

45%

28%

9%



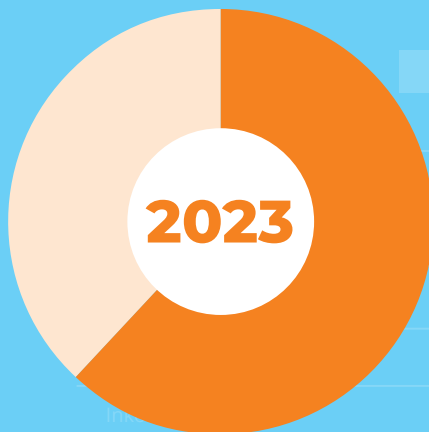
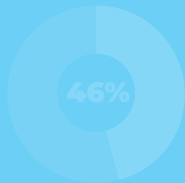
Impactonderzoek ondernemerschapprogramma Student Company mbo-hbo

38%

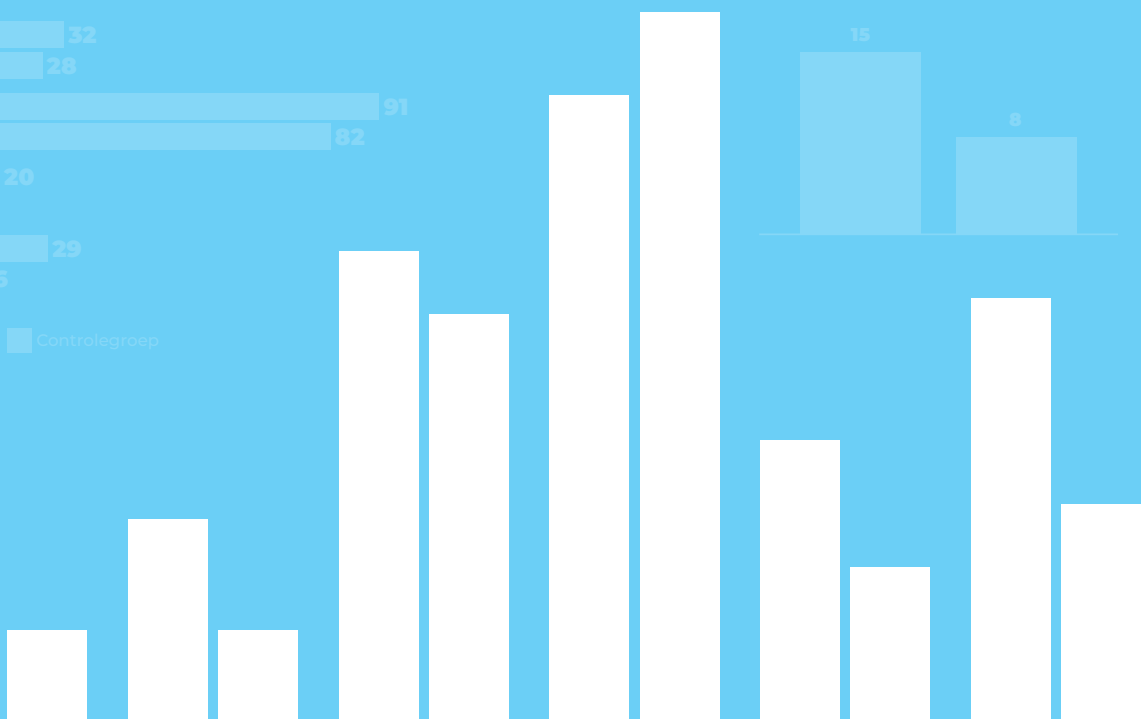
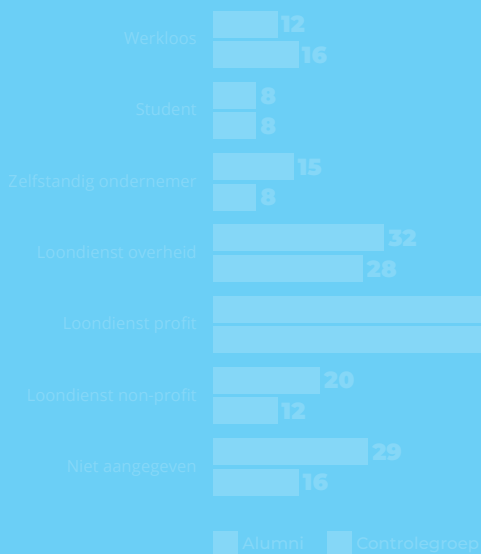
Niet Management



Management



	Alumni	Controlegroep
	207	170
	25,82	25,91
	32/68	30/70
	2,85	2,97
	0,39	0,34
	3,37	3,07
Hoogst genoten opleidingsniveau alumni	2,76	2,46
Totaal aantal gevolgde ondernemerschapscursussen	1,59	1,47



STUDENT COMPANY

JONG ONDERNEMEN
LEARNING BY DOING

Inhoudsopgave

1. Voorwoord	3
2. Introductie en achtergrond	5
2.1 Stichting Jong Ondernemen	5
2.2 Het belang van ondernemerschapsonderwijs	7
3. Onderzoeksmethode	10
3.1. Literatuur onderzoek	10
3.2. Data collectie	10
a. Survey verspreid onder Student Company alumni en een controlegroep	
b. Bijeenkomst alumni – Alumni Talks – interviews	
3.3. Ontwikkeling van de survey/enquête	12
3.4. Analyse aanpak	13
4. Enquêteresultaten	15
5. Quotes	32
6. Conclusie	34
7. Aanbevelingen	35
8. Referentielijst	35
Partners	36

1 Voorwoord

Stichting Jong Ondernemen wil alle jongeren de kans geven een ondernemende houding te ontwikkelen. Zij zijn onze toekomstige werkgevers én werknemers en verdienen het om ondernemend te zijn.

Daarvoor biedt Jong Ondernemen een doorlopende leerlijn; met onze onderwijsprogramma's dagen we leerlingen en studenten uit om ondernemende vaardigheden aan te leren, willen we hen motiveren om hun talenten te ontdekken en inspireren om hun eigen toekomst te bepalen. Want uiteindelijk is iedereen ondernemer van zijn of haar eigen toekomst!

Met dit impactonderzoek brengt onze stichting de effecten op langere termijn in kaart van het programma Student Company voor mbo en hbo. Voor Jong Ondernemen zelf zijn de resultaten een belangrijke check of het programma voldoet aan het doel van ons onderwijsprogramma Student Company en de missie van onze stichting. We zijn enorm trots op en blij met dit rapport en de conclusies.

Wij werken elke dag met veel inzet en enthousiasme aan onze missie en zullen onze programma's voortdurend blijven optimaliseren. Daar helpt dit rapport ons bij en de aanbevelingen nemen we mee in die doorontwikkeling.

Het onderzoek is uitgevoerd door Marguerite Evenaar van Social Enterprise Lab. Wij zijn onder de indruk van haar professionaliteit, kunde en plezierige manier van samenwerken. Heel veel dank daarvoor! Voor onze partners is het een bevestiging dat onze samenwerking impact heeft. Jullie effort en steun doen ertoe! Dat geldt ook voor alle bedrijfsbegeleiders en vrijwilligers die docenten en studenten in de klas motiveren en inspireren: dank voor jullie inzet!

En het allerbelangrijkst: door de ervaringen van onze alumni kunnen wij de studenten die deelnemen aan Student Company verzekeren dat deelname hen verder helpt in de keuze voor en resultaten van hun studie en carrière!

Samen met het onderwijs, de overheid en het bedrijfsleven willen wij ervoor zorgen dat elke jongere een vliegende start krijgt voor zijn of haar verdere toekomst. Samen zorgen wij voor een ondernemende samenleving waarin iedereen haar volledige potentieel benut.



Jonas de Groot, directeur



2 Introductie en achtergrond

2.1 Stichting Jong Ondernemen

Jongeren ondernemender maken en hen helpen bij het ontdekken van hun talenten, dat is het doel van stichting Jong Ondernemen. Om dit doel te bereiken, maken we ondernemerschapsprogramma's voor het onderwijs, van basisschool tot en met het hbo. We bieden praktische programma's waarmee jongeren werken aan hun ondernemende vaardigheden, zoals creativiteit, doorzettingsvermogen, samenwerken en initiatief nemen. 'Get-out-of-the-building' en 'learning-by-doing' staan daarbij centraal. Met deze programma's bereiken we jaarlijks meer dan 125.000 jongeren. Daarnaast organiseren we gedurende het schooljaar veel evenementen die deelname aan Jong Ondernemen onvergetelijk maken!

De ondernemende vaardigheden in de programma's van stichting Jong Ondernemen:

Creatief
Je zit vol nieuwe en originele ideeën. Je hebt een brede interesse, denkt out-of-the-box, bedenkt oplossingen voor problemen en bent iemand die oog heeft voor vormgeving en stijl.

Doorzetter
Een doorzetter is vastberaden en standvastig. Je hebt een helder doel voor ogen en gaat door om dit doel te bereiken. Je stelt hoge eisen aan jezelf en gaat voor kwaliteit.

Initiatiefrijk
Met initiatiefrijk wordt bedoeld dat je van actie houdt en van nature de leiding neemt. Je hebt een duidelijke mening en deelt deze graag, bent overtuigend en stapt makkelijk op mensen af.

Verantwoordelijk
Je begrijpt dat taken of plichten netjes en goed afgerond moeten worden. Als jij iets belooft, kom je je afspraak altijd na. Je bent perfectionistisch, komt op tijd, bent netjes en opgeruimd.

Zelfvertrouwen
Je weet waar je goed in bent. Je kent je eigen verbeterpunten en valkuilen. Je hebt vertrouwen in je eigen kunnen en weet dat je met een tegenslag kunt omgaan.

Samenwerkend
Met samenwerkend wordt bedoeld dat jij goed overweg kunt met klasgenoten of collega's. Je begrijpt dat je in een team afhankelijk bent van anderen en elkaar nodig hebt om een gezamenlijk doel te bereiken.

Al ruim 30 jaar werkt het team van Jong Ondernemen actief samen met het onderwijs en het bedrijfsleven om onze programma's te blijven innoveren en aan te laten sluiten op de verschillende doelgroepen. Ruim 800 bedrijfsprofessionals ondersteunen vrijwillig de docenten en brengen hun praktijkkennis over aan de studenten.

Jaarlijks bereiken we meer dan **125.000** jongeren.

De onderwijsprogramma's van Jong Ondernemen:

Basisschool	Voortgezet onderwijs	Mbo	Hbo/Wo
Vakantie-eiland Groep 5/6	Webshop at school Vmbo jaar 1/2	Zeker van je Zaak Mbo	Student Company Hbo/Wo
Pop-Up Store Groep 7/8	YES! Onderbouw Vmbo/Havo/Vwo	YES! Mbo niveau 1/2	
	Junior Company Bovenbouw Vmbo/Havo/Vwo	Student Company Mbo	

Dit onderzoek betreft de effecten op langere termijn van het programma Student Company voor mbo en hbo in de jaren 2014-2019. Met dit programma richten teams van studenten in één of in twee semesters een eigen bedrijf op. Zij bedenken een idee voor een product of dienst en maken hiervoor een ondernemingsplan. Zij richten de financiële administratie in, ontwerpen een huisstijl en communicatiemiddelen en produceren hun product of dienst en gaan vervolgens écht verkopen. Het doen van onderzoek ondersteunt het iteratieve proces van ondernemen. Met het opstellen van een Jaarverslag sluiten zij het ondernemers(half)jaar af.

