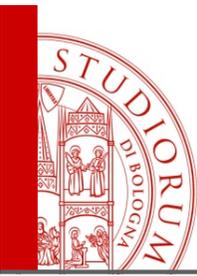




Imprenditorialità Studentesca

NETVAL, 11 Settembre 2020

Rosa Grimaldi,
Università di Bologna



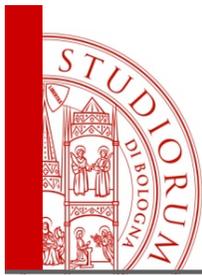
COSA è l'Imprenditorialità Studentesca (IS)

“entrepreneurial firms started by undergraduate students in the three years immediately after graduation or while they were students” (Astebro et al. 2012)

Pochi contributi in letteratura (anche se crescenti):

Hsu et al (2007) mostrano che il 24% degli alumni del MIT sono (stati) coinvolti in prima persona nella creazione di start-up

Astebro et al. (2012) mostrano che le start-up in ambito tecnico scientifico hanno una performance superiore a quella degli spin-off della ricerca e che sono di buona qualità



PERCHE' gli Atenei dovrebbero occuparsi di IS

Favorire sviluppo di competenze su innovazione e imprenditorialità

Effetti di reputazione di start-up di successo

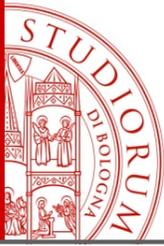
Ranking nazionali e internazionali

Attrattività di studenti nazionali e internazionali

Inserimento nel mondo del lavoro

Impatto sui contesti locali e regionali

Benefici economici '*give back*' di studenti imprenditori di successo
(*alumni entrepreneurs*)



Rilevanza del fenomeno IS in Italia

Rapporto “Laurea e imprenditorialità” di AlmaLaurea in collaborazione con il Dipartimento di Scienze Aziendali dell’Università di Bologna e Unioncamere, che ha considerato i dati di **2.891.980 laureati** in Italia tra il **2004-2018** e delle imprese da essi fondate

7,1% dei laureati è fondatore di impresa (205.137 laureati)

236.362 imprese fondate che rappresentano il 3,9% del totale delle imprese presenti in Italia a settembre 2019

Il 37,1% dei fondatori ha creato la propria impresa prima di conseguire la laurea (il 13,4% prima di iscriversi all’università, il 23,7% durante gli studi universitari); il 27,0% entro il terzo anno dalla laurea; Il restante 35,9% ha creato la propria impresa dopo il terzo anno dalla laurea.

Tra i fondatori gli uomini rappresentano il 53,9% mentre le donne il 46,1% (nella popolazione di laureati le percentuali sono invece, rispettivamente, 40,1% e 59,9).

Il 37,4% delle imprese fondate dai laureati è localizzato nel Nord Italia, il 21,7% nelle regioni del Centro e il 40,8% nelle regioni del Sud Italia.

Le imprese fondate dai laureati hanno un tasso di crescita maggiore rispetto a quelle della popolazione italiana.



Macro temi per le Università rilevanti per IS

Ambiente esterno

Normative nazionali, regionali

Caratteristiche del contesto esterno (eco-sistema)

Contesto universitario

Storia e specificità

Strategie, obiettivi, azioni e meccanismi di supporto, organizzazione

Finanziamenti e risorse

Regolamenti interni e legittimazione

Cultura imprenditoriale

Modelli organizzativi

Educazione/formazione imprenditoriale

Ruolo KTO

Impatto

.....



Macro temi per le Università rilevanti per IS

Ambiente esterno

Normative nazionali, regionali

Caratteristiche del contesto esterno (eco-sistema)

Contesto universitario

Storia e specificità

Strategie, obiettivi, azioni e meccanismi di supporto, organizzazione

Finanziamenti e risorse

Regolamenti interni e legittimazione

Cultura imprenditoriale

Modelli organizzativi

Educazione/formazione imprenditoriale

Ruolo KTO

Impatto

.....



COME: Modelli organizzativi

Tassonomia top-down/bottom-up (pianificata o istituzionale vs. emergente) con 4 tipologie:

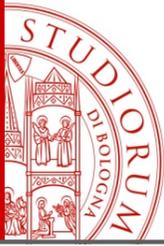
(Fonte: Wright, Mustar and Siegel, 2019)

