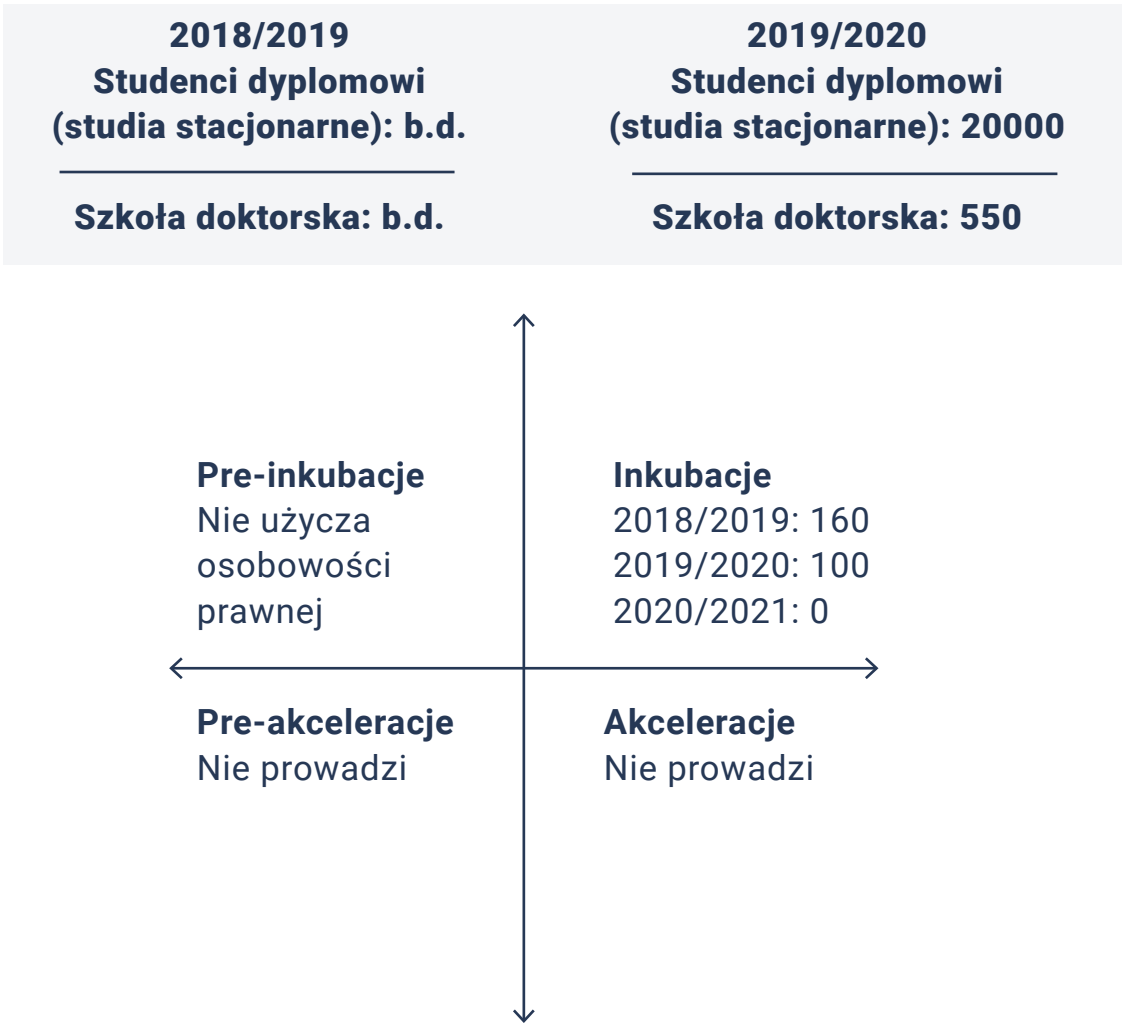
³ Doradztwo – wsparcie aktywności gospodarczej środowiska akademickiego: studentów, doktorantów i pracowników uczelni poprzez doradztwo w: ocenie potencjału pomysłu, aspektach prawno-księgowych w okresie preinkubacji oraz prawno-księgowych w okresie inkubacji

⁴ Dodatkowo inkubator prowadzi międzyuczelniany projekt Pionier Lab – wirtualnej inkubacji w kooperacji z dwudziestoma uczelniami. Celem jest uwspólnienie usług dla podmiotów uczelnianych oraz zewnętrznych