Kijk voor meer informatie over stichting Jong Ondernemen en het programma Student Company op onze website: www.jongondernemen.nl

2.2 Het belang van ondernemerschapsonderwijs.

ONDERNEMERSCHAPSONDERWIJS

Ondernemerschapsonderwijs draagt bij aan het zelfvertrouwen van studenten, het benutten van kansen, oplossingsgerichtheid en doorzettingsvermogen. Ook geeft het studenten meer mogelijkheden op de arbeidsmarkt. De belangrijkste competenties in het onderwijs voor ondernemerschap zijn specifieke sleutelvaardigheden voor een ondernemer (zoals creativiteit, bereidheid risico te nemen, creatief denken en zelfvertrouwen), de ondernemer als manager en de ondernemende manager.

Het stimuleren van ondernemerschapsonderwijs is de afgelopen jaren sterk ontwikkeld in Nederland. Er zijn verschillende initiatieven genomen om dit te stimuleren en te faciliteren.

Was er in het verleden nog sprake van enige scepsis, vandaag ten dag zijn steeds meer opleidingsinstellingen in het mbo en hbo gestimuleerd en gemotiveerd om aandacht te geven aan goed en hoogwaardig ondernemerschapsonderwijs. Over het algemeen zit ondernemerschapsonderwijs in een stijgende lijn¹ en hebben steeds meer belanghebbenden en studenten in mbo en hbo de mogelijkheid om hiervan te profiteren.² Bovendien creëert de voortschrijdende complexiteit van de samenleving en de uitdagingen van de toekomst een momentum voor innovaties in dit type onderwijs, trainingen en tools.³

Het stimuleren van ondernemerschap speelt een belangrijke rol in het hbo en ondernemerschapsonderwijs wordt aangeboden op verschillende manieren en in diverse vakgebieden.⁴ Het perspectief dat de MBO-raad voor het mbo in 2025 voor ogen heeft, is middelbaar beroepsonderwijs dat aansluit bij de behoeften van het bedrijfsleven en inspelt op de toekomstige ontwikkelingen op de arbeidsmarkt.⁵

Meerdere onderzoeken van de effecten van ondernemerschapsonderwijs⁶, zowel op korte als lange termijn, onderschrijven het belang ervan op het mbo en hbo, als bijdrage aan bovenstaande doelen en perspectieven. Deze onderzoeken richten zich zowel op de individuele effecten op studenten en onderwijsprofessionals, als op de impact op maatschappelijk gebied en de maatschappij.

Het belang van ondernemerschapsonderwijs is meer dan ondernemerschap stimuleren. Zo is de uitkomst dat studenten niet besluiten om ondernemer te worden na het volgen van ondernemerschapsonderwijs óók een waardevolle uitkomst.⁷

1 Kuckertz, 2021

2 Kuckertz, 2013

3 Liguori & Winkler, 2020

4 Werkgroep Ondernemerschap Sectorraad HEO, 2018

5 Manifest voor de toekomst van het middelbaar beroepsonderwijs, april 2015

6 Zie uitgebreide literatuurlijst waarbij het Impact onderzoek lange termijn effecten ondernemerschapsonderwijs (2015, Technische Universiteit Eindhoven) dient als voorloper van dit onderzoek, gezien het onderzoek zich ook richt op de lange termijn effecten van Student Company (mbo en hbo).

7 Progress in Entrepreneurship Education and Training (FGF Studies in Small Business and Entrepreneurship 2023)



Uit onderzoek blijkt overigens ook dat ondernemerschapsonderwijs soms de ondernemende intenties van studenten kan verminderen.⁸ Studenten leren wat er nodig is om ondernemer te worden en kunnen zich afvragen of ondernemer worden past bij hun persoonlijke doelen en levensplannen en of het de juiste beroepskeuze is. Hierdoor ontwikkelen zij een realistischer beeld van ondernemerschap en kunnen besluiten om niet te ondernemen, wat een volledig aanvaardbare uitkomst is. Een van de doelen van ondernemerschapsonderwijs is immers ook om studenten te trainen om kritische denkers te worden. Als, als gevolg van dit kritisch denken, studenten besluiten om niet te ondernemen en een ander carrière pad te kiezen, dat is dat ook een goede en wenselijke uitkomst. Wanneer op hun beurt die studenten die na een kritische reflectie, geïnspireerd door ondernemerschapsonderwijs, hun eigen onderneming starten, dan zullen ze gemotiveerder en volhardender zijn in het aanpakken van de uitdagingen die gepaard gaan met ondernemerschap, vooral in de vroege fasen van de onderneming.

Studenten kunnen ook beslissen om later in hun leven een bedrijf te starten nadat ze waardevolle werkervaring hebben opgedaan in gevestigde bedrijven. Ondernemerschapsonderwijs stelt studenten in staat om verantwoordelijkheid in gevestigde organisaties te nemen door op te treden als ondernemende werknemers of managers; de intrapreneurs.⁹

Tegenwoordig is ondernemerschap gerelateerd aan meer dan bedrijfsmodellen en persoonlijke rijkdom. Ondernemers spelen een steeds grotere rol in het maatschappelijk welzijn mede aangezien ondernemend denken en handelen nodig is om de urgente problemen van de samenleving op te lossen. Daarom is ondernemerschap ook steeds meer verbonden met duurzaamheid, bijvoorbeeld het bereiken van de duurzaamheidsontwikkelingsdoelstellingen; de SDG's van de Verenigde Naties.¹⁰ De SDG's vormen voor mbo-scholen een raamwerk voor verschillende ingezette ontwikkelingen. Zo worden de SDG's steeds meer geïntegreerd in de opleidingen en krijgen onderwerpen als duurzaamheid, de circulaire economie, de energietransitie en klimaatadaptie in de kwalificatiedossiers en keuzedelen een specifieke plek.¹¹

Wat betekent dit voor het (toekomstige) ondernemerschapsonderwijs?

Denken dat ondernemerschap alleen betrekking heeft op bedrijf-gerelateerd onderwijs is inmiddels een achterhaald perspectief. Ondernemerschapsopleiders en -onderzoekers richten zich steeds op het integreren van hun kennis in aanvullende studieprogramma's en interdisciplinaire keuzemodules.

De afgelopen twintig jaar is het aantal ondernemerschapscursussen en -programma's als paddenstoelen uit de grond geschoten.¹² Dit geeft het belang van ondernemerschapsonderwijs aan en ook de behoefte aan organisaties als stichting Jong Ondernemen met meer dan dertig jaar ervaring en als aanjager op die ontwikkelingen om kwalitatief en duurzaam ondernemerschapsonderwijs aan te kunnen blijven bieden.



Zo vinden we vandaag ten dag een veel breder scala aan programma's en cursussen die gericht zijn op bijvoorbeeld innovatie, ontwerp denken en sociale en milieuzorgen.

Het ondernemerschapsonderwijs is niet enkel meer multidisciplinair geworden¹³, maar ook meer gericht op het ontwikkelen van sociale competenties, 21-eeuwse vaardigheden en het verstrekken van strategieën voor een leven lang leren.¹⁴

Wanneer we kijken naar het belang van ondernemerschapsonderwijs en de ontwikkelingen is het ook belangrijk om terug te kijken op de aanpak en ervaring van Jong Ondernemen, mede door te zien wat de lange termijn effecten zijn op die studenten die deelnamen aan Student Company.

Wij hopen dat dit onderzoek daarmee de aanpak van Jong Ondernemen inzichtelijk en aantoonbaar maakt en zo laat zien hoe en wat Student Company heeft bijgedragen aan de toekomst van de deelnemende studenten. Op deze manier draagt dit onderzoek dan ook bij aan de ontwikkelingen van effectief en impactvol ondernemerschapsonderwijs, voor nu en in de toekomst.

8 Von Graevenitz et al., 2010).

9 Een werknemer wordt als intrapreneur' beschouwd wanneer hij of zij in de afgelopen drie jaar (of sinds de start van de job) betrokken is geweest bij de ontwikkeling van een nieuwe activiteit voor zijn/haar werkgever en wanneer hij/zij een leidende rol heeft gehad in dit proces. We meten 'intrapreneur' aan de hand van de variabelen opgesteld door Bosma et al. (2012)

10 De Sustainable Development Goals van de United Nations De SDG's zijn 17 doelen bedacht door de 193 lidstaten van de VN (Verenigde Naties) met als hoofddoel duurzame ontwikkeling te stimuleren. De SDG's zijn geformuleerd op een manier die aanzet tot actie.

11 MBO raad

12 Barnard et al., 2018

13 (Neergaard et al., 2020),

14 (Neck & Corbett, 2018).

3 Onderzoeksmethode

3.1. Literatuur onderzoek

Voorafgaand aan het onderzoek hebben we een aantal gepubliceerde onderzoeken geraadpleegd ter onderbouwing en validatie van het onderzoek en de te ontwikkelen vragenlijst¹⁵. De selectie van 23 artikelen en onderzoeken werd gemaakt uit een totaal van 43 en is gebaseerd op de relevantie van de lange termijn effecten van ondernemerschapsonderwijs. Daaraan zijn gekoppeld de doelen en onderzoeksvragen van dit onderzoek en daarmee de bijdrage van het ondernemerschapsprogramma Student Company.

Een van de uitgangspunten was een vervolg op een eerder impact onderzoek van het lange termijn effect ondernemerschapsonderwijs uit 2016 door stichting Jong Ondernemen, uitgevoerd onder leiding van dr. Sharon Dolmans, verbonden aan de TU Eindhoven.¹⁶

De onderzoeksmethode en inhoud van de enquête zijn deels gebaseerd op dit onderzoek¹⁷, waarbij dat onderzoek weer deels gebaseerd was op eerder onderzoek met vergelijkbare programma's in het buitenland.¹⁸ Gezien de ontwikkelingen van ondernemerschapsonderwijs en de gevalideerde schalen werd het literatuur onderzoek uitgebreid met onderzoek uit binnen- en buitenland en enkele publicaties.¹⁹

Ook voor de onderbouwing in de analyse fase maken we gebruik van literatuuronderzoek.