Student-run

Missionary professor-run

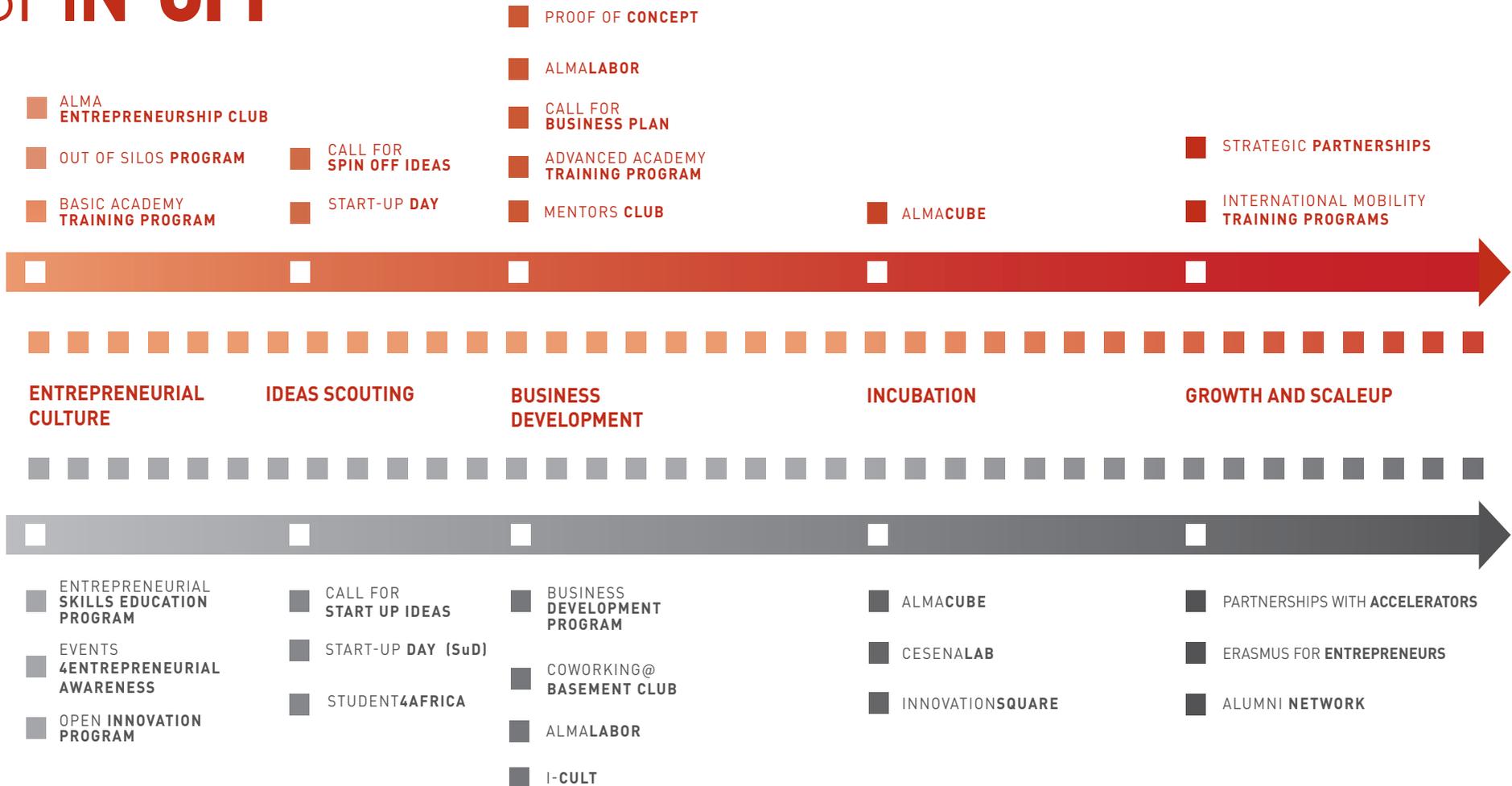
Across University

Integrated



L'esperienza UniBO

SPIN-OFF



START-UP



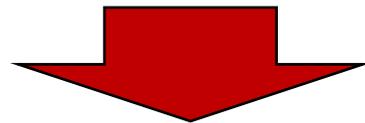
Educazione/formazione imprenditoriale

Iniziative di sensibilizzazione per tutta la comunità

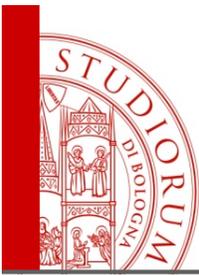
Corsi (con crediti) di imprenditorialità per acquisire competenze imprenditoriali

Maker space e laboratori di *open innovation* e imprenditorialità – importanza dei luoghi e del contesto

Training ad-hoc su sviluppo *business plan* a valle di *scouting* di idee imprenditoriali



Competenze/skills e self-efficacy



Ruolo KTO

Wright e Siegel (2015): «I KTO tradizionalmente non si sono occupati di IS ma questo sta cambiando nel mondo....»

Creare condizioni strutturate e continuative per favorire IS (*call for ideas, call for BP, percorsi di training BP ad hoc*). Ufficio dedicato a creazione di imprese?

Creare condizioni per favorire processi imprenditoriali emergenti (spazi di aggregazione, *coworking, hachkathon, open innovation* per sviluppo di soluzioni innovative)

Ruolo di 'connettore interno' di ambiti, aree e strutture diverse che coinvolgono studenti in ambito innovazione e imprenditorialità

Ruolo di 'connettore' e bridge con l'esterno

Ruolo nella comunicazione e nella creazione di consapevolezza



KTO, comunicazione e sensibilizzazione

Micro Processes Relevant to Academic Entrepreneurship (AE)

Micro process	Level	Definition in the context of AE	Potential impact on AE
TTO communication and educational campaigns	Relational	Continual efforts by the TTO to inform faculty members of their services. This type of education is executed by individual TTO personnel and is especially important when a faculty member is hired by the university.	If a faculty member lacks knowledge of the existence of a TTO, or lacks knowledge of services provided by the TTO, he or she may choose to engage in informal technology transfer out of ignorance.

Balven et al., 2018

Studio su impatto di comunicazione e sensibilizzazione imprenditoriale del KTO

Ricerca in corso (Grimaldi et al.): *Randomized control field experiment* (411 studenti di Master e PhD, assegnati random a 2 gruppi da due popolazioni, 1 trattata (con comunicazione ad-hoc, servizi di sensibilizzazione e accompagnamento e sviluppo del BP) e 1 non trattata)

Abbiamo misurato pre e post trattamento ent. awareness e ent. engagement

Abbiamo trovato che il trattamento ha un effetto positivo su ent. awareness e nessun effetto su ent. engagement



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA

Rosa Grimaldi

Rosa.Grimaldi@Unibo.it

www.unibo.it