⁵ Przygotowanie do prowadzenia Klubu, do którego będzie coroczny nabór studentów. Klub miałby szerzyć wiedzę z różnych obszarów przedsiębiorczości poprzez miniprojekty. Zakładane są comiesięczne spotkania z przedsiębiorcami i współpraca z nimi. Finalnie planowane jest także oferowanie pełnego pakietu szkoleń, warsztatów, spotkań zakończonych uzyskaniem certyfikatu



studenci i startupy





Akademicki Inkubator Przedsiębiorczości

nazwa

Akademicki Inkubator Przedsiębiorczości

uczelnia

Uniwersytet Szczeciński

rok powstania

Powstał w 2005 r. na mocy ustawy o szkolnictwie wyższym

forma prawna

Jednostka ogólnouczelniana

strona www

<http://inkubator2.usz.edu.pl/>

media społecznościowe

<https://www.facebook.com/inkubatorus>

zespół

Zespół liczy 5 osób (Pracownicy Akademickiego Inkubatora Przedsiębiorczości US stanowią jednocześnie personel Akademickiego Biura Karier Uniwersytetu Szczecińskiego. Łączny angaż pracowników w AIP US wynosi aktualnie 1,5 etatu)

przestrzeń

Akademicki Inkubator Przedsiębiorczości US wraz z Akademickim Biurem Karier US wspólnie zajmują lokale w budynku SERVICE INTER-LAB Centrum Transferu Wiedzy i Innowacji dla Sektora Usług przy Wydziale Ekonomii, Finansów i Zarządzania Uniwersytetu Szczecińskiego przy ulicy Cukrowej 12.

Do użytku AIP US i ABK US oddane są: 3 pomieszczenia biurowe, sekretariat, Informatorium, sala coworkingowa na drugim piętrze oraz 2 sale typu group room na parterze. Sala coworkingu to pomieszczenie przeznaczone dla freelancerów, osób fizycznych prowadzących własną firmę oraz beneficjentów współpracujących z Inkubatorem. Osoby zainteresowane taką formą wsparcia korzystają z usług wspólnej przestrzeni oferowanej przez AIP US

oferta

¹ Możliwość rejestracji działalności gospodarczej pod adresem siedziby AIP US

² Miejsce do pracy w sali coworkingowej w budynku SERVICE INTER-LAB

³ Zaplecze techniczne (dostęp do Internetu, telefonu/faxu, rzutnika multimedialnego, ksero, skanera, komputera, drukarki)

⁴ Usługi sekretariatu

⁵ Pomoc administracyjno-prawna, w tym pomoc w przygotowaniu dokumentacji związanej z prowadzeniem działalności gospodarczej

⁶ Bieżące doradztwo w czasie trwania inkubacji i szkolenia tematyczne

⁷ Preferencyjne warunki korzystania z usług Biura Rachunkowego

⁸ Promocja – firmy Beneficjentów prezentowane są podczas przedsięwzięć realizowanych przez AIP US, a informacje o ich działalności zamieszczane są na stronie internetowej Akademickiego Inkubatora Przedsiębiorczości US oraz przekazywane za pośrednictwem współpracujących z Inkubatorem instytucji

⁹ Darmowe, roczne członkostwo w Północnej Izbie Gospodarczej

Od ośmiu lat Inkubator US nie prowadzi samodzielnych projektów.



studenci i startupy

2018/2019
Studenci dyplomowi
(studia stacjonarne): 9661

Szkoła doktorska: 0

2019/2020
Studenci dyplomowi
(studia stacjonarne): 9430

Szkoła doktorska: 36

Pre-inkubacje
b.d.

Inkubacje
2018/2019: 5
2019/2020: 0
2020/2021: 0

Pre-akceleracje
Nie prowadzi

Akceleracje
Nie prowadzi



Inkubator Uniwersytetu Warszawskiego

rok powstania

2017

forma prawna

Sekcja jednostki ogólnouczelnianej Centrum Współpracy i Dialogu UW

zespół

10 osób

strona www

<https://iuw.edu.pl/pl/>

media społecznościowe

<https://www.facebook.com/InkubatorUW>

https://www.instagram.com/inkubator_uw/

LinkedIn:<https://www.linkedin.com/company/inkubatoruw/>

Youtube: <https://bit.ly/3d91RyX>

przestrzeń

Inkubator UW posiada 5 przestrzeni:

- 4 przestrzenie coworkingowe
- 1 przestrzeń biurowo/coworkingową

oferta

Inkubator Uniwersytetu Warszawskiego oferuje studentom programy na 3 poziomach:

inspiracja:

- 1 Konferencje (online i offline)
- 2 Spotkania networkingowe tematyczne (tzw. Pizza events)
- 3 Warsztaty 3-godzinne, około 20 odsłon miesięcznie
- 4 7-tygodniowe akademie
- 5 Zajęcia ogólnouniwersyteckie (blisko 20 grup semestralnie, ok. 600 absolwentów rocznie)

aplikacyjność – wsparcie w kreowaniu pomysłów:

- 1 Przestrzeń Makerspace@UW zawierająca pracownię: druku 3D, elektroniczną, obróbki drewna, krawiecką
- 2 Turnieje kreatywne (przynajmniej 1 w roku)

wsparcie projektów:

- 1 Program mentoringowo-edukacyjny STARTER dla osób z pomysłem na projekt
- 2 BraveCamp, tygodniowa, wyjazdowa akademia przedsiębiorczości dla osób z pomysłem na projekt biznesowy, społeczny lub naukowy
- 3 Programy minigrantowe
- 4 Programy mentoringowe lub mentoringowo-networkingowe



studenci i startupy

2018/2019	2019/2020
Studenci dyplomowi (studia stacjonarne): 39665	Studenci dyplomowi (studia stacjonarne): 37834
Szkoła doktorska: b.d.	Szkoła doktorska: 2451



Bibliografia

Bacigalupo, Margherita, Panagiotis Kampylis, Yves Punie, Lieve Van den Brande (2016), *EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework*, Publication Office of the European Union, Luksemburg.