3.2. Data collectie

a. Survey verspreid onder Student Company alumni en een controlegroep

Op basis van de data die Jong Ondernemen in de loop der jaren heeft bijgehouden, konden we voor de jaren 2014-2017 van het hbo en 2017-2019 van het mbo in totaal respectievelijk 4500 en 1947 Student Company-alumni identificeren. Van deze alumni was veelal een emailadres bekend. Een belangrijk probleem is dat zodra de studenten afstuderen, bijna elk contact tussen de Jong Ondernemen-alumni en de stichting als ook met de scholen verbroken wordt. Sommige alumni zijn dan in principe niet meer te bereiken na het afstuderen. Zo wordt bijvoorbeeld enkel met het school-emailadres gewerkt. In overleg met Jong Ondernemen is ervoor gekozen bepaalde onderwijs instellingen niet te benaderen in dit proces en andere scholen juist wél te betrekken in dit onderzoek, gezien de verspreiding van de online survey onder hun oud-studenten in het kader van de AVG. Uiteindelijk is de online survey verspreid onder 3.280 studenten via persoonlijke e-mails. Het uiteindelijke aantal persoonlijke uitnodigingen was bij benadering 2955.²⁰ Gezien we ook gebruik hebben gemaakt van social media (Facebook en LinkedIn) en van de medewerking van onderwijsinstellingen om de online survey te verspreiden, is het aantal bereikte alumni niet exact te bepalen. In de uitnodigingsmail hebben we tevens gevraagd aan alumni om eventueel bekende mede oud-studenten te enthousiasmeren om ook deel te nemen aan dit onderzoek.

De online survey richting de Student Company-alumni is uitgezet in de periode 15 januari 2023 -25 februari 2023.²¹

¹⁵ Voor de validatie van de indicatoren.

¹⁶ Dit onderzoek is uitgevoerd onder leiding van dr. Sharon Dolmans, verbonden aan de TU Eindhoven, met hulp van dr. Shivaram Devarakonda (Tilburg University) en student-assistent Wesley Snoeren. Dit beslaat alumni die gedurende het jaar 2004-2005 of 2005-2006 deelgenomen hebben aan Student Company programma tijdens een mbo of hbo opleiding.

¹⁷ Wij beschikten niet over de achterliggende informatie betreffende samenstelling datasets, survey ontwikkeling en analyse van dit onderzoek, enkel de openbare publicatie met resultaten.

¹⁸ In o.a. Zweden, het Verenigd Koninkrijk en Canada is een vergelijkbaar onderzoek gedaan naar de opbrengsten van het Company programma. Jong Ondernemen is aangesloten bij JA Europe en JA Worldwide.

¹⁹ De geraadpleegde bronnen zijn terug te vinden in de referentielijst

²⁰ Gezien er ongeveer 10% van deze uitnodigingen werd geretourneerd gezien het ontbreken van een actueel emailadres bleven er 2955 over. Voor de validiteit waren er 2947 persoonlijke uitnodigingen nodig.

In totaal werden er 225 questionnaires geretourneerd (responspercentage 7,6%). 18 responses bleken bepaalde antwoorden van waarde te missen en zijn verwijderd. Uiteindelijk was er een valide dataset van 207 Student Company-alumni respondenten geschikt voor verder analyse. De verdeling van mbo en hbo is respectievelijk 39% en 61%.²²

Om de bijdrage van Student Company inzichtelijk en aantoonbaar te maken en daarmee de resultaten en de impact claims die zijn toe te wijzen aan de interventie van het ondernemerschapsprogramma Student Company te valideren, is gekozen om een controlegroep samen te stellen. In dit geval werd de survey eerst uitgestuurd naar de alumni en is op basis daarvan de controlegroep samengesteld.

De karakteristieken van de controlegroep en de Student Company-alumni dienen nagenoeg dezelfde variabelen te hebben om de twee groepen te vergelijken. Dit werd bepaald door demografische en achtergrond kenmerken van beide groepen.

Verdere statistische analyse²³ bevestigt dat deze beide groepen respondenten nagenoeg²⁴ statistisch niet significant verschillen. Zie onderstaande tabel.

	Alumni	Controlegroep
Aantal respondenten	207	170
Gemiddelde leeftijd	25,82	25,91
MBO/HBO	32/68	30/70
Opleidingsniveau ouders	2,85	2,97
Ouder(s) als ondernemer	0,39	0,34
Inkomen ouders	3,37	3,07
Hoogst genoten opleidingsniveau alumni	2,76	2,46
Totaal aantal gevolgde ondernemerschapscursussen	1,59	1,47

Van de controlegroep hebben 170 respondenten de survey ingevuld.

De enquêtes dienen als basis voor het onderzoek en de analyse van de lange termijn effecten van het ondernemerschapsprogramma Student Company van Jong Ondernemen.

²¹ Eerst stuurden we de link naar de zelfontwikkelde, online vragenlijst. Na een kleine twee weken na de eerste email stuurden we een herinneringsemail.

²² Gezien de te onderzoeken jaren varieerden is dit percentage verklaarbaar (2014 - 2017 hbo en 2017 -2019 mbo) Hier is ook rekening me gehouden in de samenstelling van de controlegroep.

²³ Door middel van T-testen werden de gemiddelden van beide groepen vergeleken.

²⁴ Bij dit onderzoek is in samenspraak met Jong Ondernemen besloten niet te vragen naar het geslacht, dus de man vrouw verhouding is in dit onderzoek niet meegenomen, waarbij dit een variabele is waardoor bepaalde resultaten niet op basis van geslacht kunnen worden geanalyseerd (bijvoorbeeld of vrouwen meer ondernemer zijn e.d.) . Om een afwijking zoveel mogelijk te minimaliseren hebben we, op basis van de namen van de Student Company alumni een inschatting te maken van de man-vrouw verhouding en daarop de controlegroep ook zoveel mogelijk gelijk samengesteld qua man- vrouw verhouding.

b. Bijeenkomst alumni – Alumni Talks – interviews

Voor de verdieping, aangaande de ervaringen van de oud studenten, en ter illustratie was er een bijeenkomst georganiseerd voor Student Company-alumni respondenten van de survey. Deze heeft helaas niet plaats gevonden, gezien het uitblijvende animo.

Ter vervanging zijn interviews gehouden en quotes verzameld, waarbij dient te worden aangegeven dat het onderzoek op basis van de resultaten een valide beeld geeft, gekoppeld aan de doelen van het onderzoek. Voor vergroting van de impact, binding met de alumni en haalbaarheid van de data collectie voor een vervolgonderzoek, in verband met de eventuele aanscherpingen van de AVG, doen wij een aanbeveling voor het opstarten van een Jong Ondernemen alumni community.

3.3. Ontwikkeling van de survey/enquête

We gebruikten een survey om de dataset te verzamelen en de lange termijn effecten van ondernemerschapsonderwijs, in dit specifieke geval het ondernemersprogramma Student Company voor mbo en hbo, te onderzoeken. De resultaten van de enquête dienen als basis voor de analyse van dit ondernemersprogramma en de lange termijn effecten. De survey is onderverdeeld in drie secties:

1. Profiel respondent en achtergrond (demografische kenmerken, leeftijd, familie achtergrond, opleidingsniveau, vervolgcursussen)
2. Werk en arbeid gerelateerd (o.a. huidige werksituatie, aansluiting arbeidsmarkt, bruto inkomen)
3. Ervaringen en waardering Student Company programma, de ontwikkelde kennis en competenties, aansluiting op leerontwikkeling en arbeidsmarkt.

Sectie 1 en 2 van de survey waren zowel voor de Student Company-alumni als de controlegroep. Sectie 3 was enkel voor de Student Company alumni. De online vragenlijst, die gemiddeld 17 minuten voor de alumni en 15 minuten voor de controlegroep in beslag nam om in te vullen, peilde naar verschillende onderwerpen in de drie secties.

Deze bestond voor 25% uit korte meerkeuze vragen, 70% uit stellingen²⁵ en 5% uit korte open vragen. In totaal bestond de questionnaire uit 25 items.

Voor de opbouw van de survey wat betreft de weging en gevalideerde schalen hebben wij gebruik gemaakt van eerdere studies. In de voetnoot staat een beknopte vermelding. De complete bronvermelding met vermelding van het onderzoek is terug te vinden in de referentielijst.²⁶

3.4. Analyse aanpak

De verzamelde dataset(s) werden geanalyseerd met behulp SPSS, die we ook gebruikten voor de T-test, in combinatie met aanvullende analyse software om statistische analyses²⁷ uit te voeren. Doordat de indicatoren die gebruikt zijn voor de samenstelling van de ontwikkelde vragenlijst gebaseerd zijn op gevalideerde schalen, konden we ervan uitgaan dat de onderdelen op de schaal consistent en betrouwbaar zijn.

Door de statische analyse te combineren met literatuuronderzoek krijgen we nog meer inzicht in de resultaten en kunnen we verbanden leggen tussen de diverse variabelen.²⁸



25 Alle stellingen werden gescoord op een Likert schaal van 1 (sterk oneens) tot 5 (helemaal mee eens)
26 Impactonderzoek JO TU Eindhoven.(2016) F. W., & Wennberg, K. (2015).. Moberg, K. (2014).. Wennberg, K., & Elert, N. (2012).. Chen, C., Green, P. G., & Crick, A. (1998). De Noble, A. F., Jung, D., & Ehrlich, S. B. (1999) Cooper, S. Y., & Lucas, W. A. (2006) Yilmaz and Sünbül (2008) Walter and Block (2016) e.g. Duong, 2021; Hahn et al., 2017; Hoang et al., 2020; Maheshwari, 2021; Maheshwari & Kha, 2021; Maresch et al., 2018; Nowinski et al., 2020)

27 Statistische analyse is een methode om gegevens te analyseren en te interpreteren. Wij voerden deze uit met STATA en de functie "teffects ipw" IPW (inverse probability weighting). Het doel van IPW is om de alumni en controlegroepen te controleren op basis van controle variabelen, zijnde de kenmerken van de respondenten, die waren vastgesteld. Eventuele verschillen in uitkomsten kunnen zo worden toegeschreven aan deelname aan Student Company.
28 Nibud, HBO monitor, VNG, Erasmus universiteit, CBS, Het Researchcentrum voor Onderwijs en Arbeidsmarkt (ROA) De complete bronvermelding met onderzoek vind u terug in de referentielijst.



4 Enquête resultaten – lange termijn effecten Student Company

Vergeleken met de controlegroep, vinden Student Company-alumni **sneller een eerste baan**. **38%** van de alumni binnen twee maanden tegenover **18%** van de controlegroep.

Het **aantal ondernemers** onder de Student Company-alumni is **nagenoeg een verdubbeling** ten opzichte van het aantal ondernemers binnen de controlegroep. Het percentage daarvan dat nog steeds een onderneming heeft is zo goed als gelijk tussen beide groepen. (70%)

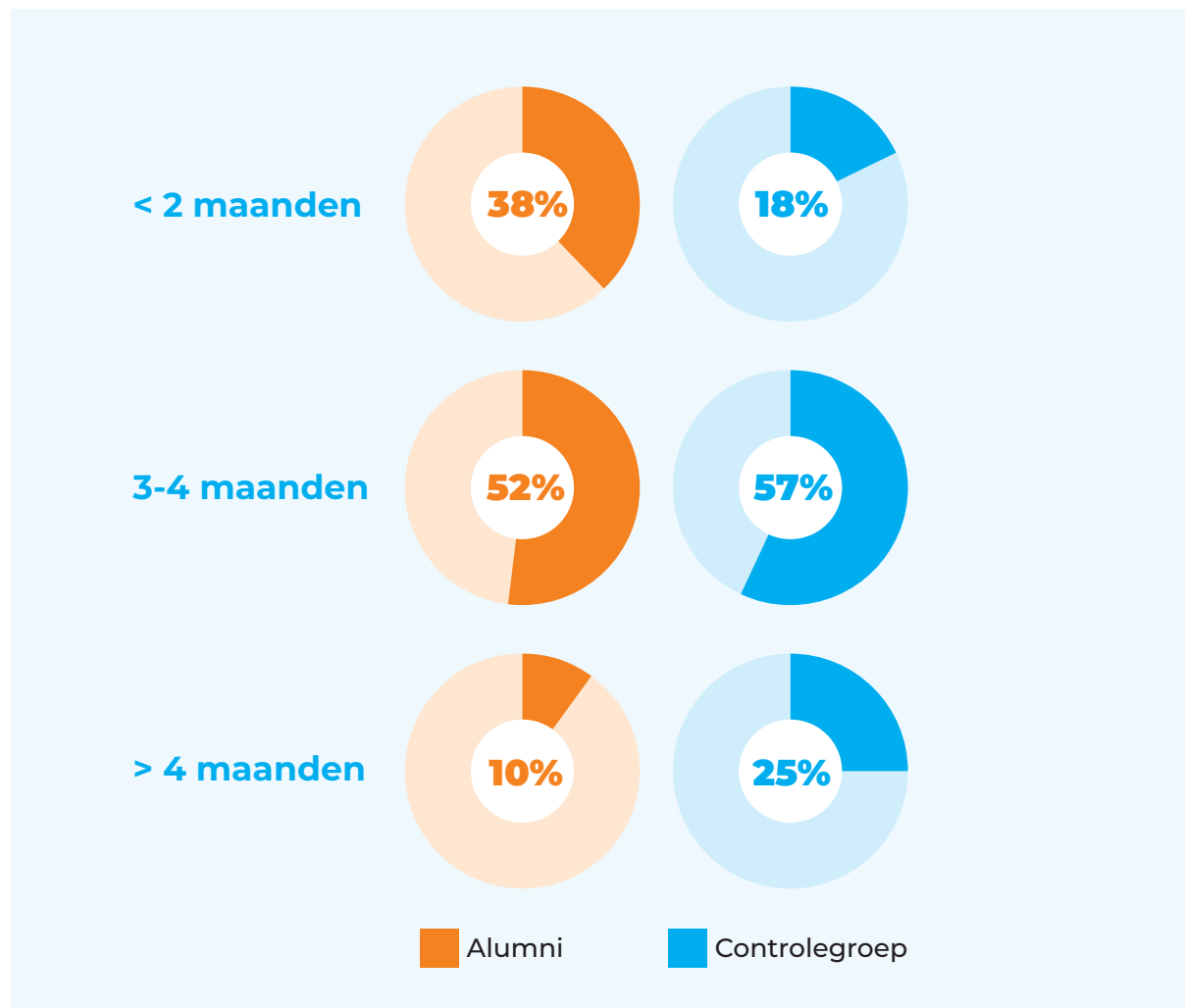
Student Company-alumni vervullen vaker een management positie. **62%** van de Student Company-alumni **bekleedt een management positie** ten opzichte van **46%** van de controlegroep.

72% van de Student Company-alumni geven aan, zowel als manager als niet-manager, zich **een ondernemende werknemer** te voelen ten opzichte van **47%** binnen de controlegroep.

73% van de Student Company-alumni hebben sterker de indruk dat **de huidige functie aansluit bij wat men in de opleiding heeft geleerd**, ten opzichte van **58%** binnen de controlegroep. Dit duidt op een toegevoegde waarde van het Student Company programma op de gevolgde opleiding, betreffende de voorbereiding op de arbeidsmarkt.



Deelname aan Student Company zorgt sneller voor het vinden van een eerste baan. Student Company vergroot de baankans.



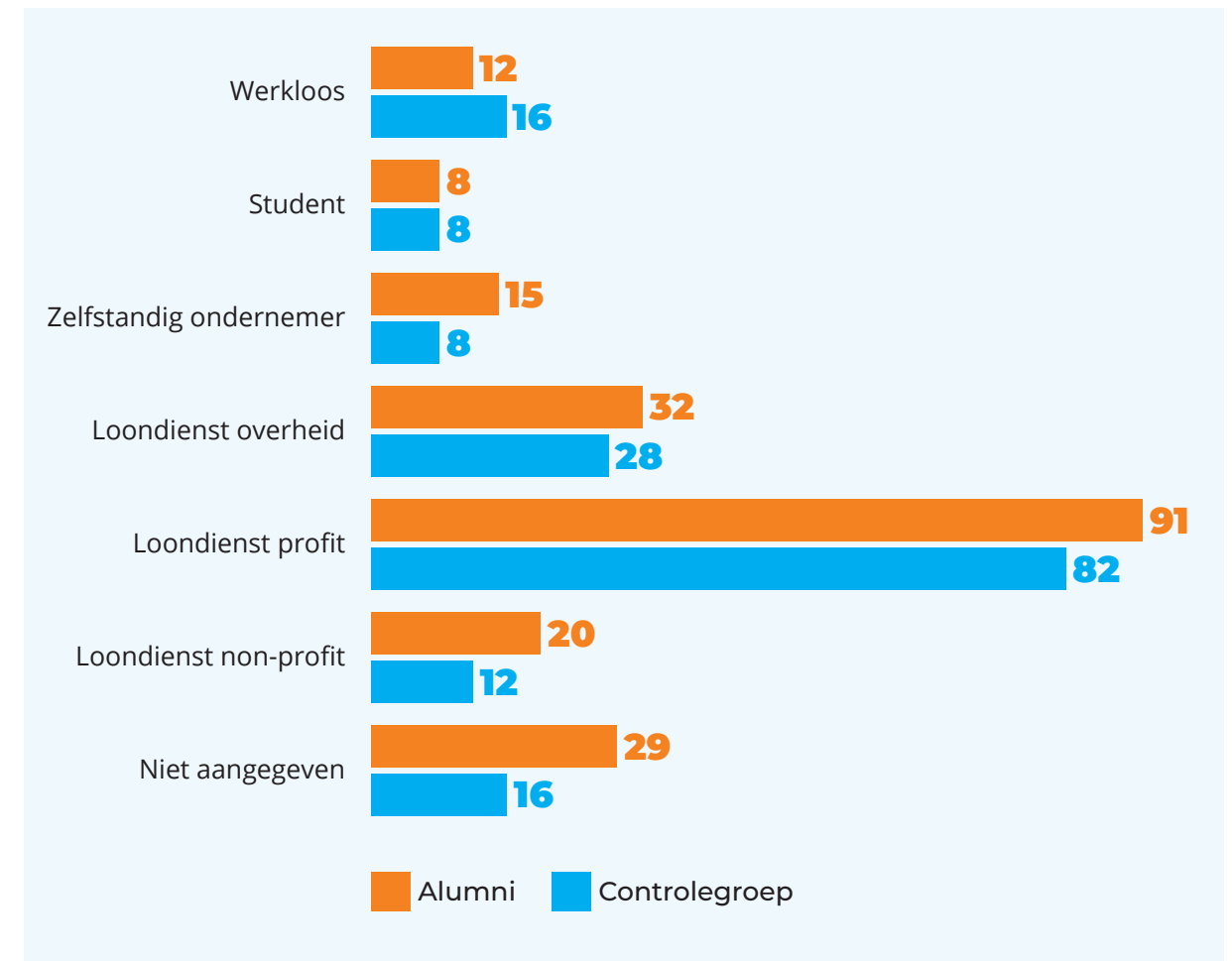
Hoeveel maanden er tussen de afstudeerdatum en de eerste betaalde baan zit geeft de mate van aansluiting van een mbo of hbo alumnus op de arbeidsmarkt aan. Met de vraagstelling die in het onderzoek wordt gebruikt zegt dit gegeven zowel iets over het zoeken naar een baan als over de bereidheid om meteen na afstuderen te beginnen met werken.

38% van de Student Company Alumni vindt in twee, of minder, maanden hun eerste baan ten opzichte van 18% binnen de controlegroep. 22% van de Student Company alumni die binnen twee maanden een eerste baan had gevonden geeft aan dat hun stage werd omgezet in een dienstverband. Ook is het merendeel van de ondernemers direct gestart na het afstuderen (met name de respondenten uit lichte 2019).

Koppelen we de snelle start van 38% van de Student Company alumni aan de beleefde ervaring van de alumni dat Student Company in hoge mate zorgt voor een goede basis om te starten op de arbeidsmarkt, dan wijst verdere statistische analyse uit dat deelname aan Student Company zorgt voor een snelle start in en adequate aansluiting op de arbeidsmarkt.

Deelname aan Student Company vergroot de kans om als ondernemer aan de slag te gaan.

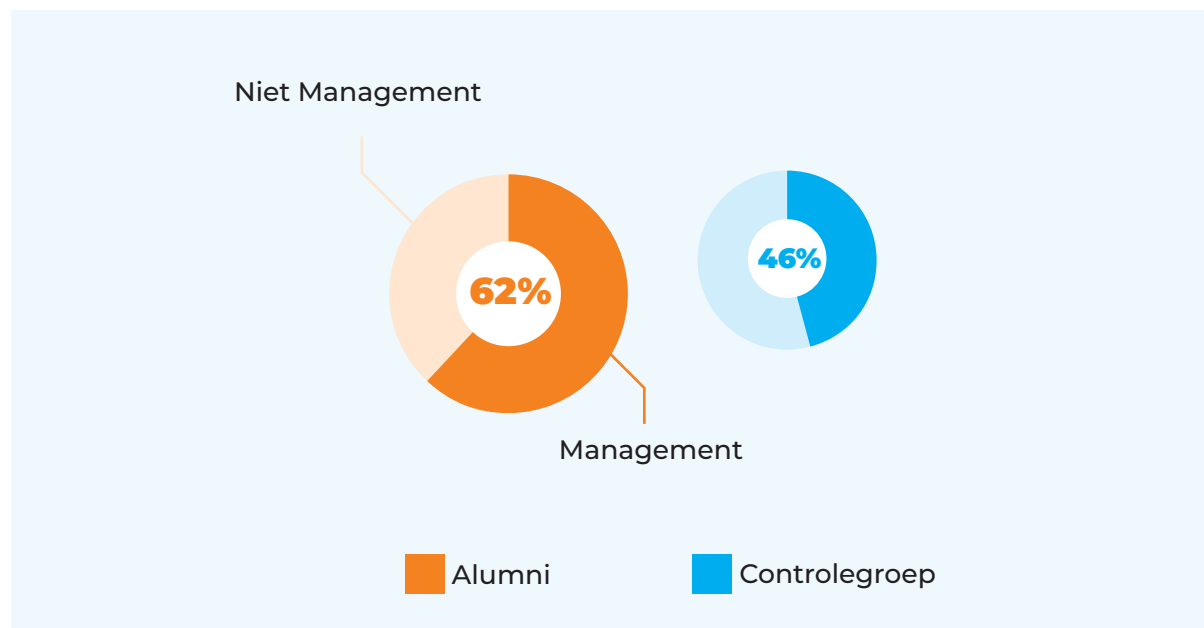
De huidige arbeidssituatie van de alumni en controlegroep geeft informatie over de vraag of deelname aan Student Company de kans op werkloosheid verkleint, al is dit verschil slechts klein. Het aantal Student Company wat kiest voor het ondernemerschap is significant hoger dan van de controlegroep. Ondernemerschap is een breed begrip en kan gaan om het nemen van risico's, het creëren van nieuwe kansen en het ontwikkelen van nieuwe ideeën.