Bąkowski Aleksander, Marzena Mażewska i in. (2018), *Ośrodki innowacji i przedsiębiorczości w Polsce. Raport 2018*, Stowarzyszenie Organizatorów Ośrodków Innowacji i Przedsiębiorczości w Polsce, Warszawa.

Borowiec Monika, Tomasz Rachwał (2011), *Kształtowanie postaw przedsiębiorczych na lekcjach geografii wyzwaniem edukacyjnym w procesach globalizacji*, „Przedsiębiorczość – Edukacja”, nr 7, s. 321–332.

Carlebach Elisheva (2016), *Teach us to be the authors of our own lives*, „Live & Learn”, nr 37, s. 7–9.

Cieślik Jerzy (2006), *Przedsiębiorczość dla ambitnych: jak uruchomić własny biznes*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa.

Cieślik Jerzy (2014), *Przedsiębiorczość, polityka, rozwój*, Wydawnictwo Akademickie Sedno, Warszawa.

Czyżewska Marta (2018a), *Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości studenckiej na podstawie badań empirycznych*, Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, Kraków.

Czyżewska Marta (2018b), *Warunki tworzenia efektywnych modeli akceleracji startupów dla wspierania innowacyjnej przedsiębiorczości w Polsce*, „Przedsiębiorczość i Zarządzanie”, nr 19, s. 189–202.

Gambin Małgorzata i inni (2020), *Uwarunkowania objawów depresji i lęku uogólnionego dorosłych Polaków w trakcie epidemii Covid-19*, Warszawa, online: http://psych.uw.edu.pl/wp-content/uploads/sites/98/2020/05/Uwarunkowania_objawow_depresji_leku_w_trakcie_pandemii_raport.pdf.2020.

Gawlik-Kobylińska Małgorzata (2016), *Przedsiębiorczość akademicka na przykładzie Uniwersytetu Harvarda. Transfer doświadczeń dla kreowania bezpieczeństwa*, „BiTP”, nr 4 (44), s. 15–22.

Knight Frank (1921), *Risk, Uncertainty and Profit*, Houghton Mifflin Company, Boston i Nowy Jork.

Komisja Europejska, *Wniosek*, online: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/HTML/?uri=CELEX:52018DC0024&from=HR>.

Krysztofiak-Szopa Julia, Monika Wisłowska, Agnieszka Skala (2019), *Polskie startupy. Raport 2019*, Startup Poland, Warszawa.

Millenialsi 2020 (2020), Deloitte Polska Raport, Warszawa.

Nieć Melania (2019), *Start-upy w Polsce., Raport 2019*, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa.

Piróg Danuta (2015), *Kompetencje z zakresu przedsiębiorczości:rozważania teoretyczne i ich ilustracje w obszarze szkolnictwa wyższego*, „Przedsiębiorczość – Edukacja”, nr 11, s. 364–376.

Katarzyna Piwowar-Sulej, Izabela Kwil (2018), *Przedsiębiorczość, przedsiębiorczość akademicka i technologiczna, innowacyjność – próba systematyzacji*, „Przegląd Organizacji”, nr 7 (942), s. 18–24.

Prochorowicz Marlena (2009), *Czynniki kształtujące przedsiębiorczość akademicką. Wyniki badań, Katedra Polityki Gospodarczej i Rynku, Zachodniopomorski Uniwersytet Technologiczny w Szczecinie, Szczecin*. Wydawnictwo FRSE, Warszawa.

Raport „Gen Z” (2019), Infuture Hatałska Institute, Gdańsk–Warszawa.

Schumpeter Joseph (1934), *The Theory of Economic Development: An Inquiry Into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*, Transaction Publishers, Nowy Brunzwik i Londyn.

Skala Agnieszka (2018), *Startupy. Wyzwanie dla zarządzania i edukacji przedsiębiorczości*, Edu-Libri, Kraków.

Szewczuk-Stępień Marzena, Łukasza Dymek (2016), *Podręcznik wsparcia spin-off*, Uniwersytet Opolski, Opole.

Tarnawa Anna (red.) (2019), *Raport z badania Global Entrepreneurship Monitor Polska 2020*, PARP, Katowice.

raport:



opracowany przez:



w badaniu udział wzięli:



UNIWERSYTET SWPS

SGH
Szkoła Główna
Handlowa
w Warszawie