Tevens duidt het grotere aantal alumni dat kiest voor een non-profit organisatie in vergelijking met de controlegroep op een hogere mate van innovatief vermogen en sociale betrokkenheid. Non-profit organisaties nemen vaker de vrijheid om te experimenteren en risico's te nemen. Daarnaast zijn non-profit organisaties vaak meer gericht op het bereiken van hun doelen dan op het maken van winst.

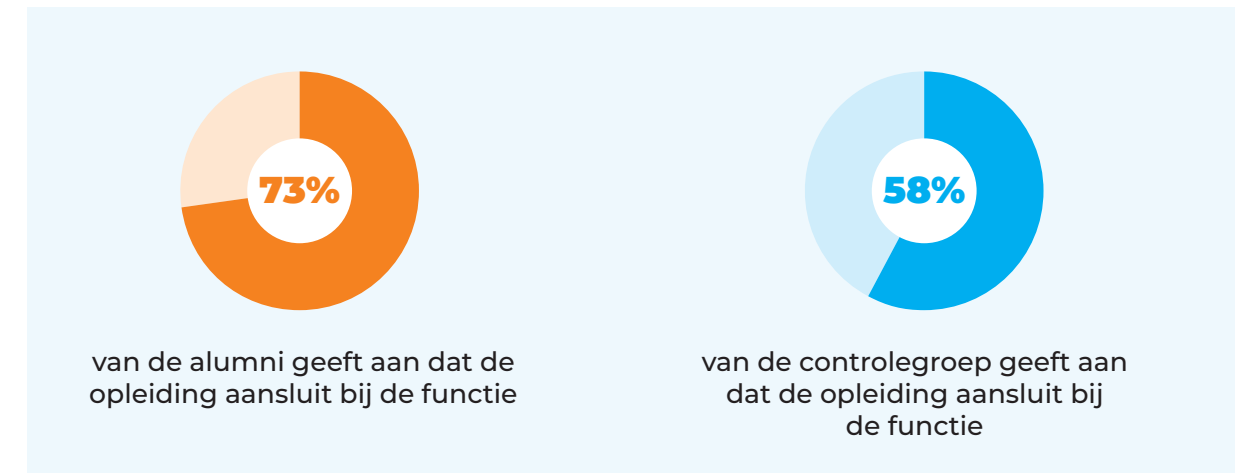
Deelname aan Student Company vergroot de kans op een management functie.

Bij de vergelijking van beide groepen respondenten op functieniveau bekleedt 62% van de Student Company-alumni een management positie ten opzichte van 46% binnen de controlegroep. Verdere statistische analyse wijst uit dat deelname aan Student Company de kans op een management positie vergroot. Meerdere competenties en vaardigheden, die nodig zijn voor een management positie zijn onderdeel van de doelen van Student Company (o.a. besluitvorming, kennis van financiële zaken, lastige keuzes durven maken, communicatie).



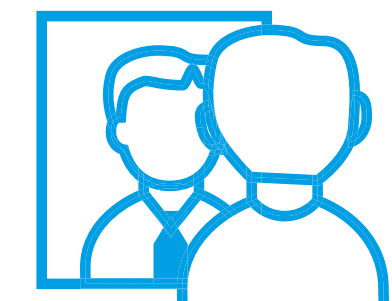
Een management positie is een functie waarbij je verantwoordelijk bent voor het aansturen van een team of afdeling binnen een organisatie. Het doel van een manager is om de doelen van de organisatie te realiseren door middel van het aansturen van medewerkers en het nemen van beslissingen. Het onderscheid van niveaus van management, zoals topmanagement, middenmanagement en operationeel management hebben wij niet meegenomen in de vraagstelling gezien het begripsniveau en de interpretatie van de vraag te moeilijk bleek in de testfase.

Student Company draagt bij aan de aansluiting van de opleiding op de arbeidsmarkt

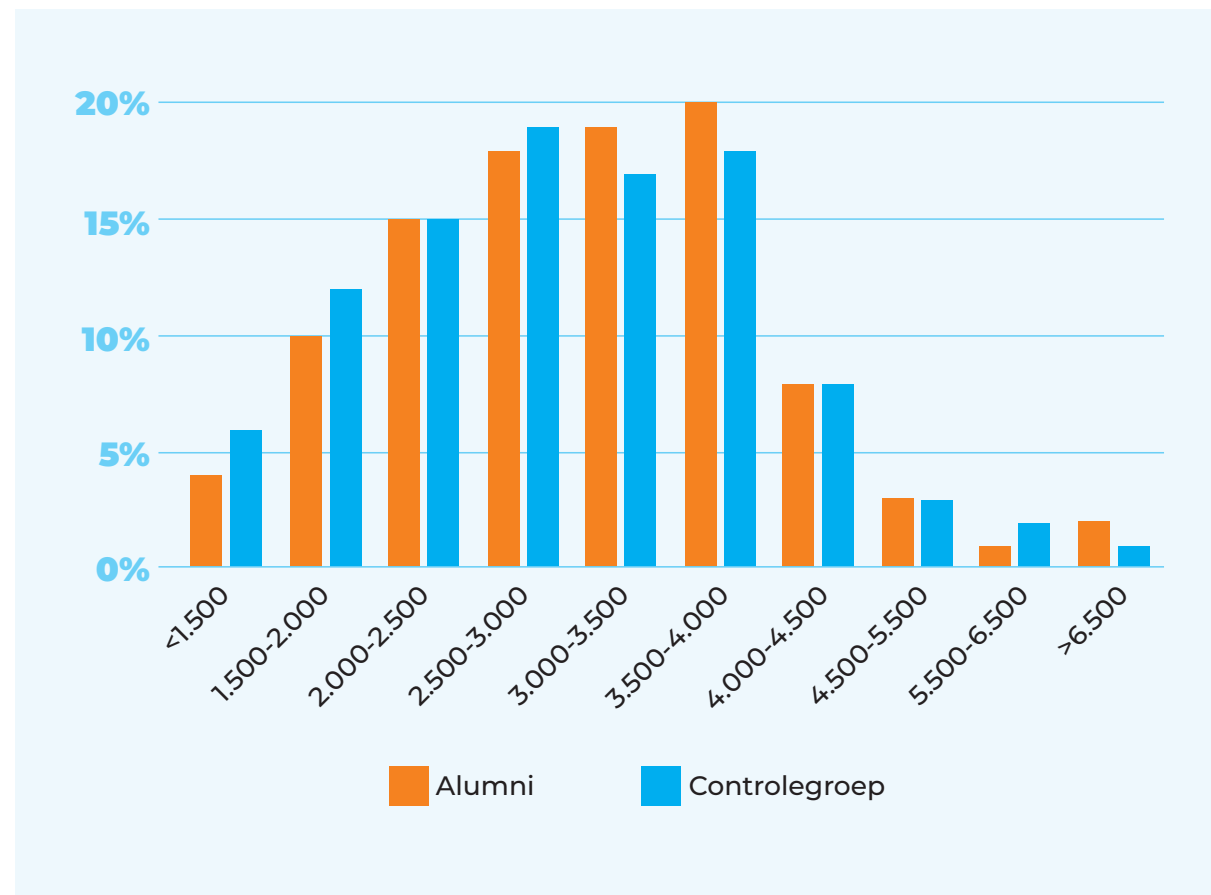


73% van de Student Company-alumni heeft de indruk dat de huidige functie aansluit bij wat men in de opleiding heeft geleerd, zowel qua niveau als qua inhoud (mbo en hbo) ten opzichte van 58% binnen de controlegroep.

Mede gezien dit het sterkst is bij de ondernemende management functies duidt dit op een toegevoegde waarde van Student Company aan de inhoud van de gevolgde opleiding en hoe dit door deelname aan Student Company beter aansluit op de huidige, veranderende arbeidsmarkt.

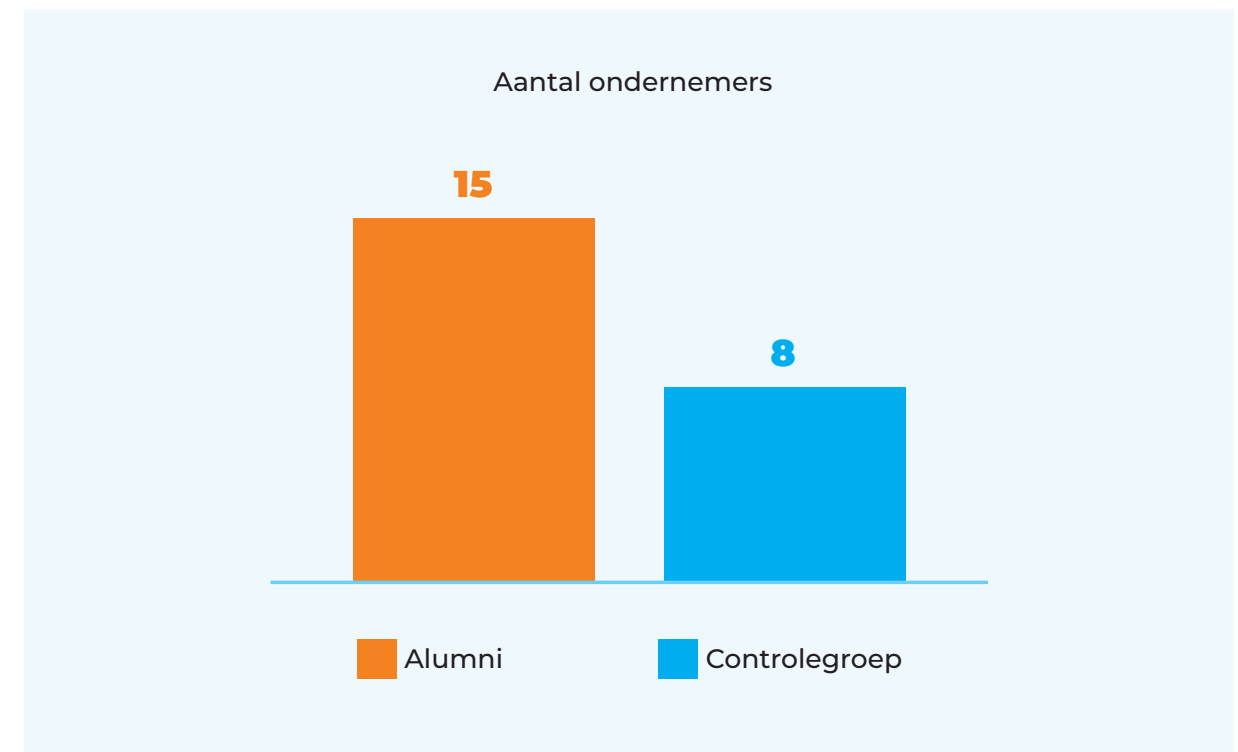


Gemiddeld bruto inkomen



Het gemiddelde bruto inkomen per maand verschilt nauwelijks tussen de Student Company - alumni en de controlegroep. Ook de verschillen per inkomens categorie zijn minimaal. Het gemiddelde bruto inkomen per maand van de Student Company alumni en de controlegroep is dan ook zo goed als gelijk en bedraagt €3.177,- bruto inkomen per maand. Dit is net iets boven modaal.*

Student Company stimuleert ondernemerschap



Het aantal Student Company- alumni dat een onderneming is gestart is bijna een verdubbeling ten opzichte van het aantal in de controlegroep. Dit is een significant verschil en daarom wijst dit gegeven op de stimulans die Student Company geeft om ondernemer te worden door deelname aan het onderwijsprogramma. Zowel bij de Student Company-alumni als in de controlegroep is van deze ondernemers 70% nog steeds ondernemer.

De responsratio van zowel de Student Company alumni als van de controlegroep ligt onder de 10% betreffende het aantal ondernemers wat de enquête heeft ingevuld. Uit de analyse is dit deels verklaarbaar gezien de jonge leeftijd van zowel de Student Company -alumni als de controlegroep, die rond de 26 jaar ligt.*

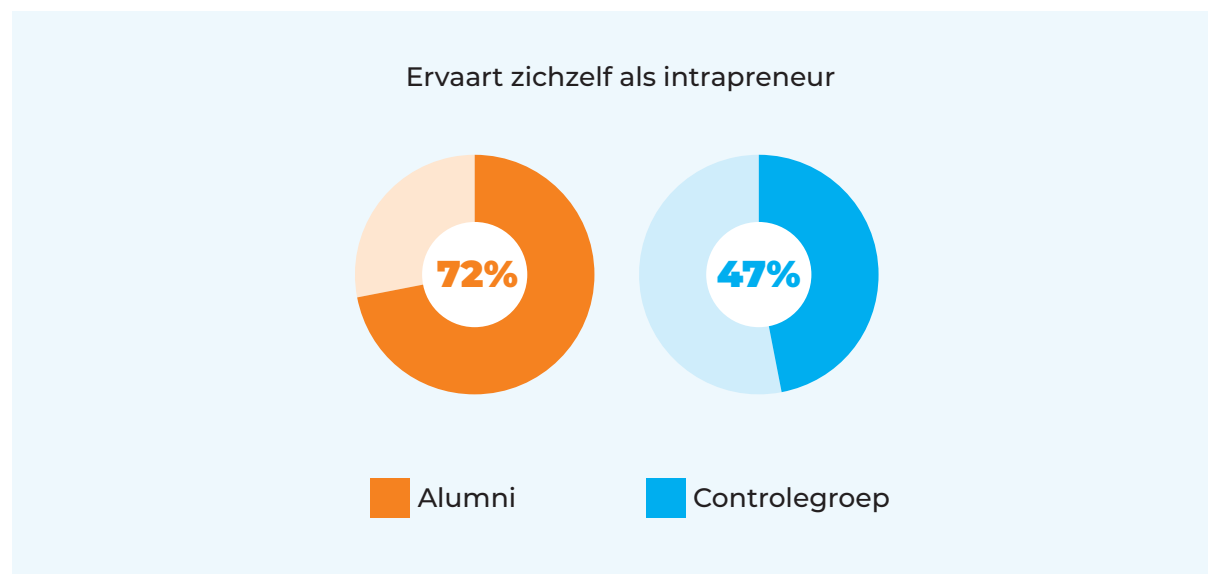
Gezien Student Company een breed ondernemerschapsprogramma is wat zich naast het starten van een bedrijf ook richt op ondernemend gedrag en onderliggende ondernemerschapscompetenties, laat het percentage Student Company-alumni dat zich een intrapreneur voelt zien dat Student Company in het algemeen bijdraagt aan een ondernemende beroepsbevolking. Dit wordt nader toegelicht op de volgende pagina.



* €3.167,- (vastgesteld in 2022)

* De gemiddelde leeftijd van startende ondernemers ligt op 36, al is de groep jonge ondernemers van onder de 35 jaar groeiende. Sommige studenten kunnen ook beslissen om later in hun leven een bedrijf te starten nadat ze waardevolle werkervaring hebben opgedaan.

Student Company draagt bij aan een ondernemende beroepsbevolking.



Een werknemer wordt als “intrapreneur” beschouwd wanneer hij of zij in de afgelopen drie jaar (of sinds de start) betrokken is geweest bij de ontwikkeling van een nieuwe activiteit voor zijn/haar werkgever en wanneer hij/zij een leidende rol heeft gehad in dit proces. We meten “intrapreneurship” aan de hand van variabelen uit onderzoek.*

De Student Company-alumni ervaren zichzelf meer als intrapreneur dan de controlegroep, respectievelijk 72% ten opzichte van 47%, ook wanneer ze beiden een management positie bekleden wat erop wijst dat de alumni door deelname aan Student Company ondernemender zijn in hun functie.

Studenten leren wat er nodig is om ondernemer te worden en kunnen zich afvragen of ondernemer worden past bij hun persoonlijke doelen en levensplannen en of het de juiste beroepskeuze is voor hen. Hierdoor ontwikkelen zij een realistischer beeld van ondernemerschap en kunnen vervolgens besluiten om niet te ondernemen. Een van de doelen van ondernemerschapsonderwijs is ook om studenten te trainen om kritische denkers te worden. Als, als gevolg van dit kritisch denken, studenten besluiten om niet te ondernemen en een ander carrière pad te kiezen, dan is dat ook een wenselijke uitkomst.

Ondernemerschapsonderwijs stelt studenten in staat om verantwoordelijkheid in gevestigde organisaties te nemen door op te treden als ondernemende werknemers of managers; de intrapreneurs.



* (Bosma et al. (2012)



Belangrijkste ervaringen van Student Company alumni met Student Company programma en ontwikkelde kennis en competenties

70% van de alumni is in sterke tot zeer sterke mate tevreden over de basis die Student Company biedt om te **starten op de arbeidsmarkt**.

Ook biedt Student Company volgens 85% van de alumni een **goede basis om kennis en vaardigheden verder te ontwikkelen**. Student Company draagt hiermee bij aan de leven lang leren strategie.

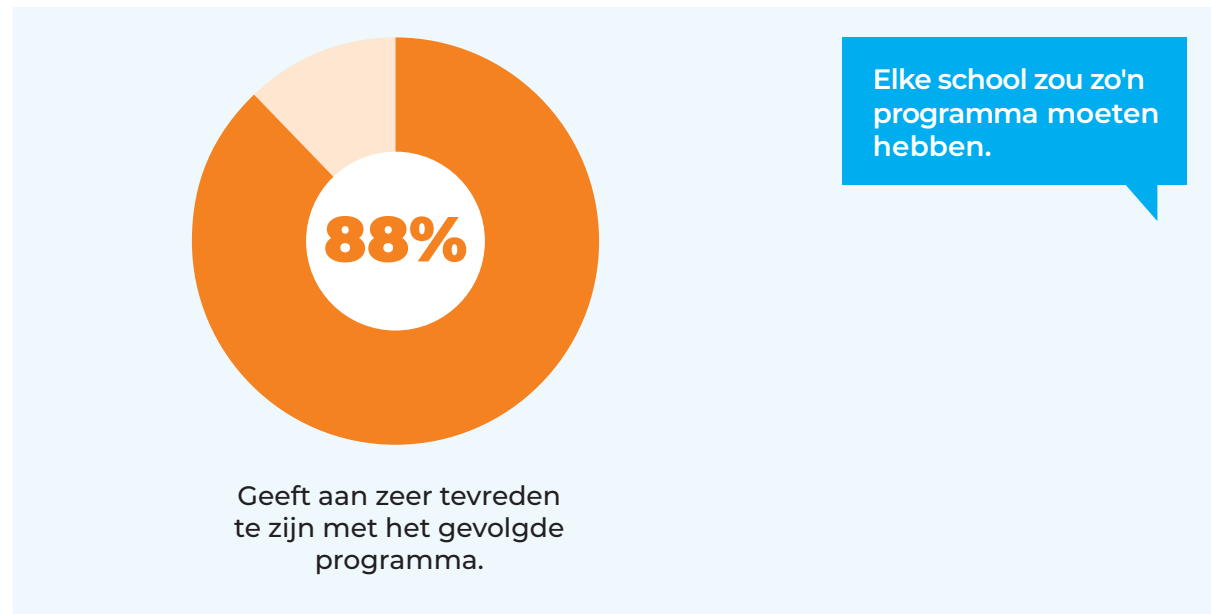
Bovendien ervaren de alumni een **verbetering van bepaalde competenties** die bijdragen aan hun werkende leven, die ook Student Company als doel heeft om te ontwikkelen.

Zo beschikken ze over een verbeterd **probleemoplossend en creatief vermogen**. Zij hebben meer **zelfkennis, zelfinzicht en zelfvertrouwen**. Zij zien kansen, ontwikkelen ideeën en weten hoe deze toe te passen.

Door toegenomen financiële kennis tijdens Student Company zien we een **toename van financieel inzicht en bewustzijn**. Een veel gevraagde competentie in werk, die bijdraagt aan **planningsvaardigheden** en het nemen van financiële beslissingen.

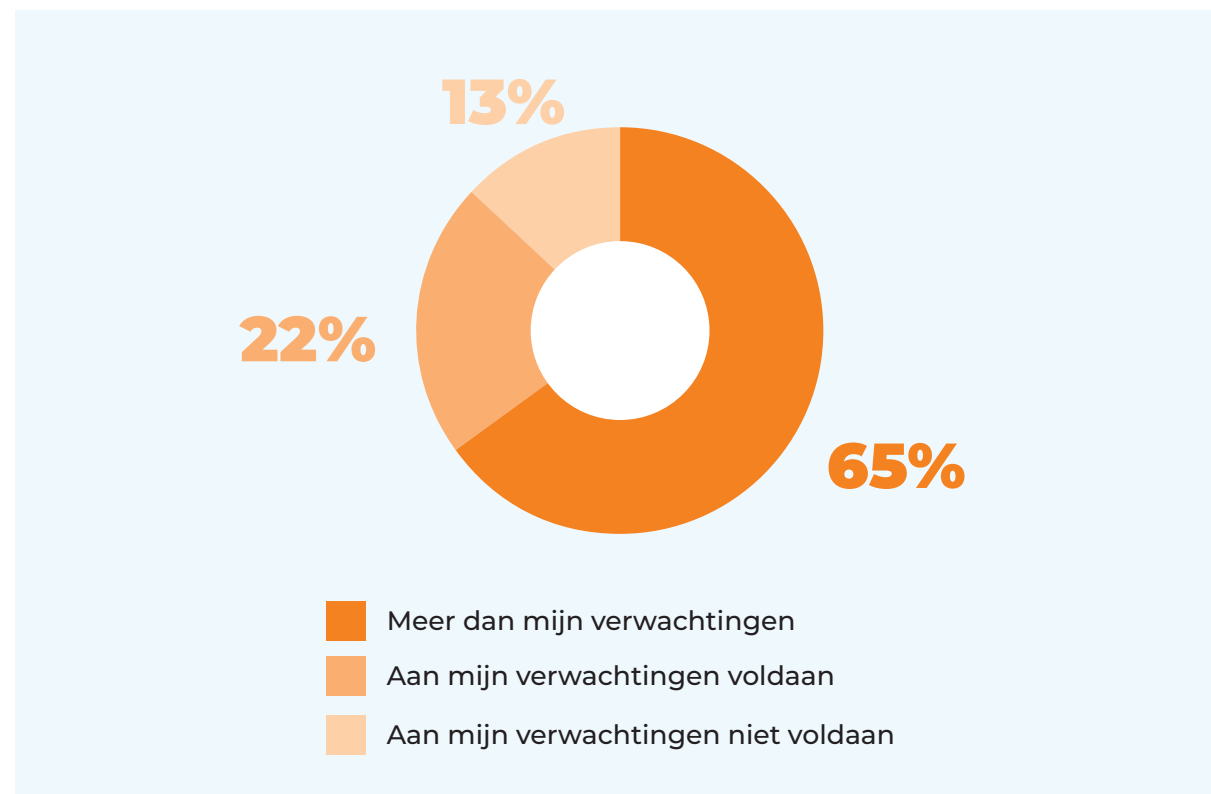


Beleefde ervaring van deelname aan Student Company

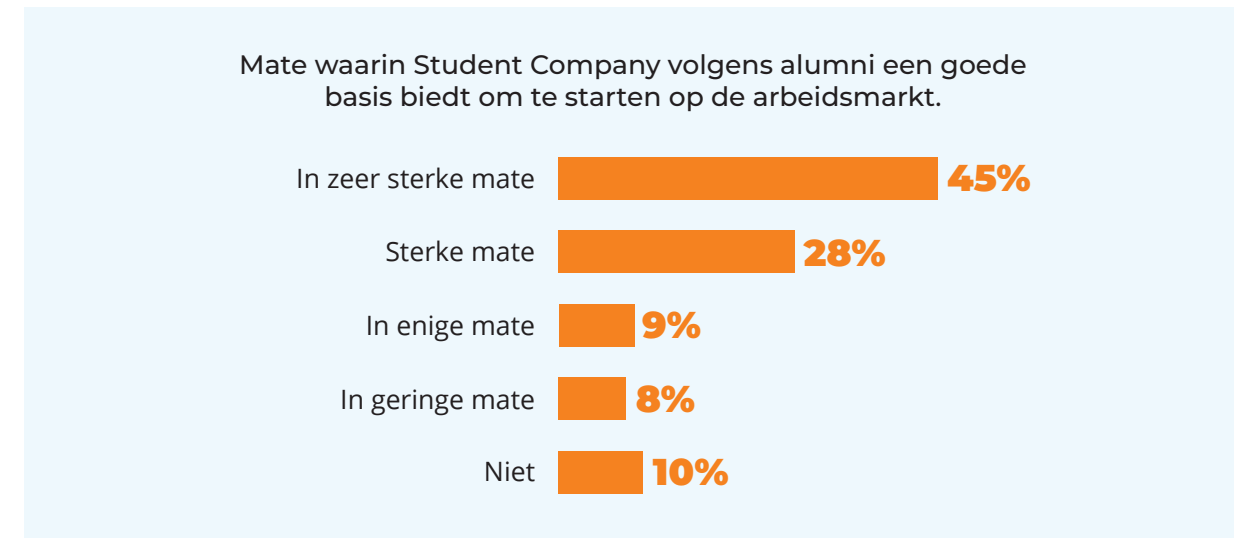


Met name de alumni die aangaven zeer tevreden te zijn, gaven ook aan dat het hun verwachtingen overtrof.

Redenen dat de verwachtingen niet uit kwamen richten zich met name op de resultaten ("wij konden niet meedoen aan de finale van Student Company") de verplichtingen en in relatie tot de uiteenlopende doelen en motivatie voor deelname ("ik wilde wel eens wat anders leren" en "de studiepunten waren mooi meegenomen").



Student Company draagt in hoge mate bij aan een goede basis om te starten op de arbeidsmarkt.



Nevenstaande grafiek geeft aan hoe de aansluiting met de arbeidsmarkt is ervaren. Respondenten zijn in sterke tot zeer sterke mate tevreden over de basis die Student Company biedt om verder te ontwikkelen op de arbeidsmarkt.

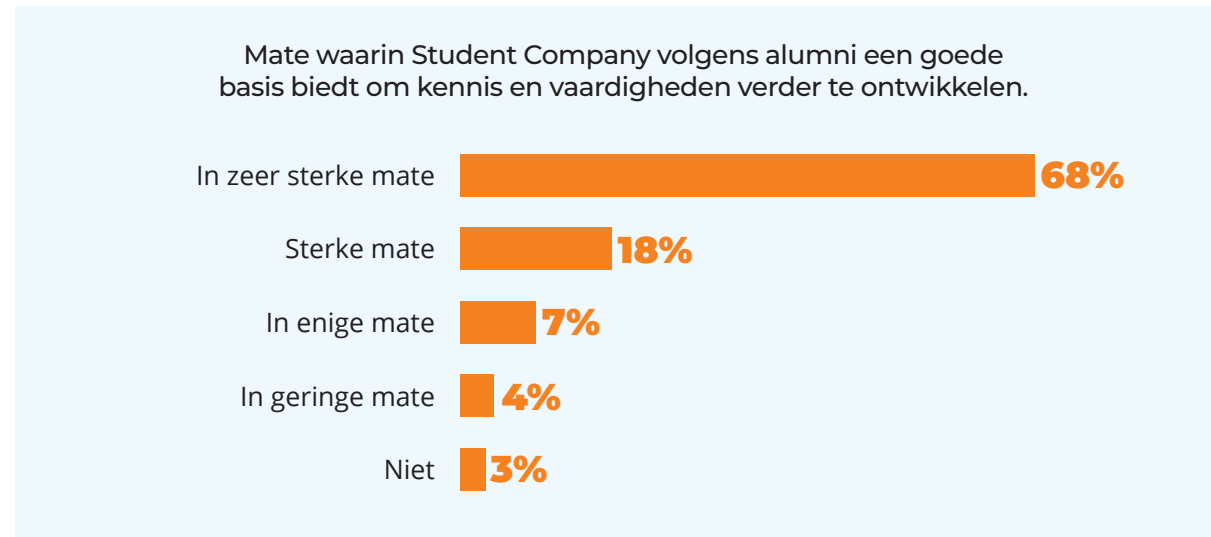
Men is daarbij ook positief over de basis die Student Company biedt om daadwerkelijk te starten als ondernemer of ondernemende manager.

De respondenten met mbo achtergrond vinden de basis goed om te starten op de arbeidsmarkt maar geven minder superlatieven aan.

Ik kon na mijn stage direct blijven en ben daarna snel doorgegroeid.



Student Company draagt in hoge mate bij aan een leven lang leren

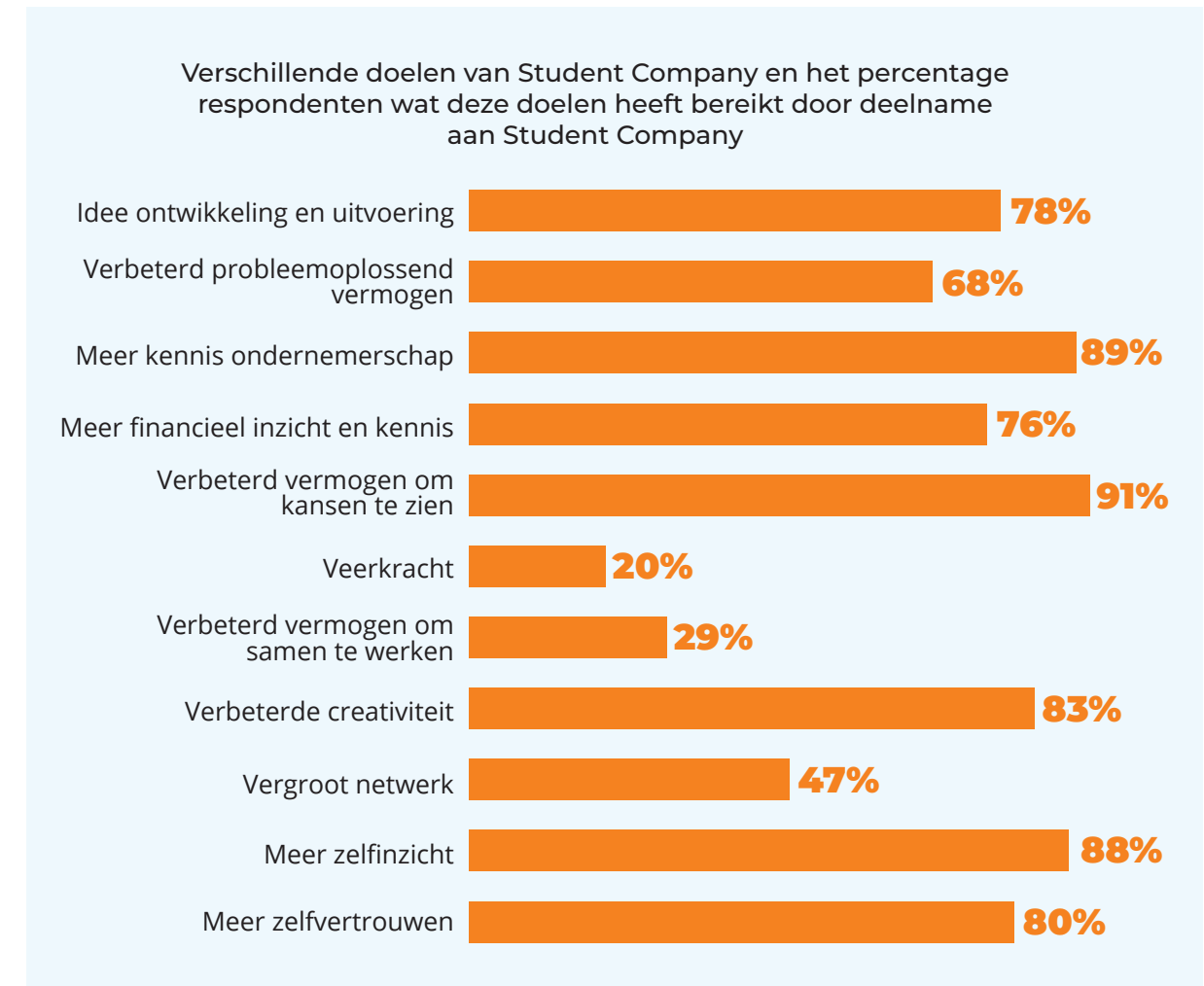


85% van de alumni geeft aan dat Student Company een goede basis biedt om kennis en vaardigheden verder te ontwikkelen.

Met name de hbo respondenten geven aan dat het programma hen de wil en vaardigheid heeft gegeven om verder door te ontwikkelen en daardoor hogerop te komen in hun werkend leven.

Het wijst erop dat Student Company een bijdrage levert aan een leven lang leren.

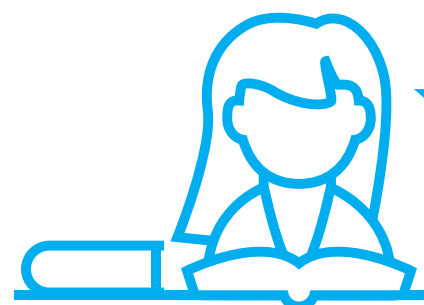
Student Company draagt bij aan de ontwikkeling van kennis, competenties en vaardigheden waar alumni baat bij hebben in hun werkend leven.



Student Company-alumni getuigen van een groot innovatief vermogen gezien hun verbeterd vermogen om ideeën te ontwikkelen en creativiteit. Zij hebben meer zelfinzicht en zelfvertrouwen.

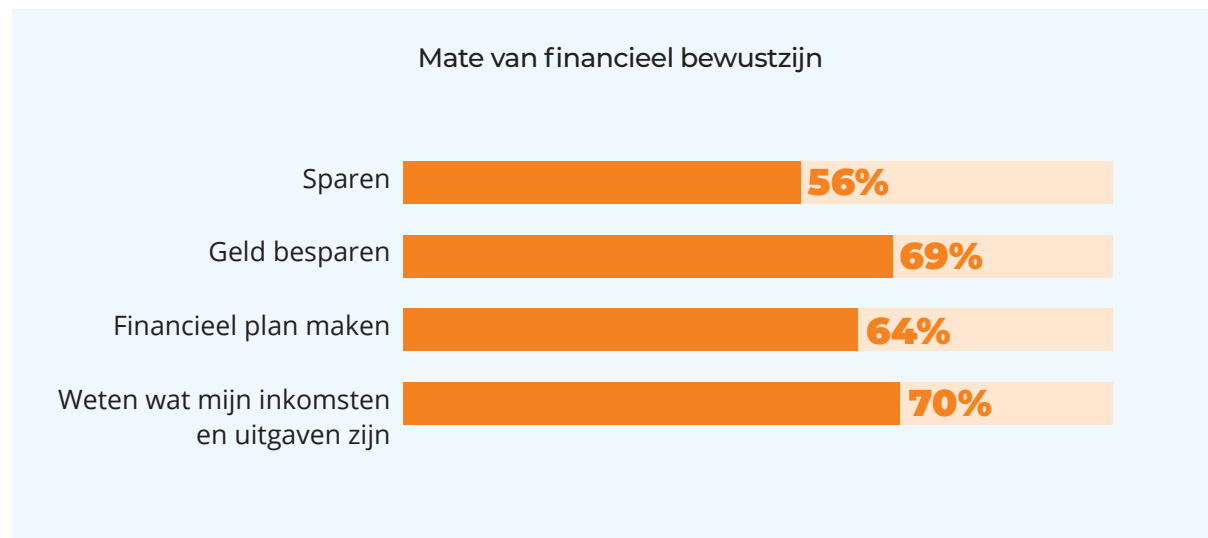
Ik durf nu zelf nieuwe ideeën aan te dragen.

Bovendien ervaren zij een verbeterd probleemoplossend vermogen. In minder mate zien we de veerkracht en vermogen om samen te werken terug in de resultaten, als ook de groei van het netwerk.



Al ben ik eerder gaan werken dan verwacht volgde ik wel een bachelor opleiding naast mijn werk.

Student Company draagt bij aan de ontwikkeling van financieel bewustzijn.



Een van de doelen van Student Company is het vergroten van financiële kennis en financieel inzicht. Bij punt 4 zagen we een verbetering op beide punten.

Financieel inzicht gaat over het begrijpen van financiële zaken, zoals het lezen van een balans of het opstellen van een begroting. Financieel bewustzijn gaat over het hebben van kennis en inzicht in je eigen financiële situatie en het nemen van verantwoordelijkheid voor je financiële beslissingen. Ze beschikken ook over betere planningsvaardigheden en onderhandelend vermogen als bijdrage aan hun werk.

70% van de Student Company alumni weten wat hun uitkomsten en uitgaven zijn en 64% maakt een financieel plan.*



* Deels gebaseerd op de FinQ score

5 Quotes

Door met elkaar te ontwikkelen met een doel en deadline gingen we meer kijken naar het team. Zagen we elkaars kwaliteiten en hoe deze te gebruiken.

Esther (lichting 2019)

Ook al ben ik toen niet doorgegaan met de onderneming, kwamen de dingen die ik had geleerd nog steeds van pas, waar ik toen ging werken. Nu ben ik wel meer gaan leren de afgelopen jaren, maar dat was wel het begin.

Alexander (lichting 2018)

Student Company was een mooi leertraject, leerde van alles over ondernemen. Het maakte school ook veel leuker.

Anthony (lichting 2016/2017)



6 Conclusies

- Dit onderzoek wijst uit dat Student Company een positieve bijdrage heeft geleverd aan de ontwikkelingen van de studenten op de arbeidsmarkt en hun werkend leven. Zo vinden Student Company-alumni sneller een eerste baan en zijn zij ondernemender in hun werk. Ook vervullen Student Company-alumni vaker een management positie.
- Ook laat dit onderzoek zien dat Student Company de ondernemers-houding, -mentaliteit en -competenties van deelnemers aan Student Company positief heeft beïnvloed. De alumni geven zelf aan dat Student Company hun vaardigheden en competenties heeft verbeterd. Zo beschikken ze over meer zelfvertrouwen en een verbeterd probleemoplossend vermogen. Ze zien kansen en ontwikkelen ideeën. Ook hun financiële bewustzijn is gegroeid.
- Aangezien meer Student Company-alumni in vergelijking met de controlegroep aangeven dat hun studie aansluit bij de huidige functie, duidt dit op een toegevoegde waarde van Student Company aan de gevolgde opleiding. Ook ervaren Student Company-alumni zich ondernemender in hun huidige functie.

7 Aanbevelingen

- De huidige doorontwikkeling van Student Company en andere Jong Ondernemen programma's op elementen als sociaal ondernemerschap, duurzaamheid en circulariteit doorzetten en dan ook de impact evaluatie uitbreiden met die specifieke indicatoren om de impact claim te versterken op die gebieden.
- In een volgend lange termijn onderzoek de elementen die bijdragen aan financieel bewustzijn ook toetsen aan de controlegroep om daardoor de bijdrage van Student Company aan financieel bewustzijn nog beter aan te tonen, onderbouwen en de impactclaim te versterken.
- In impact onderzoeken ook de bijdrage van de Student Company-competitie meenemen om die bijdrage ook in de analysefase mee te kunnen nemen (o.a. competitie element als leer-ervaring, betere startpositie student, netwerk versterking).
- Investeren in het opzetten van een actieve Jong Ondernemen-alumni community. Dit kan op centraal of regionaal niveau door Jong Ondernemen of op faculteitsniveau door de onderwijsinstellingen. Verder kunnen ook (netwerk)evenementen georganiseerd worden voor zowel alumni als huidige student-ondernemers, ook bij bestaande zoals de Student Company finale, zodat de betrokkenheid van alumni bij het programma wordt vergroot. Ook kan een alumni programma helpen om de kennis en ervaring van alumni te benutten, nieuwe samenwerkingsverbanden aan te gaan en de langere termijn impact te versterken, monitoren en onderzoeken. Daarnaast maakt het de data collectie voor onderzoek makkelijker en haalbaarder (AVG).

8 Referentielijst

Impactonderzoek lange termijn effecten ondernemerschapsonderwijs JO TU Eindhoven- dr. Sharon Dolmans (2016) The impact of entrepreneurship education in high school on long-term entrepreneurial performance. Journal of Economic Behavior & Organization, 111, 209-223. Moberg, K. (2014)

An entrepreneurial process perspective on succession in family firms F. W., & Wennberg, K. (2015) Two approaches to entrepreneurship education: The different effects of education for and through entrepreneurship at the lower secondary level. The International Journal of Management Education, 12(3), 512-528. Wennberg, K., & Elert, N. (2012).

European Commission. (2015). Entrepreneurship Education: A road to success

Young Enterprise UK. (2012). Impact - 50 Years of Young Enterprise. London: Kingston University London. Moberg, K. (2014) Two approaches to entrepreneurship education: The different effects of education for and through entrepreneurship at the lower secondary level. The International Journal of Management Education, 12, Oosterbeek, H., Van Praag, M., & Ijsselstein, A. (2010). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation. European Economic Review, 54(3)

Huber, L. R., Sloof, R., & Van Praag, M. (2014). The effect of early entrepreneurship education: Evidence from a field experiment. European Economic Review Developing entrepreneurial self-efficacy and intentions: lessons from two programmes

Cooper, S. Y., & Lucas, W. A. (2006) A Survey On Entrepreneurial Tendencies Of Candidate Young Entrepreneurs: Foundation University Sample. Yilmaz and Sünbül (2008)

Outcomes of Entrepreneurship Education: An Institutional Perspective Walter and Block (2016) e.g. Entrepreneurial education and learning at universities: exploring multilevel contingencies Hahn et al., 2017

The effect of entrepreneurial education on entrepreneurial intention among master students: prior self-employment experience as a moderator Hoang et al., 2020;; The effect of entrepreneurial education on entrepreneurial intention Hummaira Qudsia Yousaf, Sidra Munawar, Muneeb Ahmed, Sumaira Rehman 2022 The impact of educational levels on formal and informal entrepreneurship Alfredo Jiménez, Carmen 2015

The effect of entrepreneurship education in schools on entrepreneurial outcomes: a systematic review Natalie Brüne & Eva Lutz (2019) Does entrepreneurship education and culture promote students' entrepreneurial intention? The mediating role of entrepreneurial mindset Mukhtar et al., Cogent Education (2021)

Partners



Onderzoek uitgevoerd door:

