

Raport z badania



**Global Entrepreneurship
Monitor**
Polska 2020



Uniwersytet
Ekonomiczny
w Katowicach



Raport z badania
Global
Entrepreneurship
Monitor
Polska 2020

Raport z badania Global Entrepreneurship Monitor Polska 2020

Redakcja: **Anna Tarnawa** (PARP)

Autorzy PARP:

Anna Tarnawa – rozdział 1, 2

Joanna Orłowska – rozdział 2

Anna Skowrońska – rozdział 2

Robert Zakrzewski – rozdział 3

Melania Nieć – rozdział 4

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach:

Prof. UE dr hab. **Przemysław Zbierowski** – rozdział 1, 2

© Copyright by Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości

ISBN 978-83-7633-435-6

Wydanie I

Nakład: 300 egz.

Raport został opracowany na podstawie danych z badania GEM za lata 2011–2019, przeprowadzonych przez Global Entrepreneurship Research Association przy współpracy zespołów badawczych z poszczególnych państw świata.

W skład polskiego zespołu badawczego wchodzi: Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości oraz Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach.

Skład, łamanie, korekta i druk: Pracownia C&C sp. z o.o.

Spis treści

Kluczowe wnioski z Raportu GEM Polska 2020	7
1. O badaniu GEM	16
1.1. Modele GEM	16
1.2. Prowadzenie badań w GEM	22
2. Przedsiębiorczość w Polsce – wyniki badania populacji dorosłych (Adult Population Survey)	23
2.1. Polacy wobec przedsiębiorczości	24
2.2. Postawy przedsiębiorcze Polaków	27
2.3. Poziom przedsiębiorczości	33
2.4. Motywy zakładania działalności gospodarczej	39
2.5. Działalność gospodarcza według sektorów	42
2.6. Aspiracje wzrostu młodych firm przez zatrudnienie	47
2.7. Internacjonalizacja	51
2.8. Innowacyjność przedsiębiorstw	54
2.9. Przedsiębiorczość kobiet i mężczyzn	59
2.10. Intraprzsiębiorczość	64
3. Uwarunkowania przedsiębiorczości	70
3.1. Szanse na start	72
3.2. Polityka i wsparcie publiczne	80
3.3. Badania i rozwój	84
3.4. Normy kulturowe i społeczne	85
3.5. Krajowy Wskaźnik Uwarunkowań Przedsiębiorczości (<i>NECI – National Entrepreneurship Context Index</i>)	88

4. Temat specjalny – Startupy w Polsce	90
4.1. Założenia metodologiczne	90
4.2. Charakterystyka osób i ich przedsięwzięć	91
4.3. Czynniki i bariery rozwoju młodych firm	98
4.4. Ekspertcka ocena uwarunkowań rozwoju startupów	101
4.5. Podsumowanie	103

Szanowni Państwo,

oddajemy w Państwa ręce dziewiątą edycję Raportu GEM Polska, opracowanego przez pracowników Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości oraz Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach. Wspólnie reprezentujemy Polskę na forum ponad 50 zespołów, składających się z przedstawicieli renomowanych uczelni z całego świata, uczestniczących w międzynarodowym projekcie badawczym *Global Entrepreneurship Monitor*. Dostarczamy wiedzy nt. aktualnych postaw, zachowań i aspiracji przedsiębiorczych Polaków, nastawienia naszego społeczeństwa do przedsiębiorczości, a także oceny uwarunkowań powstawania i rozwoju przedsiębiorstw w naszym kraju.

Zachęcając Państwa do zapoznania się z niniejszym Raportem, chciałabym podkreślić, że wszystkie prezentowane w nim dane pokazują relatywnie korzystny obraz polskiego społeczeństwa, jego nastawienia i aktywności przedsiębiorczej, ale jednocześnie jest to stan z połowy 2019 r. Według tych danych jako Polacy jesteśmy przychylni przedsiębiorcom, znamy ich osobiście, a więc czerpiemy wiedzę o ich działalności nie tylko z mediów. Niezwykle pozytywnie oceniamy łatwość założenia firmy w naszym kraju, dostrzegamy też okazje biznesowe w naszym otoczeniu. W nieco mniejszym stopniu planujemy zakładać nowe firmy, co jest po części efektem bardzo dobrej sytuacji na rynku pracy i osiągnięcia przez naszą gospodarkę wysokiego poziomu rozwoju gospodarczego. Ogólny poziom aktywności przedsiębiorczej Polaków jest na stabilnym poziomie. A osoby, które decydują się na założenie własnej firmy, robią to, ponieważ chcą kontynuować rodzinne tradycje bądź chcą wywrzeć swój wpływ na rzeczywistość społeczno-gospodarczą.

Kolejne badanie, które prowadzimy w bieżącym roku w ramach projektu GEM, pokaże, jak bardzo pandemia Covid-19 wpłynęła na postawy i aktywność przedsiębiorczą Polaków i innych społeczeństw. Jako PARP podjęliśmy w czasie pandemii działania mające wesprzeć przedsiębiorców. Wśród nich są programy o charakterze grantowym – wsparcie na kapitał

obrotowy dla średnich firm i konkurs na projekty w zakresie cyfryzacji. Nie ustajemy w myśleniu o nowych rozwiązaniach, które planujemy wspólnie z przedsiębiorcami i organizacjami ich reprezentującymi.

Kończąc, chciałabym bardzo podziękować Ekspertom, którzy zgodzili się wziąć udział w naszym badaniu uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości, stanowiącym dopełnienie analiz statystycznych.

Zapraszam Państwa do lektury Raportu.

Małgorzata Oleszczuk
Prezes Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości

Kluczowe wnioski z Raportu GEM Polska 2020

W połowie 2019 r. 8 tys. dorosłych mieszkańców Polski oraz min. 2 tys. mieszkańców każdego z 50 państw¹ uwzględnionych w niniejszym Raporcie odpowiedziało na ten sam zestaw pytań na temat postaw i zachowań przedsiębiorczych. Dodatkowo w każdym z państw min. 36 ekspertów, z obszarów kluczowych dla działalności przedsiębiorstw, wzięło udział w badaniu, w którym oceniło uwarunkowania rozwoju nowo powstałych firm. Poniżej przedstawiono kluczowe wnioski na temat przedsiębiorczości w Polsce, tłem dla nich są dane dla badanych państw Europy. Uwzględniono też część nowych wskaźników, które zostały uwzględnione w badaniu GEM w 2019 r. po raz pierwszy. Więcej informacji znajduje się w Raporcie.

Jesteśmy proprzedsiębiorczym społeczeństwem

Większość, bo 78% dorosłych mieszkańców Polski uważa, że własna firma to dobry sposób na zrobienie kariery, a 77% jest zdania, że osobom, które założyły własne firmy i odniosły sukces, należy się uznanie. To odpowiednio 2. i 6. najwyższy wynik wśród 21 badanych państw Europy. Jednocześnie tylko 37% Polaków uważa, że w mediach publicznych i Internecie często pojawiają się treści na temat nowo powstałych firm, które odniosły sukces. W Europie średnio 59% badanych dostrzega takie informacje.

Nastawienie polskiego społeczeństwa do przedsiębiorczości w 2019 r. było wciąż pozytywne. Niemniej w porównaniu do poprzedniego roku mniej Polaków uważało, że własna działalność jest dobrą ścieżką kariery (spadek o 8 p.p. r/r) oraz dostrzegało tematy o przedsiębiorczości w mediach publicznych i Internecie (spadek o 9 p.p.). Za to nie uległ zmianie pozytywny wizerunek przedsiębiorcy – udział osób skłonnych wyróżnić zwycięskich przedsiębiorców pozostał praktycznie na tym samym poziomie co w 2018 r.

¹ Szczegółowy wykaz państw, które wzięły udział w badaniach GEM w 2019 r., znajduje się w tabeli 1.1. niniejszego Raportu.

Polacy niezwykle pozytywnie o otoczeniu, nieco bardziej obawiają się niepowodzenia

Aż 87% Polaków pozytywnie ocenia warunki do założenia firmy w swoim otoczeniu i co drugi jest zdania, że posiada wystarczające umiejętności i wiedzę do prowadzenia firmy. Jednocześnie spośród osób, które widzą szanse biznesowe w swoim otoczeniu, 46% nie decyduje się na rozpoczęcie działalności z obawy przed porażką. W Europie zdecydowanie mniej mieszkańców pozytywnie ocenia swoje otoczenie (średnio 50%), ale już podobnie jak w Polsce wygląda samoocena umiejętności biznesowych (51% mieszkańców uważa je za wystarczające), natomiast średnio mniej mieszkańców Europy odczuwa strach przed porażką (40%).

Co drugi Polak zna osobiście kogoś, kto w ciągu ostatnich dwóch lat założył firmę (51% średnio w Europie), a 9 na 10 – co jest najlepszym wynikiem wśród wszystkich 50 państw świata – jest przekonanych, że rozpoczęcie działalności gospodarczej w naszym kraju jest proste.

W świetle powyższych danych zastanawia fakt, że jedynie 6 na 100 Polaków planuje założyć własną działalność w ciągu 3 lat. W gospodarkach europejskich objętych badaniem takie plany ma średnio 12 na 100 mieszkańców. Wydaje się, że w tym przypadku duży wpływ na decyzje Polaków miała bardzo korzystna sytuacja na rynku pracy w 2019 r., o którym wręcz mówiło się, że jest to rynek pracownika, co niejako przekładało się na wyższą atrakcyjność pracy najemnej.

W 2019 r. przybyło Polaków, którzy pomimo dostrzegania szans biznesowych w swoim otoczeniu nie decydują się na założenie firmy z obawy przed porażką (31% w 2018 r.). Mniej jest Polaków przekonanych o posiadaniu wystarczającej wiedzy i umiejętności do prowadzenia firmy – w 2018 r. było ich 47%. Wspomniana korzystna sytuacja na rynku pracy wpłynęła na plany Polaków, jeśli chodzi o zakładanie firm – wskaźnik spadł z 10 do 6% w porównaniu z 2018 r. Zaszła też pozytywna zmiana – z 69% do 87% zwiększył się odsetek Polaków pozytywnie oceniających warunki do założenia firmy w swoim otoczeniu.

Polska przedsiębiorczość na stabilnym poziomie

W przedsiębiorczość w Polsce zaangażowanych jest ponad 18% dorosłych, w Europie podobnie, bo 17%. Według ostatniego pomiaru, dokonanego w połowie 2019 r., 5 na 100 Polaków w wieku 18–64 lata to osoby prowadzące młode firmy, z których 3 są w trakcie tworzenia przedsiębiorstw, zaś 2 prowadzą własny biznes min. 3, a maks. 42 miesiące. Jednocześnie 13 na 100 Polaków prowadzi dojrzałe firmy, obecne na rynku ponad 3,5 roku. Odnosząc te odsetki do liczebności osób dorosłych, daje to ok. 1,3 mln osób prowadzących firmy młode i 3,1 mln osób prowadzących firmy dojrzałe. Przy tym warto pamiętać, że 864 tys. z 1,3 mln to przedsięwzięcia będące na etapie organizacji, oraz że jedna osoba może prowadzić więcej niż jedną firmę o różnym stażu na rynku.

Rok 2019 nie przyniósł znaczących zmian, jeśli chodzi o podstawowe wskaźniki poziomu przedsiębiorczości w Polsce.

Polacy zakładają firmy, bo chcą zmieniać świat lub kontynuować tradycję rodzinną

Motywacją, która skłania Polaków do zakładania firm, jest przede wszystkim chęć kontynuowania tradycji rodzinnej (82%) oraz zmiany świata (65% wskazań)². Jedynie 13% powodowana jest chęcią wzbogacenia się, zaś w opinii 16% – firma to możliwość utrzymania się, jako że na rynku brakuje ofert pracy.

Pod względem odsetka osób zakładających własną działalność, chcących kontynuować tradycję rodzinną, jak i dokonać czegoś znaczącego w świecie, zajmujemy 1. miejsce wśród 21 badanych państw Europy (średnia wynosi odpowiednio 33 i 41%). Wiodącymi motywacjami dla właścicieli młodych firm w Europie jest konieczność zapewnienia utrzymania (53% wskazań) i chęć wzbogacenia się (47%).

² W 2019 r. zmieniono w GEM podejście do mierzenia motywacji, o czym więcej w rozdziale 2.2.

Polskie młode firmy na drodze do wzrostu i innowacyjności

Jedna trzecia osób prowadzących młode firmy zadeklarowała utworzenie 5 miejsc pracy w ciągu 5 lat (do 2024 roku), a 16 na 100 – 10 miejsc pracy i wzrost zatrudnienia o min. 50% w tym okresie. Jednocześnie 40% osób prowadzących młode firmy nie miało planów zatrudnienia nowych pracowników do 2024 r. Nie odbiegamy pod tym względem znacząco od średniej europejskiej.

Osoby, które prowadzą młode firmy w Polsce (są na etapie ich organizacji bądź też prowadzą je do 3,5 roku), koncentrują się przede wszystkim na rynku krajowym (91%) i są słabo umiędzynarodowione. W Europie średnio 67% młodych firm koncentruje się wyłącznie na rynku krajowym, pozostałe osiągają przychody z eksportu.

Trzy czwarte młodych firm w Polsce oferuje swoje wyroby wyłącznie klientom lokalnym, 15% deklaruje, że ma klientów wyłącznie na poziomie kraju, zaś jedynie 9% – za granicą. W pozostałych badanych państwach europejskich udział młodych firm działających wyłącznie na rynku krajowym waha się między 30% a 52%. Z kolei udział firm posiadających klientów za granicą wynosi od 16% do 51%.

Według danych za 2019 r. 22% osób prowadzących firmy do 3,5 roku oferuje nowe produkty i usługi (niezależnie od tego, czy są to produkty nowe lokalnie, na poziomie kraju czy poza nim), co w przeliczeniu daje ok. 280 tys. osób. W Europie waha się on od 16 do 53%.

Nieco więcej, bo 34% osób prowadzących firmy do 3,5 roku wykorzystuje nowe technologie/metody pracy w swojej działalności. Wyniki dla badanych państw Europy mieszczą się w przedziale od 15% do 42%.

Trzeba jednak zaznaczyć, że 80% młodych firm wprowadzających nowe produkty/usługi twierdzi, że są one nowością jedynie w skali lokalnej. 14% polskich młodych firm wprowadza produkty nowe w skali kraju, a 6% – w skali świata. Podobnie wygląda szczegółowa ocena nowości stosowanych technologii – 81% osób prowadzących młode firmy w Polsce działa, opierając się na technologiach/procedurach, które są nowe w skali lokalnej, 17% – stosuje technologie nowe w skali kraju, zaś tylko 3% nowe w skali świata. Choć występują duże różnice między państwami Europy, jeśli chodzi o poziom nowości oferowanych produktów/usług tudzież stosowanych technologii, wyniki dla Polski wskazują, że jest jeszcze dużo do zrobienia w tych obszarach.

Młode firmy przez pryzmat pytań o startupy i uwarunkowania ich rozwoju

Jak pokazują wyniki badania, przeciętny właściciel młodej firmy to niemal 38-letni mężczyzna z wyższym wykształceniem, z 4-osobowej rodziny, który chce wykorzystać doświadczenie zdobyte w dotychczasowej pracy i usamodzielnic się na polu zawodowym. Rozwija firmę przede wszystkim w oparciu o środki własne, choć korzysta również z innych źródeł finansowania.

Jego przedsięwzięcie biznesowe jest na etapie wejścia z produktem/usługą na rynek lub umacniania pozycji na rynku. W odniesieniu do konkurencji postrzega się jako podmiot, który ma potencjał wzrostu i unikalne przewagi, przy czym oferowane przez niego produkty czy usługi nie są nowe na rynku.

W ramach swojej działalności niechętnie współpracuje – jeżeli już, to z instytucjami administracji publicznej i innymi przedsiębiorstwami.

Zapytany o czynniki utrudniające rozwój firmy wskazuje na wysokie obciążenia podatkowe, trudności w znalezieniu klientów oraz nadmiar biurokracji i formalności.

Osoby będące na wczesnym etapie prowadzenia działalności wskazują 5 kluczowych czynników, które powstrzymują dorosłych Polaków przed założeniem firm typu startup. Są to: brak kapitału na rozpoczęcie działalności – 81%, brak wiary we własne umiejętności – 77%, brak wiedzy branżowej i specjalistycznej niezbędnej do rozpoczęcia działalności – 55%, brak pomysłu na firmę – 53% oraz stałe zobowiązania finansowe (dzieci, kredyt itp.) – 51%.

Zdaniem ekspertów startupy odgrywają dość ważną rolę w gospodarce, co obrazuje średnia ocena ekspertów i mediana dla tego stwierdzenia – ok. 7 pkt na 10 możliwych. Z uwagi na znaczenie i rolę młodych technologicznych firm eksperci uważają, że potrzebne są działania szkoleniowo-doradcze dla dużych i średnich firm z obszaru budowania i rozwoju współpracy ze startupami. Ocena ekspercka dostępnej infrastruktury dla startupów w postaci przestrzeni co-workingowej czy dostępu do platform umożliwiających networking oraz wsparcie mentorskie znajduje się w Polsce na średnim poziomie. Rynek funduszy dla startupów w Polsce dopiero się rozwija. Eksperti przeciętnie ocenili przejrzystość zasad programów publicznych, wspierających startupy, nieco słabiej wypadła ocena dostosowania oferty do ich potrzeb. Za to relatywnie nisko ocenili dostęp do kredytów i pożyczek oraz współpracę dużych i średnich firm ze startupami.

Wzrost aktywności przedsiębiorczej kobiet

Dane za 2019 r. świadczą o tym, że w Polsce kobiety w podobnym stopniu jak mężczyźni oceniają swoje otoczenie – 88% mężczyzn i 87% kobiet dostrzega w nim szanse biznesowe. Nie różnią się też znacząco od mężczyzn, jeśli chodzi o podejmowanie aktywności gospodarczej – udział osób prowadzących młode firmy wśród kobiet wynosi 5,1%, a wśród mężczyzn 5,7%; po 13% kobiet i mężczyzn prowadzi firmy dojrzałe (działające ponad 3,5 roku). Nie odnotowano też znaczących różnic między kobietami a mężczyznami, jeśli chodzi o motywacje do zakładania firm – dominuje chęć kontynuowania rodzinnego biznesu oraz chęć zmieniania świata. Czynniki czysto ekonomiczne, jak chęć wzbogacenia się czy też zapewnienia sobie utrzymania, są mniej ważne.

Pewne różnice na korzyść mężczyzn widać w przypadku samoceny umiejętności biznesowych i bariery, jaką jest strach przed niepowodzeniem – 48% pań vs 53% panów uważa, że ma wystarczające umiejętności do prowadzenia firmy; zaś udział osób, które nie zdecydowałyby się na założenie własnej działalności gospodarczej z powodu obawy przed porażką, wynosi 60% w przypadku kobiet i 54% dla mężczyzn.

W porównaniu do Europejki polskie kobiety znacznie częściej dostrzegają szanse biznesowe w swoim otoczeniu, tak samo sytuacja wygląda w przypadku mężczyzn (38–37 p.p. różnicy względem średniej dla badanych państw Europy). Nieco więcej Polek niż przeciętnie mieszkanki państw Europy objętych badaniem pozytywnie ocenia swoje umiejętności biznesowe (3 p.p. różnicy), w przypadku mężczyzn jest odwrotnie (– 3 p.p. na korzyść średniej europejskiej). Z kolei bariera w postaci strachu przed niepowodzeniem jest silniejsza w Polsce niż średnio w Europie – niezależnie od tego, czy analizujemy kobiety czy mężczyzn, różnica na korzyść Europy wynosi 14–15 p.p.

W 2019 r. w porównaniu do poprzedniego roku nastąpiło wyrównanie większości monitorowanych w GEM wskaźników dotyczących postaw i aktywności przedsiębiorczej w rozróżnieniu na płeć i co warto podkreślić – stało się to przede wszystkim dzięki pozytywnym zmianom po stronie kobiet. Wskaźnik osób dostrzegających szanse biznesowe w otoczeniu wzrósł dla obu płci o 19 p.p. Ale już odsetek pań pozytywnie oceniających swoje umiejętności biznesowe – o 9 p.p. przy braku zmian tego wskaźnika po stronie panów. Jednocześnie odnotowany w obu grupach wzrost udziału osób odczuwających

obawę przed porażką w biznesie był mniejszy w przypadku kobiet (wzrost o 12 p.p. dla kobiet i o 20 p.p. dla mężczyzn). Także jeśli chodzi o zmiany w poziomie aktywności przedsiębiorczej, widać bardziej korzystne zmiany po stronie kobiet – odsetek kobiet prowadzących młode firmy wzrósł z 4,5% w 2018 r. do 5,1%, zaś w przypadku mężczyzn spadł nieznacznie (z 6% do 5,7%). Podobną tendencję można także zaobserwować w odniesieniu do prowadzenia firm dojrzałych – w grupie mężczyzn spadek odsetka osób prowadzących takie firmy o prawie 3 p.p. oraz wzrost odsetka o nieco ponad 2 p.p. w grupie kobiet.

Uwarunkowania rozwoju młodych firm podobne jak rok wcześniej

Zdaniem ekspertów krajowe uwarunkowania powstawania i rozwoju przedsiębiorstw w 2019 r. były podobne jak rok wcześniej. Tu trzeba zaznaczyć, że wówczas eksperci wyjątkowo pozytywnie (w porównaniu do poprzednich lat) je ocenili.

Szereg obszarów zostało ocenionych przez polskich ekspertów podobnie lub lepiej niż przeciętnie w krajach Europy. Należą do nich: otwartość rynku wewnętrznego, dostęp do finansowania, infrastruktury technicznej oraz polityka rządu w zakresie przedsiębiorczości.

Natomiast poprawy wymagają przede wszystkim: edukacja przedsiębiorczości (zarówno na poziomie podstawowym i średnim, jak i na etapie uczelni i kształcenia zawodowego), kwestie związane z biurokracją i podatkami, dostęp do infrastruktury komercyjnej i usługowej, obszar związany z B+R i transferem wiedzy oraz dotyczący norm kulturowych i społecznych.

Pozyskana w badaniu NES opinia ekspertów na temat polskiego ekosystemu przedsiębiorczości pokazuje, że cały czas niezbędne jest podejmowanie działań wspierających tworzenie i rozwój firm. Szczególnie dużo do zrobienia jest w zakresie edukacji przedsiębiorczości, działalności badawczo-rozwojowej i współpracy ze sferą nauki, a także ograniczenia obciążeń administracyjnych i fiskalnych.

Nowe wątki w GEM

Nowymi kategoriami opisanymi w 2019 r. są m.in.:

- **samodzielni vs zależni przedsiębiorcy** – wskaźniki pozwalające wyróżnić wśród osób prowadzących młode firmy osoby, których przedsięwzięcie biznesowe jest realizowane niezależnie od obecnego miejsca pracy i pracodawcy – tzw. samodzielnych przedsiębiorców, oraz te, które prowadzą firmę na rzecz swojego pracodawcy – zależnych przedsiębiorców. W Polsce odsetek osób prowadzących młode firmy wynosi 5,4% populacji, a dojrzałych 12,7%. W obu grupach dominują samodzielni przedsiębiorcy – na 1 zależną młodą firmę przypadają 3 samodzielne, dla dojrzałych ta relacja jest jeszcze większa – 1: 8. Porównując wyniki dla Polski z tymi dla innych państw Europy, widać, że udział osób, które prowadzą firmę na rzecz obecnego pracodawcy, jest raczej niski.
- **talent do przedsiębiorczości** – to próba zmierzenia właściwego niektórym ludziom sposobu myślenia i postrzegania otoczenia za pomocą 4 nowych pytań ujętych w badaniu ilościowym. Każde z nich odpowiada jednemu z 4 wymiarów predyspozycji do przedsiębiorczości (oportunizm, proaktywność, kreatywność i wizja). Razem tworzą miarę talentu do przedsiębiorczości i pozwalają określić potencjał do przedsiębiorczości poszczególnych społeczeństw. Jak wynika z badań, co drugi Polak (52%) uważa, że jest postrzegany jako osoba kreatywna/innovacyjna, prawie tyle samo (49%) to osoby z wizją – trzymające się długookresowego planu kariery. Wśród badanych społeczeństw europejskich jedynie Słoweńcy są bardziej niż Polacy przekonani o posiadaniu zmysłu do tworzenia nowych rozwiązań, jaką jest trzymanie się planu. Jesteśmy prawie na poziomie średniej europejskiej (52%). Nieco mniej, bo 45% Polaków przyznało, że rzadko dostrzega okazje biznesowe, a co drugi z nas (52%) jeśli ją zauważy, to rzadko się na nią decyduje. To relatywnie wysokie wyniki na tle Europy, świadczące o raczej ostrożnych postawach Polaków. Wszystkie 4 opisane powyżej cechy składają się na wskaźnik talentu do przedsiębiorczości, który dla Polski w 2019 r. wyniósł 3,06 w skali od 1 do 5. Wartości tego wskaźnika dla Europy nie różnią się mocno – zawierają się w przedziale od 3,3 dla Cypru do 2,75 dla Norwegii.

- **Krajowy Wskaźnik Uwarunkowań Przedsiębiorczości (NECI – National Entrepreneurship Context Index)** – to syntetyczny wskaźnik krajowych uwarunkowań przedsiębiorczości, wprowadzony do badania GEM w 2019 r.³ Jest on wyliczany na podstawie danych z badania eksperckiego dotyczącego uwarunkowań przedsiębiorczości (*National Expert Survey – NES*)⁴. Wskaźnik ułatwia dokonywanie porównań łatwości zakładania i rozwijania działalności gospodarczej w krajach uczestniczących w badaniu. Im wyższy wskaźnik ma dany kraj, tym lepsze panują w nim warunki do rozwoju przedsiębiorczości. Polska, pod względem omawianego wskaźnika, zajmuje 15. miejsce wśród 22. państw Europy objętych badaniem, osiągając wynik 4,42 pkt. Świadczy to o tym, że nadal konieczne jest podejmowanie wysiłków zmierzających do poprawy warunków dla rozwoju przedsiębiorczości.

³ *NECI – National Entrepreneurship Context Index*. Po raz pierwszy dane dotyczące wskaźnika opublikowano w raporcie *Global Entrepreneurship Monitor – Global Report 2018/2019*.

⁴ Obejmującego 12 obszarów tworzących krajowe determinanty przedsiębiorczości, których wpływ na nowo powstające i rozwijające się przedsiębiorstwa ocenili eksperci – patrz rozdział *Uwarunkowania przedsiębiorczości*. Przy czym w roku 2019 zmieniono podejście metodologiczne do wyliczeń dotyczących wskaźnika i wykorzystano skalę ocen od 1 do 10, gdzie 1 oznacza „zdecydowanie się nie zgadzam”, a 10 – „zdecydowanie się zgadzam” (w roku poprzednim była to skala od 1 do 9).

1. O badaniu GEM

GEM jest największym projektem badawczym w zakresie przedsiębiorczości, który koncentruje się na przedsiębiorczości we wczesnym stadium działalności. Służy trzem celom: 1) umożliwia pomiar różnic w przedsiębiorczych postawach, aktywności i aspiracjach pomiędzy państwami; 2) pozwala zidentyfikować czynniki determinujące naturę i poziom aktywności przedsiębiorczej; 3) umożliwia sformułowanie wniosków istotnych dla polityki społeczno-gospodarczej, w tym wspierania przedsiębiorczości.

Projekt został utworzony w 1997 r. z inicjatywy naukowców z Babson College (USA) oraz London Business School (Wielka Brytania). W 1999 r. została przeprowadzona pierwsza edycja badań, w której uczestniczyło 10 państw, w ostatniej, 21 edycji, zrealizowanej w 2019 r., było ich 54.

GEM opiera się na jednolitej metodologii pozyskiwania danych. W każdym z państw biorących w nim udział co roku przeprowadzane jest badanie ilościowe na minimalnej próbie 2000 dorosłych mieszkańców (w wieku 18–64 lat) oraz badanie jakościowe, w którym bierze udział przynajmniej 36 ekspertów w dziedzinie przedsiębiorczości. Za proces zbierania danych odpowiadają tzw. Zespoły Krajowe (ang. *National Teams*), tworzone w większości przypadków przez przedstawicieli uczelni z poszczególnych państw. Dodatkowo proces pozyskiwania danych, a następnie ich przetwarzania jest ściśle kontrolowany przez centralny zespół metodologów w GEM.

Polskę od 2011 r. reprezentuje w GEM Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości wraz z Uniwersytetem Ekonomicznym w Katowicach.

1.1. Modele GEM

Badania w ramach GEM są oparte na modelach teoretycznych stworzonych na bazie wieloletniego dorobku nauki o przedsiębiorczości. Dwa najważniejsze to **model koncepcyjny** oraz **model procesu przedsiębiorczego**.

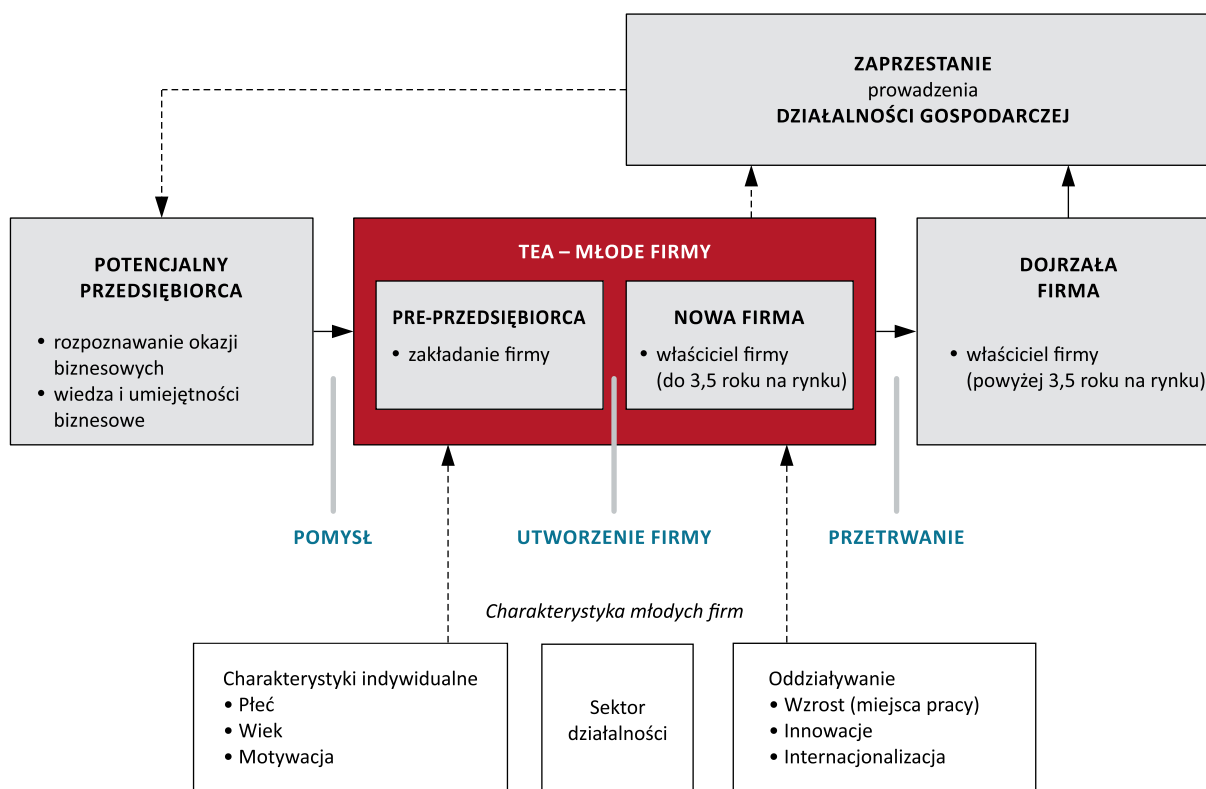
Rozumienie przedsiębiorczości w GEM

Przedsiębiorczość jest terminem bardzo pojemnym, z wieloma różnorodnymi znaczeniami. GEM operacjonalizuje to pojęcie jako „**każdą próbę tworzenia nowej firmy lub nowego przedsięwzięcia, taką jak samozatrudnienie, nowa organizacja gospodarcza, ekspansja istniejącej organizacji, dokonaną przez jednostkę, zespół ludzi lub istniejącą organizację**”⁵. Podczas gdy definicja przedsiębiorczości jako nowej aktywności gospodarczej jest wąska, samo pojęcie aktywności gospodarczej jest rozumiane dość szeroko. Ma to swoje implikacje w pomiarze poziomu przedsiębiorczości w GEM, która nie jest ograniczana do rejestracji nowej działalności gospodarczej. Traktowana jest bardziej w kategoriach behawioralnych niż instytucjonalnych i obejmuje zarówno zachowania przedsiębiorcze prowadzące do rejestracji nowych podmiotów gospodarczych, jak i zachowania przedsiębiorcze w już istniejących organizacjach.

Model procesu przedsiębiorczego

Podejście do procesu przedsiębiorczego przyjęte w GEM polega na identyfikowaniu fazy, w jakiej znajduje się przedsięwzięcie gospodarcze danej osoby (rys. 1). W momencie badania może być ona wciąż na etapie rozpoznawania okazji biznesowych i samooceny własnych umiejętności przedsiębiorczych, może to być też etap prowadzenia firmy bądź wycofania się z tej działalności. Jednocześnie uwaga modelu skoncentrowana jest na wczesnych etapach działalności. Jest to jeden z istotnych elementów odróżniających GEM od innych projektów badawczych w dziedzinie przedsiębiorczości, gdzie często bada się zarejestrowane podmioty gospodarcze na podstawie danych z krajowych urzędów statystycznych, co nie pozwala na dogłębny wgląd w charakterystyki nowych przedsięwzięć.

⁵ P.D. Reynolds, M. Hay, S.M. Camp, *Global Entrepreneurship Monitor 1999 Executive Report*, Paul D. Reynolds, Michael Hay and Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership at the Ewing Marion Kauffman Foundation, 1999.

Rysunek 1.1. Model procesu przedsiębiorczego według GEM

Źródło: N. Bosma, D. Kelley, *Global Entrepreneurship Monitor 2018/2019 Global Report*, GERA 2019, s. 16.

Efektom przyjętego podejścia są wskaźniki odnoszące się do osób będących w poszczególnych fazach procesu przedsiębiorczego, tj.:

- **pre-przedsiębiorcy** (*nascent entrepreneurs*) to osoby zaangażowane w zakładanie firmy, której będą właścicielami lub współwłaścicielami, oraz przedsiębiorcy w fazie organizacji, gdzie okres wypłacania właścicielom wynagrodzeń nie przekracza 3 miesięcy;
- **nowi przedsiębiorcy** to osoby, które są właścicielami i zarządzają nową firmą, tj. prowadzą działalność gospodarczą, w ramach której przez ponad 3, ale nie dłużej niż 42 miesiące wypłacane są właścicielom wynagrodzenia. Okres 3,5 roku uznaje się za krytyczny w działalności przedsiębiorczej. Jego przetrwanie świadczy o sukcesie pierwszego etapu, czyli założenia działalności i przejściu do kolejnego etapu, czyli zarządzania istniejącą firmą;
- **dojrzałe firmy** to osoby, które są właścicielami i zarządzają firmami będącymi na rynku dłużej niż 42 miesiące – ponad 3,5 roku wypłacają wynagrodzenie.

TEA (*Total early-stage Entrepreneurial Activity*), czyli całkowita przedsiębiorczość we wczesnym stadium jest centralnym wskaźnikiem tworzonym w badaniach GEM. Oznacza on procent ludności w wieku produkcyjnym (18–64 lata), która jest zaangażowana w zakładanie działalności gospodarczej lub prowadzenie nowej (działającej do 3,5 roku) firmy. W modelu procesu przedsiębiorczości GEM do TEA (całkowitej przedsiębiorczości we wczesnym stadium) zalicza się pre-przedsiębiorców i nowych przedsiębiorców, nie zalicza się natomiast firm dojrzałych. Metodologia wyliczania wskaźnika TEA jest dość złożona i opiera się na odpowiedziach na kilka pytań z kwestionariusza badania GEM dotyczących zamiarów oraz działań podejmowanych w zakresie zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej. Należy podkreślić, że **wskaźnik TEA nie mierzy udziału ludności prowadzącej działalność gospodarczą, ale udział ludności zakładającej i prowadzącej ją we wczesnym stadium wśród populacji osób dorosłych**. Jest w tym kontekście wskaźnikiem wyprzedzającym, pozwala na prognozowanie intensywności działalności gospodarczej w społeczeństwie.

Prócz faz GEM w procesie przedsiębiorczości rozpoznaje również nastawienie i zdolności, które poprzedzają decyzję o założeniu działalności, a także przyczyny porzucenia działalności przez byłych przedsiębiorców, co jest istotne ze względu na kwestię ponownego zakładania biznesu przez niektórych z nich.

Warto podkreślić, że podejście polegające na poddawaniu badaniom i analizie osób, a nie firm, jest charakterystyczne dla GEM i pozwala na znacznie głębszy wgląd w naturę procesu przedsiębiorczości. Daje to rezultaty dwójakiego rodzaju. Pozwala na analizę procesu przedsiębiorczości w wielu układach, na przykład identyfikację ludzi o podobnym nastawieniu i charakterystykach. Z drugiej strony daje możliwość odkrycia większej liczby różnic między państwami. Otrzymujemy bowiem informacje nie tylko na temat liczby przedsiębiorców w danym kraju, ale również na temat różnic w ich nastawieniu i charakterystykach w poszczególnych fazach prowadzenia działalności.

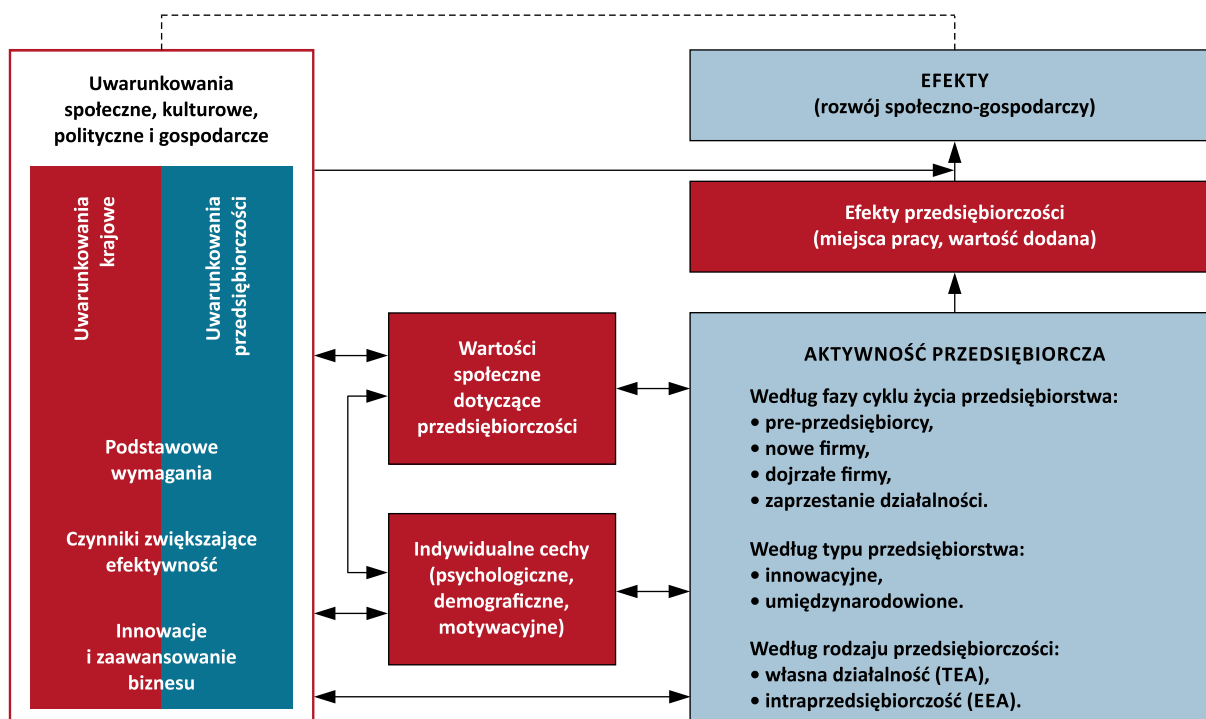
Model koncepcyjny GEM

Model koncepcyjny GEM odnosi się do przedsiębiorczości jako kluczowego elementu rozwoju gospodarczego. Opiera się on na kilku istotnych założeniach. Po pierwsze, stan gospodarki jest silnie uzależniony od dynamicznego sektora osób angażujących się w działalność gospodarczą. Zależność ta zachodzi na wszystkich etapach rozwoju gospodarczego, może

ona jednak przybierać różne nasilenie i charakter. Przedsiębiorczość z przymusu, szczególnie w słabiej rozwiniętych gospodarczo regionach lub tych cierpiących na czasowy wzrost bezrobocia, może wspomagać gospodarkę w sytuacji, gdy opcje zatrudnienia są ograniczone. Bardziej rozwinięte gospodarki w wyniku swojego bogactwa i potencjału innowacyjnego tworzą więcej okazji biznesowych, oferując one większą liczbę miejsc pracy dla osób, które mogłyby alternatywnie zostać przedsiębiorcami.

Po drugie, potencjał przedsiębiorczy gospodarki jest oparty na jednostkach obdarzonych zdolnością i motywacją do rozpoczęcia działalności gospodarczej i może być wzmocniony przez pozytywny społeczny odbiór przedsiębiorczości. Przedsiębiorczość o wysokim potencjale wzrostu jest też głównym czynnikiem tworzenia nowych miejsc pracy, a konkurencyjność jest stymulowana przez firmy innowacyjne i te podejmujące działalność poza granicami kraju.

Rysunek 1.2. Model koncepcyjny GEM



Źródło: N. Bosma, D. Kelley, *Global Entrepreneurship Monitor 2018/2019 Global Report*, GERA 2019.

Klasyfikacja państw

W GEM stosowany jest podział państw według poziomu rozwoju gospodarczego zgodnie z podejściem World Economic Forum (WEF). Do 2017 r. WEF klasyfikował gospodarki na zorientowane na czynniki produkcji, efektywność oraz innowacyjność⁶. W 2018 r. WEF zmienił podejście na klasyfikację według poziomu dochodu (patrz *The Global Competitiveness Report 2018*⁷). Zgodnie z nim wyróżnia się 4 grupy państw: o niskim poziomie dochodu (*low-income*), niższym-średnim poziomie dochodu (*lower-middle*), wyższym-średnim (*upper-middle*) oraz wysokim (*high*). Dochód mierzony jest za pomocą dochodu narodowego brutto (GNI) na mieszkańca, w USD⁸.

Na użytek analiz gospodarki o niższym-średnim i wyższym-średnim poziomie dochodu narodowego zostały połączone przez GEM w jedną grupę – o średnim poziomie dochodu. W ten sposób powstały trzy grupy państw: o niskim, średnim i wysokim poziomie dochodu⁹ (tabela 1.1). Polska należy do grupy państw o wysokim poziomie dochodu, a pełne zestawienie państw, które wzięły udział w badaniu GEM w 2019 r., przedstawia tabela 1.1.

Tabela 1.1. Klasyfikacja państw uczestniczących w GEM w 2019 r. według poziomu dochodu narodowego w przeliczeniu na mieszkańca danego kraju

Niski poziom dochodu	Średni poziom dochodu	Wysoki poziom dochodu
Egipt, Indie, Madagaskar, Maroko, Pakistan	Armenia, Białoruś, Brazylia, Bułgaria*, Chiny, Ekwador, Gwatemala, Indonezja*, Iran, Jordania, Macedonia Północna, Meksyk, Paragwaj*, Republika Południowej Afryki, Rosja, Tajlandia*	Arabia Saudyjska, Australia, Chorwacja, Cypr, Chile, Grecja, Hiszpania, Holandia, Irlandia, Izrael, Japonia, Kanada, Katar, Kolumbia, Korea Pd., Luksemburg, Łotwa, Niemcy, Norwegia, Oman, Panama, Polska, Portugalia, Puerto Rico, Słowacja, Słowenia, Stany Zjednoczone Ameryki, Szwajcaria, Szwecja, Tajwan, Wielka Brytania, Włochy, Zjednoczone Emiraty Arabskie

* państwa, które zrealizowały w 2019 r. jedynie badanie eksperckie (NES)

⁶ Więcej nt. w Raporcie z badania *GEM Polska 2017/2018*, PARP 2018, s. 14.

⁷ *The Global Competitiveness Report 2018*, WEF 2019.

⁸ Jest to klasyfikacja Banku Światowego. Wartości w USD uzyskiwane są po przeliczeniu z wartości GNI w walucie krajowej przy wykorzystaniu metody World Bank Atlas method.

⁹ Bank Światowy 1 lipca każdego roku weryfikuje klasyfikację krajów wg kryterium dochodowego. W 2019 r. obowiązywały następujące progi dla poszczególnych grup: *low-income* – do 1.025 USD na mieszkańca, *middle-income* – do 12.375 USD, *high-income* – powyżej 12.375 USD. Więcej: <https://datahelpdesk.worldbank.org/knowledgebase/articles/378834-how-does-the-world-bank-classify-countries>.

1.2. Prowadzenie badań w GEM

Badania w projekcie GEM prowadzone są w dwóch częściach. Pierwsza z nich to typowo ilościowe badanie populacji dorosłych (*Adult Population Survey – APS*) przeprowadzane na reprezentatywnej próbie osób w wieku produkcyjnym (18–64 lata). Druga część badań – jakościowa – polega na zbieraniu opinii krajowych ekspertów na temat uwarunkowań powstawania i rozwoju nowych firm w danym kraju (*National Experts Survey – NES*).

APS

Corocznie badanie populacji dorosłych przeprowadza się na próbie co najmniej 2000 osób dorosłych w każdym kraju, biorącym udział w projekcie. Badanie zazwyczaj przeprowadza się metodą CATI z uwzględnieniem wykorzystania przez gospodarstwa domowe w każdym kraju telefonii stacjonarnej i komórkowej. W badaniu APS dokonuje się pomiaru wskaźnika TEA, pozyskiwane są z niego również informacje na temat aspiracji wzrostu, innowacyjności czy internacjonalizacji oraz finansowania działalności gospodarczej.

NES

Badanie ekspertów krajowych dokonywane jest na próbie co najmniej 36 specjalistów z różnych dziedzin powiązanych bezpośrednio lub pośrednio z przedsiębiorczością. Celem tej części badania jest rozpoznanie ramowych czynników przedsiębiorczości w danym kraju. W każdym kraju wyboru grupy ekspertów dokonuje się na podstawie tych samych kryteriów, z których głównymi są rodzaj prowadzonej działalności (naukowiec, przedsiębiorca, pracownik administracji, polityk itd.) oraz doświadczenie w prowadzeniu działalności przedsiębiorczej (przedsiębiorca – nie-przedsiębiorca).

2. Przedsiębiorczość w Polsce – wyniki badania populacji dorosłych (*Adult Population Survey*)

W niniejszym rozdziale przedstawiamy najnowsze dane na temat przedsiębiorczości w Polsce na tle państw Europy¹⁰ i grup świata¹¹. Opisujemy także zmiany, jakie dają się zaobserwować w tym obszarze w ostatnich 9 latach. Dostarczamy informacji na temat nastawienia społeczeństwa do przedsiębiorców i przedsiębiorczości, pro-przedsiębiorczych postaw Polaków oraz aktywności przedsiębiorczej na jej poszczególnych etapach rozwoju: od podejmowania pierwszych działań w kierunku założenia firmy przez moment jej narodzin, rozwój, po fazę schyłkową, w której następuje wycofanie się z prowadzenia działalności. Rozdział dostarcza także wiedzy o motywacjach, którymi kierowali się młodzi przedsiębiorcy, zakładając firmę, oraz o ich aspiracjach rozwojowych (poprzez innowacyjność, umiędzynarodowienie lub wzrost zatrudnienia). Zebrane dane pozwoliły także na dokonanie charakterystyki przedsiębiorców pod kątem płci czy sektorów prowadzonej działalności.

Prezentowane dane dla Polski są wynikiem badania ilościowego, zrealizowanego w połowie 2019 r. na reprezentatywnej ogólnopolskiej próbie dorosłych mieszkańców naszego kraju w wieku 18–64 lata. Podobnie jak w poprzednich dwóch edycjach badań przeprowadzono wówczas 8000 wywiadów, wcześniej, tj. w latach 2011–2016, badanie ilościowe w Polsce było realizowane na próbie 2000 osób dorosłych¹². W pozostałych państwach realizuje się

¹⁰ Białoruś, Chorwacja, Cypr, Grecja, Hiszpania, Holandia, Irlandia, Luksemburg, Łotwa, Macedonia Północna, Niemcy, Norwegia, Polska, Portugalia, Rosja, Słowacja, Słowenia, Szwajcaria, Szwecja, Wielka Brytania, Włochy.

¹¹ Szczegółowy wykaz wszystkich państw, które wzięły udział w badaniach ilościowych i jakościowych GEM w 2019 r., w podziale według poziomu dochodu znajduje się w tabeli 1.1.

¹² W 2017 r. próba w badaniu ilościowym została zwiększona z 2000 do 8000 dorosłych z uwagi na zamysł uchwycenia grupy startupów i zdobycia wiedzy na ich temat. W rezultacie został opracowany raport *Startupy 2017–2018*, PARP 2019, udostępnionym na stronie <https://www.parp.gov.pl/badania>

co roku min. 2000 wywiadów z ich dorosłymi mieszkańcami. Więcej informacji na ten temat dostępne jest w raporcie światowym GEM Global Report 2019/20¹³.

2.1. Polacy wobec przedsiębiorczości

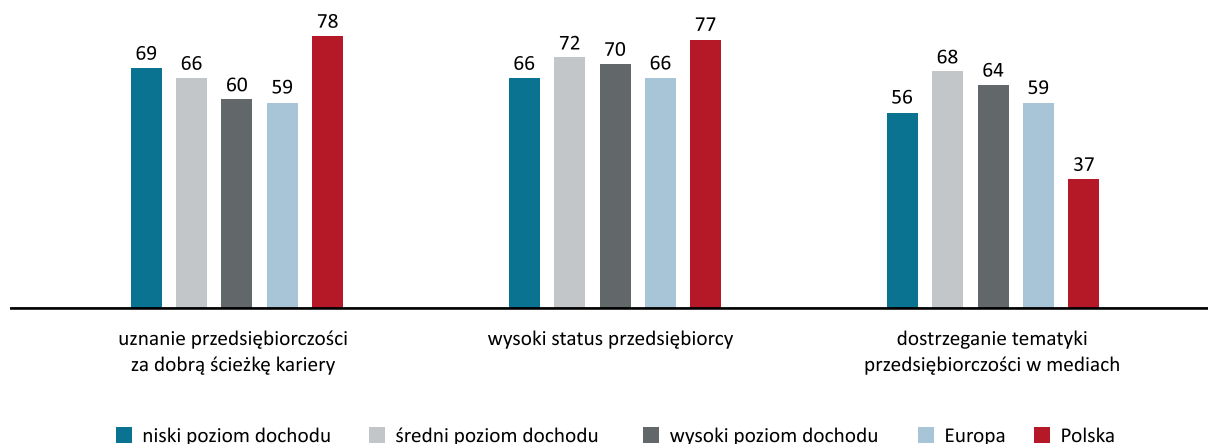
Czym są pro-przedsiębiorcze społeczeństwa i jaką rolę odgrywają w kształtowaniu przyszłych przedsiębiorców oraz funkcjonowaniu obecnych? Czy mieszkańcy innych państw Europy i świata różnią się od Polaków w postrzeganiu przedsiębiorczości i przedsiębiorców?

Jak wskazują dane GEM z 2019 r., **78% Polaków uważa, że prowadzenie własnego biznesu to dobry sposób na zrobienie kariery**. Jest to drugi najwyższy wynik wśród 21 badanych państw Europy (po Holandii – 86%) i dziesiąty – wśród 50 państw świata (najwyższy wynik notuje Madagaskar – 94%, zaś najniższy Gwatemala – niecałe 6%). W państwach o niskim poziomie dochodu w porównaniu do tych bardziej zamożnych średnio więcej osób pozytywnie odnosi się do twierdzenia, że własna firma może być dobrym sposobem na zrobienie kariery, co zapewne częściowo wynika z mniejszej dostępności miejsc pracy na lokalnym rynku pracy. Warto tu jednak zauważyć, że w każdej grupie państw klasyfikowanych do tej samej grupy dochodowej występuje spory rozstrzał wartości przyjmowanych przez dany wskaźnik (na przykład w grupie państw o niskim poziomie dochodu jest wspomniany Madagaskar, ale też Indie z wynikiem 10%). Należy więc te uśrednione wyniki traktować z dużą ostrożnością, także ze względu na niską liczbę państw w grupie państw o niskim poziomie dochodu.

Status przedsiębiorcy w polskim społeczeństwie jest także wysoki – **77% dorosłych mieszkańców naszego kraju jest zdania, że osobom, które założyły własne firmy i odniosły sukces, należy się uznanie**. To bardzo dobry wynik, 6. w Europie po Norwegii – 93%, Słowenii (84%), Niemczech, Luksemburgu (oba kraje – 81%) i Szwecji (79%). Jest to także wynik wyższy niż średnia dla poszczególnych grup krajów. Także i w tym przypadku występują spore rozpiętości wartości wskaźnika na świecie – od 8% dla Indii do 93% dla Norwegii, czy w poszczególnych grupach krajów według poziomu dochodu – np. w grupie państw najbogatszych przoduje wspomniana Norwegia, natomiast najniższy wynik notują Włochy – 13%.

¹³ GEM Global Report 2019/20, Global Entrepreneurship Monitor. Raport dostępny na stronie GEM: www.gemconsortium.org oraz na stronie PARP: <http://badania.parp.gov.pl/global-entrepreneurship-monitor-gem>.

Wykres 2.1. Społeczna percepcja przedsiębiorczości w Polsce na tle średniej dla badanych państw Europy oraz grup gospodarek według poziomu dochodu w 2019 r. (% dorosłych w wieku 18–64 lata)



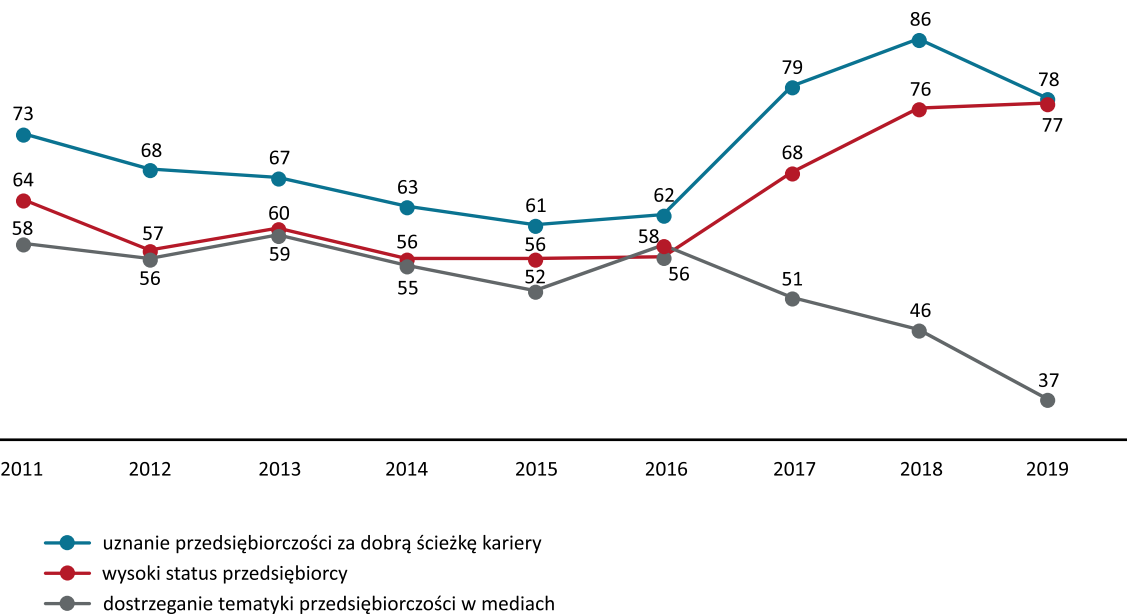
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

GEM dostrzega także ważną rolę mediów w kształtowaniu wizerunku przedsiębiorców. Niestety ostatnie dane z połowy 2019 r. wskazują, że znów **zmniejszył się odsetek Polaków, którzy zgodzili się ze stwierdzeniem, że w mediach publicznych i Internecie często pojawiają się historie opisujące nowe, krótko istniejące firmy, które odniosły sukces** – z 44% w 2018 r. do **37% w ub.r.** Pod tym względem notujemy drugi najniższy wynik wśród 21 badanych państw Europy (słabiej wypada jedynie Irlandia – 20%), najlepszy z kolei przypada Norwegii – gdzie 79% osób potwierdziło, że przedsiębiorczość jest istotnym tematem dla mediów. Wynik dla Polski jest także znacznie poniżej średnich wartości notowanych dla wszystkich analizowanych grup państw świata.

Wykres 2.2 pokazuje, że po okresie relatywnie niewielkich wahań, jeśli chodzi o odsetek Polaków odnotowujących pozytywne treści na temat przedsiębiorców w mediach publicznych i Internecie, jaki miał miejsce w latach 2011–2016, nastąpiło systematyczne obniżanie się tego wskaźnika. Jeszcze w połowie 2016 r. wynosił on 58%, zaś w 2019 r. był na poziomie 37%. W pewnym stopniu można tę sytuację tłumaczyć trendem odchodzenia części społeczeństwa od tradycyjnej telewizji czy radia na rzecz Internetu. Jednak z drugiej strony zjawisko to może być bilansowane wzrostem udziału Polaków oglądających telewizję, filmy czy seriale przez Internet. Jak podaje CBOS, ten udział zwiększył się z 30% ogółu dorosłych w 2016 r. do 38% w 2019 r.)¹⁴.

¹⁴ Dane pochodzą z badań „Aktualne problemy i wydarzenia” zrealizowanych w latach 2006–2019, CBOS; dostęp 29.04.2020 <https://www.cbos.pl/PL/publikacje/news/2019/21/newsletter.php>.

Wykres 2.2. Percepcja przedsiębiorczości w polskim społeczeństwie w latach 2011–2019 (% dorosłych)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Jednocześnie odwrotne zmiany widoczne są w pozostałych dwóch wskaźnikach społecznego postrzegania przedsiębiorczości w naszym kraju. Po okresie spadkowego trendu w latach 2011–2016 w kolejnych edycjach badań widoczny jest wzrost odsetka Polaków, dla których możliwość prowadzenia własnej firmy stanowi rozsądną alternatywę pracy zarobkowej (wzrost z 62% w 2016 r. do 78% w 2019 r.), jak i osób, które skłonne są docenić osiągnięcia przedsiębiorców, którym powiodło się w biznesie (wzrost z 56% do 77%). Obserwacje te wydają się być zbieżne z wynikami badania realizowanego cyklicznie przez CBOS, zgodnie z którymi zawód właściciela małego sklepu oraz przedsiębiorcy, właściciela dużej firmy zyskały na prestiżu w ostatnich latach¹⁵.

Jednocześnie należy zwrócić uwagę, że w 2019 r. w porównaniu do poprzedniego roku mniej Polaków uważało, że własna działalność jest dobrą ścieżką kariery (spadek o 8 p.p. r/r) oraz dostrzegało tematy o przedsiębiorczości w mediach publicznych i Internecie (spadek o 9 p.p.).

¹⁵ Znormalizowana średnia ocena prestiżu obu zawodów w badaniach ogólnopolskich zwiększyła się z 67 w 2013 r. do 70 w 2019 r. W 1996 r. ta ocena dla właściciela małego sklepu wynosiła 54, a dla przedsiębiorcy, właściciela dużej firmy – 68. Źródło: Komunikat z badań „Które zawody poważamy”, nr 157/2019, grudzień 2019, CBOS.

Za to nie uległ zmianie pozytywny wizerunek przedsiębiorcy – udział osób skłonnych wyróżnić zwycięskich przedsiębiorców pozostał praktycznie na tym samym poziomie, co w 2018 r.

2.2. Postawy przedsiębiorcze Polaków

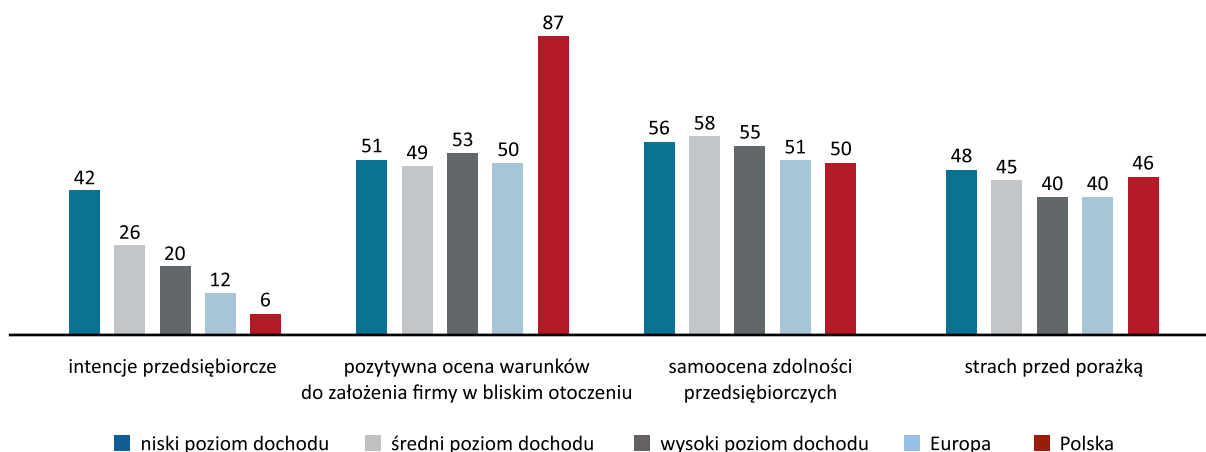
Polacy o otoczeniu, własnych umiejętnościach i planach dotyczących założenia firmy

Przychylność Polaków dla przedsiębiorców może wynikać z faktu, że wiedza i informacje na temat tej grupy zawodowej przekazywane są bezpośrednio, a nie jedynie przez media. Jak wskazują wyniki badania GEM, w 2019 r. **50% dorosłych Polaków przyznało, że zna osobiście kogoś, kto w ciągu ostatnich dwóch lat założył firmę**. Nasz rezultat nie odbiega od średniej dla Europy (51%), gdzie najniższą wartość tego wskaźnika notują Grecy (30%), a najwyższą Chorwaci (66%). Wśród 50 badanych państw świata na końcu rankingu jest Japonia, gdzie do znajomości z młodym przedsiębiorcą przyznało się 17% mieszkańców, a na początku Arabia Saudyjska z wynikiem 83%.

Być może jest on także związany z bardzo dobrą oceną uwarunkowań zewnętrznych. Można powiedzieć, że **wśród Polaków panuje niemal powszechna zgoda co do tego, że w naszym kraju rozpoczęcie działalności gospodarczej jest proste. Uważa tak 90% Polaków** i – co warto podkreślić – jest to najlepszy wynik wśród wszystkich 50 państw świata. Drugi w kolejności przypada Norwegom (87%), trzeci – Holendrom (84%), ostatni zaś Izraelczykom (22%). Dla porównania 71% mieszkańców Stanów Zjednoczonych jest przekonanych o łatwości założenia firmy w ich kraju. Średnia dla Europy wynosi 53%.

W połowie 2019 r. Polacy nie tylko doceniali łatwość założenia firmy, korzystnie oceniali także swoje najbliższe otoczenie. Jak widać na wykresie 2.3, **87% mieszkańców Polski uznało, że w ciągu najbliższych 6 miesięcy będą dogodne warunki do założenia działalności gospodarczej w ich okolicy**. Wynik ten także stawia nas na 1. miejscu wśród 50 państw świata objętych badaniem, drugi należy do Indii (83%), a trzeci do Szwecji (80%). Średnia dla Europy wynosi 50%.

Wykres 2.3. Postawy przedsiębiorcze w Polsce na tle średniej dla badanych państw Europy oraz grup gospodarek według poziomu dochodu w 2019 r. (% dorosłych)

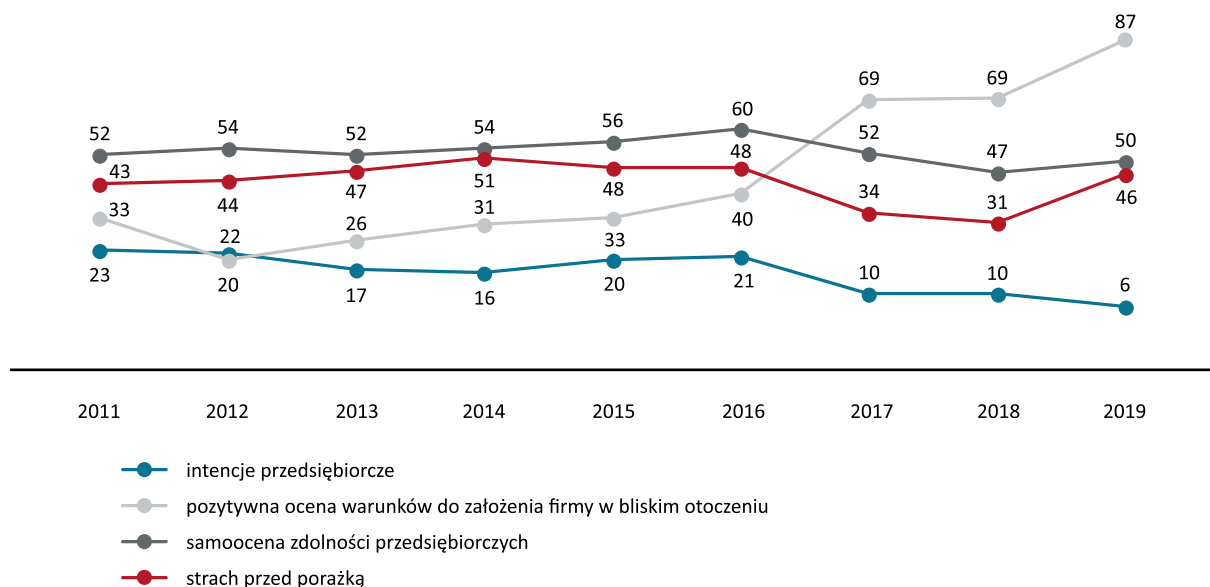


Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Polacy czują się także przygotowani do prowadzenia własnego biznesu. **Co drugi dorosły jest przekonany, że dysponuje wystarczającą wiedzą i umiejętnościami do prowadzenia firmy.** Jest to wynik na poziomie Hiszpanii czy Szwecji oraz średniej dla 21 badanych państw europejskich. Jednocześnie jest on niższy niż w przywoływanym już Stanach Zjednoczonych (66%). Wśród wszystkich badanych państw najmniej mieszkańców pozytywnie oceniających swoje umiejętności biznesowe odnotowano w Japonii (14%), najwięcej zaś – w Indiach (85%).

Łyżką dziegciu w tym pozytywnym obrazie przedsiębiorczości polskiego społeczeństwa jest odnotowany w 2019 r. wzrost odsetka osób, które obawiają się porażki w biznesie. Po dwóch latach spadków **odsetek dorosłych, którzy widzą szanse biznesowe, lecz przyznają, że ryzyko nieosiągnięcia sukcesu zniechęca ich do założenia firmy,** wzrósł do wartości notowanej w 2016 r. i wyniósł **46%**. To wynik wyższy niż średnia europejska (40%), bliższy średnim dla gospodarek o niskim i średnim poziomie dochodu.

W 2019 r. spadł także wskaźnik mierzący intencje przedsiębiorcze Polaków. Jedynie **6% dorosłych deklarowało chęć założenia firmy w ciągu trzech lat,** czyli do 2022 r., podczas gdy w latach 2018–2019 tego typu plany miało 10% Polaków, a w 2016 r. – 21%. Jest to wynik o połowę niższy niż średnia dla Europy (12%), pozostałych grup państw czy państw przodujących w rankingach startupowych, czyli Stanów Zjednoczonych (13%) czy Izraela (21%). Jak pokazuje wykres 2.4, intencje przedsiębiorcze na poziomie 6% populacji to najniższa wartość notowana od 2011 r., kiedy to rozpoczęliśmy realizację badania GEM.

Wykres 2.4. Postawy przedsiębiorcze Polaków w latach 2011–2019 (% dorosłych)

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Wynik analizy pozostałych parametrów przedstawionych na tym wykresie jest bardziej optymistyczny. Wskaźnik osób odczuwających strach przed porażką, choć wzrósł w 2019 r. do wartości z 2016 r., utrzymuje się w linii trendu. Stabilnie wygląda samoocena zdolności i umiejętności biznesowych Polaków. Jednocześnie **poprawia się ocena najbliższego otoczenia – jeszcze w 2016 r. 40% Polaków pozytywnie oceniało warunki do założenia firmy w swojej okolicy, w 2019 r. wskaźnik ten osiągnął 87%**. Uwzględniając jeszcze niemal powszechne przekonanie Polaków o łatwości założenia firmy w naszym kraju oraz fakt posiadania młodych przedsiębiorców wśród znajomych w przypadku połowy Polaków, co daje nadzieję na to, że kwestie związane z prowadzeniem własnej firmy nie są im znane tylko z teorii czy przekazów medialnych (które akurat w tym aspekcie mogą pełnić bardziej aktywną funkcję), można przyjąć, że spadek intencji przedsiębiorczych jest prawdopodobnie spowodowany wyjątkowo korzystną sytuacją na rynku pracy. W czerwcu 2019 r. stopa bezrobocia rejestrowanego wynosiła jedynie 5,3% (wobec 5,8% w czerwcu poprzedniego roku), wzrost wynagrodzeń w sektorze przedsiębiorstw wynosił blisko 5% r/r/, a liczba bezrobotnych zmniejszyła się o 95,3 tys. r/r. Mówiło się wręcz o rynku pracownika, a nie pracodawcy. To wszystko zapewne spowodowało, że był on dobrą alternatywą dla własnego biznesu.

Z drugiej strony istotną rolę mogły odgrywać inne czynniki, o czym bliżej w dalszej części tego podrozdziału.

Talent do przedsiębiorczości

Mowa tutaj o właściwym niektórym ludziom sposobie myślenia i postrzegania otoczenia, określonym przez GEM jako talent do przedsiębiorczości. Do pomiaru występowania tego zjawiska służą 4 pytania, opracowane przez prof. Jonathana Levie (National University of Ireland Galway, członka GEM) we współpracy z dr Gorkanem Ahmetoglu (University College of London) – twórcą podejścia do autooceny indywidualnych cech składających się na przedsiębiorcze nastawienie (*entrepreneurial mindset*) i współzałożycielem inicjatywy META (*Measure of Entrepreneurial Tendencies and Abilities*)¹⁶. Pytania te po raz pierwszy zostały włączone do kwestionariusza badania ilościowego GEM w 2019 r. Każde z nich odpowiada jednemu z 4 wymiarów predyspozycji do przedsiębiorczości. Razem tworzą miarę talentu do przedsiębiorczości lub po prostu usposobienia do dostrzeżenia i wykorzystania nadarzającej się okazji biznesowej i pozwalają określić potencjał do przedsiębiorczości poszczególnych społeczeństw.

Poniżej przedstawione są 4 wymiary talentu do przedsiębiorczości oraz stwierdzenia, które poddane zostały ocenie dorosłych mieszkańców każdego z państw:

1. OPORTUNIZM: rzadko widzi Pan(i) możliwości biznesowe, choć jest Pan(i) bardzo kompetentna;
2. PROAKTYWNOŚĆ: nawet jeśli zauważy Pan(i) korzystną okazję biznesową, rzadko się Pan(i) na nią decyduje;
3. KREATYWNOŚĆ: inni uważają Pana(ią) za osobę kreatywną/innovacyjną;
4. WIZJA: każda Pana(i) decyzja jest częścią długookresowego planu kariery.

Na wykresach 2.5 i 2.6 przedstawione zostały wyniki odpowiedzi na powyższe pytania dla 21 państw Europy.

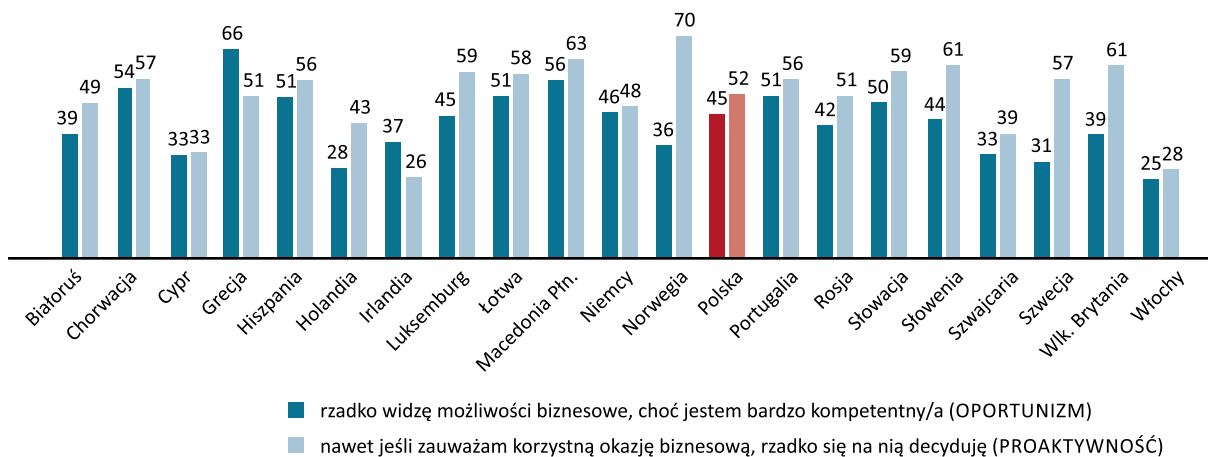
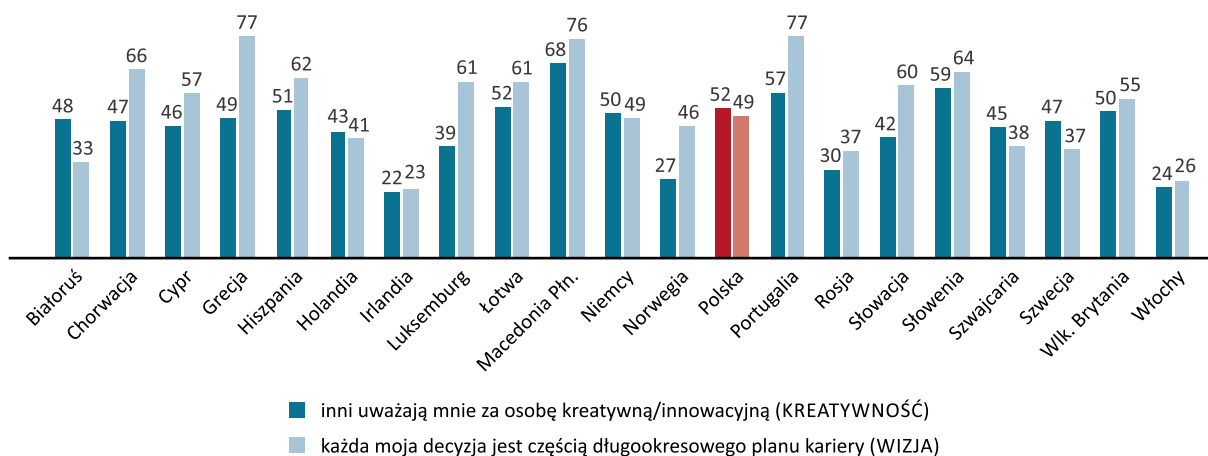
Jak się okazuje, **co drugi Polak (52%) uważa, że jest postrzegany jako osoba kreatywna/innovacyjna, prawie tyle samo (49%) to osoby z wizją – trzymające się długookresowego planu kariery**. Wśród badanych społeczeństw europejskich jedynie Słoweńcy są bardziej Polacy przekonani o posiadaniu zmysłu do tworzenia nowych rozwiązań, nasz wynik jest na poziomie Hiszpanów, Brytyjczyków i Łotyszy, a także średniej dla badanych państw Europy.

¹⁶ META to przedsięwzięcie, będące efektem 4-letniego programu naukowego, zrealizowanego przez naukowców z uniwersytetów Goldsmiths, NYC i UCL, we współpracy z *Harvard's Entrepreneurial Finance lab* oraz rządem Wielkiej Brytanii. Więcej nt. META na <http://www.metaprofiling.com>.

Również jeśli chodzi o cechę, jaką jest trzymanie się planu, jesteśmy prawie na poziomie średniej europejskiej (52%). Nieco częściej do działania zgodnie z przyjętą wizją przyznają się Grecy, Portugalczycy i Macedończycy.

Nieco mniej, bo **45% Polaków przyznało, że rzadko dostrzega okazje biznesowe, a co drugi z nas (52%) jeśli ją zauważy, to rzadko się na nią decyduje**. To relatywnie wysokie wyniki świadczące o raczej ostrożnych postawach Polaków. Niższe wartości obu tych wskaźników odnotowano w przypadku Szwajcarów, Włochów, Irlandczyków czy Rosjan, choć są też społeczeństwa w Europie, gdzie są one wyższe niż w Polsce: np. 66% Greków rzadko dostrzega okazje biznesowe, a 70% Norwegów rzadko je wykorzystuje.

Wykres 2.5 i 2.6. Talent do przedsiębiorczości – samoocena predyspozycji przedsiębiorczych Polaków na tle państw Europy w 2019 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Wszystkie 4 opisane powyżej cechy składają się na **wskaźnik talentu do przedsiębiorczości**, który dla Polski w 2019 r. wyniósł **3,06 w skali od 1 do 5**. Wartości tego wskaźnika dla wszystkich badanych krajów świata nie różnią się mocno – zawierają się w przedziale od 2,71 dla Japonii do 3,51 dla Kolumbii. Jeśli chodzi o państwa Europy, najwyższą wartość wskaźnika talentu do przedsiębiorczości ma Cypr (3,30), a najniższą Norwegia (2,75). Według prof. J. Levie'ego wyniki te są zgodne z wnioskiem z badań przeprowadzonych przez W. Baumola, według których talent do przedsiębiorczości jest równomiernie rozmieszczony wśród ludzi na całym świecie, przy czym może być, w zależności od lokalnych uwarunkowań, inaczej wykorzystywany i realizowany¹⁷. Analizy regresji wykonane przez prof. Levie'ego wskazują jednocześnie, że choć **wskaźnik talentu do przedsiębiorczości mierzony na poziomie kraju nie przekłada się na chęć założenia firmy czy też poziom przedsiębiorczości**, to już wskaźnik ten **mierzony na poziomie jednostki – dorosłego człowieka – ma istotny statystycznie pozytywny wpływ na intencje i zachowania przedsiębiorcze**. Zmiana poziomu talentu do przedsiębiorczości na poziomie indywidualnym (polegająca na udzieleniu odpowiedzi na 4 twierdzenia składające się wskaźnik „zgadzam się” zamiast „nie zgadzam się”) powoduje, że prawdopodobieństwo tego, że osoba będzie chciała założyć firmę rośnie 1,5 raza, a że założy firmę – o 2,5 raza.

Analizy przeprowadzone na danych GEM wskazują, że państwa, których mieszkańcy wysoko oceniają swoje kompetencje i umiejętności do prowadzenia firmy, najczęściej osiągają wyższy wskaźnik talentu do przedsiębiorczości. Zasada ta dotyczy także Polski, jako że 50% z nas jest przekonanych o posiadaniu takowych umiejętności, nasz wskaźnik talentu jest relatywnie wysoki (12. na 21 państw Europy).

Widać więc, że mamy dość dobre mniemanie o sobie jako potencjalnych przedsiębiorcach – wyraża się to zarówno w samoocenie umiejętności, jak i własnej kreatywności. Dane wskazują też na to, że połowa z nas podejmuje decyzje w oparciu o plan/wizję swojej przyszłości. Połowę z nas cechuje oportunistyczny i niska proaktywność, jeśli chodzi o wykorzystywanie okazji biznesowych. Biorąc pod uwagę sytuację na krajowym rynku pracy, jaka miała miejsce w 2019 r., kiedy było prowadzone badanie, wyniki te można próbować tłumaczyć względami zewnętrznymi oraz racjonalnymi wyborami jednostek. Zostaje pytanie: czy i jak bardzo postawy przedsiębiorcze Polaków zmienią się w 2020 r. pod wpływem

¹⁷ Baumol, W.J. (1990), *Entrepreneurship: Productive, Unproductive and Destructive*, „Journal of Political Economy”, 98(5): 893-921.

wybuchu epidemii COVID-19 i zmian na rynku pracy oraz w gospodarce. Ale o tym, które wymiary składające się na talent przedsiębiorczy Polaków przeważają i przełożą się na aktywność gospodarczą, przekonamy się dopiero po przeprowadzeniu kolejnej edycji badań.

2.3. Poziom przedsiębiorczości

Model procesu przedsiębiorczego przyjęty w GEM, a przedstawiony w rozdziale 1, pozwala zmierzyć poziom przedsiębiorczości poprzez identyfikację osób będących w różnych fazach rozwoju przedsięwzięcia biznesowego – od tych, którzy są na etapie pomysłu i podejmowania pierwszych działań w kierunku zorganizowania firmy, poprzez osoby, które już prowadzą swój biznes, a kończąc na ludziach, którzy wycofują się z działalności gospodarczej. Podejście to jest znamienne, ponieważ oznacza, że **proces przedsiębiorczy zaczyna się, zanim firma zacznie faktycznie działać na rynku, a także że osoby będące na wstępnym etapie procesu są traktowane jako osoby zaangażowane w przedsiębiorczość.**

Zaczynający i prowadzący działalność gospodarczą

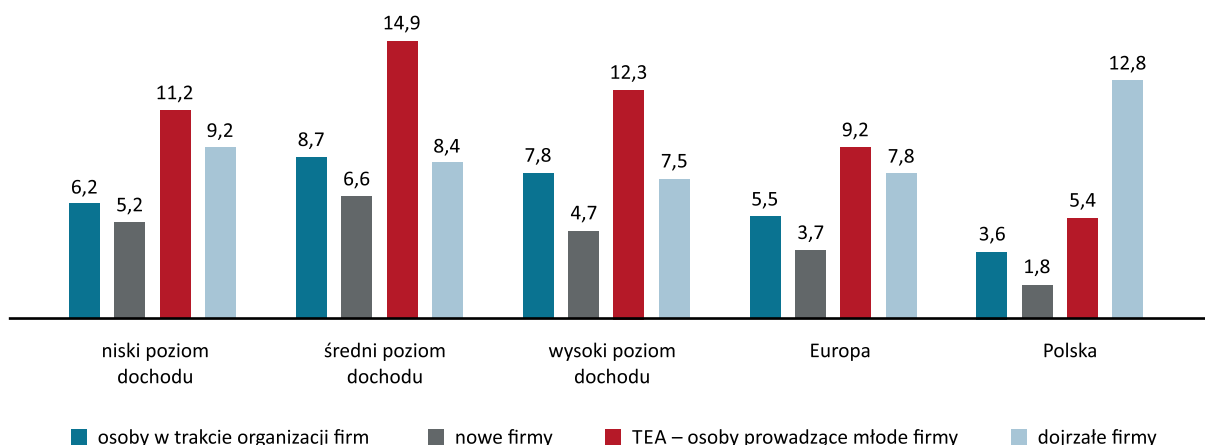
Wyróżnikiem pozwalającym oddzielić poszczególne fazy przedsiębiorczego procesu w GEM jest czas wypłacania wynagrodzenia. Narodziny firmy mają miejsce, kiedy wynagrodzenia płacone są przez okres dłuższy niż 3 miesiące. Przedsięwzięcia, w których okres wypłacania wynagrodzeń jest krótszy niż te 3 miesiące lub jeszcze ich nie ma, uznawane są za będące w fazie organizacji, a osoby je prowadzące nazywane są **osobami w trakcie organizacji firm** (ang. *nascents*). **Nowi przedsiębiorcy** (ang. *new*) to osoby prowadzące firmy, w których wynagrodzenia wypłacane są dłużej niż 3 i krócej niż 42 miesiące (tj. 3,5 roku). Za **dojrzałych przedsiębiorców** uznaje się osoby prowadzące biznesy, w których wynagrodzenia wypłacane są min. 42 miesiące. Ostatnią monitorowaną grupą są **zaprzestający prowadzenia biznesu**, czyli osoby, które w ciągu ostatnich 12 miesięcy wycofały się z prowadzenia działalności i sprzedały/przekazały firmę innemu podmiotowi/osobie, pozostawiając firmę na rynku, lub ją zlikwidowały¹⁸.

¹⁸ Porównaj definicje na stronie 18.

Osoby starające się rozpocząć biznes i nowi przedsiębiorcy tworzą wskaźnik **TEA** (*Total early-stage Entrepreneurial Activity*) i w dalszej części niniejszego rozdziału będą określane mianem **osób prowadzących młode firmy** czy w skrócie – **młodych firm**.

Według ostatniego pomiaru, dokonanego w połowie 2019 r., **5 na 100 Polaków w wieku 18–64 lata to osoby prowadzące młode firmy**, z których 3 są w trakcie tworzenia przedsiębiorstw, zaś 2 prowadzą własny biznes min. 3 a maks. 42 miesiące. Jednocześnie **13 na 100 Polaków prowadzi dojrzałe firmy, obecne na rynku ponad 3,5 roku**. Odnosząc te odsetki do liczebności osób dorosłych, daje to ok. 1,3 mln osób prowadzących firmy młode i 3,1 mln osób prowadzących firmy dojrzałe. Przy tym warto pamiętać, że 864 tys. z 1,3 mln to przedsięwzięcia będące na etapie organizacji oraz że jedna osoba może prowadzić więcej niż jedną firmę o różnym stażu na rynku.

Wykres 2.7. Poziom aktywności przedsiębiorczej w Polsce na tle średniej dla badanych państw Europy i grup gospodarek według poziomu dochodu w 2019 r. (% dorosłych)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Dane nt. poziomu przedsiębiorczości w Polsce nie zmieniły się zasadniczo w porównaniu z 2018 r. Na tle średniej dla badanych państw Europy czy grup państw o niskim, średnim czy wysokim poziomie dochodu **mamy w Polsce zdecydowanie więcej osób prowadzących dojrzałe firmy, a mniej – młode**. Wśród badanych państw świata najwyższy wskaźnik młodych firm ma Chile (37% populacji), a najniższy mają Włochy (2,8%). W Europie za to najwięcej osób prowadzących firmy młode jest na Łotwie (15,4%). Z kolei państwem,

w którym notuje się najwięcej osób prowadzących dojrzałe firmy, jest Madagaskar (20% dorosłych mieszkańców), a w Europie – Grecja (14%).

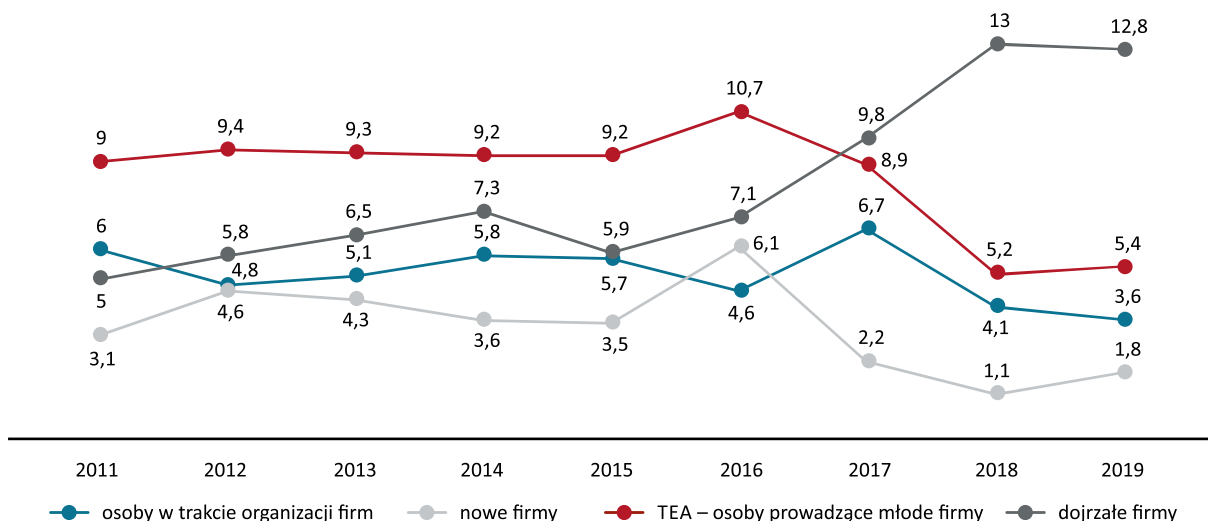
W dużym przybliżeniu (z uwagi na ograniczenia wspomniane wyżej) można powiedzieć, że w 2019 r. ponad 18% dorosłych rozpoczynało lub prowadziło działalność gospodarczą w Polsce, w Europie średnio podobnie, bo 17%. Wciąż jednak na poziomie zarówno średniej dla analizowanych grup państw według poziomu dochodu, jak i poszczególnych państw, występują duże różnice, jeśli chodzi o poziom aktywności przedsiębiorczej¹⁹.

Analiza zmian poziomu przedsiębiorczości w czasie przedstawiona jest na wykresie 2.8.

Przez ostatnie 9 lat wskaźnik osób prowadzących młode firmy zmniejszył się z 9% do 5,4% populacji, natomiast wskaźnik osób prowadzących dojrzałe firmy wzrósł z 5% do 12,8%.

Szczególnie dynamiczne zmiany widoczne są od 2016 r., także w odniesieniu dwóch grup składających się na wskaźnik młodych firm. Chodzi tutaj o osoby prowadzące nowe firmy (od 3 mies. do 3,5 lat), których udział wśród Polaków mocno wzrósł w 2016 r. (z 3,5% do 6,1%), po czym w 2017 i 2018 r. zmniejszał się i ponownie wzrósł w 2019 r., a także o osoby w trakcie organizowania swojego biznesu (do 3 mies. na rynku), który odnotowuje coraz niższe wartości przez ostatnie dwie edycje badań.

Wykres 2.8. Poziom przedsiębiorczości w Polsce w latach 2011–2019 (% dorosłych)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

¹⁹ Więcej na ten temat w raporcie GEM Global 2019/20 <https://www.gemconsortium.org/latest-global-reports>.

W 2019 r. umocniły się tendencje notowane rok wcześniej. Wciąż na jedną osobę prowadzącą działalność do 3,5 lat przypadają ponad 2 mające większe doświadczenie w prowadzeniu biznesu. Warto zauważyć, że zarówno w 2018 r., jak i 2019 r. sytuacja gospodarcza w Polsce była stabilna, a rynek pracy cechowała wysoka efektywność, która dodatkowo poprawiała się z wraz z upływem czasu. Jak wskazują badania przeprowadzone przez CBOS, w 2019 r. nastąpiła pewna poprawa samopoczucia Polaków – do rekordowo wysokiego poziomu wzrósł odsetek badanych, którzy często lub bardzo często odczuwali takie emocje, jak pewność, że wszystko układa się dobrze, oraz duma z własnych osiągnięć. Odsetki respondentów deklarujących częste przeżywanie stanów takich jak depresja i wściekłość były najniższe spośród zarejestrowanych w ostatnich 30 latach²⁰. Pisząc niniejszy raport, mamy świadomość, że przedstawiony w nim obraz prawdopodobnie ulegnie zmianie w związku z wybuchem pandemii COVID-19 oraz ograniczeniami, jakie zostały wprowadzone w Polsce i większości państw świata, co przełoży się też zapewne na wartości wielu z prezentowanych tu wskaźników.

Samodzielni vs zależni przedsiębiorcy

Tym bardziej cenne wydaje się przedstawienie możliwie kompletnego i szczegółowego obrazu przedsiębiorczości w roku przed pandemią. Dlatego też chcemy przyjrzeć się nowemu wskaźnikowi mierzącemu odsetek osób prowadzących młode firmy w populacji (TEA) przez pryzmat typu właścicielstwa ich działalności.

W 2019 r. po raz pierwszy w GEM zadano właścicielom firm pytanie: „Czy aktualnie jest Pan(i) – samodzielnie lub z innymi osobami – właścicielem firmy, którą pomaga Pan(i) zarządzać w ramach głównego Pana(i) zatrudnienia?”. Dzięki temu możemy wyszczególnić osoby, których przedsięwzięcie biznesowe jest realizowane niezależnie od obecnego miejsca pracy i pracodawcy – tzw. samodzielnych przedsiębiorców, oraz te, które prowadzą firmę na rzecz swojego pracodawcy – zależnych przedsiębiorców. Badanie GEM przeprowadzone w 2019 r. na 155 tys. osób dorosłych w 50 państwach świata w 2019 r. pokazało, że wśród osób prowadzących młode firmy 37,5% to przedsiębiorcy zależni (prowadzą firmę na rzecz obecnego pracodawcy), zaś pozostali (62,5%) to samodzielni przedsiębiorcy.

²⁰ Samopoczucie w 2019 r., CBOS; dane pochodzą z badań „Aktualne problemy i wydarzenia” zrealizowanych w latach 1990–2019 przez CBOS.

W Polsce odsetek osób prowadzących młode firmy wynosi 5,4% populacji, a dojrzałych 12,7%. W obu grupach **dominują samodzielni przedsiębiorcy – na 1 zależną młodą firmę przypadają 3 samodzielne, dla dojrzałych ta relacja jest jeszcze większa 1:8**. Porównując wyniki dla Polski z tymi dla innych państw Europy (tabela 2.1), widać, że udział osób, które prowadzą firmę na rzecz obecnego pracodawcy, jest raczej niski. Podobnie jest w Holandii czy Norwegii, choć są też państwa, które notują relatywnie wysokie odsetki osób prowadzących przedsięwzięcia biznesowe zależne od pracodawcy, jak np. Szwajcaria czy Grecja.

Tabela 2.1. Odsetek osób prowadzących samodzielne i zależne firmy działające do 3,5 lat (młode) i powyżej (dojrzałe) w populacji państw Europy w 2019 r.

	Samodzielni młode firmy	Zależni młode firmy	Samodzielni dojrzałe firmy	Zależni dojrzałe firmy
Białoruś	4,0%	1,6%	1,8%	0,8%
Chorwacja	4,3%	5,8%	1,4%	1,8%
Cypr	8,5%	2,3%	7,7%	1,6%
Grecja	4,7%	3,1%	6,4%	7,5%
Hiszpania	4,8%	1,2%	4,1%	2,1%
Holandia	8,3%	1,2%	9,0%	1,2%
Irlandia	6,6%	4,7%	3,7%	2,2%
Luksemburg	6,2%	2,6%	2,6%	1,2%
Łotwa	10,7%	3,3%	9,3%	2,5%
Macedonia	2,4%	3,5%	3,1%	4,8%
Niemcy	4,8%	2,3%	2,7%	2,0%
Norwegia	6,9%	0,7%	4,6%	0,5%
Polska	4,0%	1,3%	11,3%	1,4%
Portugalia	8,1%	3,8%	8,3%	1,8%
Rosja	6,4%	2,8%	3,4%	1,5%
Słowacja	7,8%	5,1%	2,7%	2,8%
Słowenia	5,3%	1,6%	6,4%	1,5%
Szwajcaria	5,5%	3,6%	4,3%	6,8%
Szwecja	4,4%	3,1%	1,8%	2,4%
Wielka Brytania	5,7%	2,6%	5,1%	2,4%
Włochy	2,2%	0,5%	1,9%	2,7%

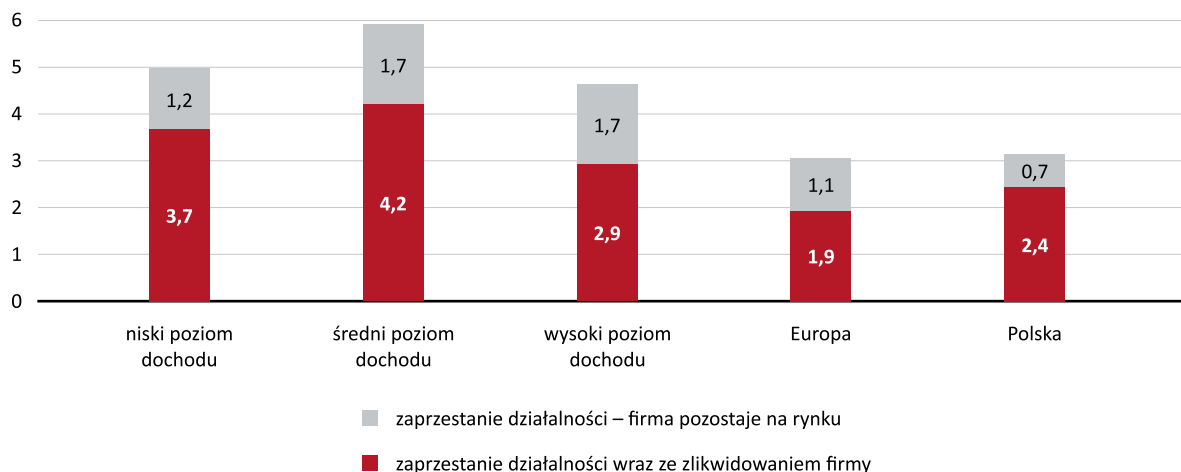
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Wycofywanie się z działalności gospodarczej

Na wykresie 2.9 przedstawiony jest wskaźnik osób, które zaprzestały prowadzenia działalności gospodarczej w ciągu ostatnich 12 miesięcy od momentu realizacji badania, czyli po uwzględnieniu czasu przeprowadzania badania GEM w Polsce – od czerwca 2018 r. do czerwca 2019 r. Wskaźnik ten wzrósł nieznacznie z 2,4% do 3,1% populacji dorosłych.

Głównymi powodami, dla których Polacy wycofywali się z prowadzenia działalności gospodarczej w okresie II poł. 2018 – I poł. 2019 r., były: nierentowność prowadzonego biznesu (21% osób, które zaprzestały prowadzenia firmy, wskazało na ten czynnik), zdarzenie losowe (17%), sprawy rodzinne lub osobiste (14%) czy polityka rządu/podatki/biurokracja (13%). Nieco mniej, bo po 10% osób, które zaprzestały prowadzenia działalności biznesowej, wskazało na problemy z uzyskaniem finansowania czy inną pracę lub możliwość biznesową. W porównaniu z poprzednim rokiem więcej osób przestało prowadzić firmę, tłumacząc to zdarzeniem losowym (wzrost wskazań na ten czynnik w porównaniu z 2018 r. o 8 p.p.). Po spadku odnotowanym w 2018 r. wzrósł też odsetek osób wskazujących na problemy z uzyskaniem finansowania czy biurokacją/podatkami (w obu przypadkach o 4 p.p.).

Wykres 2.9. Zaprzestanie działalności gospodarczej – osoby, które w badaniu w 2019 r. przyznały, że w ciągu ostatnich 12 miesięcy zakończyły prowadzenie biznesu (% dorosłych)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

W Europie, podobnie jak w Polsce, średnio 3% mieszkańców zaprzestało prowadzenia działalności gospodarczej w okresie czerwiec 2018 – czerwiec 2019 r. W grupie państw o wysokim poziomie dochodu wynik jest nieco wyższy, wynosi średnio 4,6%; zaś w tych o średnim poziomie – 5,9%.

Niezależnie od poziomu zamożności gospodarki wraz z zaprzestaniem działalności gospodarczej większość firm jest likwidowana, tylko część pozostaje na rynku. W okresie czerwiec 2018 – czerwiec 2019 w Polsce na 10 osób, które wycofały się prowadzenia biznesu, pozostawiając działające przedsiębiorstwa na rynku, przypadały 34 osoby, które wycofując się, zlikwidowały swoje firmy. W poprzedniej edycji badań w 2018 r. wskaźnik ten wynosił 10:14, zaś w 2017 r. – 10:26, co wskazuje na pogorszenie sytuacji i wysoką dynamikę rynku. W Europie oraz w gospodarkach o wysokim poziomie dochodu relacja ta jest bardziej korzystna i wynosi 10:17.

2.4. Motywy zakładania działalności gospodarczej

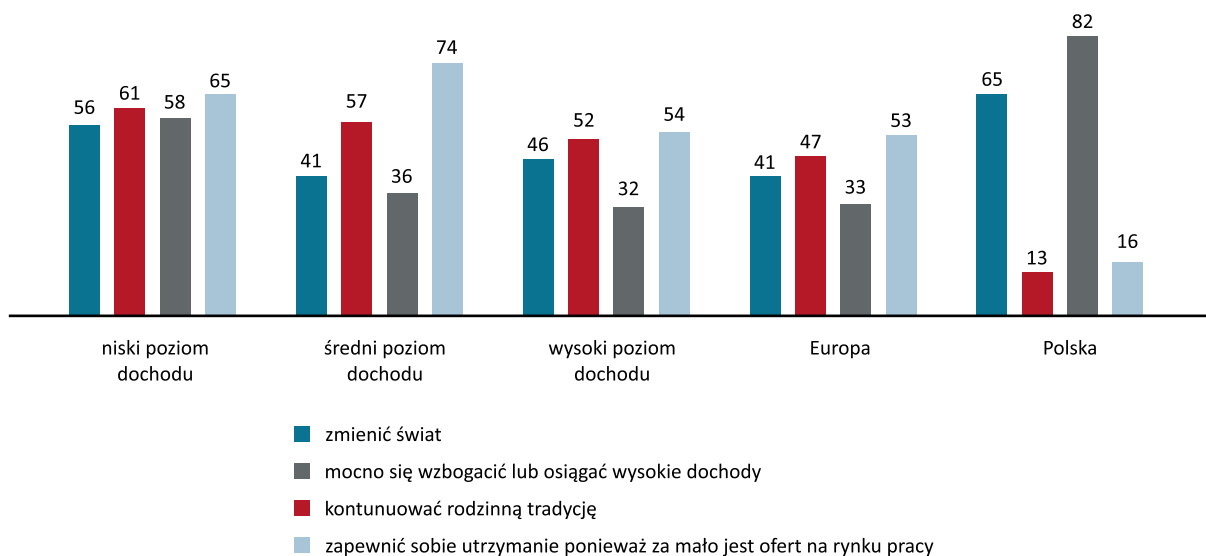
Badania prowadzone w ramach GEM pozwalają przyjrzeć się motywacjom, jakie skłaniają ludzi do założenia firmy. W tym aspekcie w metodologii badania GEM zaszły zmiany. Do poprzedniej edycji raportu GEM Polska motywacje były postrzegane jako pozytywne – związane z chęcią wykorzystania szansy, jaką daje własna firma, na uzyskanie niezależności czy wzrost dochodów, oraz negatywne, określane jako konieczność założenia firmy z powodu braku możliwości znalezienia satysfakcjonującej pracy najemnej. W 2019 r., po uprzednim badaniu literatury oraz przeprowadzeniu pilotaży w wybranych krajach, zdecydowano o wprowadzeniu innego podejścia do mierzenia motywacji. W miejsce dotychczasowego dychotomicznego ujęcia zagadnienia motywacji w kwestionariuszu badania ilościowego pojawiło się pytanie o 4 różne rodzaje czynników, z których każdy podlegał ocenie respondentów w 5-stopniowej skali. Tak więc osoby, będące na etapie zakładania lub prowadzenia działalności przez okres do 3,5 roku, zostały poproszone o ocenę, czy powodem, dla którego założyły firmę, było to, że chcą:

1. „zmienić świat”, co oznacza dążenie do realizacji pragnienia tworzenie czegoś, co ma sens, znaczenie;
2. „mocno się wzbogacić lub osiągać wysokie dochody”, innymi słowy aby zarabiać pieniądze;
3. „kontynuować rodzinną tradycję”;
4. „zapewnić sobie utrzymanie, ponieważ za mało jest ofert pracy na rynku”.

Warto zauważyć, że wśród motywacji nie uwzględniono dążenia do niezależności czy autonomii. Stało się tak z uwagi na wyniki pilotaży, które pokazały, że powód ten jest ważny niemal dla każdego przedsiębiorcy i jako taki nie stanowi czynnika różnicującego. Niemniej jako wartość ceniona przez przedsiębiorców pozostaje ważnym elementem polityki publicznej, umożliwiającym bądź hamującym rozwój przedsiębiorczości.

Wykres 2.10 przedstawia dane nt. motywacji osób prowadzących młode firmy. We wszystkich grupach państw niezależnie od poziomu dochodu najczęściej przedsiębiorców wskazało na czynnik, jakim jest dążenie do zapewnienia sobie utrzymania z uwagi na niewystarczającą dostępność miejsc prac. Przy tym w państwach najbogatszych motywacja ta ma mniejsze znaczenie niż w państwach o niskim czy średnim poziomie dochodu. Drugim co do ilości wskazań powodem, dla którego ludzie zakładają firmy, jest chęć zarabiania pieniędzy – wskazało na nią średnio 61% osób prowadzących młode firmy w państwach o niskim poziomie dochodu i 52% w państwach najbogatszych. Pozostałe dwa czynniki były rzadziej wskazywane.

Wykres 2.10. Motywacje do zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce, badanych państwach Europy i grupach państw według poziomu dochodu w 2019 r. (% osób prowadzących młode firmy – TEA)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Dla osób zakładających i prowadzących do 3,5 roku działalność w Polsce główną motywacją jest chęć zmieniania świata (65%), a także chęć kontynuowania tradycji rodzinnej (82%).

W opinii 16% osób firma to możliwość utrzymania się, ponieważ na rynku brakuje ofert pracy. Jedynie 13% z nich przyznało, że kierowało się chęcią wzbogacenia się.

Tabela 2.2. Motywacje do zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej w Europie w 2019 r. (% osób prowadzących młode firmy – TEA)*

	aby zmienić świat	aby mocno się wzbogacić lub osiągać wysokie dochody	aby kontynuować rodzinną tradycję	aby zapewnić sobie utrzymanie, ponieważ za mało jest ofert na rynku pracy
Włochy	11,0	95,4	26,7	89,5
Białoruś	23,4	75,3	19,6	51,7
Irlandia	26,9	28,3	69,2	40,7
Rosja	27,1	69,7	24,9	78,7
Holandia	32,3	22,0	18,0	23,6
Grecja	32,3	48,2	35,3	51,6
Łotwa	32,5	37,9	25,6	68,3
Chorwacja	35,1	49,1	35,6	74,0
Norwegia	36,6	19,5	14,5	25,5
Słowacja	40,7	33,9	28,1	63,3
Portugalia	41,7	43,6	31,4	54,4
Szwajcaria	43,2	38,1	17,1	50,4
Niemcy	44,4	32,0	68,7	42,6
Cypr	45,1	73,5	30,3	58,0
Słowenia	48,2	47,1	23,2	60,1
Wielka Brytania	49,0	51,6	5,8	64,4
Hiszpania	49,4	59,5	13,3	42,3
Szwecja	50,2	55,0	33,2	38,8
Macedonia Płn.	56,9	53,7	68,4	83,6
Luksemburg	60,5	41,2	30,0	38,3
Polska	65,3	13,3	81,6	15,8

* odpowiedzi nie sumują się do 100%, każda z odpowiedzi była oceniana w skali od 1 do 5

Warto podkreślić, że pod względem odsetka osób zakładających własną działalność z powodu chęci kontynuowania tradycji rodzinnej, jak i dokonania czegoś znaczącego w świecie zajmujemy 1. miejsce wśród 21 badanych państw Europy. Znaczenie pozostałych 2 czynników, tj. wzbogacenie się oraz zapewnienie utrzymania z powodu braku ofert na rynku pracy, jest mniejsze i są to najniższe odsetki wskazań w Europie. Dla porównania we Włoszech 95% młodych firm powstało z powodu chęci wzbogacenia się, 90% – aby zapewnić sobie utrzymanie z uwagi na brak ofert na rynku pracy, 11% – chce zmienić świat, a 27% – kontynuować rodzinną tradycję.

2.5. Działalność gospodarcza według sektorów

Dotychczas w modelu GEM przyjmowano 4 główne kategorie sektorów prowadzenia działalności gospodarczej: wydobywczy, produkcyjny (przetwórczy), usługi skierowane do biznesu (b2b) oraz usługi skierowane do klientów indywidualnych (b2c). Analizując dane za 2019 r., dodatkowo rozpatrzono aktywność młodych firm w poszczególnych branżach.

W poprzednich latach obserwowano, że struktura sektorowa młodych firm zmienia się wraz ze wzrostem poziomu gospodarczego – stopniowo maleje procentowy udział firm wydobywczych, produkcyjnych i b2c, a rośnie liczba przedsiębiorstw z sektora b2b. W 2019 r. tę prawidłowość widać wyraźnie tylko w odniesieniu do firm sektora wydobywczego i usług b2c (Wykres 2.11).

Dane za 2019 r. wskazują, że niezależnie od stopnia zaawansowania rozwoju gospodarki najwięcej młodych przedsiębiorstw świadczy usługi dla klientów indywidualnych.

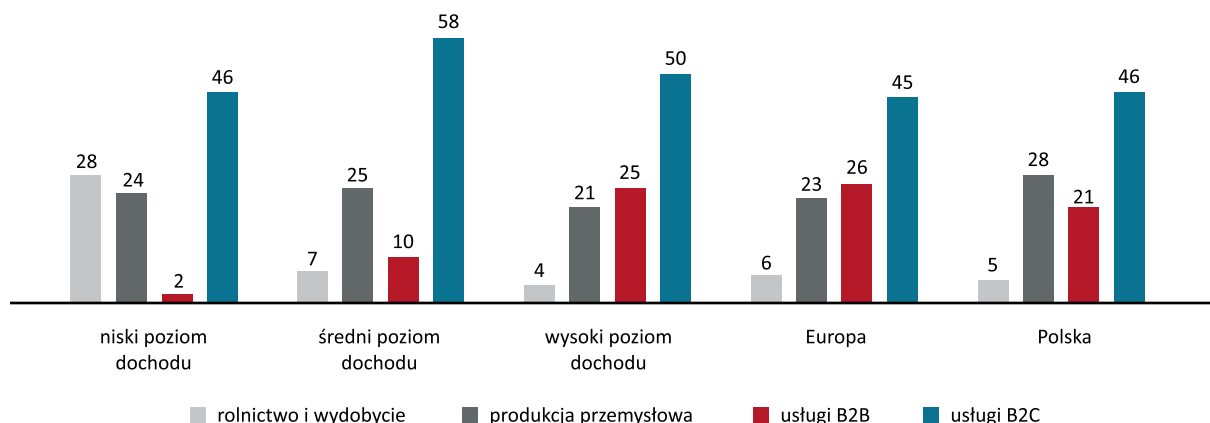
Najwięcej firm z sektora wydobywczego notuje się w grupie państw o niskim poziomie dochodu (28%), najmniej w grupie państw najbardziej rozwiniętych gospodarczo (4%). W Europie odsetek młodych firm wydobywczych wynosi 6%, w Polsce – 5% (wzrost o 4 p.p. r/r).

Z kolei w sektorze produkcyjnym działa od 21 do 25% firm we wszystkich grupach państw, niezależnie od poziomu rozwoju, a średnia dla Europy wynosi 23%. W Polsce jest ich nieco więcej – 28% (bz. r/r).

Usługami dla biznesu, jako działalnością wymagającą większych nakładów finansowych i bardziej specjalistycznej wiedzy niż usługi b2c, zajmuje się średnio 2% młodych firm w grupie państw o niskich dochodach, 10% – o średnim poziomie dochodu i 25% – o wysokim poziomie dochodu. W Europie udział firm b2b wynosi 26%. W Polsce usługi dla biznesu świadczy 21% młodych firm (podobnie jak w zeszłym roku).

Choć młodzi przedsiębiorcy najczęściej decydują się na działalność w obszarze usług dla klienta indywidualnego, udział ich firm w strukturze sektorowej jest różny – od 58% w grupie państw o średnim poziomie dochodu do 46% w grupie państw o niskim poziomie rozwoju. Odsetek młodych firm b2c w Europie wynosi 45%, w Polsce jest niemal taki sam (46%) – i wyjątkowo oba wyniki są bliższe średniej dla państw o niskich dochodach (46%) niż rozwiniętych gospodarczo (50%).

Wykres 2.11. Struktura sektorowa (według kategorii) młodych przedsiębiorstw w Polsce na tle średniej dla badanych państw Europy i grup gospodarek o różnym poziomie dochodu w 2019 r. (% TEA)



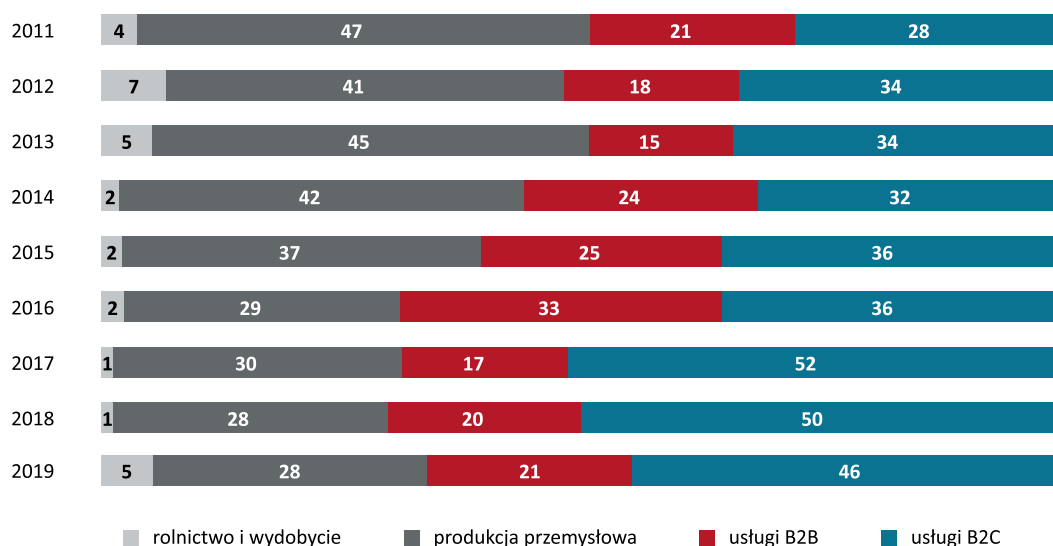
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Według ostatnich danych za 2019 r. w Polsce w sektorze wydobywczym operuje 5% młodych firm, w przemyśle – 28%, w b2b – 21%, a w b2c – 46%. Porównanie wyników uzyskanych w latach 2011–2019 (Wykres 2.12) pokazuje znaczące zmiany w strukturze sektorowej młodych polskich przedsiębiorstw. W tej perspektywie spadł ich udział w sektorze przetwórczym (z 47% do 28%) i prawie dwukrotnie wzrósł w sektorze b2c (z 28% do 46%). Udział sektora b2b w strukturze sektorowej młodych polskich przedsiębiorstw – poza rekordowym rokiem 2016 (33% TEA) – od lat oscyluje wokół 20%. Natomiast zaskakująco

wysoki jest tegoroczny wynik dla firm zajmujących się działalnością rolniczą i wydobywczą (5%), których udział systematycznie spadał od 2013 r.

Porównując 2019 r. z poprzednim rokiem, wyniki polskiego sektora przemysłowego i b2b są na zbliżonym poziomie. Udział sektora b2c spadł o 4% na korzyść sektora wydobywczego, co o tyle jest zastanawiające, że podobną tendencję obserwuje się w państwach o niskim dochodzie.

Wykres 2.12. Struktura sektorowa młodych przedsiębiorstw w Polsce w latach 2011–2019 (% TEA)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Analizując dane za 2019 r., przyjrano się również działalności młodych przedsiębiorstw w poszczególnych branżach. Badane podmioty należą do następujących sektorów: rolnictwo, sektor wydobywczy, przetwórstwo przemysłowe, transport, ICT, działalność finansowa, działalność profesjonalna, usługi administracyjne, opieka zdrowotna, edukacja, administrację, pomoc społeczną oraz usługi dla klientów indywidualnych (Tabela 2.3).

Wyniki badania pokazują, że wraz ze wzrostem poziomu dochodu państwa maleje w strukturze TEA udział sektora rolniczego, przetwórstwa przemysłowego i handlu, natomiast rośnie udział sektora ICT, finansowego, działalności profesjonalnej, usług administracyjnych, opieki zdrowotnej, edukacji, administracji i pomocy społecznej, usług dla klientów indywidualnych oraz – co jest nieco zaskakujące – sektora wydobywczego. Pewnym

niewielkim odstępstwem od tych prawidłowości jest wynik sektora transportu, w przypadku którego najwyższy wynik zanotowano w państwach o średnim dochodzie, a nie – jak można by się spodziewać – dochodzie wysokim. Możliwym wytłumaczeniem tego faktu jest wysoka kapitałochłonność branży – młodym firmom może być trudno podołać temu wyzwaniu na dużą skalę.

Tabela 2.3. Struktura sektorowa młodych przedsiębiorstw w Polsce na tle średniej dla badanych państw Europy i grup gospodarek o różnym poziomie dochodu w 2019 r. (% TEA)

	Rolnictwo	Sektor wydobywczy	Przetwórstwo przemysłowe	Transport	Handel	ICT	Działalność finansowa	Działalność profesjonalna	Usługi administracyjne	Opieka zdrowotna, Edukacja, Administracja, Pomoc społeczna	Usługi dla klientów indywidualnych
Polska	4,7	11,0	8,6	3,5	27,0	2,8	5,4	10,3	3,0	22,1	1,6
Europa	4,7	6,3	8,2	3,6	29,2	5,7	4,2	10,9	5,2	18,6	3,5
wysoki poziom dochodu	3,9	5,8	7,9	3,3	35,4	5,1	4,3	9,4	5,0	16,8	3,1
średni poziom dochodu	7,2	4,1	10,8	3,9	46,0	3,2	1,4	3,9	3,2	14,1	2,2
niski poziom dochodu	9,6	3,3	13,8	2,7	58,6	0,4	0,2	1,3	1,3	7,7	1,2

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

W państwach o niskim dochodzie ponad 80% młodych firm koncentruje swoją działalność w 3 obszarach: handlowym (58,6%), przetwórstwie przemysłowym (13,8%) oraz rolnictwie (9,6%). Udział takich branż jak finansowa czy ICT jest marginalny – odpowiednio 0,2% i 0,4%.

W państwach średnio zamożnych handel pozostaje w strukturze sektorowej na 1. miejscu (46%), lecz przetwórstwo przemysłowe traci na znaczeniu (10,8%), ustępując miejsca sektorowi opieki zdrowotnej, edukacji, administracji, pomocy społecznej i edukacji (14,1%). Rolnictwo plasuje się na miejscu 4. (7,2%). Szczególnie dynamicznie rozwija się sektor ICT, w którym odsetek podmiotów wzrasta 8-krotnie w porównaniu z państwami słabo rozwiniętymi (z 0,4% do 3,2%).

W porównaniu z państwami słabiej rozwiniętymi gospodarczo w państwach o wysokim dochodzie maleje udział handlu (35,4%), choć nadal jest największy, a rośnie – sektora opieki zdrowotnej, edukacji, administracji i pomocy społecznej (16,8%). Na znaczeniu zyskuje sektor usług profesjonalnych (9,4%), zaś przetwórstwo plasuje się dopiero na 4. miejscu (7,9%). Najbardziej dynamicznie rozwijają się sektory: finansowy, ICT i usług profesjonalnych, ale widoczna jest większa aktywność przedsiębiorców TEA również w innych branżach, szczególnie usług dla klientów indywidualnych i usług administrowania.

Struktura sektorowa młodych przedsiębiorstw w Europie ogólnie jest zbliżona do struktury państw wysoko rozwiniętych. Warto jednak zwrócić uwagę na wyższy, niż wynosi średnia dla tamtych państw, udział firm sektorów: ICT (5,7% vs 5,1%), działalność profesjonalna (10,9% vs 9,4%), opieka zdrowotna, edukacja, administracja, pomoc społeczna (18,6% vs 16,8%) oraz usługi dla klientów indywidualnych (3,5% vs 3,1%).

Wyniki dla Polski są dość zróżnicowane. W 2019 r. udział TEA w takich sektorach, jak usługi administrowania, usługi dla klientów indywidualnych i ICT był w Polsce niższy niż w państwach o średnim dochodzie. Porównując jednak rok do roku, w przypadku dwóch pierwszych sektorów widzimy pożądaną tendencję wzrostową (odpowiednio 3,0% i 1,6% w 2019 r. vs 1,7% i 0,2% w 2018 r.). Niepokoić może natomiast odsetek młodych firm w sektorze ICT (2,8%), znacznie niższy niż rok wcześniej (4,5%) (Tabela 2.4).

Tabela 2.4. Struktura sektorowa młodych przedsiębiorstw w Polsce w latach 2018–2019 (% TEA)

Polska	Rolnictwo	Sektor wydobywczy	Przetwórstwo przemysłowe	Transport	Handel	ICT	Działalność finansowa	Działalność profesjonalna	Usługi administrowania	Opieka zdrowotna, Edukacja, Administracja, Pomoc społeczna	Usługi dla klientów indywidualnych
2018	1,0	17,5	5,3	3,3	33,3	4,5	4,3	9,6	1,7	19,4	0,2
2019	4,7	11,0	8,6	3,5	27,0	2,8	5,4	10,3	3,0	22,1	1,6

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Obserwuje się znacząco wyższy niż w państwach rozwiniętych udział polskich TEA w sektorze wydobywczym – 11% vs 5,8% dla państw wysoko rozwiniętych – choć niższy niż rok wcześniej.

Udział TEA w sektorach rolnictwo i przetwórstwo przemysłowe plasuje Polskę pomiędzy państwami o wysokim i średnim dochodzie, choć zastanawiający jest nagły i bardzo znaczący wzrost odsetka młodych firm w sektorze rolnym.

W transporcie odsetek młodych polskich przedsiębiorców jest podobny jak w państwach rozwiniętych, a ich udział w handlu jest nawet niższy niż w państwach o wysokim dochodzie.

Szczególnie dobre wyniki – powyżej poziomu w państwach rozwiniętych gospodarczo – Polska notuje w sektorach: działalność finansowa (5,4% vs 4,3%), działalność profesjonalna (10,3% vs 9,4%) i – co najbardziej zrozumiałe w obliczu prowadzonej polityki prospołecznej – opieka zdrowotna, edukacja, administracja i pomoc społeczna (22,1% vs 16,8%). Wszystkie trzy ww. sektory zanotowały wzrost rok do roku.

2.6. Aspiracje wzrostu młodych firm przez zatrudnienie

Podobnie jak w poprzednich edycjach raportu GEM Polska, także w tegorocznej przedstawiamy dane na temat planów utworzenia nowych miejsc pracy w firmach będących w fazie organizacji i tych działających na rynku przez okres do 3,5 roku. Wykorzystujemy do tego celu dwa wskaźniki GEM, tj.:

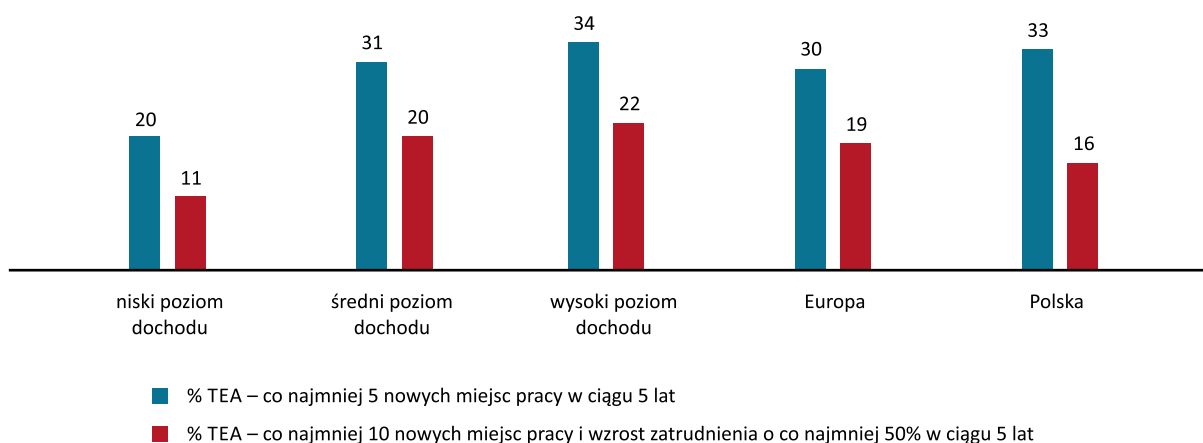
- **przedsiębiorcy o średnich aspiracjach**, oznaczającego tę część młodych przedsiębiorców, którzy podczas realizacji badania zadeklarowali utworzenie co najmniej 5 nowych miejsc w ciągu kolejnych 5 lat, czyli do 2024 r.,
- **przedsiębiorcy o wysokich aspiracjach** – część młodych przedsiębiorców, którzy deklarują utworzenie co najmniej 10 nowych miejsc pracy oraz wzrost zatrudnienia o min. 50% w ciągu kolejnych 5 lat.

Dodatkowo w niniejszym raporcie chcemy zaprezentować dane nt. tych młodych firm, które nie planują tworzyć miejsc pracy, a także tych, które mają ostrożniejsze plany – 1–5 nowych miejsc pracy.

Pro-wzrostowe plany rozwoju młodych firm

Wykres 2.13 prezentuje aspiracje wzrostu młodych przedsiębiorców we wszystkich grupach państw świata, w Polsce oraz w Europie. W grupie państw słabiej rozwiniętych 20% młodych firm planuje utworzyć min. 5 miejsc pracy w ciągu 5 lat, a 11% – min. 10 miejsc pracy przy 50% wzroście zatrudnienia w tym samym czasie. W państwach o średnim i wysokim poziomie dochodu odsetki młodych firm o takich aspiracjach są wyższe i wynoszą już 31–34% i 22%. Podobnie jest w Europie, choć jej wyniki są bliższe państwom o średnim poziomie dochodu (30% i 19%).

Wykres 2.13. Aspiracje wzrostu młodych firm w Polsce na tle średniej dla badanych państw Europy i grup gospodarek według poziomu dochodu w 2019 r. (% TEA)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych *Global Entrepreneurship Monitor*.

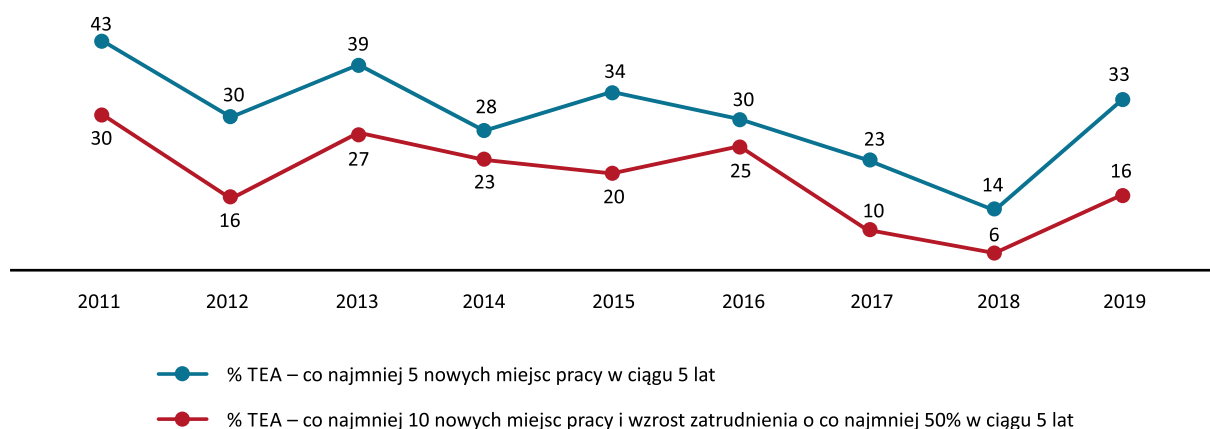
W Polsce w połowie 2019 r. odsetek TEA o średnich aspiracjach wynosił niemal tyle, co w państwach o wysokim dochodzie (33% vs 34%). Jednocześnie przedsiębiorców o wysokich aspiracjach było w naszym państwie 16% – o 4–6 p.p. mniej niż w gospodarkach o średnim poziomie dochodu najbogatszych i tych najbogatszych. Jest to jednak wynik

znacznie lepszy niż w latach 2017–2018, a szczególnie wobec 2018 r., kiedy to 14% młodych firm deklarowało średnie aspiracje wzrostu i tylko 6% – wysokie aspiracje.

Analiza danych na temat aspiracji osób prowadzących młode firmy w Polsce w latach 2011–2018 (Wykres 2.14) pokazuje, że pomimo sporej zmienności cechował je trend spadkowy. Szczególnie nasilił się on w edycjach 2017 i 2018. W 2011 r. firm o średnich i wysokich aspiracjach było odpowiednio 43% i 30%, w 2016 r. – 30% i 25%, zaś w 2018 r. już tylko 14% i 6%. Częściowo przyczyną spadku aspiracji w roku 2017 i 2018 może być wspomniana wcześniej struktura młodych firm, wskazująca na przewagę firm w organizacji, których właściciele z większą ostrożnością podchodzą do planów zatrudnienia. Z drugiej strony powodów tej sytuacji można też szukać we wprowadzonych w ostatnich latach zmianach w prawie pracy, służących większej ochronie pracownika, m.in. poprzez wprowadzenie minimalnej stawki godzinowej za pracę w umowach cywilnoprawnych czy też corocznemu podnoszeniu płacy minimalnej oraz szeregu dodatków do wynagrodzenia i świadczeń.

Rok 2019 przyniósł zdecydowany wzrost zarówno średnich (o 19 p.p.), jak i wysokich aspiracji (o 10 p.p.). Kolejne lata pokażą, czy się ta sytuacja zmieni na przykład pod wpływem kryzysu wywołanego pandemią COVID-19.

Wykres 2.14. Aspiracje wzrostu osób prowadzących młode przedsiębiorstwa w Polsce w latach 2011-2019 (% TEA)

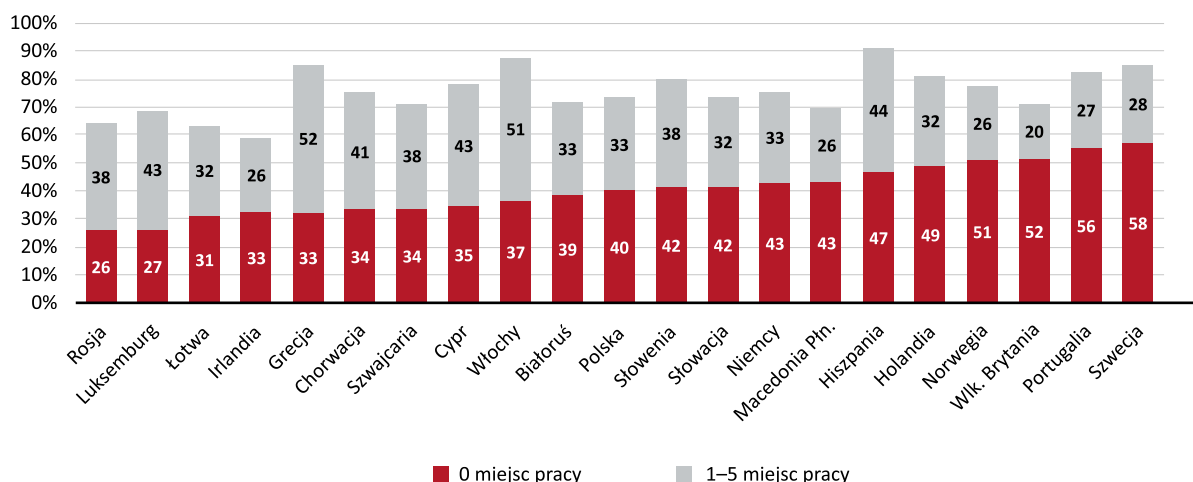


Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Ostrożność czy zachowawczość?

Wśród osób będących na wczesnym etapie prowadzenia działalności gospodarczej są też takie, które **nie mają aspiracji wzrostu przez zatrudnienie**, tj. nie planują stworzyć żadnych miejsc pracy w ciągu 5 lat lub mają niskie aspiracje wzrostu, tj. **planują utworzyć od 1 do 5 miejsc pracy** w tym okresie. Jak wskazują dane za 2019 r., **40% osób prowadzących młode firmy nie miało planów zatrudnienia nowych pracowników do 2024 r., zaś 33% tych osób deklarowało utworzenie od 1 do 5 miejsc pracy w tym okresie**. Reszta, czyli 27% osób, deklarowała chęć zatrudnienia 6 lub więcej pracowników. Jak widać na wykresie 2.15, przedstawiającym plany zatrudnieniowe młodych firm w badanych państwach Europy, Polska plasuje się mniej więcej pośrodku tego zestawienia. Najbardziej zachowawczy wydają się być przedsiębiorcy z Portugalii, Szwecji i Wielkiej Brytanii, gdzie ponad połowa z nich nie planuje w ogóle tworzyć miejsc pracy. Na przeciwległym końcu znajdują się młode firmy z Rosji i Luksemburga – w tych państwach tylko 26–27% młodych firm zadeklarowało 0 nowych miejsc pracy, a ponad 70% chce utworzyć co najmniej 1 miejsce pracy.

Wykres 2.15. Młode firmy deklarujące utworzenie 0 miejsc pracy lub 1–5 miejsc pracy w ciągu 5 lat (% TEA)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

2.7. Internacjonalizacja

W GEM badany jest także poziom umiędzynarodowienia młodych przedsiębiorstw (TEA). Służy do tego wskaźnik odnoszący się do udziału przychodów od klientów z zagranicy w rocznych przychodach przedsiębiorców²¹. W zależności od wielkości tego udziału można wyodrębnić 4 grupy przedsiębiorców:

- **działających wyłącznie na rynku krajowym**, którzy deklarują brak przychodów od klientów z zagranicy (nie-eksporterzy);
- **początkujących eksporterów**, o przychodach od klientów z zagranicy na poziomie niższym lub równym 25% rocznych przychodów (eksporterzy na małą skalę);
- **umiarkowanych eksporterów**, o przychodach od klientów z zagranicy na poziomie od 26 do 75% rocznych przychodów (eksporterzy na średnią skalę);
- **doświadczonych eksporterów**, o przychodach od klientów z zagranicy na poziomie od 76 do 100% rocznych przychodów (zaawansowani eksporterzy).

Dla przedsiębiorców, którzy relatywnie krótko prowadzą działalność gospodarczą, decyzja o wyjściu z ofertą poza granicę kraju – szczególnie w przypadku tak chłonnego rynku jak polski – bywa trudna. Wymaga ona nakładów związanych z poznaniem specyfiki nowego rynku, oczekiwań potencjalnych konsumentów, uwarunkowań prawnych i kulturowych, ale też znajomości języka obcego czy umiejętności radzenia sobie z większą niepewnością i ryzykiem niepowodzenia. Można zatem oczekiwać, że poziom umiędzynarodowienia przedsiębiorstw będzie się zwiększał wraz z przechodzeniem na wyższe etapy rozwoju gospodarczego, który gwarantuje lepszy dostęp do edukacji o wysokiej jakości, nowoczesnych narzędzi umożliwiających komunikację i pozyskiwanie informacji, a także instytucji i innych uczestników rynku specjalizujących się we wspieraniu przedsiębiorców nastawionych na internacjonalizację.

²¹ W 2015 r. w kwestionariuszu badania ilościowego zmieniono treść pytania o działalność eksportową przedsiębiorstw z: „Jaka część Pana(i) klientów w ramach tego projektu mieszka za granicą?” na następujące: „Jaka część Pana(i) rocznych przychodów ze sprzedaży pochodzi od klientów zagranicznych (z innych krajów)?”. Zmiana ta wynika z dwóch powodów. Po pierwsze, eksport jako procent sprzedaży może stanowić bardziej przydatne dane niż eksport jako procent klientów mieszkających za granicą. Po drugie, przedsiębiorcom może być łatwiej odpowiedzieć na pytanie o przychody niż o klientów. Dodatkowo rozwiązuje ono problem takich przypadków, kiedy przedsiębiorca ma tylko jednego odbiorcę zagranicznego, na którego przypada wysoki udział przychodów, lecz przedsiębiorca, odpowiadając na pytanie z ankiety, uzna, że ma niewielu klientów za granicą, podczas gdy w rzeczywistości eksport stanowi gros jego sprzedaży. Oba pytania przeszły pre-testy, w trakcie których nie odnotowano istotnych różnic, jeśli chodzi o układ odpowiedzi.

Zgodnie z oczekiwaniami, jak pokazują dane GEM za 2019 r., w państwach o niskim poziomie dochodu odsetek młodych firm działających wyłącznie na rynku krajowym jest najwyższy (93%), a w państwach o średnim poziomie dochodu i w gospodarkach najbogatszych niższy – odpowiednio 85% i 72%. Widać też pozytywną zależność między poziomem dochodu państwa a odsetkiem eksporterów, zarówno początkujących i umiarkowanych, jak i tych doświadczonych. W każdej grupie państw najliczniejsi są początkujący eksporterzy. Podobną prawidłowość obserwuje się także w Europie i w Polsce (Tabela 2.5).

Tabela 2.5. Intensywność działalności eksportowej młodych przedsiębiorców w Polsce na tle średniej dla badanych państw Europy i grup gospodarek o różnym poziomie dochodu w 2019 r. (% osób prowadzących młode firmy – TEA)

państwo/państwa (średnia)	działający wyłącznie na rynku krajowym	początkujący eksporterzy	umiarkowani eksporterzy	doświadczeni eksporterzy
	0% przychodów od zagranicznych klientów	0–25% przychodów od zagranicznych klientów	25–75% przychodów od zagranicznych klientów	75–100% przychodów od zagranicznych klientów
Państwa o niskim poziomie dochodu	93,0	2,8	3,3	0,9
Państwa o średnim poziomie dochodu	84,9	6,5	5,4	3,1
Państwa o wysokim poziomie dochodu	71,5	12,5	9,7	6,3
Europa	67,2	14,5	10,9	7,4
Polska	90,9	5,5	2,9	0,7

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

W Europie średnio 67% młodych firm koncentruje się wyłącznie na rynku krajowym, 15% osiąga przychody z eksportu na poziomie maksymalnie 25% całości przychodów, 11% stanowią umiarkowani eksporterzy z przychodami od zagranicznych klientów na poziomie 25–75%, a 7% – doświadczeni eksporterzy, którzy deklarują przychody z zagranicy na poziomie minimum 75% całości przychodów.

Na tle uczestniczących w badaniu państw europejskich Polska wypada słabiej w każdej z grup przedsiębiorstw. Aż **91% młodych polskich firm działa wyłącznie na rynku krajowym** – to

wynik porównywalny z państwami najślabiej rozwiniętymi (93%). Równie niekorzystnie wygląda sytuacja w poszczególnych grupach eksporterów, zwłaszcza doświadczonych (1% vs 6% w krajach o wysokim poziomie dochodu).

Tabela 2.6. Intensywność działalności eksportowej młodych przedsiębiorców w Polsce w latach 2015–2019 (% TEA)

rok	działający wyłącznie na rynku krajowym	początkujący eksporterzy	umiarkowani eksporterzy	doświadczeni eksporterzy
	0% przychodów od zagranicznych klientów	0–25% przychodów od zagranicznych klientów	25–75% przychodów od zagranicznych klientów	75–100% przychodów od zagranicznych klientów
2015	59,8	29,7	7,6	2,9
2016	43,7	42,5	6,3	7,5
2017	63,0	31,6	3,7	1,7
2018	82,9	14,1	1,5	1,5
2019	90,9	5,5	2,9	0,7

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Porównując wartości wskaźników w 2019 r. względem tych z poprzedniej edycji (Tabela 2.6), widać, że odsetek młodych przedsiębiorców działających wyłącznie na rynku krajowym wzrósł w Polsce w 2019 r. o 8 p.p., kosztem eksporterów początkujących. Spadł natomiast nieznacznie i tak już niewielki odsetek doświadczonych eksporterów (z 1,5% do 0,7%). Jednocześnie wzrósł nieznacznie odsetek umiarkowanych eksporterów (z 1,5 do 2,9%), choć nie jest to jeszcze poziom z 2017 r. i lat wcześniejszych.

Przytoczone powyżej dane świadczą o tym, że polskie młode firmy są słabo umiędzynarodowione. Co więcej, trzeci rok z rzędu obserwuje się spadek udziału młodych firm czerpiących przychody z zagranicy. W 2016 r. ponad 56% młodych firm uzyskiwało mniejsze lub większe przychody z eksportu, ostatecznie dane mówią o niecałych 10%. Odsetek doświadczonych eksporterów spadł poniżej 1%. Pojęcie młodych firm oznacza tu dwie grupy osób zaangażowanych w proces biznesowy – tych, którzy są w fazie organizacji swoich przyszłych biznesów, oraz osoby na początkowym etapie prowadzenia firm, czyli nowe firmy (obecne na rynku min. 3 miesiące, a maks. do 3,5 roku). W 2016 r. w strukturze młodych firm dominowały

nowe firmy, w 2017 i 2018 r. te w fazie tworzenia. Dla przypomnienia, podmioty w fazie tworzenia nie wypłacają jeszcze wynagrodzeń lub robią to przez okres krótszy niż 3 miesiące, można też przyjąć, że spora ich część nie osiąga przychodów. To zaś sprawia, że poprzez swój zwiększony udział wśród młodych firm obniżają wyniki tej grupy w zakresie poziomu umiędzynarodowienia. W 2019 r. ponownie wzrósł udział firm już działających na rynku ponad 3 miesiące i zmniejszył się udział osób w trakcie zakładania firmy, niemniej zmiany te nie były znaczące i nie przełożyły się na wyniki umiędzynarodowienia młodych firm.

Z drugiej strony wyniki badania GEM dotyczące osób na wczesnym etapie działalności wpisują się w dane dotyczące działalności eksportowej zarejestrowanych podmiotów w Polsce, szczególnie mikrofirm. Szacunki PARP, oparte na ostatnich dostępnych danych GUS (za 2018 r.), wskazują, że 4,6% firm w Polsce (tj. 98,7 tys.) sprzedaje wyroby za granicę, a zaledwie 0,97% (20,9 tys.) – usługi. Te niskie wartości są rezultatem słabych wyników mikroprzedsiębiorstw w tym obszarze. Większość mikrofirm koncentruje się wyłącznie na rynku krajowym – rzadko eksportują i osiągają niski udział tych wielkości w swoich przychodach. W 2018 r. odsetek eksporterów wyrobów i usług wśród mikrofirm był na poziomie odpowiednio 3,2% i 0,4%. Udział przychodów z eksportu w przychodach ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów w tej grupie firm wynosił w 2018 r. 4,9% (wobec średniej 24,1% dla ogółu firm)²².

2.8. Innowacyjność przedsiębiorstw

Innowacyjność, podobnie jak postawy przedsiębiorcze i motywacje, to obszar, w którym w 2019 r. wprowadzono zmiany. Dostosowano sposób zadawania pytań o innowacyjność do podejścia stosowanego przez Eurostat w badaniu *Community Innovation Survey* (CIS), gdzie innowacyjność mierzona jest poprzez stopień upowszechnienia oferowanych produktów czy metod pracy. W rezultacie w kwestionariuszu do badania ilościowego GEM uwzględniono następujące pytania:

- do jakich klientów kieruje Pan(i) swoją ofertę – przeważnie są to klienci lokalni (z okolicy), z całego kraju czy z zagranicy?
- czy oferowane przez Pana(ią) produkty lub usługi są nowością na skalę lokalną, krajową czy światową?

²² Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce, PARP 2020.

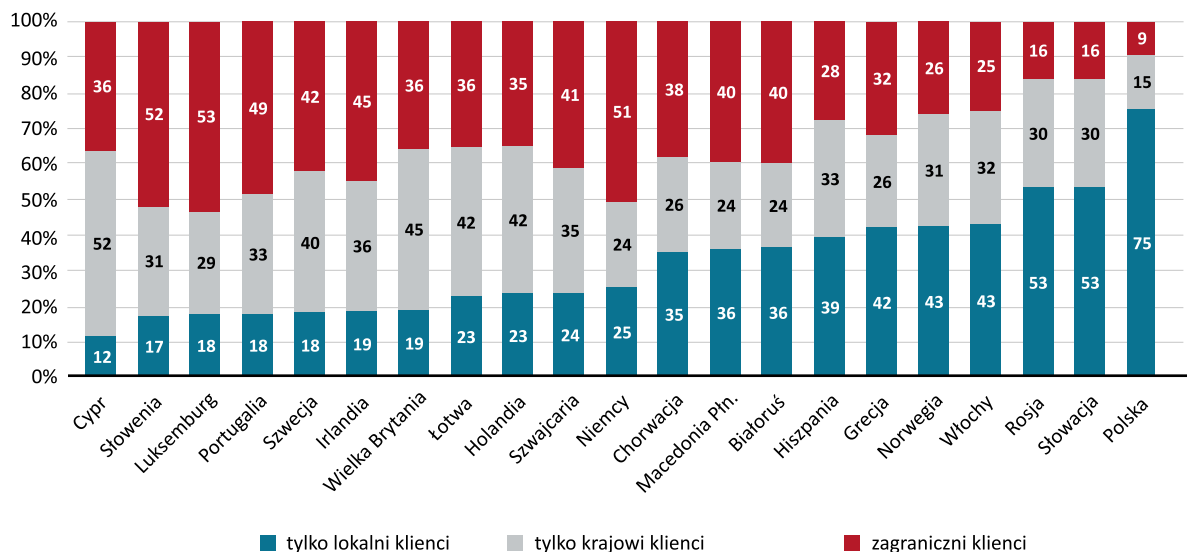
- czy technologie/procedury stosowane w Pana(i) firmie przy wytwarzaniu produktów/usług są nowe na skalę lokalną, krajową czy światową?

Poniżej przedstawiamy wyniki innowacyjności w odniesieniu do osób rozpoczynających i prowadzących firmy do 3,5 roku w Polsce na tle pozostałych państw Europy.

Klienci, czyli zasięg działania młodych firm

Wykres 2.16 prezentuje dane na temat struktury osób zakładających i prowadzących młode firmy ze względu na zasięg działania, tj. umiejscowienie ich klientów. **Najwięcej młodych firm, które oferują swoje wyroby wyłącznie klientom lokalnym, notują Polska (75%) oraz Słowacja i Rosja (ponad 50%), najmniej zaś Cypr (12%). 15% młodych firm w Polsce deklaruje, że ma klientów wyłącznie na poziomie kraju, zaś jedynie 9% – za granicą.** W pozostałych badanych państwach europejskich udział młodych firm działających wyłącznie na rynku krajowym waha się od 30% w Rosji i na Słowacji do 52% na wspomnianym Cyprze. Jeszcze większe różnice dzielą państwa europejskiej pod względem młodych firm, posiadających klientów za granicą – od 16% w Rosji i na Słowacji do 51% w Niemczech.

Wykres 2.16. Struktura młodych firm ze względu na zasięg działania – posiadanie klientów wyłącznie lokalnie (w okolicy), wyłącznie w kraju lub za granicą w 2019 r. (% dorosłych)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Polskie młode firmy należą do najmniej zglobalizowanych: jedynie 1 na 10 twierdzi, że ma klientów za granicą. Za to większość (75%) oferuje swoje produkty/usługi wyłącznie klientom lokalnym, na poziomie kraju działa 15% młodych podmiotów.

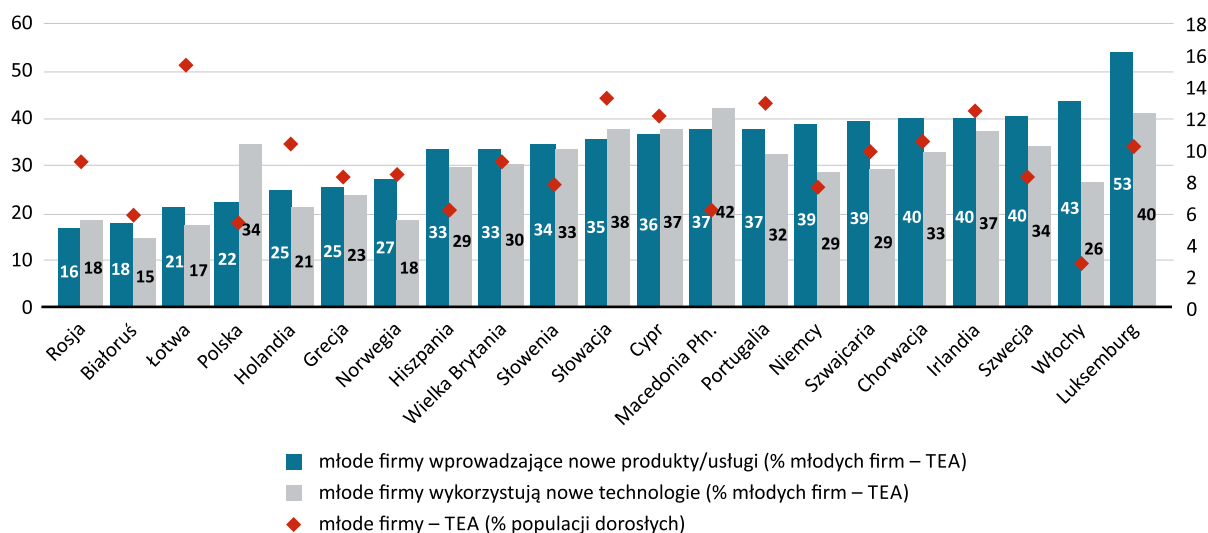
Wśród pozostałych państw Europy udział firm posiadających wyłącznie lokalnych klientów waha się od 12% na Cyprze do 53% w Rosji, zaś tych działających tylko na poziomie kraju – od 24% na Białorusi, w Macedonii Płn. i w Niemczech do 52% na już wspomnianym Cyprze.

Wprowadzający nowe produkty i działający w oparciu o nowe technologie

Udział młodych firm, które oferują nowe produkty i usługi (niezależnie od tego, czy są to produkty nowe lokalnie, na poziomie kraju czy poza nim) w Europie waha się od 16%–18% w Rosji i Białorusi do 53% w Luksemburgu. Najwięcej państw – aż 12, w tym Hiszpania, Wielka Brytania czy Szwecja, notuje udział tego typu przedsiębiorstw rzędu 33–40%.

W Polsce, według danych z połowy 2019 r., 22% osób prowadzących firmy do 3,5 roku oferuje nowe produkty i usługi, co w przeliczeniu daje ok. 280 tys. osób.

Wykres 2.17. Młode firmy w Europie wprowadzające nowe produkty i wykorzystujące nowe technologie – niezależnie od stopnia ich upowszechnienia (% młodych firm – TEA) oraz poziom młodych firm (% dorosłych, prawa oś) w 2019 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Nieco mniejsze zróżnicowanie wśród badanych państw europejskich widać w odniesieniu do osób prowadzących młode firmy, które do wytwarzania swoich produktów/usług stosują nowe technologie/metody pracy (niezależnie od stopnia ich upowszechnienia). Ich udział wśród młodych firm wynosi od 15 do 18% dla Białorusi, Łotwy i Rosji, do 40–42% dla Luksemburga i Macedonii Północnej. **W Polsce, według ostatnich danych, 34% osób prowadzących firmy do 3,5 roku wykorzystywało nowe technologie/metody pracy w swojej działalności.**

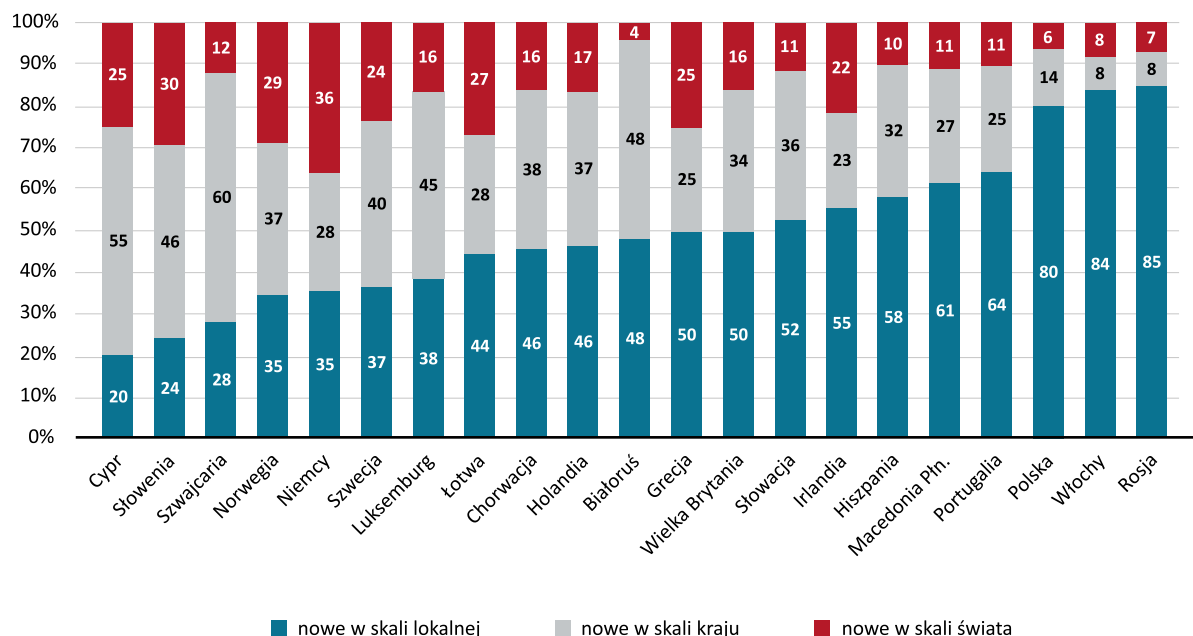
Poziom nowości produktów/usług

Większość młodych firm, które wprowadzają nowe produkty i usługi, zarówno w Polsce, jak i w Europie, deklaruje, że ich produkty są nowe w skali lokalnej lub krajowej, a mniej jest takich, które dysponują ofertą nową w skali świata. Jednocześnie, jak widać na wykresie 2.18 między badanymi państwami Europy występują znaczne różnice w tym zakresie.

Polska, podobnie jak Rosja i Włochy, należy do państw, gdzie **minimum 80% młodych firm wprowadzających nowe produkty/usługi twierdzi, że są one nowością jedynie w skali lokalnej. 14% polskich młodych firm wprowadza produkty nowe w skali kraju, a 6% w skali świata.** Zapewne po części ta relatywnie niższa innowacyjność polskich młodych firm jest efektem wielkości i chłonności krajowego rynku. Również w Hiszpanii czy Wielkiej Brytanii minimum połowa młodych firm wprowadzających nowe produkty/usługi deklaruje, że są nowe w skali lokalnej. A w państwach niewielkich, jak Cypr czy Słowenia, wśród młodych firm oferujących nowe produkty i usługi przeważają te, których oferta jest nowa w skali kraju i świata.

Z drugiej strony wielkość i chłonność rynku nie są jedynym wytłumaczeniem, ponieważ jak pokazują dane GEM, w Europie występuje 8 państw z ponad 20% udziałem młodych firm oferujących produkty nowe w skali świata (najlepszy wynik należy tu do Niemiec – 36%) i aż 12, gdzie udział młodych firm deklarujących wprowadzanie produktów nowych w skali kraju wynosi min. 1 na 3.

Wykres 2.18. Struktura młodych firm wprowadzających nowe produkty/usługi ze względu na poziom nowości tych produktów/usług (%)

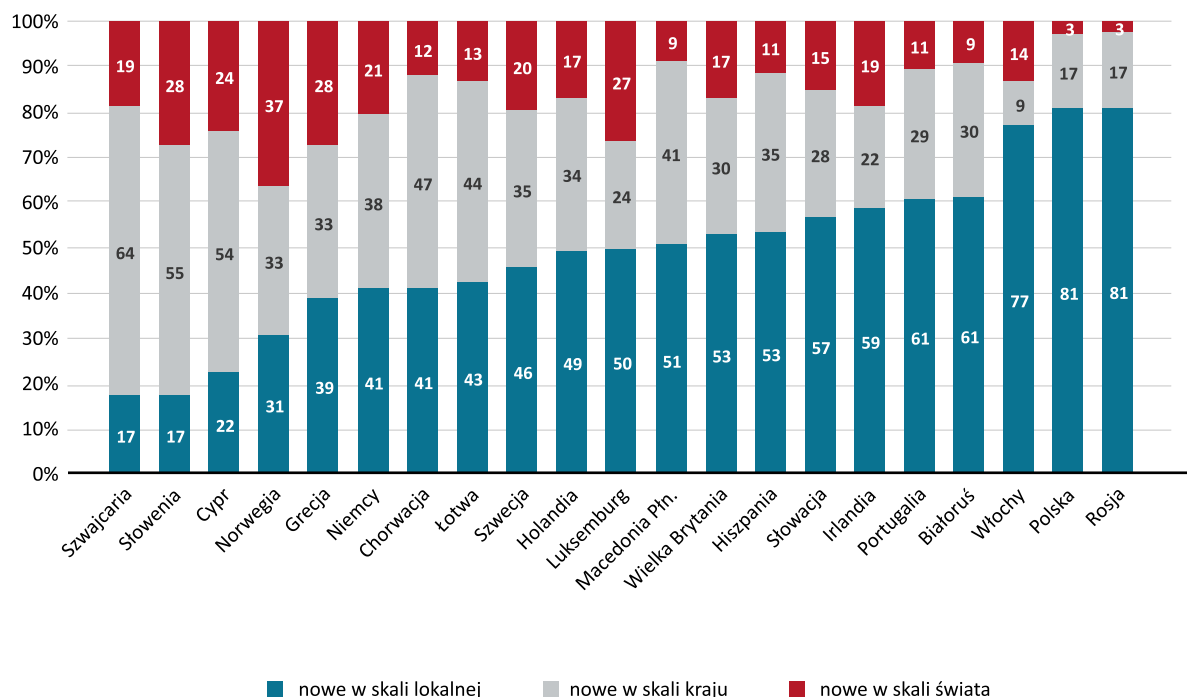


Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Poziom nowości technologicznej młodych firm

Większość (**81%**) osób prowadzących młode firmy w Polsce działa, opierając się na **technologiach/procedurach, które są nowe w skali lokalnej, 17% – stosuje technologie nowe w skali kraju, zaś tylko 3% nowe w skali świata**. Poza Rosją, która notuje identyczne wyniki jak Polska, dane dla europejskich młodych firm są lepsze. W Szwajcarii i Słowenii jedynie 17% osób prowadzących młode firmy przyznało, że wykorzystuje technologie nowe w skali lokalnej, w pozostałych państwach odsetek młodych firm działających w oparciu o tego typu technologie jest wyższy i wynosi między 22% dla Cypru a 77% dla Włoch. Nieco mniejsze różnice dzielą państwa europejskiej, jeśli chodzi o upowszechnienie stosowania technologii nowych w skali świata przez młode firmy – od 9% w Macedonii Północnej do 37% w Norwegii. Wydaje się więc, że w obszarze nowych technologii jest jeszcze sporo do zrobienia.

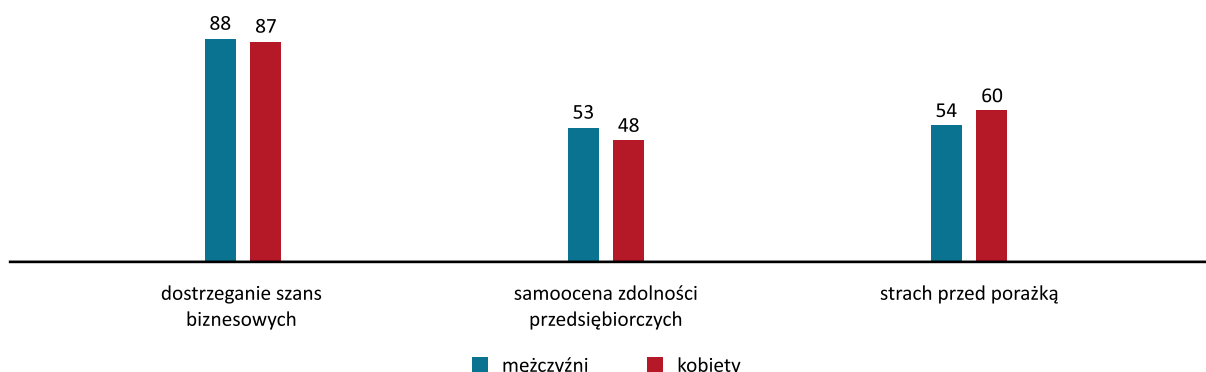
Wykres 2.19. Struktura młodych firm ze względu na skalę nowości wykorzystywanych przez nich technologii lub procedur (% młodych firm)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

2.9. Przedsiębiorczość kobiet i mężczyzn

W 2019 r. odnotować należy dość istotne zmiany w postawach przedsiębiorczych wśród kobiet i mężczyzn względem poprzedniej edycji badań. Przede wszystkim **więcej kobiet i mężczyzn dostrzegają szanse biznesowe w swoim otoczeniu** (wzrost udziału w każdej grupie o ok. 19 p.p. względem 2018 r.), do **88%** dla **mężczyzn** i **87%** dla **kobiet**. Jednocześnie **znacząco więcej kobiet niż w 2018 r. pozytywnie oceniało swoje umiejętności do prowadzenia firmy** (wzrost o 9 p.p. przy braku zmian w przypadku mężczyzn) – choć wciąż występuje przewaga **mężczyzn nad kobietami (53% wobec 48%)**.

Wykres 2.20. Postawy przedsiębiorcze wśród kobiet i mężczyzn w Polsce w 2019 r. (%)

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Zaszła też niekorzystna zmiana – w obu grupach **wzrósł udział osób odczuwających strach przed porażką w biznesie²³ – do 54% w przypadku mężczyzn i 60% – kobiet** (odpowiednio o ponad 20.p.p i 12 p.p.).

Polki i Polacy znacznie częściej niż przeciętnie mieszkańcy Europy pozytywnie oceniają warunki do zakładania biznesu w swoim otoczeniu (różnica wynosi ok. 37–38 p.p.). Bardziej obawiają się porażki w biznesie, choć różnica dla obu płci jest taka sama i wynosi 14–15 p.p. Podobnie oceniają swoje umiejętności przedsiębiorcze, choć w tym aspekcie odrobinę lepiej niż średnio w Europie wypadają kobiety, a nieco gorzej – mężczyźni (różnice na poziomie 3 p.p.).

W 2019 r. **udział osób prowadzących młode firmy** wśród kobiet i mężczyzn po raz pierwszy od lat był bardzo podobny – **5,7% dla mężczyzn i 5,1% dla kobiet**, podczas gdy jeszcze w poprzedniej edycji różnica na niekorzyść kobiet była bardziej wyraźna. Podobną tendencję można także zaobserwować w odniesieniu do dojrzałych firm – **w 2019 r. 13% mężczyzn i 12,5% kobiet prowadziło firmy przez okres dłuższy niż 3,5 roku**. Widać więc, że obserwowana w poprzednich latach przewaga mężczyzn nad kobietami w zakresie aktywności przedsiębiorczej maleje.

²³ Wartość wskaźnika odnosi się do całej populacji osób dorosłych: odpowiednio kobiet lub mężczyzn. W rozdziale 2.2 opisywany jest wskaźnik, gdzie strach przed niepowodzeniem odnoszony jest do osób dorosłych, które dostrzegają szanse na rozpoczęcie biznesu. Odsetek osób dorosłych obawiających się porażki wśród wszystkich osób dorosłych wyniósł w 2019 r. 46%.

Tabela 2.7. Postawy przedsiębiorcze kobiet i mężczyzn w Polsce na tle średniej dla badanych państw Europy oraz grup gospodarek według poziomu dochodu w 2019 r. (% dorosłych)

	niski poziom dochodu	średni poziom dochodu	wysoki poziom dochodu	Europa	Polska
Dostrzeganie szans biznesowych – mężczyźni	51,4	48,9	53,8	51,3	88,1
Dostrzeganie szans biznesowych – kobiety	51,5	48,6	51,6	48,9	86,5
Samoocena zdolności przedsiębiorczych – mężczyźni	60,3	62,6	60,2	56,3	52,8
Samoocena zdolności przedsiębiorczych – kobiety	52,0	54,2	48,9	44,8	48,1
Strach przed porażką – mężczyźni*	42,2	43,9	40,8	40,4	53,7
Strach przed porażką – kobiety*	41,2	47,4	44,5	45,0	59,8

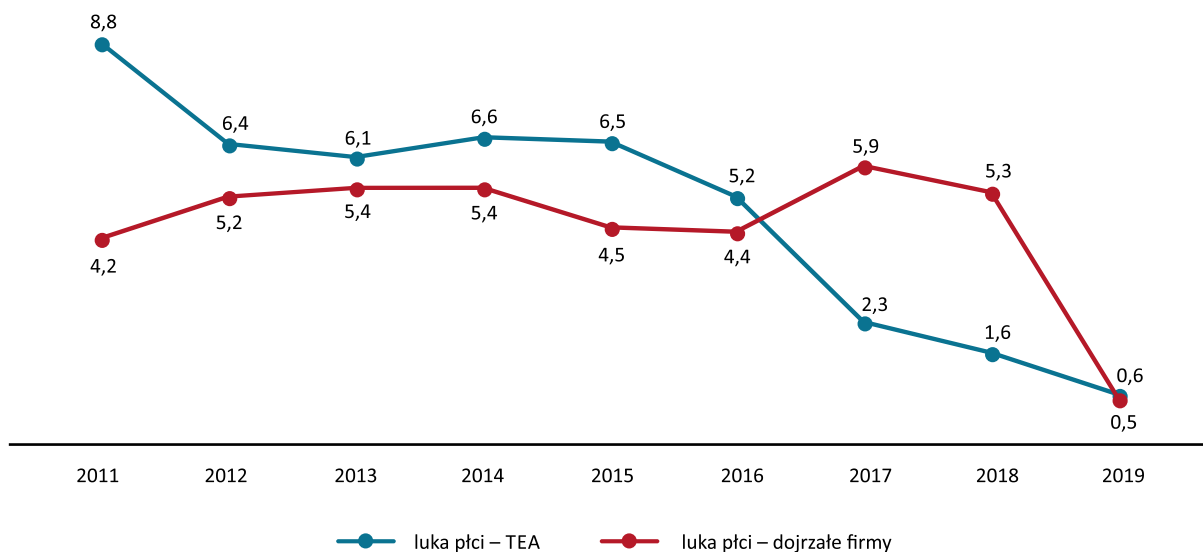
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych *Global Entrepreneurship Monitor* 2019.

Tabela 2.8. Poziom aktywności przedsiębiorczej wśród kobiet i mężczyzn w 2019 r. (średnie w %)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
TEA mężczyźni (% mężczyzn prowadzących młode firmy)	13,1	12,6	12,3	12,5	12,5	13,3	10,0	6,0	5,7
TEA kobiety (% kobiet prowadzących młode firmy)	5,1	6,2	6,2	5,9	6,0	8,1	7,7	4,5	5,1
dojrzałe firmy – mężczyźni	7,1	8,5	9,2	10,0	8,2	9,3	12,7	15,7	13,0
dojrzałe firmy – kobiety	2,9	3,2	3,8	4,6	3,7	4,9	6,8	10,4	12,5

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych *Global Entrepreneurship Monitor*.

Opisane powyżej zmiany przełożyły się na znaczący spadek luki płci w Polsce (różnica między odsetkiem mężczyzn prowadzących firmy wśród mężczyzn a odsetkiem kobiet prowadzących firmy wśród kobiet). W odniesieniu do młodych firm (TEA) wyniosła ona 0,6%, podobnie w przypadku firm dojrzałych (spadek z 5,3% do 0,5% w 2019 r.). Tym samym luka płci w Polsce osiągnęła w 2019 r. najniższy poziom od początku realizacji badania GEM w Polsce.

Wykres 2.21. Luka płci dla TEA i firm dojrzałych w Polsce w latach 2011–2019 (%)

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych *Global Entrepreneurship Monitor*.

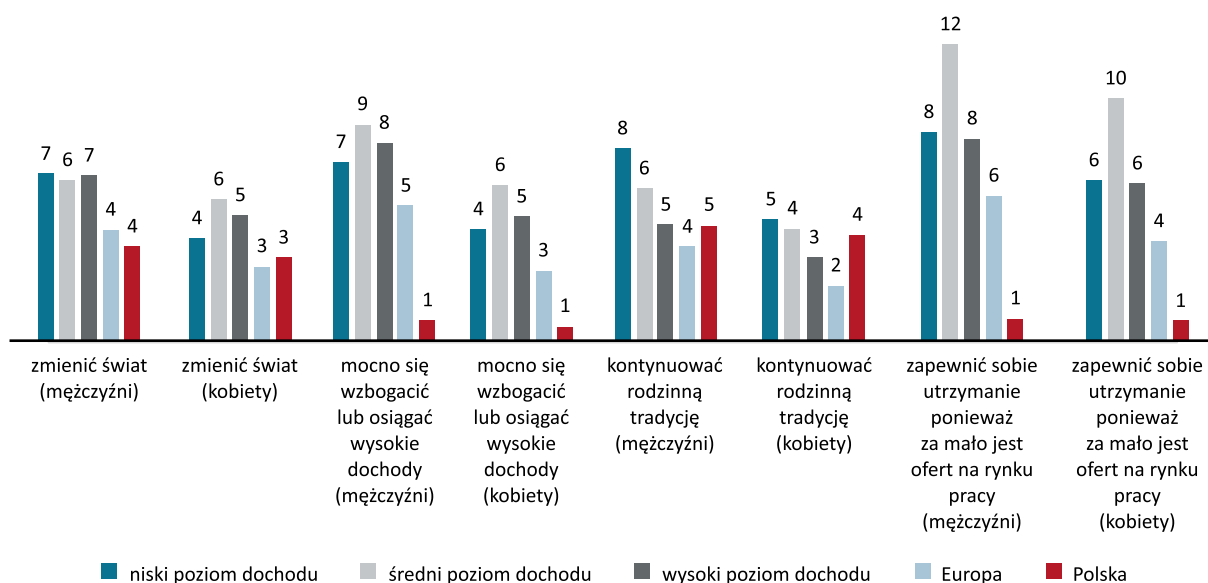
Motywacje kobiet i mężczyzn do zakładania firm

Wyniki badania pokazują, że motywacje do zakładania firm są generalnie zależne od dwóch czynników – od płci oraz od stopnia rozwoju gospodarczego kraju. W krajach o niskim poziomie dochodu najczęstszą motywacją – zarówno wśród kobiet, jak i mężczyzn – jest chęć zapewnienia sobie utrzymania, a następnie chęć kontynuowania rodzinnej tradycji. Mężczyźni wskazywali te motywacje częściej niż kobiety, choć różnice te nie przekraczają poziomu 3 p.p. Najrzadziej natomiast wymieniana była chęć zmieniania świata. W krajach o średnim i wysokim poziomie dochodów na pierwszy plan wybijają się motywacje czysto finansowe – chęć zapewnienia sobie dochodu, czy też chęć mocnego wzbogacenia się. Także i w tym przypadku motywacje te częściej przyświecały mężczyznom niż kobietom, przy czym w nieco większym stopniu mężczyznom. Analogiczna struktura odpowiedzi widoczna jest także w odniesieniu do Europy – dominują motywacje finansowe, które wyprzedzają chęć zmieniania świata oraz chęć kontynuacji rodzinnej tradycji.

Na tym tle wyróżnia się **Polska**, w której **najczęstszą motywacją – zarówno wśród kobiet, jak i mężczyzn – jest ta związana z chęcią kontynuacji rodzinnego biznesu. Stosunkowo silnie do zakładania firm w Polsce motywuje także chęć zmieniania świata**, zaś czynniki czysto ekonomiczne, jak chęć wzbogacenia się czy też zapewnienia sobie utrzymania,

są wymieniane dopiero w dalszej kolejności. Warto także podkreślić, że kobiety i mężczyźni prowadzący młode firmy w Polsce, w przeciwieństwie do tych działających w innych grupach państw, są bardzo podobni jeśli chodzi o motywacje jakie skłoniły ich do założenia firmy.

Wykres 2.22. Motywacje kobiet i mężczyzn do zakładania firm w 2019 r. (% kobiet lub mężczyzn prowadzących młode firmy – TEA)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Podsumowując dane za 2019 r., można powiedzieć, że nastąpiło wyrównanie większości monitorowanych w GEM wskaźników dotyczących postaw i aktywności przedsiębiorczej w rozróżnieniu na płeć. Kobiety w podobnym stopniu jak mężczyźni dostrzegają szanse biznesowe w swoim otoczeniu i angażują się w prowadzenie własnego biznesu. Nie różnią się też, jeśli chodzi o motywacje do zakładania działalności gospodarczej. Wciąż kobiety wypadają nieco słabiej w porównaniu z mężczyznami, jeśli chodzi o samoocenę własnych umiejętności przedsiębiorczych, więcej z nich przyznaje, że nie założyłoby firmy z powodu obawy przed porażką. Przy czym, warto podkreślić, że w 2019 r. zmiany obu tych wskaźników były bardziej korzystne w przypadku kobiet niż mężczyzn.

2.10. Intraprzsiębiorczość

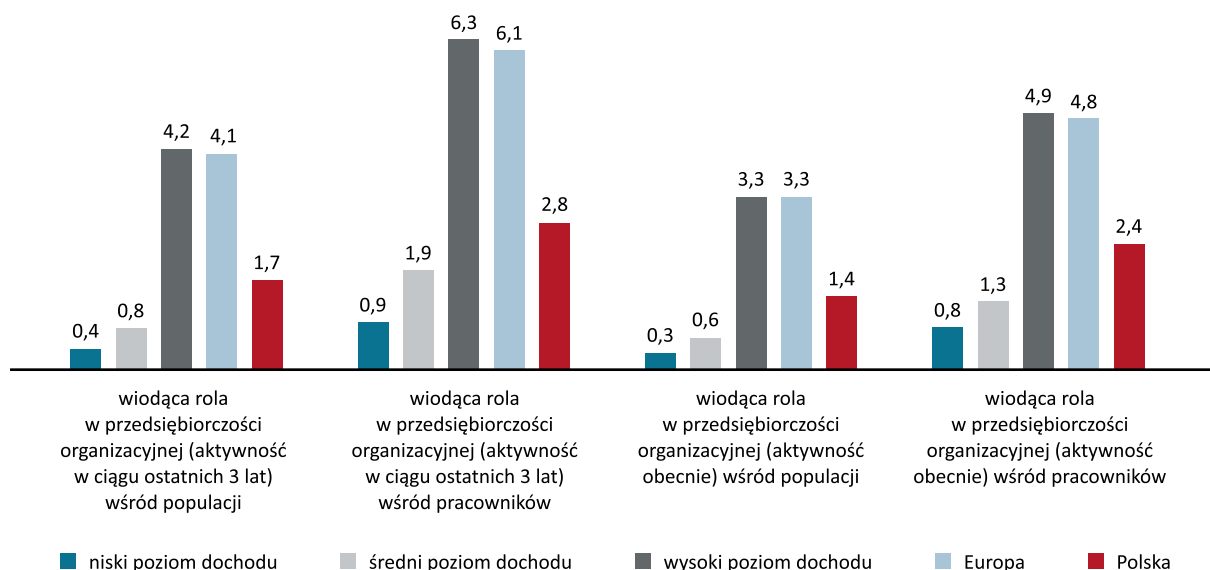
Przedsiębiorczość indywidualna jest tylko jedną z form tworzenia nowych przedsięwzięć biznesowych. Od kilku dekad zauważa się w praktyce i opisuje w literaturze intraprzsiębiorczość (*intrapreneurship*), zwaną również przedsiębiorczością organizacyjną lub korporacyjną (*corporate entrepreneurship*), która również jest przedmiotem zainteresowania projektu badawczego GEM. Jest to rozpoczynanie nowych przedsięwzięć nie na własną rękę, ale dla pracodawcy. Intraprzsiębiorczość jest nowym sposobem zarządzania przedsiębiorstwami, jest w stanie zapewnić przewagę konkurencyjną szczególnie w sektorach o natężonej konkurencji i wysokiej dynamice zmian. GEM w swoim podejściu stara się docenić intraprzsiębiorczość i pokazać ją jako część składową bardziej ogólnego zjawiska, jakim jest przedsiębiorczość. Co więcej, wskazuje na to, że w niektórych krajach jest to forma przedsiębiorczości bardziej efektywna i w większym stopniu przyczynia się do rozwoju społeczno-gospodarczego. Badania intraprzsiębiorczości w GEM przeprowadza się w dwóch podziałach: **aktywności intraprzsiębiorczej obecnie** oraz **w ciągu ostatnich 3 lat** oraz odsetka **aktywnych intraprzsiębiorców wśród ogółu populacji dorosłych oraz wśród osób zatrudnionych**. Wynikiem są 4 wskaźniki dotyczące działalności intraprzsiębiorczej.

Poniżej przedstawiono ich średnie wartości dla trzech grup krajów, średnie dla krajów europejskich oraz wyniki dla Polski. Należy przy tym pamiętać o pewnym ograniczeniu metodologicznym związanym z badaniem GEM. Biorą w nim udział kraje na zasadzie dobrowolności, co oznacza, że prezentowane średnie nie są średnimi dla wszystkich krajów zaliczonych do danej grupy, a jedynie dla krajów, które wzięły udział w badaniu. W 2019 r. wyniki dostępne są dla 50 krajów. W grupie tej znajduje się 5 krajów z gospodarkami o niskim poziomie dochodu (Egipt, Indie, Madagaskar, Maroko i Pakistan). Z grupy drugiej wzięło udział w badaniu 12 krajów (Rosja, RPA, Meksyk, Brazylia, Chiny, Iran, Armenia, Białoruś, Macedonia, Gwatemala, Ekwador i Jordania). W grupie gospodarek o wysokim poziomie dochodu znalazły się 33 państwa. Ze względu na fakt, że w poszczególnych latach w badaniu biorą udział różne kraje, nie można porównywać wyników w podziale na grupy krajów między jednym a drugim rokiem przeprowadzenia badania.

Intraprzsiębiorczość rośnie wraz z rozwojem gospodarczym. Jest to zjawisko opisywane w teorii przedsiębiorczości. Powodem takiej zależności jest większa liczba dużych przedsiębiorstw w krajach bardziej rozwiniętych. Są one również bardziej zaawansowane technologicznie, częściej inwestują w innowacje oraz posiadają zasoby niezbędne do

uruchomienia potencjału przedsiębiorczego pracowników. W krajach bardziej rozwiniętych panuje ponadto wyższy poziom konkurencji, a metody konkurencji stosowane w krajach o niższym poziomie rozwoju nie mogą być zastosowane. Intraprzedsiębiorczość jest efektywną metodą konkurowania w krajach o najwyższym poziomie rozwoju technologicznego i gospodarczego. Przy wzroście poziomu rozwoju gospodarczego zachodzi niejako zjawisko „konwersji” przedsiębiorczości indywidualnej na przedsiębiorczość organizacyjną, która jest bardziej pożądanym rozwiązaniem na przykład z punktu widzenia prawa pracy, a także może być bardziej efektywnym katalizatorem innowacyjności. Ludzie w krajach rozwiniętych poszukują bowiem częściej zatrudnienia na etacie ze względu na ochronę praw pracowniczych, a rozwijanie przedsięwzięć w ramach istniejących korporacji może być bardziej efektywne ze względu na szybszą i szerszą dostępność do zasobów.

Wykres 2.23. % populacji/pracowników zaangażowanych w przedsiębiorczość organizacyjną w ciągu ostatnich 3 lat oraz obecnie w wybranych grupach krajów i w Polsce.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych *Global Entrepreneurship Monitor*.

Nie należy również zapominać o dążeniu przedsiębiorczych pracowników do realizacji swojego potencjału. W krajach wysoko rozwiniętych, w których duże przedsiębiorstwa przyciągają najbardziej innowacyjnych pracowników, szuka się jednak sposobu na to, aby prowadzić w ramach zatrudnienia działalność kwazi-przedsiębiorczą, charakteryzującą się wysokim poziomem autonomii i innowacyjności. Korporacje w rozwiniętych krajach, rozumiejąc te dążenia, stworzyły efektywne mechanizmy wyzwiania przedsiębiorczości

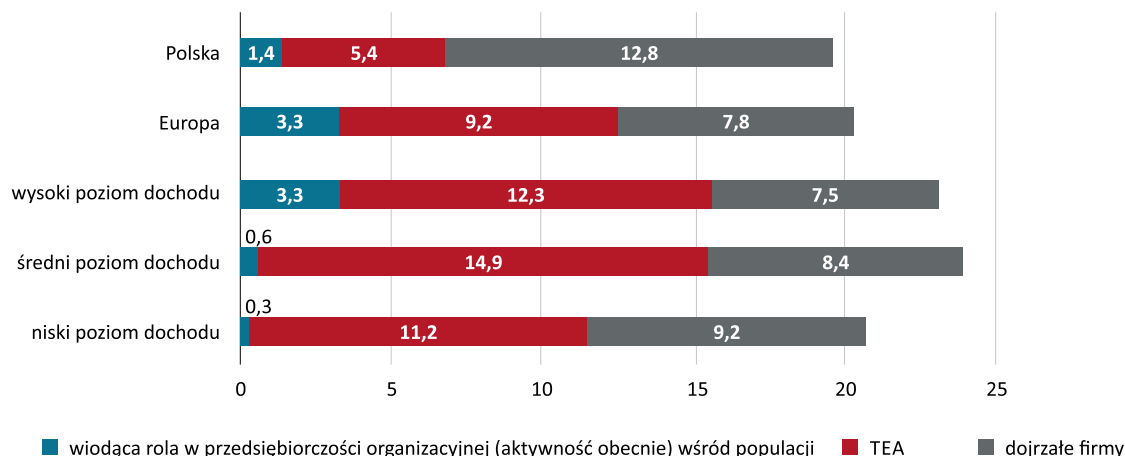
pracowników. Dobrym przykładem takiego kraju jest Irlandia, gdzie znajdują się europejskie centrale korporacji internetowych i gdzie wskaźniki intraprzsiębiorczości są bardzo wysokie.

Wyniki badań GEM w 2019 r. potwierdzają te tendencje, poziom intraprzsiębiorczości jest najniższy w gospodarkach zorientowanych na czynniki produkcji, gdzie poniżej 1% pracowników jest zaangażowanych w ten proces, rośnie mniej więcej 2-krotnie w gospodarkach zorientowanych na efektywność, a następnie 5-krotnie w gospodarkach zorientowanych na innowacje (w porównaniu z drugą grupą). Wyniki dla krajów europejskich są podobne do wyników dla trzeciej grupy krajów. Należy przy tym pamiętać, że Europa składa się w większości z krajów o wysokim poziomie dochodu, w badaniach GEM takie kraje mają również tendencję do bycia nadreprezentowanymi ze względu na pozyskiwanie finansowania badań. W 2019 r. w badaniu GEM wzięło udział 21 krajów europejskich, w tym 3 kraje o gospodarkach o średnim poziomie dochodu (Białoruś, Macedonia i Rosja) i 18 krajów o gospodarkach najzamożniejszych.

Wyniki intraprzsiębiorczości dla Polski znajdują się pomiędzy wynikami dla drugiej i trzeciej grupy krajów. Natomiast na tle gospodarek europejskich poziom intraprzsiębiorczości w Polsce jest dość niski, podobny do wyników osiągniętych przez Grecję i Hiszpanię, a wyższy od wyników Włoch, Rosji, Białorusi i Macedonii. Krajami o najwyższym poziomie intraprzsiębiorczości są: Stany Zjednoczone, Wielka Brytania, Australia, Luksemburg, Irlandia, Słowenia oraz Zjednoczone Emiraty Arabskie. Wśród krajów wysoko rozwiniętych niskie wyniki osiągają, oprócz Włoch, Japonia i Korea Południowa.

Jedynie co 30. pracownik zaangażowany był w Polsce w przedsiębiorczość organizacyjną w ciągu ostatnich 3 lat. Wynik ten jest tym bardziej zastanawiający, że w 2017 r. ponad 5% pracowników deklaroowało, że są zaangażowani w intraprzsiębiorczość w czasie prowadzenia badania. Niski poziom intraprzsiębiorczości może wiązać się z wyższym wskaźnikiem przedsiębiorczości indywidualnej, szczególnie w zakresie właścicieli zarządzających dojrzałymi firmami. Przedsiębiorczość organizacyjna jest często postrzegana jako alternatywa dla przedsiębiorczości indywidualnej. Poniżej przedstawiono agregację intraprzsiębiorczości oraz przedsiębiorczości indywidualnej w 3 grupach krajów, Europie i Polsce.

Wykres 2.24. Intraprzedsiębiorczość i przedsiębiorczość indywidualna w 3 grupach krajów, Europie i Polsce w 2019 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych *Global Entrepreneurship Monitor*.

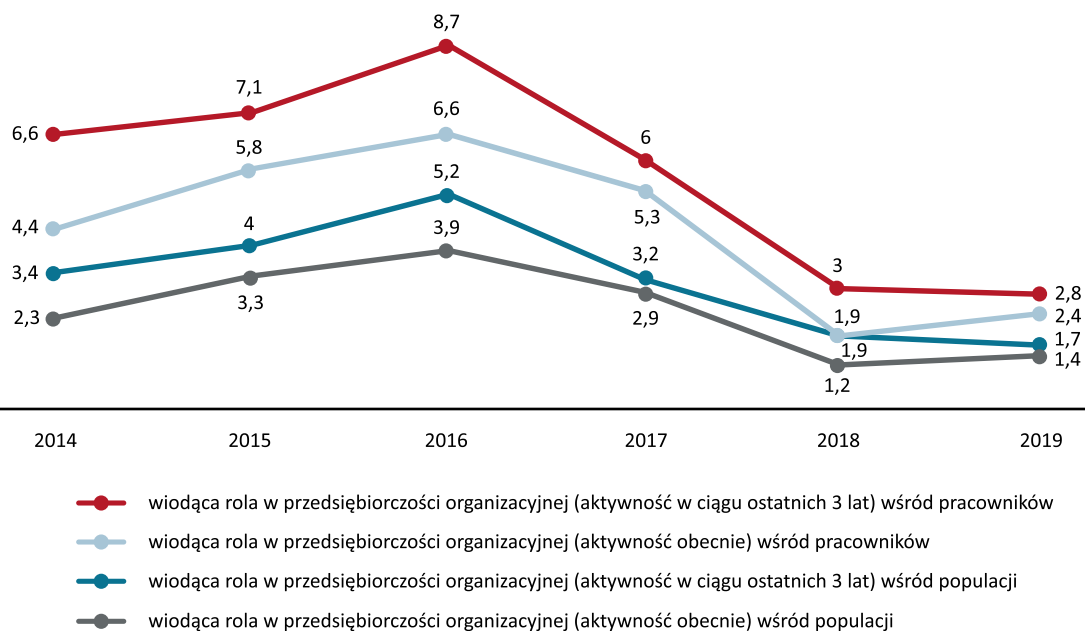
W przypadku przedsiębiorczości indywidualnej nie występuje zjawisko wzrostu intensywności tej aktywności wraz z rozwojem gospodarczym jak w przypadku intraprzsiębiorczości. Poziom przedsiębiorczości we wczesnym stadium (TA) jest najwyższy w krajach o średnim poziomie dochodu (14,9%), nieco niższy jest natomiast w krajach o wysokim (12,3%) i niskim poziomie dochodu (11,2%). Wraz z rozwojem gospodarczym spada natomiast odsetek mieszkańców będących właścicielami dojrzałych firm, z 9,2% w krajach najmniej rozwiniętych do 7,5% w krajach najzamożniejszych. Rzeczywiste wyniki mogą być nieco niższe z uwagi na fakt, że istnieje grupa przedsiębiorców, którzy kwalifikowani są do obu grup przedsiębiorczości indywidualnej: przedsiębiorców we wczesnym stadium działalności oraz właścicieli dojrzałych firm.

Niższy poziom przedsiębiorczości indywidualnej jest uzupełniany wzrostem przedsiębiorczości organizacyjnej. Zagregowany wskaźnik 3 rodzajów przedsiębiorczości wynosi zatem ponad 20% w krajach o niskim poziomie dochodu, 29% w krajach o średnim poziomie dochodu oraz 28% w krajach o wysokim poziomie dochodu. Co interesujące, wyniki dla Europy są niższe od wyników dla krajów o wysokim poziomie dochodu. Należy jednak pamiętać, że do krajów europejskich zaliczają się również kraje o ogólnie niskim poziomie przedsiębiorczości (Rosja, Białoruś), natomiast pozaeuropejskimi gospodarkami zorientowanymi na innowacje są kraje bardzo przedsiębiorcze, takie jak Stany Zjednoczone, Kanada czy Chile. Zagregowane wyniki

dla Polski znajdują się na poziomie średniej europejskiej, głównie ze względu na wysoką liczbę dojrzałych firm w Polsce.

Zagregowany wskaźnik przedsiębiorczości (19,6%) nie zmienił się w Polsce w porównaniu z r. 2018. Wskaźnik ten w 2015 r. wynosił 19%, a w 2016 wzrósł do 23%, w 2017 r. spadł do poziomu 21,6%, a w 2018 do poziomu 19,4%. Należy przy tym zauważyć, że struktura tego agregatu zmienia się na korzyść przedsiębiorczości indywidualnej, a dodatkowo zaczynają dominować w niej dojrzałe firmy (powyżej 3,5 roku działalności). Świadczy to o stabilizacji gospodarczej i sytuacji, w której znacząca część nowo powstałych firm osiąga dojrzałość. Poniżej przedstawiono kształtowanie się poziomu intraprzsiębiorczości w Polsce w latach 2014–2019.

Wykres 2.25. Intraprzsiębiorczość w Polsce w latach 2014–2019



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych *Global Entrepreneurship Monitor*.

W 2019 r. nastąpił nieznaczny wzrost wskaźników 'krótkoterminowych' intraprzsiębiorczości w Polsce, nastąpił natomiast spadek wskaźników 'długoterminowych'. Oznaczać to może prognozę wzrostu wszystkich wskaźników w przyszłości. Różnice między tendencjami wskaźników 'krótkoterminowych' i 'długoterminowych' oznaczać również mogą fakt, że w intraprzsiębiorczość angażują się obecnie pracownicy, którzy byli już w nią zaangażowani w przeszłości. Kolejnym czynnikiem mogącym mieć znaczenie jest dość

niski poziom przedsiębiorczości hybrydowej w Polsce. Jako przedsiębiorczość hybrydową określa się sytuację, w której osoba prowadzi działalność gospodarczą, a jednocześnie jest zatrudniona u innego pracodawcy. Taki sposób rozpoczynania działalności jest w niektórych przypadkach korzystny ze względu na ograniczenie ryzyka. W przypadku wzrostu przychodów z działalności przedsiębiorcy często jednak decydują się na rezygnację z zatrudnienia i koncentrują się na prowadzeniu własnej działalności. Wystąpienie takiej sytuacji na większą skalę może powodować spadek wskaźników intraprzsiębiorczości ze względu na fakt, że przedsiębiorcami organizacyjnymi są często osoby ogólnie przedsiębiorcze, które oprócz zatrudnienia prowadzą własną działalność.

3. Uwarunkowania przedsiębiorczości

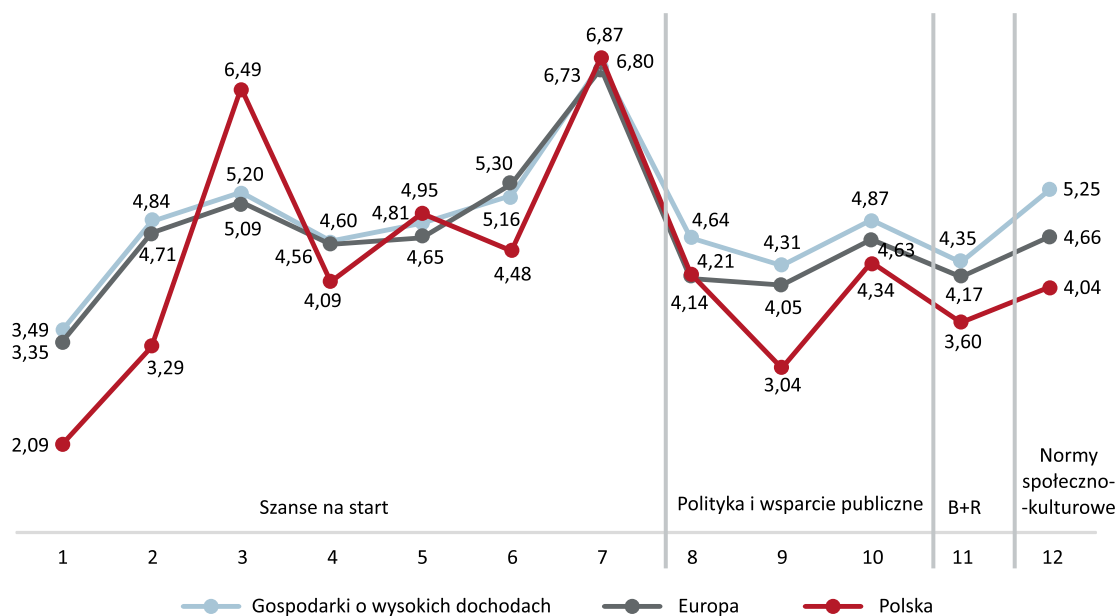
Istotnym elementem projektu GEM jest ocena otoczenia, w jakim funkcjonują nowe i rozwijające się przedsiębiorstwa w danym kraju. Podstawą tej analizy jest badanie eksperckie na temat uwarunkowań przedsiębiorczości (*National Expert Survey – NES*) prowadzone wśród min. 36 ekspertów²⁴ w każdym z krajów uczestniczących w projekcie GEM²⁵. W badaniu wyodrębniono 9 obszarów tworzących krajowe determinanty przedsiębiorczości, których wpływ na nowo powstające i rozwijające się przedsiębiorstwa ocenili eksperci. Obszary te zostały pogrupowane w 4 bloki reprezentujące szersze kategorie uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości, tj.:

1. **Szanse na start:** edukacja przedsiębiorczości – poziom podstawowy i średni oraz poziom uczelni wyższych i kształcenie ustawiczne; poziom otwartości rynku; dostępność finansowania; infrastruktura komercyjna, usługowa i techniczna;
2. **Polityka i wsparcie publiczne:** priorytety polityki publicznej w zakresie przedsiębiorczości, obciążenia związane z podatkami i regulacjami administracyjnymi, pomoc i wsparcie publiczne dla przedsiębiorstw;
3. **Badania i rozwój:** badania i rozwój, transfer wiedzy i technologii;
4. **Normy społeczno-kulturowe:** systemy wartości i normy społeczne.

²⁴ W każdym z obszarów znalazło się 3–8 stwierdzeń na temat, na który ekspert miał wyrazić opinię, używając skali: zdecydowanie się zgadzam – 9 pkt, zgadzam się – 8 pkt, umiarkowanie się zgadzam – 7 pkt, trochę (nieco) się zgadzam – 6 pkt, ani się zgadzam, ani się nie zgadzam – 5 pkt, trochę się nie zgadzam – 4 pkt, umiarkowanie się nie zgadzam – 3 pkt, nie zgadzam się – 2 pkt, zdecydowanie się nie zgadzam – 1 pkt. Wszystkie stwierdzenia miały wydźwięk pozytywny, tzn. stwierdzały, że dany aspekt ma w Polsce korzystny wpływ na przedsiębiorczość, zatem im więcej punktów przyznano w danym obszarze, tym lepiej oceniono sytuację. Następnie, dla danych stwierdzeń policzono średnie dla odpowiedzi wszystkich ekspertów. Im wyższą wartość osiągnęła średnia, tym lepiej oceniono dany aspekt. W dalszej kolejności poszczególne stwierdzenia zagregowano do obszarów, dla których policzono średnie. W poniższej analizie zastosowano zarówno średnie wyniki dla poszczególnych stwierdzeń, jak średnie dla danych grup – uzależniając to od kontekstu i możliwości ciekawego przedstawienia problemu. Wyniki dla Polski za 2019 r. zostały zestawione z wynikami dla gospodarek o wysokich dochodach (do których należy też Polska) oraz dla państw z Europy uczestniczących w badaniu (2019 r. – Białoruś, Bułgaria, Chorwacja, Cypr, Grecja, Hiszpania, Holandia, Irlandia, Luksemburg, Łotwa, Macedonia Północna, Niemcy, Norwegia, Polska, Portugalia, Rosja, Słowacja, Słowenia, Szwajcaria, Szwecja, Wielka Brytania, Włochy).

²⁵ W badaniu NES w 2019 r. wzięły udział 54 kraje świata (patrz Tabela 1.1 niniejszego Raportu).

Wykres 3.1. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości (2019 r.): Polska w porównaniu z gospodarkami o wysokich dochodach i krajami europejskimi (średnie oceny dla poszczególnych obszarów)



1 – Edukacja przedsiębiorczości – poziom podstawowy i szkoła średnia; 2 – Edukacja przedsiębiorczości – szkolenia i kursy zawodowe, szkoły wyższe; 3 – Poziom otwartości rynku – dynamika; 4 – Poziom otwartości rynku – obciążenia; 5 – Dostęp do finansowania zewnętrznego; 6 – Dostęp do infrastruktury komercyjnej i usługowej; 7 – Dostęp do infrastruktury technicznej; 8 – Polityka publiczna w zakresie przedsiębiorczości i jej priorytety; 9 – Polityka rządu: podatki, regulacje, obowiązki sprawozdawcze oraz biurokracja, 10 – Programy publiczne wspierające przedsiębiorczość, 11 – Badania i rozwój, transfer wiedzy; 12 – Normy kulturowe i społeczne.

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania GEM – *National Expert Survey 2019*.

Analiza opinii ekspertów biorących udział w badaniu NES w 2019 r. w poszczególnych państwach pozwala stwierdzić, że warunki do powstawania i rozwoju przedsiębiorstw w Polsce na tle gospodarek o wysokich dochodach, ale również w porównaniu z krajami europejskimi, były przeciętne (wykres 1). W porównaniu z tymi dwoma grupami krajów polscy eksperci wyżej ocenili tylko jeden czynnik – dynamikę rynku (jego otwartość na nowe firmy). Natomiast dwa obszary, których ocena w ostatnich latach była istotnie wyższa niż w krajach odniesienia, w 2019 r. osiągnęły średnią zbliżoną do gospodarek o wysokich dochodach i krajów Europy. Są to dostęp do finansowania zewnętrznego oraz infrastruktury technicznej. W rezultacie te 3 najwyżej oceniane przez polskich ekspertów grupy czynników można uznać za stymulatory rozwoju nowych przedsięwzięć. Pozostałe obszary uzyskały

w Polsce oceny niższe niż średnio w grupach krajów będących punktem porównania. Część z nich można uznać za utrudniające rozwój przedsiębiorczości. To przede wszystkim: edukacja przedsiębiorczości i szkolenia (zarówno na poziomie podstawowym i szkoły średniej, jak i wyższym), kwestia biurokracji i podatków, a także badania, rozwój i transfer wiedzy.

W 2019 r. zauważyć można większą ostrożność ekspertów w ocenie uwarunkowań funkcjonowania nowych i rozwijających się firm w Polsce – praktycznie wszystkie analizowane obszary zostały ocenione niżej niż w poprzednim roku. W dalszej części rozdziału zamieszczamy szczegółowy opis poszczególnych obszarów składających się na uwarunkowania przedsiębiorczości według GEM.

3.1. Szanse na start

To największy i najbardziej złożony blok grupujący obszary objęte badaniem NES determinujące rozpoczęcie i rozwój przedsiębiorczości. Obejmuje on aspekty związane z szeroko pojętą edukacją w zakresie przedsiębiorczości (zarówno na poziomie szkoły podstawowej, średniej, jak i szkoły wyższej oraz szkoleń zawodowych i kształcenia ustawicznego), warunkami panującymi na rynku (jego otwartością i obciążeniami), możliwościami finansowania, infrastrukturą komercyjną, usługową i techniczną. Czynniki te warunkują możliwości wejścia na rynek i związane z tym koszty.

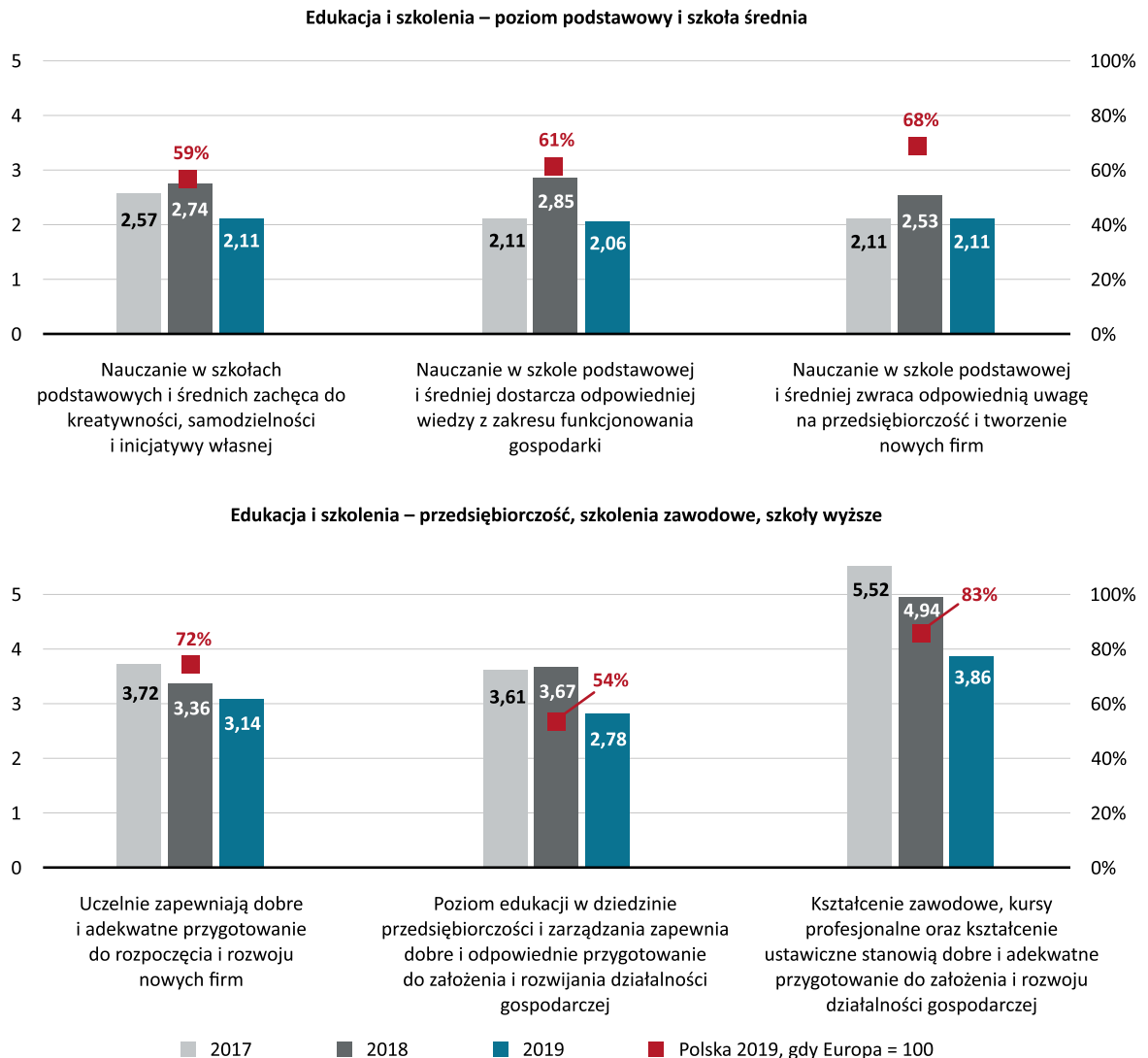
Edukacja

W 2019 r. odnotowano obniżenie oceny ekspertów uczestniczących w badaniu NES w Polsce w obszarze edukacji – zarówno na poziomie podstawowym i szkoły średniej, jak i na etapie uczelni, kształcenia zawodowego i ustawicznego. Choć jest to obszar od lat nisko oceniany przez ekspertów, to niepokojące jest, że tegoroczna ocena jest najniższą spośród dokonanych w ciągu ostatnich 5 lat (2015–2019).

Całościowo obszar Edukacja i szkolenia – poziom podstawowy został oceniony na 2,1 pkt (w 2018 r. – 2,7 pkt, 2017 – 2,3 pkt) – niżej niż przeciętnie w krajach Europy (62% oceny tych krajów) czy gospodarkach o wysokich dochodach (60%). Trzeba zauważyć, że niska ocena ekspertów polskiego obszaru związanego z edukacją i szkoleniami nie jest odosobniona. Również

w Europie i państwach najzamożniejszych jest on relatywnie najniżej oceniany w porównaniu z innymi obszarami stanowiącymi determinanty rozwoju przedsiębiorczości (wykres 3.1).

Wykres 3.2. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – **edukacja przedsiębiorczości**. Zmiany w latach 2017–2019 oraz Polska vs państwa europejskie w 2019 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania GEM – *National Expert Survey*.

Nauczanie w szkołach podstawowych i średnich jest na przestrzeni ostatnich lat nisko oceniane przez ekspertów z Polski, jeśli chodzi o dostarczanie wiedzy z zakresu funkcjonowania gospodarki, zwracanie uwagi na przedsiębiorczość i tworzenie jej nowych form czy zachęcanie do kreatywności, samodzielności i inicjatywy własnej. Ocena tych

uwarunkowań jest niższa niż przeciętnie w krajach europejskich (wykres 3.2). Wyniki tego obszaru nie napawają optymizmem. Edukacja jest jednym z najważniejszych czynników wpływających na przedsiębiorczość – kształtowanie potencjalnych przedsiębiorców, ich postrzeganie przez społeczeństwo, a także na efekty działalności gospodarczej.

Jednocześnie w ostatnich latach obserwujemy pogorszenie oceny ekspertów w obszarze edukacji przedsiębiorczości na poziomie szkolnictwa wyższego oraz kształcenia ustawicznego. W 2019 r. przyjęła ona wartość 3,3 pkt, co stanowiło 70% średniej oceny badanych krajów europejskich i 68% oceny gospodarek o wysokich dochodach. W 2018 r. eksperci ocenili ten obszar średnio na 4,0 pkt, a w 2017 r. – 4,4 pkt. Jednak należy tu dodać, że podobną do 2019 r. ocenę ta grupa czynników uzyskała w 2016 r. (3,3 pkt).

Eksperti niżej niż w poprzednich 2 latach ocenili wszystkie stwierdzenia składające się na ten obszar. Najniżej oceniono aspekt mówiący o tym, że poziom edukacji w dziedzinie przedsiębiorczości i zarządzania zapewnia dobre i odpowiednie przygotowanie do założenia i rozwijania działalności gospodarczej – ocena 2,8 pkt (54% średniej oceny państw europejskich, w 2018 r. – ocena 3,7 pkt). Słabo oceniono także podobszar dotyczący zapewnienia przez uczelnie dobrego i adekwatnego przygotowania do rozpoczęcia i rozwoju nowych firm (ocena 3,1 – 72% średniej oceny państw europejskich). Opinia ekspertów pogorszyła się także w przypadku oceny stwierdzenia dotyczącego kształcenia zawodowego, kursów profesjonalnych i kształcenia ustawicznego w kontekście ich skuteczności przygotowania do zakładania i rozwijania firmy – 3,9 pkt (w 2018 r. 4,9 pkt, w 2017 r. – 5,5 pkt) (wykres 3.2).

Dynamika i otwartość rynku

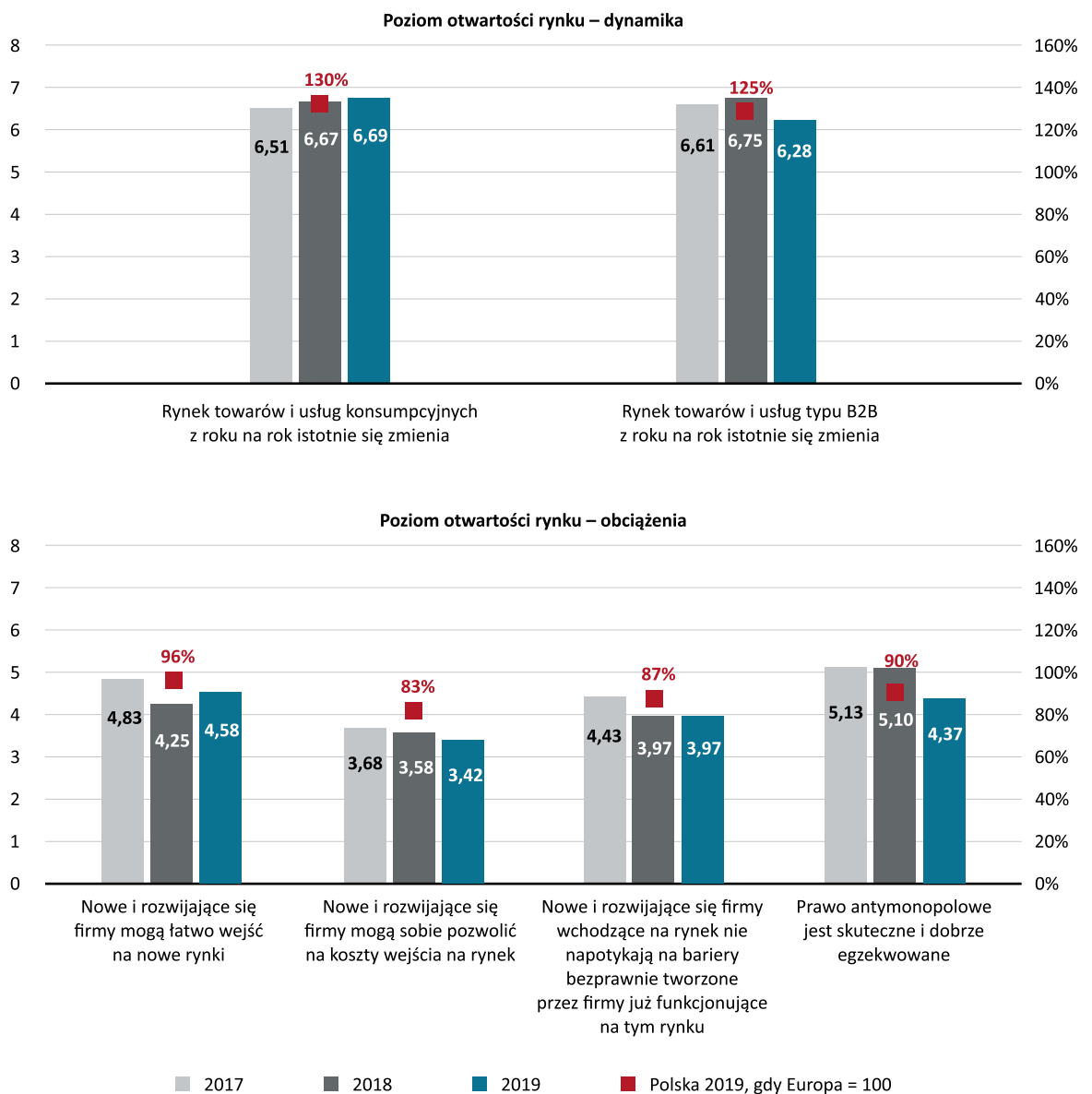
Dynamika rynku wewnętrznego to jeden z najlepiej ocenianych przez ekspertów obszarów wpływających na rozpoczęcie działalności gospodarczej w Polsce i jej prowadzenie (zarówno w edycji badania z 2019 r., jak i w poprzednich).

Średnio dynamika naszego rynku została oceniona na 6,5 pkt – jest to wynik znacznie lepszy zarówno w porównaniu z badanymi państwami z Europy (127% wartości dla tych krajów), jak i gospodarkami o wysokich dochodach²⁶ (125%) (wykres 3.1). Ocena ekspertów nieznacznie

²⁶ Ocena tego obszaru w Polsce była najwyższa wśród badanych krajów europejskich i jedną z najwyższych wśród gospodarek o wysokich dochodach (wyższa była tylko w Korei Południowej – 7,4 i Chinach – 6,8).

spadła w porównaniu z poprzednimi latami – w 2018 r. wynosiła 6,7 pkt, w 2017 r. – 6,6 pkt, ale była wyższa niż w 2015 i 2016 r., kiedy wynosiła odpowiednio 6,4 i 6,3 pkt. Eksperti pozytywnie ocenili stwierdzenia składające się na ten obszar. W ich opinii polski rynek towarów i usług konsumpcyjnych oraz business-to-business z roku na rok istotnie się zmienia (wykres 3.3).

Wykres 3.3. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – poziom otwartości rynku. Zmiany w latach 2017–2019 oraz Polska vs państwa europejskie w 2019 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania GEM – *National Expert Survey*.

Nieco niżej niż w poprzednich latach oceniono obszar związany z otwartością rynku na nowe firmy (obciążenia związane z kosztami wejścia, bariery ze strony konkurencji, prawo antymonopolowe) – średnia ocena 4,1 pkt (w 2018 r. – 4,3 pkt, w 2017 r. – 4,4 pkt). Ocena ta w Polsce była też nieco niższa niż średnia ocen dla badanych krajów europejskich (90% średniej oceny dla tych krajów) i gospodarek o wysokich dochodach (89%) (wykres 3.1).

Wyżej niż w 2018 r. oceniono za to stwierdzenie: nowe i rozwijające się firmy mogą łatwo wejść na nowe rynki w Polsce (4,6 pkt – 96% oceny krajów europejskich). Eksperti raczej zgodzili się co do tego, że prawo antymonopolowe jest skuteczne i dobrze egzekwowane (4,4 pkt – 90% oceny krajów europejskich). Natomiast ich zdaniem większą barierą dla nowych firm są koszty wejścia na polski rynek (3,4 pkt – 84% średniej oceny dla krajów europejskich). Problemem są także bariery bezprawnie tworzone przez firmy już funkcjonujące na rynku (4,0 pkt – 87% oceny krajów europejskich) (wykres 3.3).

Finansowanie

Obszarem, który w opinii polskich ekspertów nie ogranicza w istotny sposób rozpoczynania i rozwoju działalności gospodarczej w Polsce, jest dostęp do finansowania. To bardzo ważne, biorąc pod uwagę znaczenie kapitału w funkcjonowaniu każdego przedsiębiorstwa na wszystkich etapach jego rozwoju.

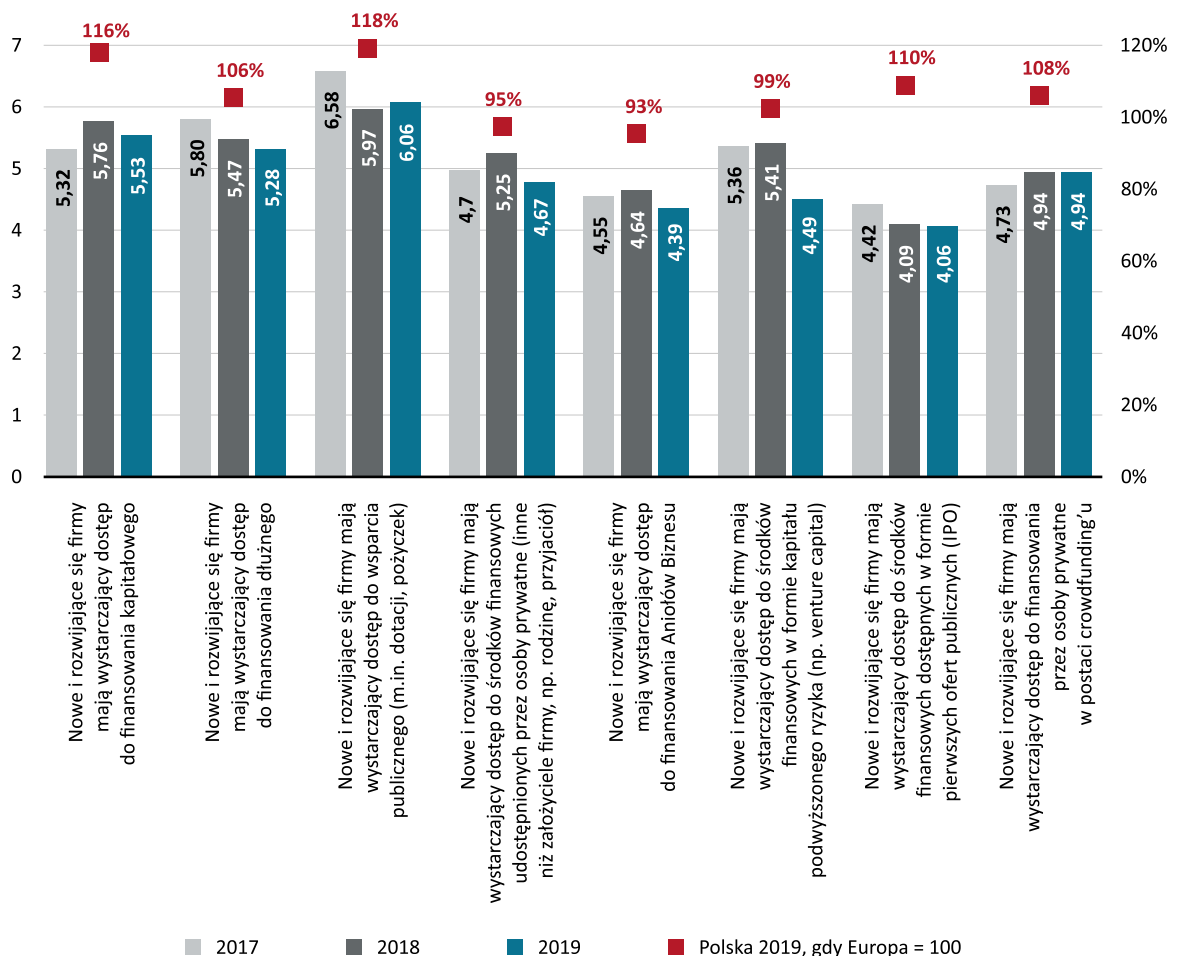
Ocena tej kategorii jest podobna, a nawet nieco wyższa, od średniej dla gospodarek o wysokich dochodach i państw Europy (5,0 pkt – 103% oceny gospodarek najzamożniejszych i 106% europejskich²⁷). Z drugiej strony wynik tego obszaru (5 pkt to opinia „ani się zgadzam, ani się nie zgadzam”) może świadczyć o pewnych trudnościach w ocenie jego wpływu na nowe i rozwijające się firmy. Warto jednak zaznaczyć, że choć w porównaniu do ostatnich 2 lat ocena tego obszaru w naszym kraju nieco spadła (5,2 pkt w 2018 r., 5,1 pkt – w 2017 r.), to była ona wyższa niż w latach 2015–2016 (po 4,7 pkt).

Na obszar Finansowania składają się stwierdzenia dotyczące dostępności różnych formy finansowania zewnętrznego (wykres 3.4). Podobnie jak w ostatnich latach eksperci najwyżej ocenili dostęp do wsparcia publicznego (m.in. dotacje, pożyczki) – 6,1 pkt (118% wartości

²⁷ W krajach europejskich obszar ten był lepiej oceniany tylko w Holandii (6,22), Norwegii (5,49), Szwajcarii (5,46), Wielkiej Brytanii (5,35), Niemczech (5,3) oraz w Szwecji (5,18).

średniej oceny dla krajów europejskich), co świadczy o przekonaniu ekspertów o dużym znaczeniu tego rodzaju pomocy dla polskich nowych i rozwijających się firm. Wyżej niż średnio w objętych badaniem gospodarkach z Europy polscy eksperci oceniają także dostęp do finansowania kapitałowego (5,5 pkt, 116% wartości średniej oceny dla państw Europy), do środków finansowych dostępnych w formie pierwszych ofert publicznych (4,1 pkt, 110%), do finansowania przez osoby prywatne w postaci crowdfundingu (4,9 pkt, 108%) oraz do finansowania dłużnego (5,3 pkt, 106%). Nieco słabiej niż w krajach będących punktem odniesienia polscy eksperci oceniają tylko aspekt związany z wystarczającym dostępem do finansowania Aniołów Biznesu – 4,4 pkt (93% oceny krajów europejskich) oraz dostęp do środków finansowych udostępnionych przez osoby prywatne – 4,7 pkt (95%).

Wykres 3.4. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – **dostęp do finansowania**. Zmiany w latach 2017–2019 oraz Polska vs państwa europejskie w 2019 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania GEM – National Expert Survey.

Należy jednak odnotować, że w porównaniu z ocenami dokonanyymi w poprzednich dwóch latach najnowsze dane wskazują na pogorszenie oceny dostępności finansowania w przypadku większości składających się na ten obszar form dofinansowania (poza dostępem do wsparcia publicznego, crowdfundingu i IPO).

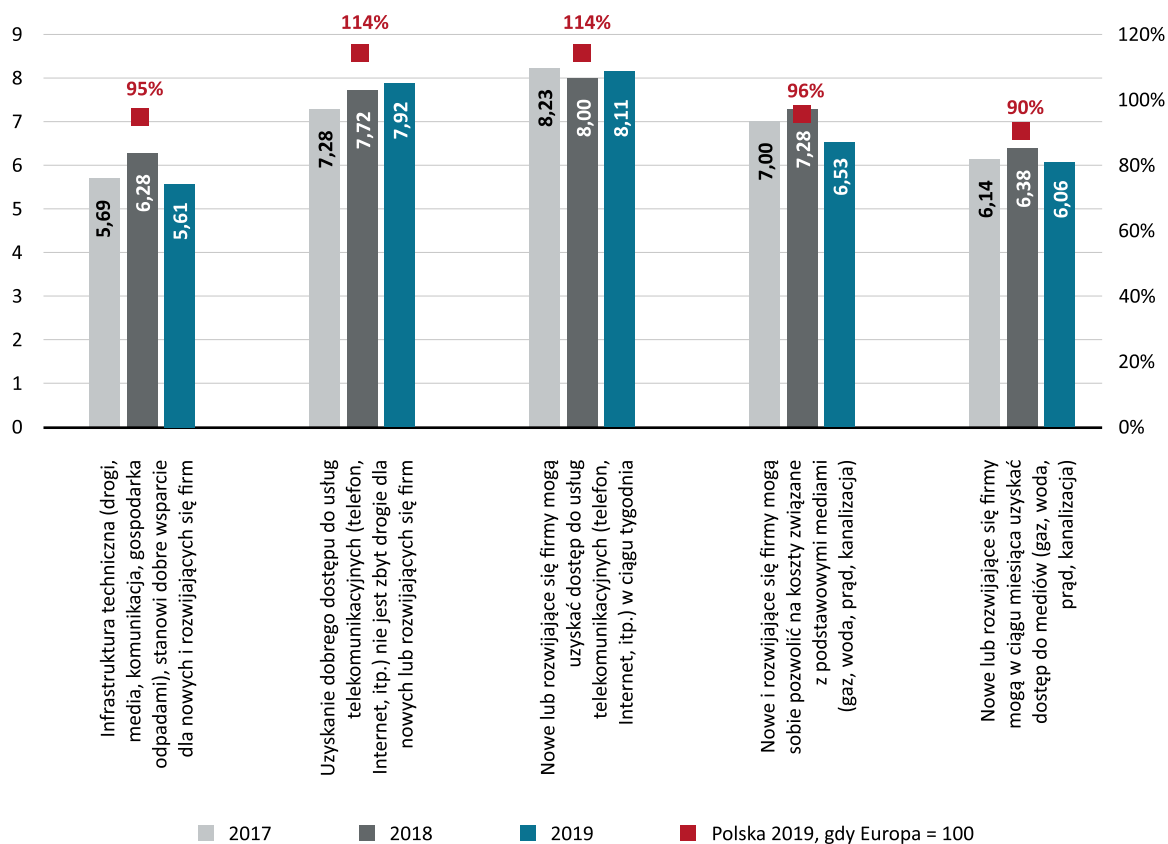
Infrastruktura

Najwyżej ocenianym przez polskich ekspertów w 2019 r. obszarem była infrastruktura techniczna – 6,9 pkt, przy czym warto zauważyć, że ich opinia nie odbiega od średniej dla krajów odniesienia (101% oceny gospodarek o wysokich dochodach, 102% – krajów Europy) (wykres 3.1).

Wykres 3.5 przedstawia opinię nt. stwierdzeń składających się na ten blok. Polscy eksperci wysoko oceniają dostępność usług telekomunikacyjnych dla nowych i rozwijających się firm (8,11 pkt – 114% oceny badanych państw Europy). Równocześnie ich zdaniem usługi te nie są zbyt drogie (6,5 pkt – 114 % oceny krajów europejskich). Także koszty związane z podstawowymi mediami (gaz, woda, prąd, kanalizacja) nie stanowią zbyt dużego utrudnienia dla nowych i rozwijających się firm (6,5 pkt – 96% oceny krajów europejskich), choć w tym przypadku ocena obniżyła się w porównaniu do ostatnich dwóch lat (2017 – 7,3 pkt, 2016 – 7,0 pkt). Podobnie nieco niższą ocenę niż przeciętnie w państwach Europy uzyskały stwierdzenia: infrastruktura techniczna (drogi, media, komunikacja, gospodarka odpadami) stanowi dobre wsparcie dla nowych i rozwijających się firm – 5,6 pkt (95% oceny krajów europejskich) oraz nowe i rozwijające się firmy mogą w ciągu miesiąca uzyskać dostęp do mediów (gaz, woda, prąd, kanalizacja) – 6,1 pkt (90% oceny krajów europejskich). Jednak i w tym przypadku oceny ekspertów są na tyle wysokie, że te kategorie można uznać za niestanowiące zbytniego problemu dla nowych i rozwijających się firm.

Eksperti w mniejszym stopniu niż w przypadku infrastruktury technicznej zgadzają się ze stwierdzeniami potwierdzającymi pozytywny wpływ na przedsiębiorczość kwestii związanych z infrastrukturą komercyjną i usługową. Średnia ocena dokonana w 2019 r. to 4,5 pkt (87% oceny gospodarek o wysokich dochodach i 85% oceny krajów europejskich) (wykres 3.1). Była ona nieco niższa niż w ostatnich dwóch latach – 5,0 pkt w 2018 r., 4,9 pkt w 2017 r.

Wykres 3.5. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – infrastruktura techniczna. Zmiany w latach 2017–2019 oraz Polska vs państwa europejskie w 2019 r.

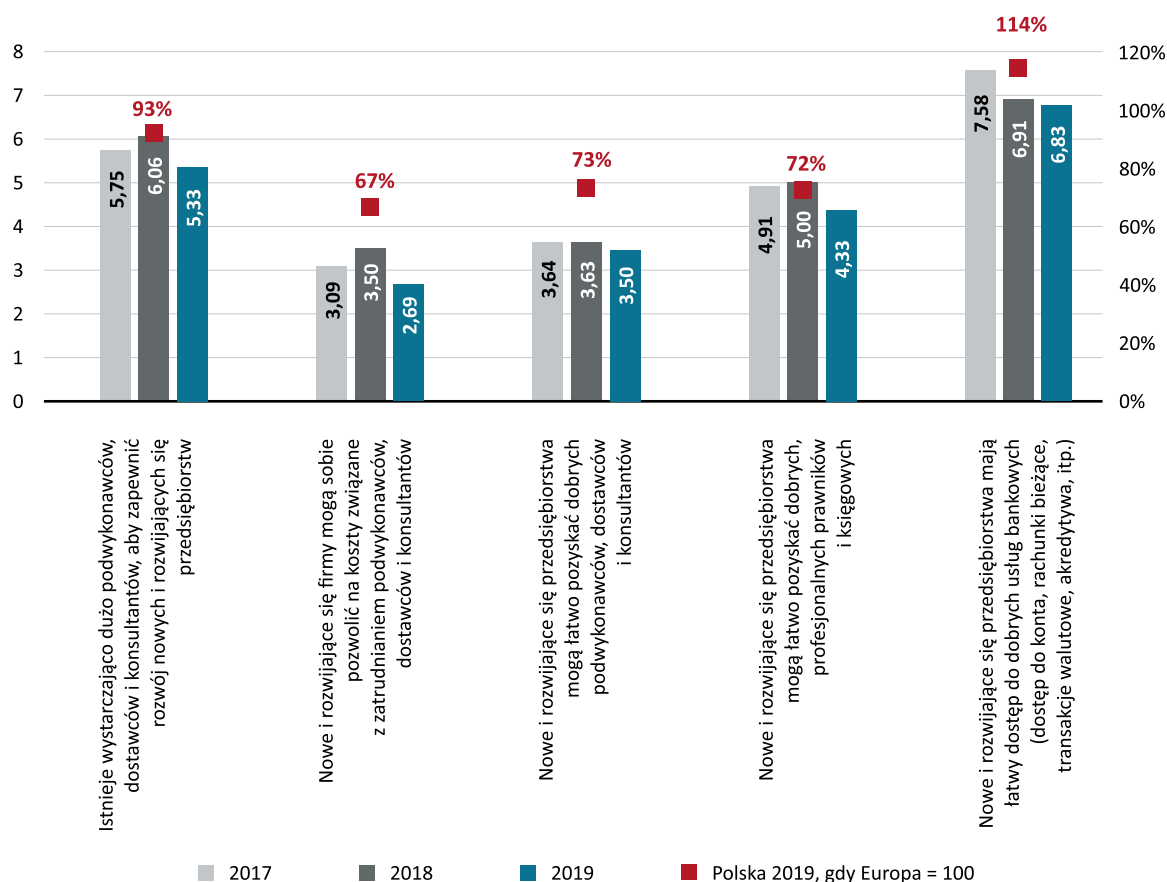


Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania GEM – *National Expert Survey*.

Analizując poszczególne kategorie składające się na ten obszar (wykres 3.6), widzimy, że w Polsce ograniczeniem dla nowych i rozwijających się firm są koszty związane z zatrudnianiem podwykonawców, dostawców i konsultantów (2,9 pkt, 67% oceny krajów europejskich) oraz trudności z pozyskaniem dobrych podwykonawców, dostawców i konsultantów (3,5 pkt, 73% oceny krajów europejskich). Dość nisko jest także oceniana łatwość pozyskania dobrych, profesjonalnych prawników i księgowych (4,3 pkt, 72% oceny krajów Europy). Ekspert nie mają też jednoznacznie wyrobionego zdania dotyczącego stwierdzenia, że liczba podwykonawców, dostawców i konsultantów w naszym kraju jest wystarczająca dla zapewnienia rozwoju nowych i rozwijających się przedsiębiorstw. Średnio uzyskało ono 5,3 pkt, czyli oscylowało blisko oceny „ani się zgadzam, ani się nie zgadzam” (93% oceny krajów Europy). Natomiast umiarkowanie łatwo jest nowym i rozwijającym się firmom pozyskać dobre usługi bankowe (dostęp do konta, rachunki bieżące, transakcje

walutowe, akredytywa itp.) – 6,8 pkt (114% oceny krajów europejskich). Jednocześnie należy odnotować nieznaczny spadek ocen w tym obszarze w porównaniu z poprzednim rokiem.

Wykres 3.6. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – **infrastruktura komercyjna i usługowa**. Zmiany w latach 2017–2019 oraz Polska vs państwa europejskie w 2019 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania GEM – *National Expert Survey*.

3.2. Polityka i wsparcie publiczne

Ten blok składa się z trzech obszarów, w których eksperci oceniali stwierdzenia dotyczące polityki i działań administracji publicznej, skierowane do nowych i rozwijających się firm. Pierwszy obszar dotyczy ogólnego podejścia władz, zarówno na poziomie centralnym, jak i regionalnym, do rozwoju firm. W praktyce oznacza to weryfikację, czy nowe

i rozwijające się przedsiębiorstwa znajdują istotne miejsce w polityce państwa na różnych szczeblach zarządzania (kraj, region). Drugi obszar tematyczny dotyczy obciążeń fiskalnych i administracyjnych związanych z prowadzeniem działalności gospodarczej, a trzeci obejmuje ocenę dostępności i efektywności programów publicznych wspierających rozwój firm.

Polityka publiczna w zakresie przedsiębiorczości, w tym jej priorytety to obszar oceniany przez polskich ekspertów średnio na 4,2 pkt (na poziomie badanych krajów europejskich – 102% i nieco niżej niż przeciętna dla gospodarek o wysokich dochodach – 91%) (wykres 3.1). Na przestrzeni ostatnich lat ocena tego obszaru w naszym kraju obniżyła się nieco (2018 r. – 4,9 pkt, 2017 – 4,5 pkt).

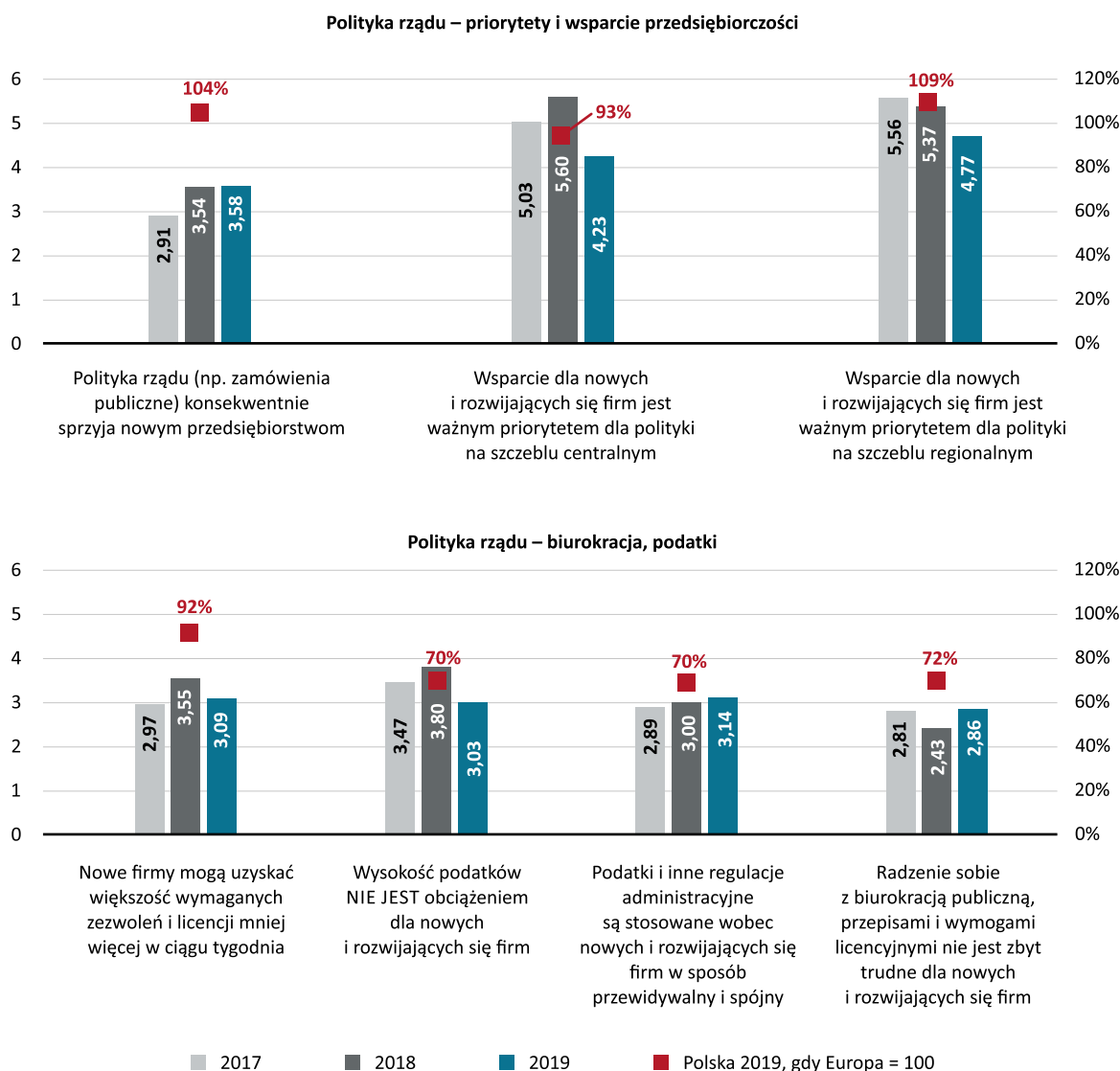
Jeżeli chodzi o ocenę poszczególnych stwierdzeń składających się na ten obszar (wykres 3.7), to w przypadku dwóch z nich w 2019 r. odnotowano obniżenie oceny w porównaniu do poprzednich dwóch lat: wsparcie dla nowych i rozwijających się firm jest ważnym priorytetem dla polityki na szczeblu centralnym (4,2 pkt, 93% oceny dla krajów europejskich), wsparcie dla nowych i rozwijających się firm jest ważnym priorytetem dla polityki na szczeblu regionalnym (4,8 pkt, 109% oceny dla krajów Europy). W 2019 r. eksperci podobnie jak rok wcześniej ocenili, że polityka rządu (np. zamówienia publiczne) konsekwentnie sprzyja nowym przedsiębiorcom (3,6 pkt, 104% oceny ekspertów z krajów europejskich).

Obszarem, który zdaniem ekspertów może stanowić utrudnienie dla nowych i rozwijających się firm, jest ten dotyczący kwestii związanych z biurokracją i podatkami. Jego ocena w 2019 r. była nieco niższa niż rok wcześniej (3,0 pkt, w 2018 r. – 3,2 pkt) i stanowiła 75% wartości średniej oceny badanych państw europejskich i 71% – gospodarek o wysokich dochodach. Jednak należy odnotować, że eksperci podobnie ocenili ten obszar w 2017 r. (3,0 pkt).

Analiza poszczególnych kategorii składających się na ten obszar (wykres 3.7) pokazuje, że polscy eksperci nie zgadzają się ze stwierdzeniem, że radzenie sobie z biurokracją publiczną, przepisami i wymogami licencyjnymi nie jest zbyt trudne dla nowych i rozwijających się firm (2,9 pkt, 72% oceny krajów europejskich), choć nastąpiła nieznaczna poprawa jego oceny w porównaniu do poprzednich dwóch lat. Natomiast gorzej niż w ostatnich dwóch latach jest oceniane stwierdzenie, że wysokość podatków nie jest obciążeniem dla nowych i rozwijających się firm (3,0 pkt, 70% oceny tych krajów). Eksperti mają także zastrzeżenia co do stosowania podatków i innych regulacji administracyjnych w sposób przewidywalny

i spójny (3,1 pkt, 70% średniej oceny państw europejskich) oraz stwierdzenia mówiącego o tym, że nowe firmy mogą uzyskać większość wymaganych zezwoleń i licencji mniej więcej w ciągu tygodnia (3,1 pkt, 92% średniej oceny państw europejskich).

Wykres 3.7. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – **polityka rządu.** Zmiany w latach 2017–2019 oraz Polska vs państwa europejskie w 2019 r.

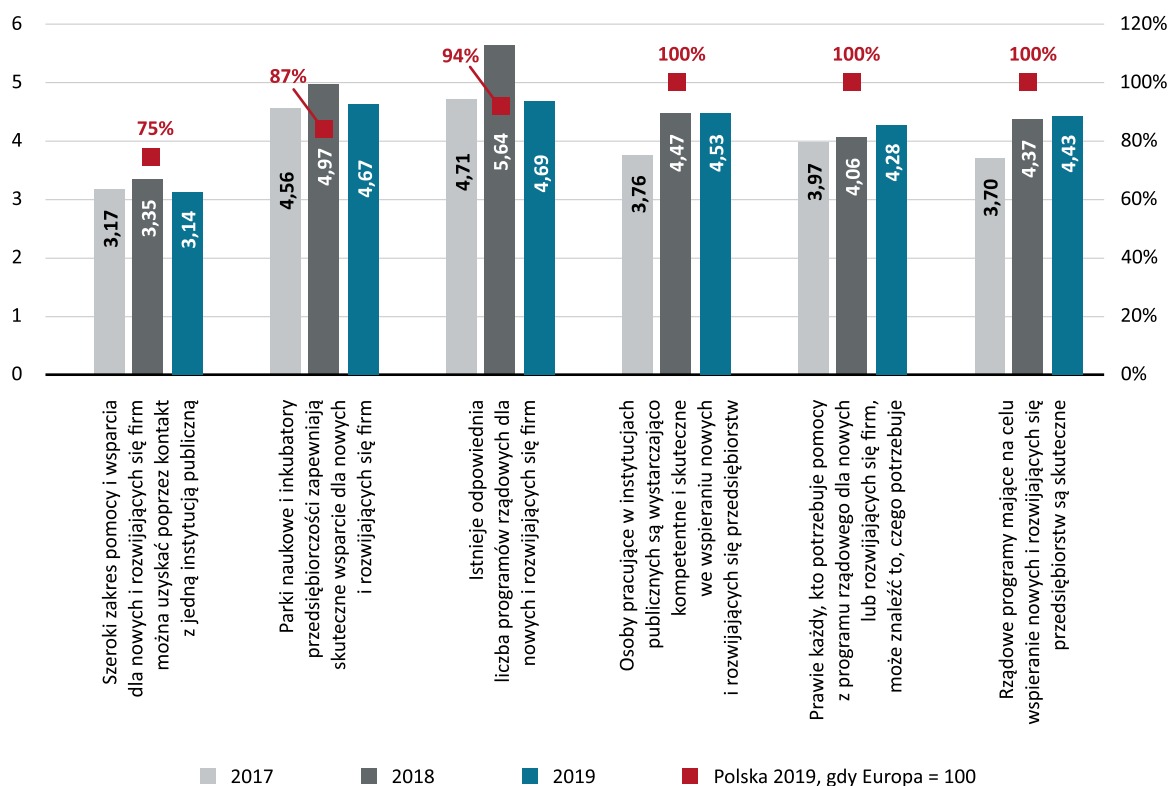


Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania GEM – *National Expert Survey 2019*.

Ocena obszaru „wsparcie publiczne”, obejmującego ocenę dostępności i efektywności publicznych programów mających na celu rozwój przedsiębiorczości w 2019 r. utrzymała się na poziomie poprzedniego roku (2019 – 4,3 pkt, 2018 – 4,4 pkt) i była nieco wyższa

niż w 2017 r. (4,0 pkt). W porównaniu do krajów odniesienia stanowiła ona 89% wartości średniej oceny gospodarek o wysokich dochodach i 94% średniej państw Europy. Opinię ekspertów nt. poszczególnych stwierdzeń ocenianych w ramach tego bloku przedstawia wykres 3.8.

Wykres 3.8. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – **programy rządowe.** Zmiany w latach 2017–2019 oraz Polska vs państwa europejskie w 2019 r.



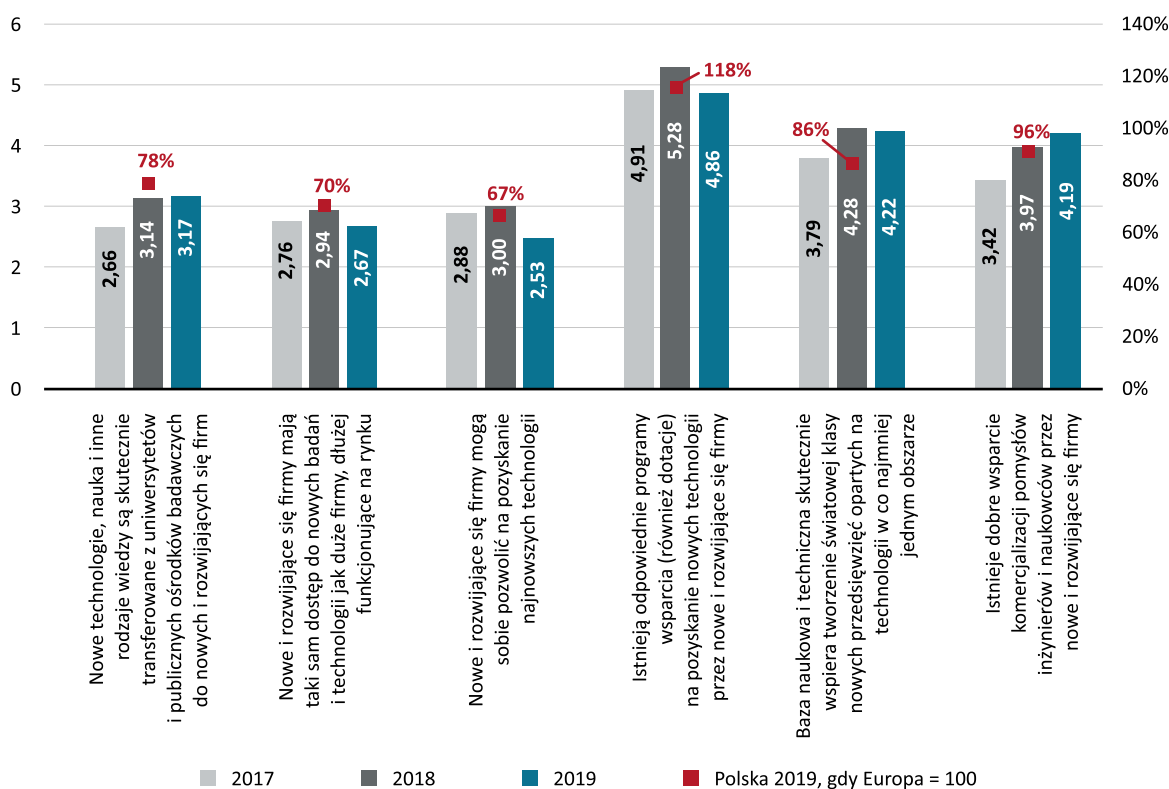
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania GEM – *National Expert Survey*.

Utrudnieniem dla nowych i rozwijających się firm, w opinii polskich ekspertów, może być brak pomocy i wsparcia poprzez kontakt z jedną instytucją publiczną (3,1 pkt, 75% średniej oceny państw europejskich). Niżej niż przeciętnie w badanych państwach Europy polscy eksperci ocenili stwierdzenia mówiące, że parki naukowe i inkubatory przedsiębiorczości zapewniają skuteczne wsparcie dla nowych i rozwijających się firm (4,7 pkt, 87% oceny dla krajów europejskich) oraz istnieje odpowiednia liczba programów publicznych dla nowych i rozwijających się firm (4,7, 94% oceny dla krajów europejskich). Ocena kolejnych stwierdzeń jest już na poziomie badanych państw Europy.

3.3. Badania i rozwój

W tym bloku poruszane są tematy związane ze skutecznym transferowaniem technologii, wiedzy z uczelni i publicznych ośrodków badawczych do nowych i rozwijających się firm, pozyskiwaniem nowych technologii, dostępem do badań i technologii, a także z ofertą odpowiednich programów wsparcia. W 2019 r. średnia ocena tego obszaru przez ekspertów była nieco niższa niż rok wcześniej, ale wyższa w porównaniu do 2017 r. (2019 – 3,6 pkt, 2018 – 3,8 pkt; 2017 r. – 3,4 pkt). Jednocześnie była niższa od średniej oceny gospodarek o wysokich dochodach (stanowiła 83% średniej oceny dla tych krajów) i dla badanych państw Europy (86%) (wykres 3.1).

Wykres 3.9. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – **badania i rozwój**. Zmiany w latach 2017–2019 oraz Polska vs państwa europejskie w 2019 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania GEM – *National Expert Survey*.

Podobnie jak w poprzednich latach spośród 6 stwierdzeń składających się na ten obszar (wykres 3.9) najwyżej zostały ocenione programy wsparcia (również dotacje) na pozyskanie

nowych technologii przez nowe i rozwijające się firmy (4,9 pkt) – ocena wyróżnia się również na tle gospodarek z krajów europejskich – stanowi 118% średniej tej grupy. Na poziomie bliskim średniej europejskiej polscy eksperci ocenili dostępność wsparcia komercjalizacji pomysłów inżynierów i naukowców dla nowych i rozwijających się firm – 4,2 pkt (96% oceny tych krajów). Warto odnotować wzrost oceny tego podobszaru w porównaniu do poprzednich dwóch lat.

Pozostałe stwierdzenia zostały przez polskich ekspertów ocenione słabiej niż średnia dla badanych państw europejskich. Stwierdzenie, że baza naukowa i techniczna skutecznie wspiera tworzenie światowej klasy nowych przedsięwzięć opartych na technologii w co najmniej jednym obszarze zostało ocenione na 4,2 pkt – 86% średniej państw europejskich.

Eksperti poprzez niskie oceny wskazują na wciąż utrzymujący się problem transferu wiedzy, technologii z uniwersytetów i ośrodków naukowych do firm (3,2 pkt) oraz bariery w dostępie do nowych badań, jakie mają małe firmy w porównaniu z dużymi, dłużej funkcjonującymi na rynku (2,7 pkt). W ich opinii nowe i rozwijające się polskie firmy nie mogą sobie pozwolić na pozyskanie najnowszych technologii (2,5 pkt). Oceny tych trzech obszarów w Polsce są znacznie niższe niż średnio w badanych państwach europejskich (76%).

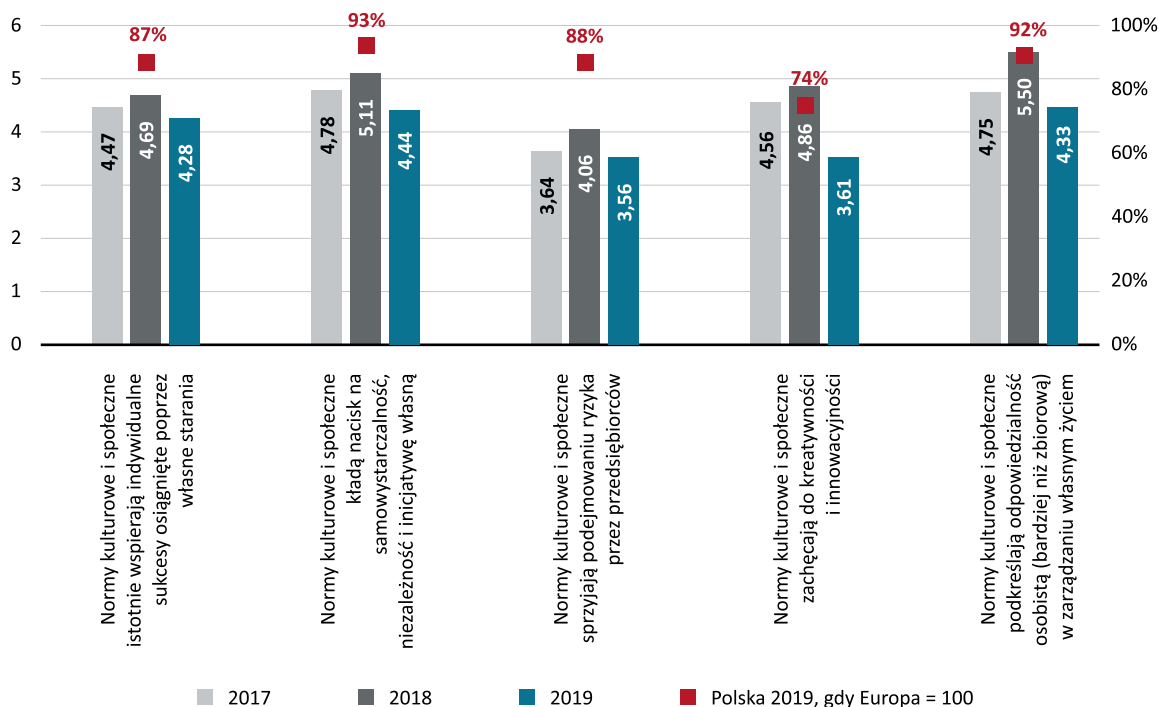
Mimo tego, że w ostatnich latach wiele uwagi poświęca się współpracy nauki z biznesem, powstało szereg inicjatyw promujących tego typu działania (m.in. dotacje z funduszy europejskich), a nakłady wewnętrzne na B+R rosną (wg danych GUS nakłady wewnętrzne na działalność B+R w 2018 r. wyniosły 25,6 mld zł i wzrosły o 24,6% w porównaniu z 2017 r.), to jednak oceny ekspertów wskazują, że działania te nie są jeszcze wystarczające. Stworzenie odpowiednich warunków do szybkiego rozwoju sektora B+R cały czas pozostaje jednym z największych wyzwań państwa.

3.4. Normy kulturowe i społeczne

Ostatni z analizowanych bloków dotyczący norm ugruntowanych w kulturze i społeczeństwie prezentuje opinie nt. uwarunkowań, które sprzyjają indywidualnym sukcesom, kreatywności, własnej inicjatywie czy podejmowaniu ryzyka. Średnia ocena ekspertów dotycząca uwarunkowań kulturowych i społecznych w odniesieniu do przedsiębiorczości to 4,04 pkt, jest ona niższa niż w gospodarkach o wysokich dochodach (83% średniej oceny dla tych

krajów) i w objętych badaniem państwach Europy (86%) (wykres 3.1). W roku 2019 odnotowano obniżenie oceny ekspertów w stosunku do poprzednich lat (2018 – ocena 4,84 pkt, 2017 – 4,44 pkt). Jednak ocena ta jest wciąż wyższa niż w 2016 r., kiedy wynosiła 3,86 pkt. Państwa w Europie, gdzie najlepiej są oceniane uwarunkowania kulturowe do podejmowania i rozwoju działań przedsiębiorczych, to Szwajcaria (6,6), Holandia (6,5 pkt) i Norwegia (6,3 pkt).

Wykres 3.10. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – **normy kulturowe i społeczne**. Zmiany w latach 2017–2019 oraz Polska vs państwa europejskie w 2019 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania GEM – *National Expert Survey*.

Najlepiej ocenione stwierdzenia w tym bloku (wykres 3.10). dotyczą norm kulturowych i społecznych w kontekście nacisku na samowystarczalność i inicjatywę własną (4,4 pkt) oraz podkreślających odpowiedzialność osobistą w zarządzaniu własnym życiem (4,3 pkt), a także istotnego znaczenia norm kulturowych we wspieraniu indywidualnych sukcesów osiągniętych poprzez własne starania. Niestety wszystkie te stwierdzenia są ocenione poniżej średniej oceny badanych państw europejskich (odpowiednio 93%, 92% i 87%).

Istotnie niżej niż przeciętnie w krajach europejskich oceniono także stwierdzenie mówiące o tym, że normy społeczne zachęcają do kreatywności i innowacyjności – 3,6 pkt (74% oceny dla krajów odniesienia). Względnie nisko oceniono także stwierdzenie wskazujące, że normy kulturowe i społeczne w Polsce sprzyjają podejmowaniu ryzyka przez przedsiębiorców (3,6 pkt – 88% oceny krajów europejskich). Oznacza to, że według ekspertów skłonność polskich przedsiębiorców do angażowania się w bardziej ryzykowne przedsięwzięcia, jakimi są np. projekty innowacyjne, może być hamowana przez te uwarunkowania.

Podsumowanie

Analiza opinii ekspertów pozyskanych w badaniu NES w ostatnich latach pokazuje, że w 2019 r. w stosunku do poprzednich dwóch lat w Polsce nie nastąpiła poprawa uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości. Jednak trzeba wziąć pod uwagę, że w 2018 r. eksperci wyjątkowo pozytywnie (w porównaniu do poprzednich lat) ocenili te uwarunkowania.

Szereg obszarów zostało ocenionych przez polskich ekspertów podobnie lub lepiej, niż przeciętnie w krajach Europy. Należą do nich: otwartość rynku wewnętrznego, dostęp do finansowania, dostęp do infrastruktury technicznej oraz polityka rządu w zakresie przedsiębiorczości.

Natomiast poprawy wymagają przede wszystkim: edukacja przedsiębiorczości (zarówno na poziomie podstawowym i średnim, jak i na etapie uczelni i kształcenia zawodowego), polityka związana z biurokracją i podatkami, dostęp do infrastruktury komercyjnej i usługowej, obszar związany z B+R i transferem wiedzy oraz dotyczący norm kulturowych i społecznych.

Pozyskana w badaniu NES opinia ekspertów na temat polskiego ekosystemu przedsiębiorczości pokazuje, że cały czas niezbędne jest podejmowanie działań wspierających tworzenie i rozwój firm. Szczególnie dużo do zrobienia jest w zakresie edukacji przedsiębiorczości, działalności badawczo-rozwojowej i współpracy ze sferą nauki, a także ograniczenia obciążeń administracyjnych i fiskalnych.

3.5. Krajowy Wskaźnik Uwarunkowań Przedsiębiorczości (*NECI – National Entrepreneurship Context Index*)

Porównanie poszczególnych gospodarek pod względem zewnętrznych uwarunkowań mogących wpływać na przedsiębiorczość umożliwia **Krajowy Wskaźnik Uwarunkowań Przedsiębiorczości (*NECI – National Entrepreneurship Context Index*)** wprowadzony do badania GEM w 2019 r.²⁸ Jest on wyliczany na podstawie danych z badania eksperckiego dotyczącego uwarunkowań przedsiębiorczości (*National Expert Survey – NES*)²⁹. Wskaźnik ten ma pomóc w pomiarze i ocenie łatwości zakładania i rozwijania działalności gospodarczej w krajach uczestniczących w badaniu. Im wyższy wskaźnik ma dany kraj, tym lepsze panują w nim warunki do rozwoju przedsiębiorczości.

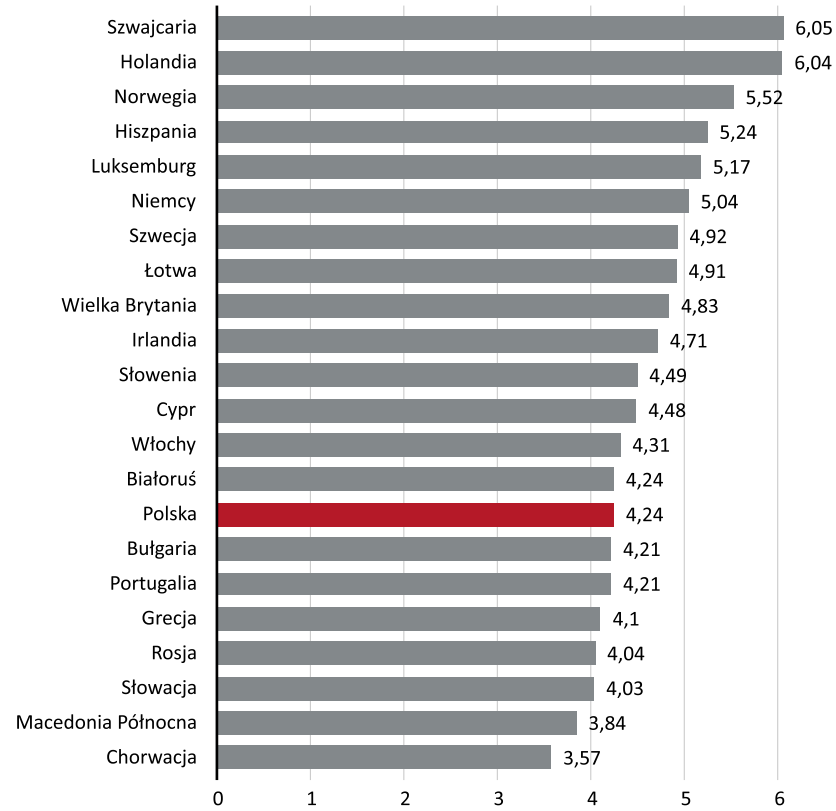
Polska, pod względem omawianego wskaźnika, zajmuje 15. miejsce wśród 22. państw Europy objętych badaniem osiągając wynik 4,42 pkt (wykres 3.11). Natomiast, gdy pod uwagę weźmiemy wszystkie 54 gospodarki uwzględnione w badaniu GEM, to nasz kraj zajmuje 36. pozycję. Świadczy to o tym, że nadal konieczne jest podejmowanie wysiłków zmierzających do poprawy warunków dla rozwoju przedsiębiorczości.

Krajem, o najwyższej wartości wskaźnika NECI w Europie, ale też wśród wszystkich państw objętych badaniem, jest Szwajcaria, tuż za nią plasuje się Holandia (wartości wskaźnika NECI odpowiednio 6,05 i 6,04). Wysoko w rankingu znalazły się także takie kraje, jak Norwegia, Hiszpania, Luksemburg i Niemcy, dla których wartość NECI przekroczyła 5 pkt. Najniższe wartości wskaźnika wśród krajów Europy dotyczą Chorwacji (3,57) i Macedonii Północnej (3,84).

²⁸ Po raz pierwszy dane dotyczące wskaźnika opublikowano w raporcie *Global Entrepreneurship Monitor – Global Report 2018/2019*.

²⁹ Obejmującego 12 obszarów tworzących krajowe determinanty przedsiębiorczości, których wpływ na nowo powstające i rozwijające się przedsiębiorstwa ocenili eksperci – patrz rozdział Uwarunkowania przedsiębiorczości. Przy czym w 2019 r. zmieniono podejście metodologiczne do wyliczeń dotyczących wskaźnika i wykorzystano skalę ocen od 1 do 10, gdzie 1 oznacza „zdecydowanie się nie zgadzam”, a 10 – „zdecydowanie się zgadzam” (w roku poprzednim była to skala od 1 do 9).

Wykres 3.11. Krajowy Wskaźnik Uwarunkowań Przedsiębiorczości w Polsce i w krajach Europy objętych badaniem NES w 2019 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania GEM – *National Expert Survey 2019*.

4. Temat specjalny – Startupy w Polsce

Zaprezentowany w niniejszym rozdziale obraz startupów w Polsce to przede wszystkim wynik odpowiedzi na dodatkowe pytania ujęte w kwestionariuszu do badań ilościowych GEM zrealizowanych wyłącznie w Polsce. Pytania te koncentrują się na kwestiach właściwych startupom i zadane zostały osobom na wczesnym etapie prowadzenia działalności (zakładającym firmy lub prowadzącym je przez okres do 3,5 roku – TEA). Dodatkowo pytania dotyczące uwarunkowań rozwoju startupów w Polsce zostały uwzględnione w narzędziu do badania jakościowego i poddane ocenie 36 ekspertów z różnych dziedzin związanych z przedsiębiorczością. Wynik tej oceny dopełnia przedstawiony opis.

4.1. Założenia metodologiczne

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:

- pre-przedsiębiorców, czyli osoby, które są w trakcie zakładania firmy lub we wczesnej fazie jej funkcjonowania, gdzie 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) i wypłacają przez ten czas wynagrodzenia.

W ten sposób wybrano grupę 431 dorosłych, tj. 5,4% badanej próby. Zbiór ten stanowił podstawę do charakterystyki działalności młodych firm. Inaczej niż w raporcie *Startupy w Polsce*³⁰ z tej grupy firm nie wyodrębniono firm technologicznych (z uwagi na zmiany metodologiczne w podejściu do badania).

³⁰ *Startupy w Polsce – raport 2019*, PARP 2019.

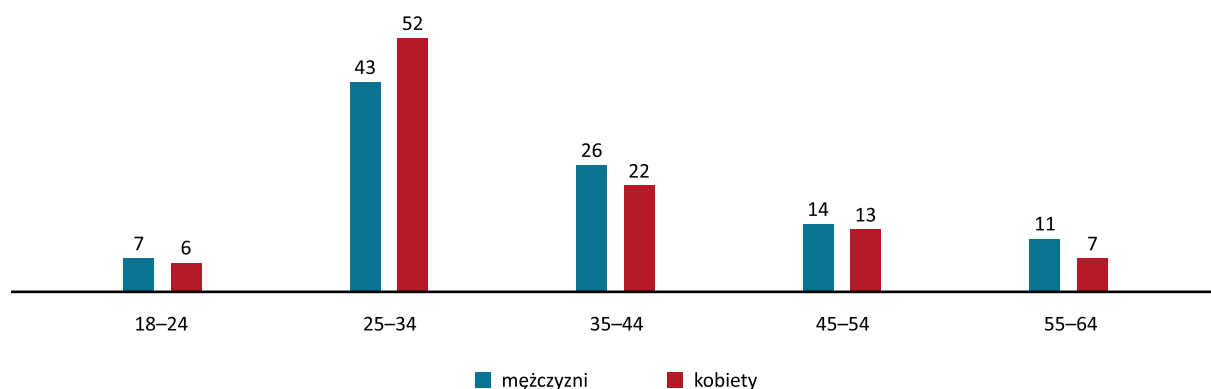
4.2. Charakterystyka osób i ich przedsięwzięć

Kto tworzy młode firmy w Polsce?

Wśród osób dorosłych zaangażowanych we wczesną działalność przedsiębiorczą większość stanowią **mężczyźni** (53%), kobiety nieco rzadziej prowadzą tego typu działalność (47%).

Niezależnie od płci pod względem **wieku** najliczniejszą grupę młodych firm stanowią osoby w wieku 25–34 lat oraz 35–44 lata. Pozostałe grupy wiekowe rzadziej angażują się w nowe przedsięwzięcia biznesowe.

Wykres 4.1. Wiek właścicieli młodych firm (%)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM za 2019 r., N=431.

Tabela 4.1. Średnia i mediana wieku osób zaangażowanych w zakładanie lub prowadzenie działalności do 3,5 roku ze względu na płeć

	Średnia	Mediana	Minimum	Maksimum
Kobiety	35,6	32,5	18,0	63,0
Mężczyźni	37,5	35,0	19,0	63,0
Ogółem	36,6	33,0	18,0	63,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM za 2019 r., N=431, kobiety N=227, mężczyźni N=204.

Jeśli chodzi o zaangażowanie biznesowe wśród kobiet i mężczyzn, to mimo że ogólnie odsetek mężczyzn jest wyższy niż kobiet, w najliczniejszym przedziale wiekowym dominują kobiety. W pozostałych przedziałach wiekowych odsetki są na zbliżonym poziomie.

Średnia wieku dla właścicieli młodych firm to 36,6 lat, mediana³¹ wieku ogółem dla obu płci jest nieco niższa – 33 lata. Wśród mężczyzn wartości zarówno średniej, jak i mediany są wyższe niż ogółem, natomiast wśród kobiet – niższe.

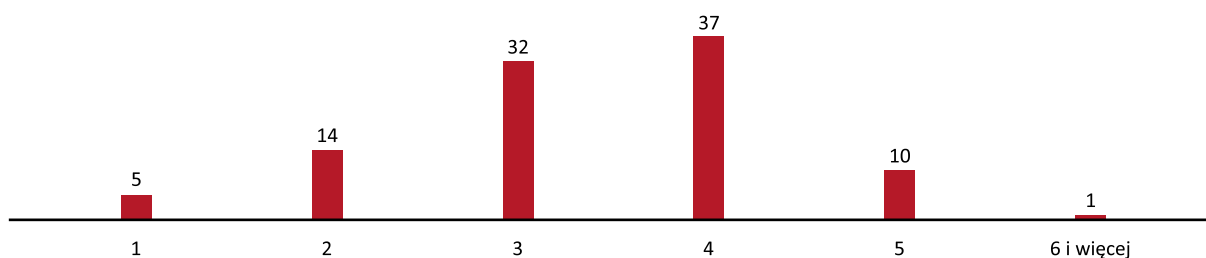
Podobnie jak w przypadku kategorii wiekowych osób prowadzących młode firmy, również pod względem **poziomu wykształcenia** nie ma znaczących różnic w odniesieniu do kobiet i mężczyzn. Zarówno 44% przedsiębiorczych kobiet, jak i mężczyzn ma wykształcenie co najmniej wyższe, zaś nieco ponad 30% obu płci – wykształcenie średnie.

Tabela 4.2. Wykształcenie właścicieli młodych firm (%)

	Kobiety	Mężczyźni
niższe niż średnie	6%	6%
średnie	35%	31%
pomaturalne i niepełne wyższe	15%	19%
wyższe, podyplomowe, doktorat	44%	44%

Źródło: opracowanie własne na bazie danych GEM za 2019 r., N=426.

Wykres 4.2. Wielkość gospodarstwa domowego młodych firm (liczba osób w gospodarstwie)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM za 2019 r., N=425.

Wyniki analizy wielkości gospodarstw domowych właścicieli młodych firm wskazują, że najwięcej młodych firm jest zakładana przez **osoby będące w 4-osobowych gospodarstwach domowych** i są to najwyższe odsetki zarówno wśród kobiet, jak i mężczyzn.

³¹ Medianę można inaczej nazwać wartością środkową. Jej zaletą jest to, że jest niezależna od wartości skrajnych.

Dla 83% osób dorosłych prowadzących młode firmy miesięczne deklarowane dochody gospodarstw domowych przekraczają 4 tys. zł, a dla 40% są większe niż 7 tys. zł.

Czynniki, które miały największy wpływ na podjęcie decyzji o założeniu działalności biznesowej

W przypadku osób prowadzących młode firmy najczęstszym czynnikiem wpływającym na podjęcie decyzji o założeniu działalności biznesowej była potrzeba usamodzielnienia się (27%), a także chęć wykorzystania doświadczenia zdobytego w dotychczasowej pracy (23%). Najrzadziej wskazywane były takie powody jak: możliwość zainwestowania posiadanego kapitału, inspiracje z Internetu/mediów, możliwość założenia biznesu na próbę, na uczelni w ramach funkcjonującego akademickiego inkubatora przedsiębiorczości.

Szczegółowe dane nt. czynników, które miały największy wpływ na podjęcie decyzji o założeniu własnego biznesu, przedstawia tabela 4.3. Jak widać, w pierwszej trójce najczęściej wskazywanym czynnikiem jest również ciekawy pomysł na biznes (12%).

Tabela 4.3. Czynniki, które miały największy wpływ na podjęcie decyzji o założeniu firmy

Chęć usamodzielnienia się	27%
Chęć wykorzystania doświadczenia zdobytego w dotychczasowej pracy	23%
Ciekawy pomysł na biznes	12%
Niezadowolenie z poprzedniej pracy	7%
Wcześniejsze doświadczenia z prowadzenia własnej firmy	6%
Utrata pracy	6%
Zachęta ze strony rodziny/przyjaciół	5%
Tradycje przedsiębiorcze w rodzinie	5%
Spełnienie marzeń	5%
Możliwość zainwestowania posiadanego kapitału	2%
Inspiracje z Internetu/mediów	2%
Możliwość założenia biznesu na próbę, na uczelni w ramach funkcjonującego akademickiego inkubatora przedsiębiorczości	1%

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM za 2019 r., N=431.

Rozwój młodych firm

W powstawaniu, a następnie rozwoju firmy można wyróżnić kilka etapów:

- Wstępna koncepcja produktu/usługi i tworzenie założeń modelu biznesowego
- Praca nad produktem/usługą – prototypowanie
- Wejście z produktem/usługą na rynek
- Umacnianie pozycji na rynku
- Stabilizacja firmy i przyjętego modelu biznesowego
- Dalszy rozwój i ekspansja na rynku

Przedstawione w niniejszym rozdziale wyniki badań wskazują, że najwięcej młodych firm znajduje się na etapie wejścia z produktem/usługą na rynek (25%) (Tabela 4.4). Prawdopodobnie nie bez znaczenia jest tu fakt, że większość młodych firm to firmy w trakcie organizacji (szczegół – patrz Rozdział 2.3). W przypadku młodych firm jest to jeden z ważniejszych kroków, stanowiący często o powodzeniu całego biznesu. Na tym etapie dochodzi do realnej weryfikacji popytu na dany produkt lub usługę. Kolejna grupa to 23% młodych firm i umacnianie pozycji na rynku (23%). Również sporo, bo 19% młodych firm znajduje się na etapie pracy nad produktem/usługą, tzw. prototypowanie (i jest to trzecia największa pod względem odsetka wskazań kategoria w pytaniu o etapy rozwoju). Dość znaczny odsetek 15% respondentów jest na najwcześniejszym etapie – wstępnej koncepcji produktu/usługi i tworzenie założeń modelu biznesowego. Na etap stabilizacji firmy i przyjętego modelu biznesowego, dalszego rozwoju i ekspansji na rynku wskazuje łącznie 17% firm. Poniższe odpowiedzi wskazują, że wciąż pojawia się znaczna liczba osób przedsiębiorczych, które mają nowe pomysły i koncepcje i które będą musiały zmierzyć się z wyzwaniami rynku.

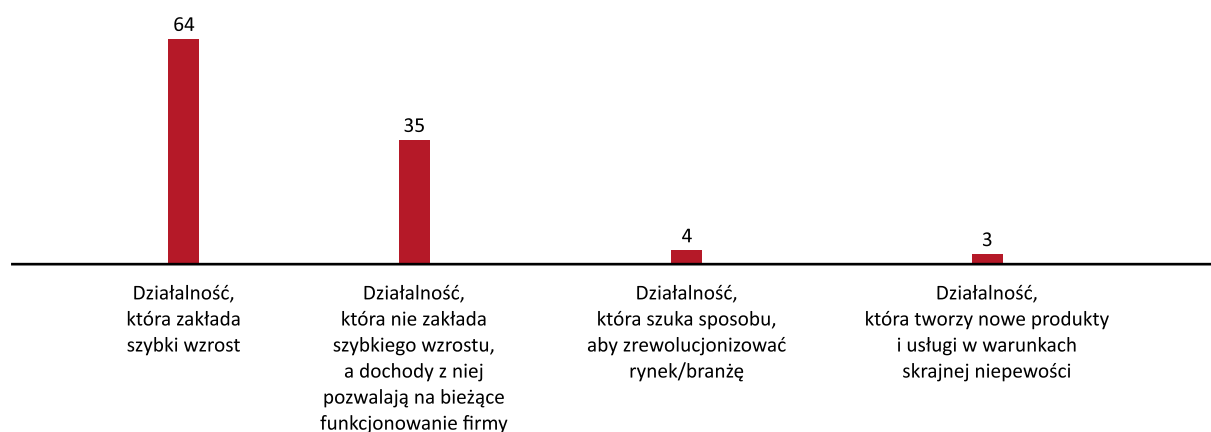
Tabela 4.4. Na jakim etapie rozwoju jest Pana/Pani przedsięwzięcie biznesowe?

Wejście z produktem/usługą na rynek	25%
Umacnianie pozycji na rynku	23%
Praca nad produktem/usługą – prototypowanie	19%
Wstępna koncepcja produktu/usługi i tworzenie założeń modelu biznesowego	15%
Dalszy rozwój i ekspansja na rynku	9%
Stabilizacja firmy i przyjętego modelu biznesowego	8%
Żadne z powyższych	1%

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM za 2019 r., pozostałe N=431.

Zadaliśmy osobom prowadzącym młode firmy pytanie, które podejmuje próbę zdefiniowania celu prowadzonej działalności. Odpowiedzi na nie zawarte są na wykresie 3. Jak widać, **ponad połowa osób prowadzących młode firmy jest nastawiona na osiągnięcie szybkiego wzrostu swojego przedsięwzięcia (64%), a 35% wprost przeciwnie – nie zakłada szybkiego wzrostu, lecz osiąga dochody pozwalające na pokrycie kosztów związanych z bieżącym funkcjonowaniem firmy.** Jedynie 4% młodych firm prowadzi działalność, w której szuka sposobu, aby zrewolucjonizować rynek/branżę, zaś 3% tworzy nowe produkty i usługi w warunkach skrajnej niepewności.

Wykres 4.3. Które ze stwierdzeń najlepiej opisuje Pana/Pani obecną działalność?

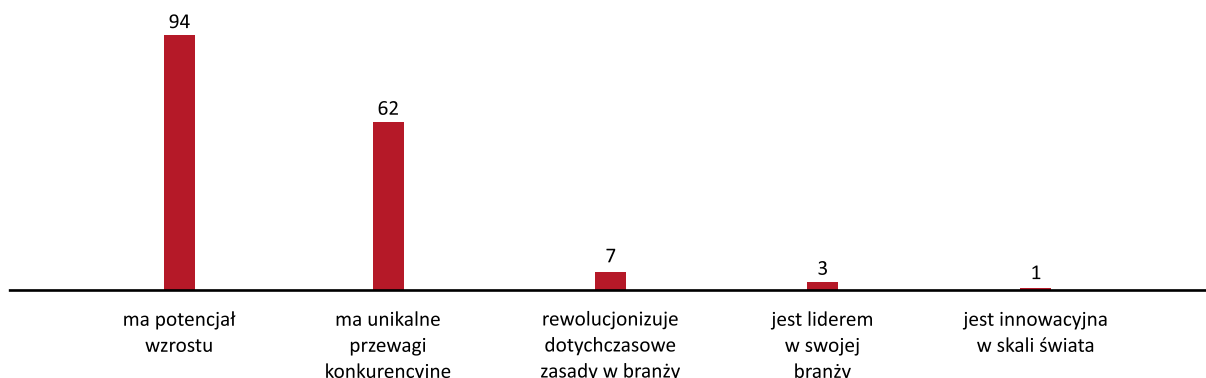


Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM za 2019 r., N=431; pytanie wielokrotnego wyboru.

Młode firmy na tle otoczenia

Niemal wszyscy właściciele młodych firm (94%) uważają, że na tle konkurencji ich firma ma potencjał wzrostu. Ponad połowa (62%) jest zdania, że ma unikalne przewagi konkurencyjne.

Znacznie rzadziej wskazują, że rewolucjonizują dotychczasowe zasady w branży (7%), czy też że są liderem w swojej branży (3%). Tylko 1 na 100 respondentów postrzega swoją działalność jako innowacyjną w skali świata.

Wykres 4.4. Czym wyróżnia się Pana/Pani firma na tle konkurencji?

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM za 2019 r., N=431; pytanie wielokrotnego wyboru.

Finansowanie działalności przez młode firmy

Według badania „Polscy przedsiębiorcy o usługach bankowych” Związku Banków Polskich i Warszawskiego Instytutu Bankowości 81% badanych małych oraz 89% średnich firm wskazało na środki własne jako źródło finansowania dotychczasowej działalności firmy³². Znaczna część przedsiębiorstw nie korzysta z finansowania zewnętrznego. Potwierdzają to także dane GUS dotyczące źródeł finansowania nakładów inwestycyjnych w firmach. Niemal $\frac{3}{4}$ nakładów inwestycyjnych przedsiębiorstw było finansowanych środkami własnymi (73%), 10% – z kredytów i pożyczek krajowych, a 5% ze źródeł zagranicznych³³. Im większe przedsiębiorstwo, tym zaangażowanie środków własnych na finansowanie inwestycji jest większe (małe firmy – 72,6%, średnie – 68,9% a duże – 75,1%)³⁴.

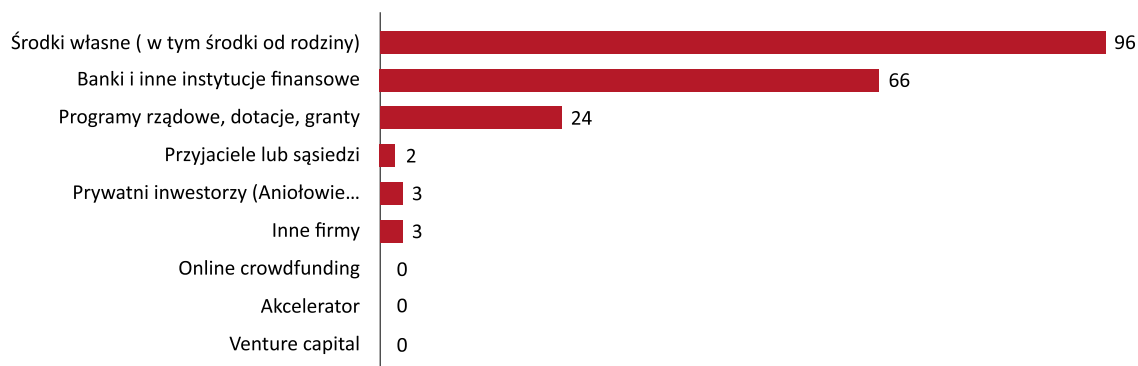
Wyniki badania GEM wskazują, że osoby będące na etapie zakładania lub prowadzenia działalności do 3,5 roku finansują swoją działalność przede wszystkim ze środków własnych (96%), środków udostępnionych przez banki i instytucje finansowe (66%) oraz programów rządowych, dotacji, grantów (24%). Badana grupa młodych firm praktycznie nie korzystała z crowdfundingu, akceleratorów czy venture capital. Pojedyncze przypadki przy zakładaniu firmy otrzymały pomoc finansową od rodziny, przyjaciół, prywatnych inwestorów czy od innych firm.

³² <https://zbp.pl/wydarzenia/archiwum/wydarzenia/2018/czerwiec/mikro-male-i-srednie-przedsiębiorstwa-o-usługach-finansowych>.

³³ Dane dotyczą 2017 r., dane zamówione przez PARP w 2019 r. w GUS, zakupione na potrzeby *Raportu o stanie sektora MSP* i innych analiz; dane nie obejmują mikroprzedsiębiorstw.

³⁴ Ibidem.

Wykres 4.5. Z jakich źródeł finansowania korzysta Pan(i) podczas zakładania/prowadzenia firmy?

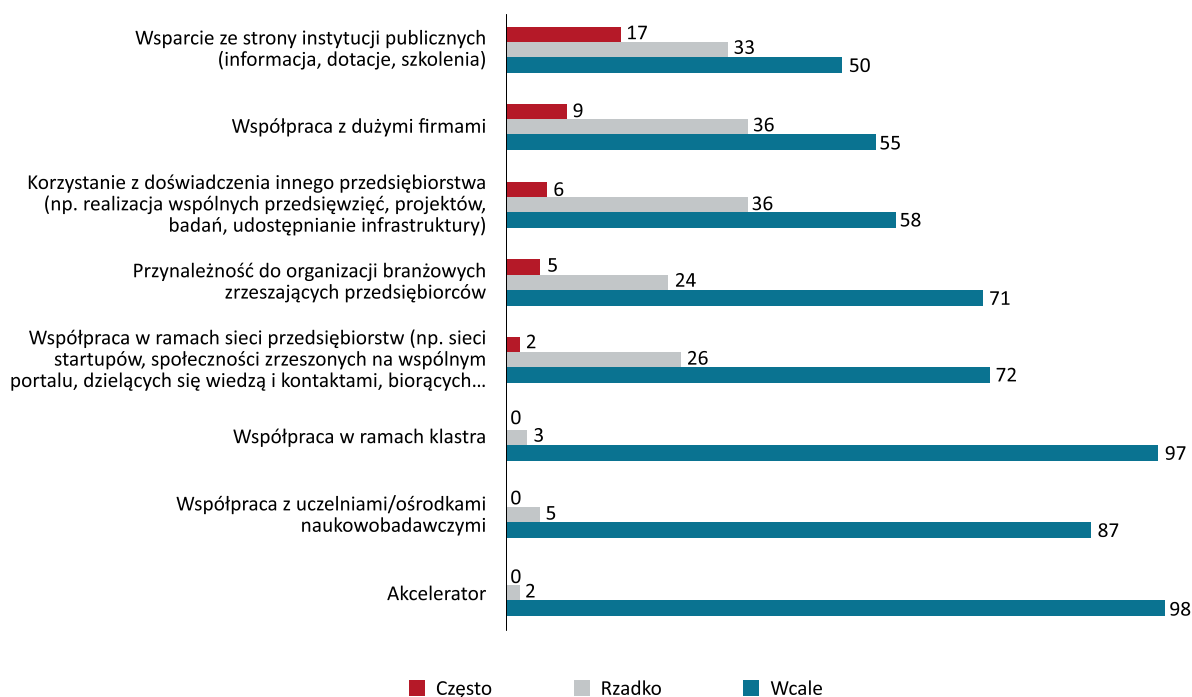


Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM za 2019 r., N=431.

Z kim współpracują młode firmy?

Osoby zakładające lub prowadzące działalność do 3,5 roku, zapytane o współpracę z różnymi podmiotami znajdującymi się w ich otoczeniu wskazały przede wszystkim na instytucje publiczne oraz inne przedsiębiorstwa. W przypadku instytucji publicznych jest to relacja jednostronna i dotyczy korzystania z informacji, dotacji czy szkoleń – 17% badanych potwierdziło, że często korzysta ze wsparcia, zaś 33% – rzadko. Z dużymi przedsiębiorstwami z różną częstotliwością współpracuje 45% młodych firm (w tym często 9%), podobnie wygląda aktywność tej grupy, jeśli chodzi o korzystanie z doświadczeń innych firm poprzez realizację wspólnych projektów, badań czy infrastruktury (6% robi to często). Również 5% młodych firm zadeklarowało, że przynależy do organizacji branżowych zrzeszających przedsiębiorców.

Mimo powszechnej opinii na temat potrzeby i zasadności współpracy biznesu z nauką uczelnianą i jednostki badawcze nie są najczęstszymi kooperantami młodych firm. Z takiej współpracy z rzadka korzysta tylko 5% młodych firm.

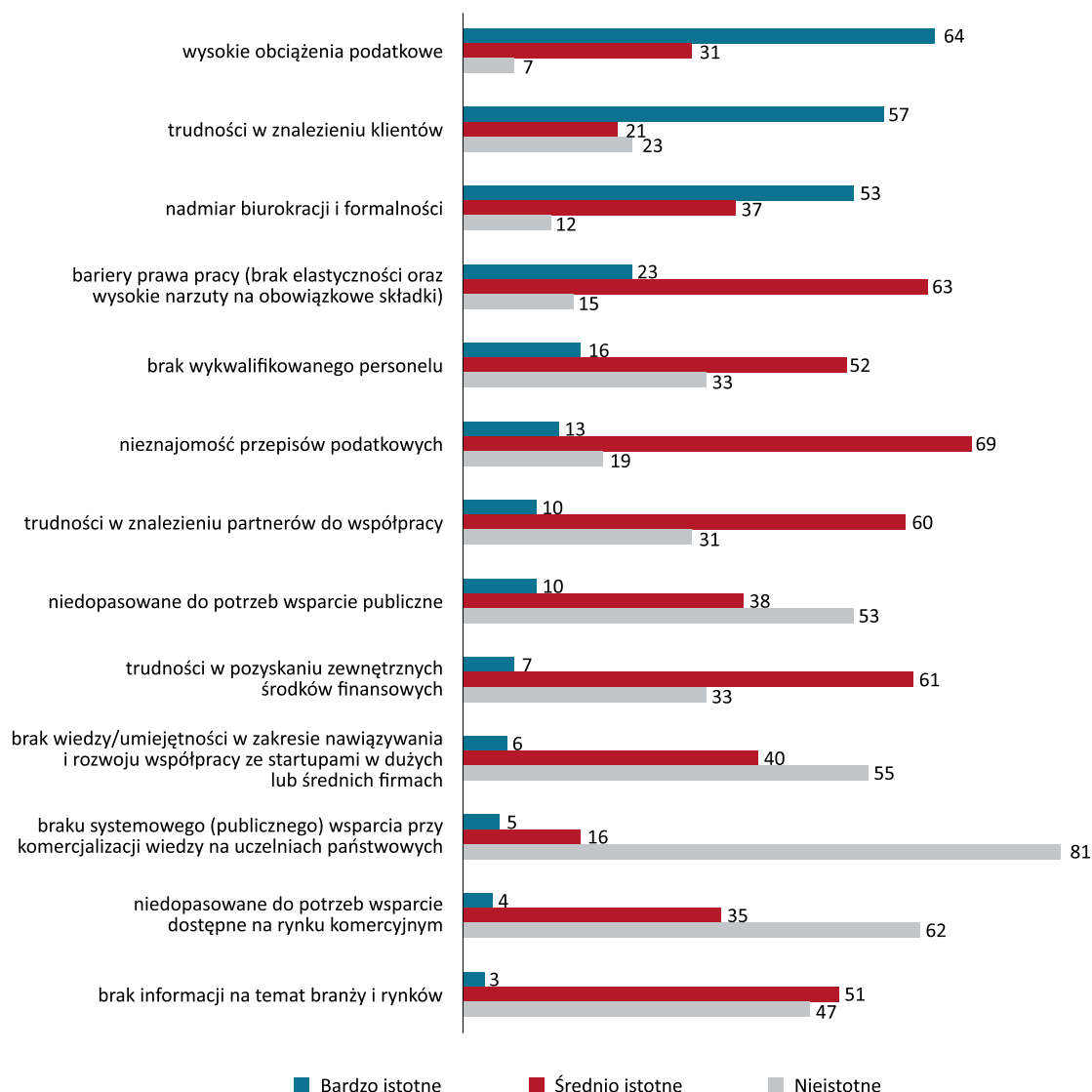
Wykres 4.6. Częstotliwość różnych form współpracy młodych firm z otoczeniem

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM za 2019 r., N=431.

4.3. Czynniki i bariery rozwoju młodych firm

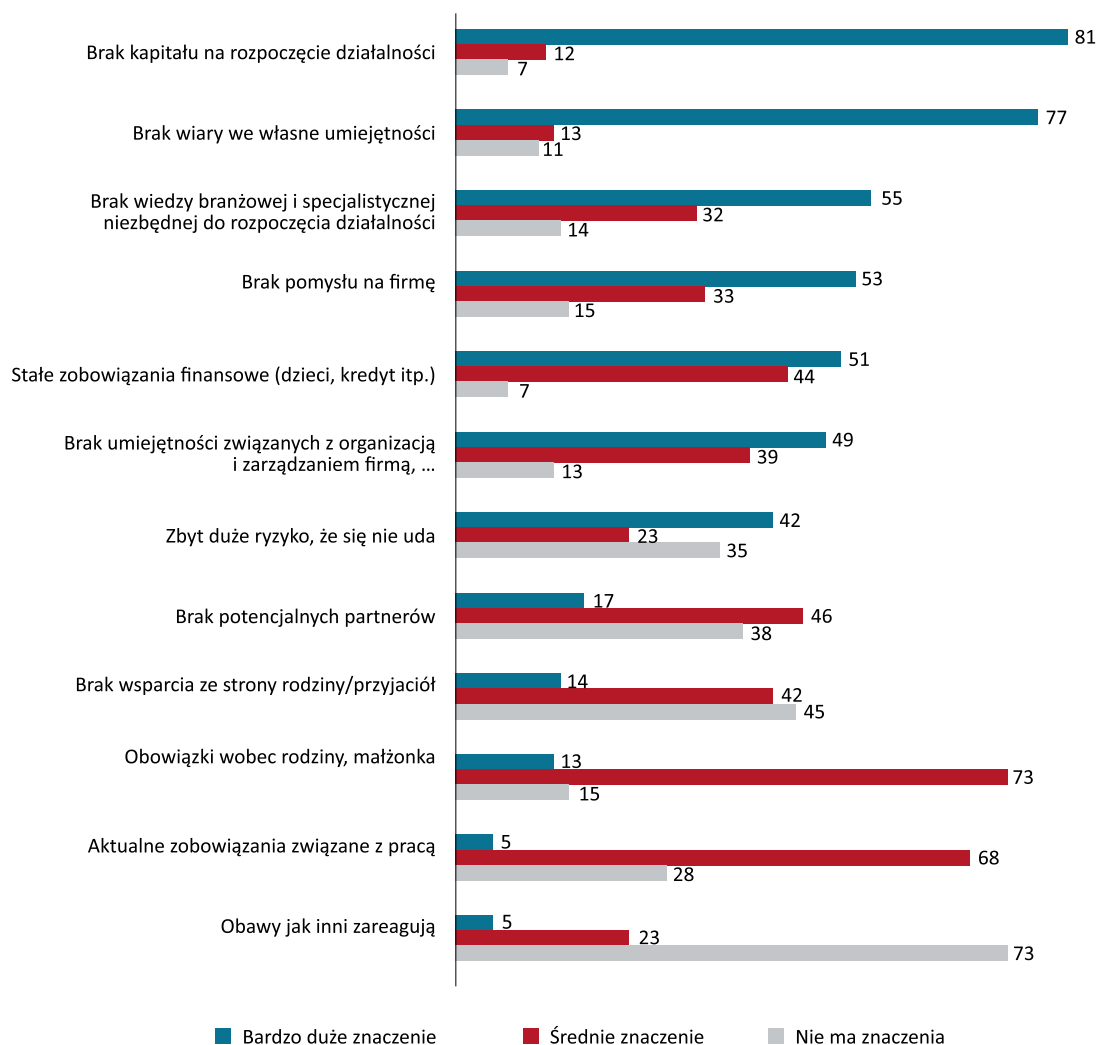
Osoby będące na wczesnym etapie prowadzenia działalności gospodarczej wyróżniają 3 kluczowe czynniki utrudniające ich rozwój. Należą do nich: wysokie obciążenia podatkowe, trudności w znalezieniu klientów i nadmiar biurokracji i formalności.

Dla ponad 3/5 osób prowadzących młode firmy największym problemem w rozwoju są wysokie obciążenia podatkowe. Trudności w znalezieniu klientów to druga najczęściej wymieniana w naszym badaniu bariera rozwoju tego typu firm. Wskazuje na nią niemal 60% badanych. Wydaje się, że jest to dość znaczny problem, bo popyt na produkty i usługi jest kluczowy w bieżącym funkcjonowaniu firmy, a tym bardziej w rozwoju firmy. Nadmiar biurokracji to trzecia najważniejsza bolączka, która utrudnia rozwój firm.

Wykres 4.7. Czynniki utrudniające rozwój firmy

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM za 2019 r., N=431.

Bariery związane z prawem pracy (brak elastyczności prawa i wysokie narzuty), brak wykwalifikowanych pracowników, nieznajomość przepisów podatkowych, trudności w znalezieniu partnerów, trudności w pozyskaniu zewnętrznych źródeł finansowania to bariery wymieniane jako średnio istotne, ale przez znaczną grupę respondentów – ponad 60%. Jak widać, dla krótko funkcjonujących podmiotów są to ważne czynniki, które zapewne powinny być szerzej rozpatrywane – pod kątem elastyczności regulacji wynikających z prawa pracy, szczególnie w zakresie zatrudniania, czasu pracy i zwolnień, co wymaga dodatkowych badań.

Wykres 4.8. Czynniki, które mogą powstrzymać przed założeniem firmy typu startup

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM za 2019 r., N=431

Dlaczego firmy typu startup nie powstają? Jak pokazują wyniki badania GEM, osoby będące na wczesnym etapie prowadzenia działalności wskazują 5 kluczowych czynników, które powstrzymują dorosłych Polaków przed założeniem firm typu startup. Są to:

- brak kapitału na rozpoczęcie działalności – 81%
- brak wiary we własne umiejętności – 77%
- brak wiedzy branżowej i specjalistycznej niezbędnej do rozpoczęcia działalności – 55%
- brak pomysłu na firmę – 53%
- stałe zobowiązania finansowe (dzieci, kredyt itp.) – 51%

Pozostałe czynniki, tj.: brak umiejętności związanych z organizacją i zarządzaniem firmą, niezbędnych do rozpoczęcia działalności – 49%, zbyt duże ryzyko, że się nie uda – 42%, brak potencjalnych partnerów – 17%, brak wsparcia ze strony rodziny/przyjaciół – 14%, obowiązki wobec rodziny, małżonka – 13%, aktualne zobowiązania związane z pracą – 5%, obawy, jak inni zareagują – 5% – nie były tak często wskazywane.

Interesujący jest relatywnie wysoki odsetek wskazań na przyczynę, jaką jest brak wiary we własne umiejętności czy brak umiejętności związanych z organizacją i zarządzaniem firmą. W rozdziale 2.2 niniejszego raportu, gdzie opisane są postawy przedsiębiorcze Polaków, wskazaliśmy, że 50% dorosłych Polaków jest przekonanych o posiadaniu wystarczających umiejętności do prowadzenia firmy. Wydaje się więc, że doświadczenie w prowadzeniu własnego biznesu znacząco zmienia pogląd na tę kwestię.

4.4. Eksperska ocena uwarunkowań rozwoju startupów

W ramach prowadzonego w GEM badania jakościowego *National Experts Survey – NES 36* ekspertów z Polski, zajmujących się różnymi dziedzinami (finansowanie, polityka rządu, programy rządowe, otwartość i dynamika rynku krajowego, normy kulturowe i społeczne, edukacja, B+R, infrastruktura usługowa, infrastruktura techniczna) powiązanych bezpośrednio lub pośrednio z przedsiębiorczością, zostało zapytanych o zdanie na temat uwarunkowań powstawania startupów i warunków ich rozwoju. Respondenci oceniali poszczególne stwierdzenia, wybierając odpowiednią opcję od 0 – zdecydowanie się nie zgadzam do 10 – zdecydowanie się zgadzam, gdzie 5 – ani się zgadzam, ani się nie zgadzam. Poniżej prezentowane są wyniki tylko w kontekście rozwoju startupów, szersze opracowanie wyników w zakresie oceny uwarunkowań rozwoju firm w Polsce zamieszczone jest w rozdziale 3.

Zdaniem ekspertów startupy odgrywają dość ważną rolę w gospodarce, co obrazuje średnia ocena ekspertów i mediana dla tego stwierdzenia – ok. 7 pkt. Z uwagi na znaczenie i rolę młodych technologicznych firm eksperci uważają, że potrzebne są działania szkoleniowo-doradcze dla dużych i średnich firm z obszaru budowania i rozwoju współpracy ze startupami. Ocena ekspercka dostępnej infrastruktury dla startupów w postaci przestrzeni co-workingowej

czy dostępu do platform umożliwiających networking oraz wsparcie mentorskie znajduje się w Polsce na średnim poziomie. Rynek funduszy dla startupów w Polsce dopiero się rozwija. Ocena ekspercka kwestii finansowania startupów przez fundusze Seed Capital/Venture Capital wynosi ok.4,69 pkt., co oznacza, że eksperci raczej nie zgadzają się ze stwierdzeniem, że „startupy mają zapewnione finansowanie ze strony funduszy Seed Capital/Venture Capital”.

Tabela 4.5. Podstawowa statystyka opisowa ocen ekspertów dla poszczególnych stwierdzeń

	N	Średnia	Mediana	Minimum	Maksimum
Potrzebne są działania szkoleniowo-doradcze dla dużych i średnich firm z obszaru budowania i rozwoju współpracy ze startupami.	36	6,94	7,5	0	10
Startupy są kluczowe dla rozwoju gospodarki.	36	6,39	7	2	10
Występuje wystarczająco dużo przestrzeni co-workingowej dla startupów.	36	5,89	6	2	10
Startupy mają łatwy dostęp do platform umożliwiających networking oraz wsparcie mentorskie.	35	5,69	5	0	9
Zasady programów publicznych wspierających startupy są przejrzyste.	36	5,03	5	0	9
Programy publiczne wspierające startupy odpowiadają na ich potrzeby.	36	4,89	5	0	10
Startupy mają zapewnione finansowanie ze strony funduszy Seed Capital/Venture Capital.	35	4,69	5	2	9
Duże i średnie firmy chętnie podejmują współpracę ze startupami.	36	4,56	5	0	9
Startupy mają łatwy dostęp do kredytów i pożyczek.	36	4,39	5	0	8

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM za 2019 r.

Eksperti przeciętnie ocenili przejrzystość zasad programów publicznych, wspierających startupy, nieco słabiej wypadła ocena dostosowania oferty do ich potrzeb. Za to relatywnie nisko ocenili dostęp do kredytów i pożyczek oraz współpracę dużych i średnich firm ze startupami.

4.5. Podsumowanie

Badanie przeprowadzone na reprezentatywnej ogólnokrajowej próbie dorosłych (18–64 lat) w Polsce w 2019 r. wskazuje, że jest ponad 1,3³⁵ mln dorosłych osób związanych z działalnością firm nie starszych niż 3,5 roku.

W działalność młodych firm nieznacznie częściej zaangażowani są mężczyźni niż kobiety (53% vs 47%). Średnia wieku osób związana z rozwojem tego typu biznesu to 36,6 lat. Jest to grupa dobrze wykształcona – ok. 44% osób z co najmniej wyższym wykształceniem. Dla porównania w Polsce odsetek osób z wyższym wykształceniem w 2018 r. wynosił około 30%³⁶.

Wyniki wskazują na ogromny potencjał młodych firm. Jednocześnie należy pamiętać, że wśród młodych firm są podmioty w fazie organizacji działalności, z których część nie jest jeszcze zarejestrowana i może nigdy nie powstać. Powodów może być wiele. Wśród kluczowych czynników, na które wskazują właściciele młodych firm, powstawaniu startupów nie sprzyja: brak kapitału na rozpoczęcie działalności, brak wiary we własne umiejętności, brak wiedzy branżowej i specjalistycznej niezbędnej do rozpoczęcia działalności, brak pomysłu na firmę czy stałe zobowiązania finansowe. Rozwój istniejących firm jest z kolei trudny z uwagi na wysokie obciążenia podatkowe, trudności w znalezieniu klientów i nadmiar biurokracji czy formalności.

Z eksperckiej oceny uwarunkowań rozwoju startupów wynika jednocześnie, że choć startupy są kluczowe dla rozwoju gospodarki, to ekosystem startupowy, m.in. dostęp do zewnętrznego finansowania czy rynek funduszy, nie jest wystarczająco rozwinięty. Jednocześnie szeroka oferta ze strony podmiotów publicznych dla startupów została przeciętnie oceniona przez ekspertów jako relatywnie przejrzysta, ale niekoniecznie dopasowana do potrzeb młodych firm technologicznych.

Wyniki wskazują, że aby w Polsce powstawały i rozwijały się młode firmy, trzeba wzmocnić te podmioty zarówno na początkowym, jak i na późniejszym etapie procesu przedsiębiorczości. Należy zadbać o rozwój kompetencji związanych z organizacją i zarządzaniem firmą, niezbędnych do rozpoczęcia działalności oraz umiejętności zdobywania kapitału czy orientacji w przepisach.

³⁵ Liczba osób dorosłych 18–64, wg GUS w VI 2019 – 24 613 058. Według badania 5,4% stanowią osoby zaangażowane w działalność firm do 3,5 roku.

³⁶ Dane dotyczą osób w wieku 15–64 lata.



www.parp.gov.pl

/Teksty alternatywne do rysunków i wykresów/

➔ Rysunek 1.1

Model procesu przedsiębiorczego według GEM

Źródło: N. Bosma, D. Kelley, *Global Entrepreneurship Monitor 2018/2019 Global Report*, GERA 2019, s. 16.

//Informacje z pól przedstawionych na rysunku ujęto w nawiasach kwadratowych.//

Rysunek to układ pól z tekstem i strzałek, które pokazują kolejne kroki procesu przedsiębiorczego według GEM. Pierwsze pole wskazuje na osobę potencjalnego przedsiębiorcy.

[Potencjalny przedsiębiorca: rozpoznawanie okazji biznesowych, wiedza i umiejętności biznesowe]

Gdy pojawi się pomysł na biznes potencjalny przedsiębiorca zaczyna zakładać firmę.

[Pre-przedsiębiorca – zakładanie firmy]

Istotnymi czynnikami w tym procesie są charakterystyki indywidualne pre-przedsiębiorcy.

[Charakterystyki indywidualne: płeć, wiek, motywacja]

Po zakończeniu procesu tworzenia firmy powstaje nowa firma.

[Nowa Firma – właściciel firmy (do 3,5 roku na rynku)]

Nowe firmy zaczynają oddziaływać na rynek.

[Oddziaływanie: wzrost (miejsca pracy), innowacje, internacjonalizacja]

Pre-przedsiębiorcy i nowe firmy tworzą razem sektor TEA – młode firmy. Charakterystyka tych firm zależy od: charakterystyk indywidualnych pre-przedsiębiorcy, sektora działalności firmy oraz od oddziaływania nowego biznesu.

Jeśli firma przetrwa okres 3,5 lat wówczas staje się dojrzałą firmą.

[Dojrzała firma – właściciel firmy (powyżej 3,5 roku na rynku)].

Kolejnym etapem może być [Zaprzestanie prowadzenia działalności gospodarczej], co oznacza, że przedsiębiorca może ponownie stać się potencjalnym przedsiębiorcą.

← powrót do tekstu

➔ Rysunek 1.2

Model koncepcyjny GEM

Źródło: N. Bosma, D. Kelley, *Global Entrepreneurship Monitor 2018/2019 Global Report*, GERA 2019.

//Informacje z pól przedstawionych na rysunku ujęto w nawiasach kwadratowych.//

Rysunek to układ pól z tekstem i strzałek, które pokazują model koncepcyjny GEM. Pierwsze pole odnosi się do uwarunkowań społecznych, kulturowych, politycznych i gospodarczych na które składają się [uwarunkowania krajowe i uwarunkowania przedsiębiorczości, a w nich wyróżnione podstawowe wymagania, czynniki zwiększające efektywność oraz innowacje i zaawansowanie biznesu]. Wszystkie powyższe uwarunkowania wpływają na [wartości społeczne dotyczące przedsiębiorczości], [indywidualne cechy (psychologiczne, demograficzne, motywacyjne)] oraz na aktywność przedsiębiorczą.

[Aktywność przedsiębiorcza:

Według fazy cyklu życia przedsiębiorstwa: pre-przedsiębiorcy, nowe firmy, dojrzałe firmy, zaprzestanie działalności

Według typu przedsiębiorstwa: innowacyjne, umiędzynarodowione.

Według rodzaju przedsiębiorczości: własna działalność (TEA, dojrzałe firmy), intraprzsiębiorczość (EEA).]

Od aktywności przedsiębiorczej zależą [efekty przedsiębiorczości (miejsca pracy, wartość dodana)]. Natomiast od efektów przedsiębiorczości oraz od uwarunkowań społecznych, kulturowych, politycznych i gospodarczych zależą [efekty (rozwój społeczno-gospodarczy)]. Efekty mają z kolei wpływ na uwarunkowania społeczne, kulturowe, polityczne i gospodarcze.

← powrót do tekstu

➔ Wykres 2.1

Spółeczna percepcja przedsiębiorczości w Polsce na tle średniej dla badanych państw Europy oraz grup gospodarek według poziomu dochodu w 2019 r. (% dorosłych w wieku 18–64 lata)

//Dane z wykresu słupkowego przedstawiono w formie tabeli.//

Poziom dochodu	Uznanie przedsiębiorczości za dobrą ścieżkę kariery	Wysoki status przedsiębiorcy	Dostrzeganie tematyki przedsiębiorczości w mediach
niski poziom dochodu	69	66	56
średni poziom dochodu	66	72	68
wysoki poziom dochodu	60	70	64
Europa	59	66	59
Polska	78	77	37

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

← powrót do tekstu

➔ Wykres 2.2

Percepcja przedsiębiorczości w polskim społeczeństwie w latach 2011–2019 (% dorosłych)

//Dane z wykresu liniowego przedstawiono w formie tabeli.//

Rok	Uznanie przedsiębiorczości za dobrą ścieżkę kariery	Wysoki status przedsiębiorcy	Dostrzeganie tematyki przedsiębiorczości w mediach
2011	73	64	58
2012	68	57	56
2013	67	60	59
2014	63	56	55
2015	61	56	52
2016	62	56	58
2017	79	68	51
2018	86	76	46
2019	78	77	37

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GEM.

← powrót do tekstu

➔ Wykres 2.3

Postawy przedsiębiorcze w Polsce na tle średniej dla badanych państw Europy oraz grup gospodarek według poziomu dochodu w 2019 r. (% dorosłych)

//Dane z wykresu słupkowego przedstawiono w formie tabeli.//

Poziom dochodu	Intencje przedsiębiorcze	Pozytywna ocena warunków do założenia firmy w bliskim otoczeniu	Samoocena zdolności przedsiębiorczych	Strach przed porażką
niski poziom dochodu	42	51	56	48
średni poziom dochodu	26	49	58	45
wysoki poziom dochodu	20	53	55	40
Europa	12	50	51	40
Polska	6	87	50	46

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

← powrót do tekstu

➔ Wykres 2.4

Postawy przedsiębiorcze Polaków w latach 2011–2019 (% dorosłych)

//Dane z wykresu liniowego przedstawiono w formie tabeli.//

Rok	Intencje przedsiębiorcze	Pozytywna ocena warunków do założenia firmy w bliskim otoczeniu	Samoocena zdolności przedsiębiorczych	Strach przed porażką
2011	23	33	52	43
2012	22	20	54	44
2013	17	26	52	47
2014	16	31	54	51
2015	20	33	56	48
2016	21	40	60	48
2017	10	69	52	34
2018	10	69	47	31
2019	6	87	50	46

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

← powrót do tekstu

➔ Wykres 2.5

Talent do przedsiębiorczości – samoocena predyspozycji przedsiębiorczych Polaków na tle państw Europy w 2019 r.

//Dane z wykresu słupkowego przedstawiono w formie tabeli.//

Państwo	Inni uważają mnie za osobę kreatywną/innowacyjną (KREATYWNOŚĆ)	Każda moja decyzja jest częścią długookresowego planu kariery (WIZJA)
Białoruś	48	33
Chorwacja	47	66
Cypr	46	57
Grecja	49	77
Hiszpania	51	62
Holandia	43	41
Irlandia	22	23
Luksemburg	39	61
Łotwa	52	61
Macedonia Północna	68	76
Niemcy	50	49
Norwegia	27	46
Polska	52	49
Portugalia	57	77
Rosja	30	37
Słowacja	42	60
Słowenia	59	64
Szwajcaria	45	38
Szwecja	47	37
Wielka. Brytania	50	55
Włochy	24	26

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

← powrót do tekstu

➔ Wykres 2.6

Talent do przedsiębiorczości – samoocena predyspozycji przedsiębiorczych Polaków na tle państw Europy w 2019 r.

//Dane z wykresu słupkowego przedstawiono w formie tabeli.//

Państwo	Inni uważają mnie za osobę kreatywną/innowacyjną (KREATYWNOŚĆ)	Każda moja decyzja jest częścią długookresowego planu kariery (WIZJA)
Białoruś	39	49
Chorwacja	54	57
Cypr	33	33
Grecja	66	51
Hiszpania	51	56
Holandia	28	43
Irlandia	37	26
Luksemburg	45	59
Łotwa	51	58
Macedonia Północna	56	63
Niemcy	46	48
Norwegia	36	70
Polska	45	52
Portugalia	51	56
Rosja	42	51
Słowacja	50	59
Słowenia	44	61
Szwajcaria	33	39
Szwecja	31	57
Wielka. Brytania	39	61
Włochy	25	28

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

← powrót do tekstu

➔ Wykres 2.7**Poziom aktywności przedsiębiorczej w Polsce na tle średniej dla badanych państw Europy i grup gospodarek według poziomu dochodu w 2019 r. (% dorosłych)**

//Dane z wykresu słupkowego przedstawiono w formie tabeli.//

Poziom dochodu	Osoby w trakcie organizacji firm	Nowe firmy	TEA – osoby prowadzące młode firmy	Dojrzałe firmy
niski poziom dochodu	6,2	5,2	11,2	9,2
średni poziom dochodu	8,7	6,6	14,9	8,4
wysoki poziom dochodu	7,8	4,7	12,3	7,5
Europa	5,5	3,7	9,2	7,8
Polska	3,6	1,8	5,4	12,8

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

[← powrót do tekstu](#)**➔ Wykres 2.8****Poziom przedsiębiorczości w Polsce w latach 2011–2019 (% dorosłych)**

//Dane z wykresu liniowego przedstawiono w formie tabeli.//

Rok	Osoby w trakcie organizacji firm	Nowe firmy	TEA – osoby prowadzące młode firmy	Dojrzałe firmy
2011	6	3,1	9	5
2012	4,8	4,6	9,4	5,8
2013	5,1	4,3	9,3	6,5
2014	5,8	3,6	9,2	7,3
2015	5,7	3,5	9,2	5,9
2016	4,6	6,1	10,7	7,1
2017	6,7	2,2	8,9	9,8
2018	4,1	1,1	5,2	13
2019	3,6	1,8	5,4	12,8

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

[← powrót do tekstu](#)

→ Wykres 2.9**Zaprzestanie działalności gospodarczej – osoby, które w badaniu w 2019 r. przyznały, że w ciągu ostatnich 12 miesięcy zakończyły prowadzenie biznesu (% dorosłych)**

//Dane z wykresu słupkowego przedstawiono w formie tabeli.//

Poziom dochodu	Zaprzestanie działalności – firma pozostaje na rynku	Zaprzestanie działalności wraz ze zlikwidowaniem firmy
niski poziom dochodu	1,2	3,7
średni poziom dochodu	1,7	4,2
wysoki poziom dochodu	1,7	2,9
Europa	1,1	1,9
Polska	0,7	2,4

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

[← powrót do tekstu](#)**→ Wykres 2.10****Motywacje do zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce, badanych państwach Europy i grupach państw według poziomu dochodu w 2019 r. (% osób prowadzących młode firmy – TEA)**

//Dane z wykresu słupkowego przedstawiono w formie tabeli.//

Poziom dochodu	Zmienić świat	Mocno się wzbogacić lub osiągnąć wysokie dochody	Kontynuować rodzinną tradycję	Zapewnić sobie utrzymanie, ponieważ za mało jest ofert na rynku pracy
niski poziom dochodu	56	61	58	65
średni poziom dochodu	41	57	36	74
wysoki poziom dochodu	46	52	32	54
Europa	41	47	33	53
Polska	65	13	82	16

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

[← powrót do tekstu](#)

➔ Wykres 2.11

Struktura sektorowa (według kategorii) młodych przedsiębiorstw w Polsce na tle średniej dla badanych państw Europy i grup gospodarek o różnym poziomie dochodu w 2019 r. (% TEA)

//Dane z wykresu słupkowego przedstawiono w formie tabeli.//

Poziom dochodu	Rolnictwo i wydobywanie	Produkcja przemysłowa	Usługi b2b	Usługi b2c
niski poziom dochodu	28	24	2	46
średni poziom dochodu	7	25	10	58
wysoki poziom dochodu	4	21	25	50
Europa	6	23	26	45
Polska	5	28	21	46

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

← powrót do tekstu

➔ Wykres 2.12

Struktura sektorowa młodych przedsiębiorstw w Polsce w latach 2011–2019 (% TEA)

//Dane z wykresu słupkowego przedstawiono w formie tabeli.//

Rok	Rolnictwo i wydobywanie	Produkcja przemysłowa	Usługi b2b	Usługi b2c
2011	4	47	21	28
2012	7	41	18	34
2013	5	45	15	34
2014	2	42	24	32
2015	2	37	25	36
2016	2	29	33	36
2017	1	30	17	52
2018	1	28	20	50
2019	5	28	21	46

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

← powrót do tekstu

→ Wykres 2.13**Aspiracje wzrostu młodych firm w Polsce na tle średniej dla badanych państw Europy i grup gospodarek według poziomu dochodu w 2019 r. (% TEA)**

//Dane z wykresu słupkowego przedstawiono w formie tabeli.//

Poziom dochodu	% TEA – co najmniej 5 nowych miejsc pracy w ciągu 5 lat	% TEA – co najmniej 10 nowych miejsc pracy i wzrost zatrudnienia o co najmniej 50% w ciągu 5 lat
niski poziom dochodu	20	11
średni poziom dochodu	31	20
wysoki poziom dochodu	34	22
Europa	30	19
Polska	33	16

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych *Global Entrepreneurship Monitor*.**← powrót do tekstu****→ Wykres 2.14****Aspiracje wzrostu osób prowadzących młode przedsiębiorstwa w Polsce w latach 2011–2019 (% TEA)**

//Dane z wykresu liniowego przedstawiono w formie tabeli.//

Rok	% TEA – co najmniej 5 nowych miejsc pracy w ciągu 5 lat	% TEA – co najmniej 10 nowych miejsc pracy i wzrost zatrudnienia o co najmniej 50% w ciągu 5 lat
2011	43	30
2012	30	16
2013	39	27
2014	28	23
2015	34	20
2016	30	25
2017	23	10
2018	14	6
2019	33	16

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

← powrót do tekstu

➔ Wykres 2.15

Młode firmy deklarujące utworzenie 0 miejsc pracy lub 1–5 miejsc pracy w ciągu 5 lat (% TEA)

//Dane z wykresu słupkowego przedstawiono w formie tabeli.//

Państwo	0 miejsc pracy	1–5 miejsc pracy
Rosja	26%	38%
Luksemburg	27%	43%
Łotwa	31%	32%
Irlandia	33%	26%
Grecja	33%	52%
Chorwacja	34%	41%
Szwajcaria	34%	38%
Cypr	35%	43%
Włochy	37%	51%
Białoruś	39%	33%
Polska	40%	33%
Słowenia	42%	38%
Słowacja	42%	32%
Niemcy	43%	33%
Macedonia Północna	43%	26%
Hiszpania	47%	44%
Holandia	49%	32%
Norwegia	51%	26%
Wielka Brytania	52%	20%
Portugalia	56%	27%
Szwecja	58%	28%

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

← powrót do tekstu

➔ Wykres 2.16

Struktura młodych firm ze względu na zasięg działania – posiadanie klientów wyłącznie lokalnie (w okolicy), wyłącznie w kraju lub za granicą w 2019 r. (% dorosłych)

//Dane z wykresu słupkowego przedstawiono w formie tabeli.//

Państwo	Tylko lokalni klienci	Tylko krajowi klienci	Zagraniczni klienci
Cypr	12%	52%	36%
Słowenia	17%	31%	52%
Luksemburg	18%	29%	53%
Portugalia	18%	33%	49%
Szwecja	18%	40%	42%
Irlandia	19%	36%	45%
Wielka Brytania	19%	45%	36%
Łotwa	23%	42%	36%
Holandia	23%	42%	35%
Szwajcaria	24%	35%	41%
Niemcy	25%	24%	51%
Chorwacja	35%	26%	38%
Macedonia Północna	36%	24%	40%
Białoruś	36%	24%	40%
Hiszpania	39%	33%	28%
Grecja	42%	26%	32%
Norwegia	43%	31%	26%
Włochy	43%	32%	25%
Rosja	53%	30%	16%
Słowacja	53%	30%	16%
Polska	75%	15%	9%

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

← powrót do tekstu

➔ Wykres 2.17

Młode firmy w Europie wprowadzające nowe produkty i wykorzystujące nowe technologie – niezależnie od stopnia ich upowszechnienia (% młodych firm – TEA) oraz poziom młodych firm (% dorosłych, prawa oś) w 2019 r.

//Dane z wykresu słupkowego przedstawiono w formie tabeli.//

Państwo	młode firmy wprowadzające nowe produkty/usługi (% młodych firm – TEA)	młode firmy wykorzystujące nowe technologie (% młodych firm – TEA)	młode firmy –TEA (% populacji dorosłych)
Rosja	16	18	9,3
Białoruś	18	15	5,8
Łotwa	21	17	15,4
Polska	22	34	5,4
Holandia	25	21	10,4
Grecja	25	23	8,2
Norwegia	27	18	8,4
Hiszpania	33	29	6,2
Wielka Brytania	33	30	9,3
Słowenia	34	33	7,8
Słowacja	35	38	13,3
Cypr	36	37	12,2
Macedonia Północna	37	42	6,2
Portugalia	37	32	12,9
Niemcy	39	29	7,6
Szwajcaria	39	29	9,8
Chorwacja	40	33	10,5
Irlandia	40	37	12,4
Szwecja	40	34	8,3
Włochy	43	26	2,8
Luksemburg	53	40	10,2

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

← powrót do tekstu

→ Wykres 2.18**Struktura młodych firm wprowadzających nowe produkty/usługi ze względu na poziom nowości tych produktów/usług (%)**

//Dane z wykresu słupkowego przedstawiono w formie tabeli.//

Państwo	Nowe w skali lokalnej	Nowe w skali kraju	Nowe w skali świata
Cypr	20%	55%	25%
Słowenia	24%	46%	30%
Szwajcaria	28%	60%	12%
Norwegia	35%	37%	29%
Niemcy	35%	28%	36%
Szwecja	37%	40%	24%
Luksemburg	38%	45%	16%
Łotwa	44%	28%	27%
Chorwacja	46%	38%	16%
Holandia	46%	37%	17%
Białoruś	48%	48%	4%
Grecja	50%	25%	25%
Wielka Brytania	50%	34%	16%
Słowacja	52%	36%	11%
Irlandia	55%	23%	22%
Hiszpania	58%	32%	10%
Macedonia Północna	61%	27%	11%
Portugalia	64%	25%	11%
Polska	80%	14%	6%
Włochy	84%	8%	8%
Rosja	85%	8%	7%

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

← powrót do tekstu

➔ Wykres 2.19

Struktura młodych firm ze względu na skalę nowości wykorzystywanych przez nich technologii lub procedur (% młodych firm)

//Dane z wykresu słupkowego przedstawiono w formie tabeli.//

Państwo	Nowe w skali lokalnej	Nowe w skali kraju	Nowe w skali świata
Szwajcaria	17%	64%	19%
Słowenia	17%	55%	28%
Cypr	22%	54%	24%
Norwegia	31%	33%	37%
Grecja	39%	33%	28%
Niemcy	41%	38%	21%
Chorwacja	41%	47%	12%
Łotwa	43%	44%	13%
Szwecja	46%	35%	20%
Holandia	49%	34%	17%
Luksemburg	50%	24%	27%
Macedonia Północna	51%	41%	9%
Wielka Brytania	53%	30%	17%
Hiszpania	53%	35%	11%
Słowacja	57%	28%	15%
Irlandia	59%	22%	19%
Portugalia	61%	29%	11%
Białoruś	61%	30%	9%
Włochy	77%	9%	14%
Polska	81%	17%	3%
Rosja	81%	17%	3%

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

← powrót do tekstu

➔ Wykres 2.20

Postawy przedsiębiorcze wśród kobiet i mężczyzn w Polsce w 2019 r. (%)

//Dane z wykresu słupkowego przedstawiono w formie tabeli.//

Płeć	Dostrzeganie szans biznesowych	Samoocena zdolności przedsiębiorczych	Strach przed porażką*
Mężczyźni	88	53	54
Kobiety	87	48	60

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

← powrót do tekstu

➔ Wykres 2.21

Luka płci dla TEA i firm dojrzałych w Polsce w latach 2011–2019 (%)

//Dane z wykresu liniowego przedstawiono w formie tabeli.//

Rok	Luka płci – TEA	Luka płci – dojrzałe firmy
2011	8,8	4,2
2012	6,4	5,2
2013	6,1	5,4
2014	6,6	5,4
2015	6,5	4,5
2016	5,2	4,4
2017	2,3	5,9
2018	1,6	5,3
2019	0,6	0,5

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych *Global Entrepreneurship Monitor*.

← powrót do tekstu

➔ Wykres 2.22

Motywacje kobiet i mężczyzn do zakładania firm w 2019 r. (% kobiet lub mężczyzn prowadzących młode firmy – TEA)

//Dane z wykresu słupkowego przedstawiono w formie czterech tabel.//

Poziom dochodu	Zmienić świat – mężczyźni	Zmienić świat – kobiety
niski poziom dochodu	7	4
średni poziom dochodu	6	6
wysoki poziom dochodu	7	5
Europa	4	3
Polska	4	3

Poziom dochodu	Mocno się wzbogacić lub osiągnąć wysokie dochody – mężczyźni	Mocno się wzbogacić lub osiągnąć wysokie dochody – kobiety
niski poziom dochodu	7	4
średni poziom dochodu	9	6
wysoki poziom dochodu	8	5
Europa	5	3
Polska	1	1

Poziom dochodu	Kontynuować rodzinną tradycję – mężczyźni	Kontynuować rodzinną tradycję – kobiety
niski poziom dochodu	8	5
średni poziom dochodu	6	4
wysoki poziom dochodu	5	3
Europa	4	2
Polska	5	4

Poziom dochodu	Zapewnić sobie utrzymanie, ponieważ za mało jest ofert na rynku pracy – mężczyźni	Zapewnić sobie utrzymanie, ponieważ za mało jest ofert na rynku pracy – kobiety
niski poziom dochodu	8	6
średni poziom dochodu	12	10
wysoki poziom dochodu	8	6
Europa	6	4
Polska	1	1

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

← powrót do tekstu

➔ Wykres 2.23

Motywacje kobiet i mężczyzn do zakładania firm w 2019 r. (% kobiet lub mężczyzn prowadzących młode firmy – TEA)

//Dane z wykresu słupkowego przedstawiono w formie tabeli.//

Poziom dochodu	Wiodąca rola w przedsiębiorczości organizacyjnej (aktywność w ciągu ostatnich 3 lat) wśród populacji	Wiodąca rola w przedsiębiorczości organizacyjnej (aktywność w ciągu ostatnich 3 lat) wśród pracowników	Wiodąca rola w przedsiębiorczości organizacyjnej (aktywność obecnie) wśród populacji	Wiodąca rola w przedsiębiorczości organizacyjnej (aktywność obecnie) wśród pracowników
niski poziom dochodu	0,4	0,9	0,3	0,8
średni poziom dochodu	0,8	1,9	0,6	1,3
wysoki poziom dochodu	4,2	6,3	3,3	4,9
Europa	4,1	6,1	3,3	4,8
Polska	1,7	2,8	1,4	2,4

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych *Global Entrepreneurship Monitor*.

← powrót do tekstu

➔ Wykres 2.24

Intraprzedsiębiorczość i przedsiębiorczość indywidualna w 3 grupach krajów, Europie i Polsce w 2019 r.

//Dane z wykresu słupkowego przedstawiono w formie tabeli.//

Poziom dochodu	Wiodąca rola w przedsiębiorczości organizacyjnej (aktywność obecnie) wśród populacji	TEA	Dojrzałe firmy
Polska	1,4	5,4	12,8
Europa	3,3	9,2	7,8
wysoki poziom dochodu	3,3	12,3	7,5
średni poziom dochodu	0,6	14,9	8,4
niski poziom dochodu	0,3	11,2	9,2

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych *Global Entrepreneurship Monitor*.

← powrót do tekstu

➔ Wykres 2.25

Intraprzedsiębiorczość w Polsce w latach 2014–2019

//Dane z wykresu liniowego przedstawiono w formie tabeli.//

Rok	Wiodąca rola w przedsiębiorczości organizacyjnej (aktywność w ciągu ostatnich 3 lat) wśród populacji	Wiodąca rola w przedsiębiorczości organizacyjnej (aktywność w ciągu ostatnich 3 lat) wśród pracowników	Wiodąca rola w przedsiębiorczości organizacyjnej (aktywność obecnie) wśród populacji	Wiodąca rola w przedsiębiorczości organizacyjnej (aktywność obecnie) wśród pracowników
2014	3,4	6,6	2,3	4,4
2015	4	7,1	3,3	5,8
2016	5,2	8,7	3,9	6,6
2017	3,2	6	2,9	5,3
2018	1,9	3	1,2	1,9
2019	1,7	2,8	1,4	2,4

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych *Global Entrepreneurship Monitor*.

← powrót do tekstu

➔ Wykres 3.1

Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości (2019 r.): Polska w porównaniu z gospodarkami o wysokich dochodach i krajami europejskimi (średnie oceny dla poszczególnych obszarów)

//Dane z wykresu liniowego przedstawiono w formie tabeli. Umieszczone w nagłówkach wartości liczbowe zostały wyjaśnione poniżej.//

Szanse na start:

- 1 – Edukacja przedsiębiorczości – poziom podstawowy i szkoła średnia;
- 2 – Edukacja przedsiębiorczości – szkolenia i kursy zawodowe, szkoły wyższe;
- 3 – Poziom otwartości rynku – dynamika;
- 4 – Poziom otwartości rynku – obciążenia;
- 5 – Dostęp do finansowania zewnętrznego;
- 6 – Dostęp do infrastruktury komercyjnej i usługowej;
- 7 – Dostęp do infrastruktury technicznej;

Polityka i wsparcie publiczne:

- 8 – Polityka publiczna w zakresie przedsiębiorczości i jej priorytety;
- 9 – Polityka rządu: podatki, regulacje, obowiązki sprawozdawcze oraz biurokracja,
- 10 – Programy publiczne wspierające przedsiębiorczość,

B + R:

- 11 – Badania i rozwój, transfer wiedzy;

Normy społeczno-kulturowe:

- 12 – Normy kulturowe i społeczne.

Gospodarki	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Gospodarki o wysokich dochodach	3,49	4,84	5,20	4,60	4,81	5,16	6,80	4,64	4,31	4,87	4,35	5,25
Europa	3,35	4,71	5,09	4,56	4,65	5,30	6,73	4,14	4,05	4,63	4,17	4,66
Polska	2,09	3,29	6,49	4,09	4,95	4,48	6,87	4,21	3,04	4,34	3,60	4,04

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania GEM – *National Expert Survey 2019*.

← powrót do tekstu

➔ Wykres 3.2

Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – edukacja przedsiębiorczości. Zmiany w latach 2017–2019 oraz Polska vs państwa europejskie w 2019 r.

//Dane z wykresu słupkowego przedstawiono w formie dwóch tabel A i B.//

Tabela A. Edukacja i szkolenia – poziom podstawowy i szkoła średnia

Rok	Nauczanie w szkołach podstawowych i średnich zachęca do kreatywności, samodzielności i inicjatywy własnej	Nauczanie w szkołach podstawowych i średnich dostarcza odpowiedniej wiedzy z zakresu funkcjonowania gospodarki	Nauczanie w szkołach podstawowych i średnich zwraca odpowiednią uwagę na przedsiębiorczość i tworzenie nowych firm
2017	2,57	2,11	2,11
2018	2,74	2,85	2,53
2019	2,11	2,06	2,11
Polska 2019, gdy Europa = 100	59%	61%	68%

Tabela B. Edukacja i szkolenia – przedsiębiorczość, szkolenia zawodowe, szkoły wyższe

Rok	Uczelnie zapewniają dobre i adekwatne przygotowanie do rozpoczęcia i rozwoju nowych firm	Poziom edukacji w dziedzinie przedsiębiorczości i zarządzania zapewnia dobre i odpowiednie przygotowanie do założenia i rozwijania działalności gospodarczej	Kształcenie zawodowe, kursy profesjonalne oraz kształcenie ustawiczne stanowią dobre i adekwatne przygotowanie do założenia i rozwoju działalności gospodarczej
2017	3,72	3,61	5,52
2018	3,36	3,67	4,94
2019	3,14	2,78	3,86
Polska 2019, gdy Europa = 100	72%	54%	83%

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania GEM – *National Expert Survey*.

← powrót do tekstu

➔ Wykres 3.3

Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – poziom otwartości rynku. Zmiany w latach 2017–2019 oraz Polska vs państwa europejskie w 2019 r.

//Dane z wykresu słupkowego przedstawiono w formie dwóch tabel A i B.//

Tabela A. Poziom otwartości rynku – dynamika

Rok	Rynek towarów i usług konsumpcyjnych z roku na rok istotnie się zmienia	Rynek towarów i usług typu b2b z roku na rok istotnie się zmienia
2017	6,51	6,61
2018	6,67	6,75
2019	6,69	6,28
Polska 2019, gdy Europa = 100	130%	125%

Tabela B. Poziom otwartości rynku – obciążenia

Rok	Nowe i rozwijające się firmy mogą łatwo wejść na nowe rynki	Nowe i rozwijające się firmy mogą sobie pozwolić na koszty wejścia na rynek	Nowe i rozwijające się firmy wchodzące na rynek nie napotykają na bariery bezprawnie tworzone przez firmy już funkcjonujące na tym rynku	Prawo antymonopolowe jest skuteczne i dobrze egzekwowane
2017	4,83	3,68	4,43	5,13
2018	4,25	3,58	3,97	5,10
2019	4,58	3,42	3,97	4,37
Polska 2019, gdy Europa = 100	96%	83%	87%	90%

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania GEM – *National Expert Survey*.

← powrót do tekstu

➔ Wykres 3.4

Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – dostęp do finansowania. Zmiany w latach 2017–2019 oraz Polska vs państwa europejskie w 2019 r.

//Dane z wykresu słupkowego przedstawiono w formie tabeli. Nagłówki zostały skrócone, a ich pełna treść została zamieszczona poniżej.//

Finansowanie kapitałowe – Nowe i rozwijające się firmy mają wystarczający dostęp do finansowania kapitałowego;

Finansowanie dłużnie – Nowe i rozwijające się firmy mają wystarczający dostęp do finansowania dłużnego;

Wsparcie publiczne – Nowe i rozwijające się firmy mają wystarczający dostęp do wsparcia publicznego (m.in. dotacji, pożyczek);

Środki od osób prywatnych – Nowe i rozwijające się firmy mają wystarczający dostęp do środków finansowych udostępnionych przez osoby prywatne (inne niż założyciele firmy, np. rodzinę, przyjaciół);

Finansowanie Aniołów Biznesu – Nowe i rozwijające się firmy mają wystarczający dostęp do finansowania Aniołów Biznesu;

Kapitał podwyższonego ryzyka – Nowe i rozwijające się firmy mają wystarczający dostęp do środków finansowych w formie kapitału podwyższonego ryzyka (np. venture capital);

Oferty publiczne – Nowe i rozwijające się firmy mają wystarczający dostęp do środków finansowych dostępnych w formie pierwszych ofert publicznych (IPO);

Crowdfunding – Nowe i rozwijające się firmy mają wystarczający dostęp do finansowania przez osoby prywatne w postaci crowdfundingu.

Rodzaj finansowania	2017	2018	2019	Polska 2019, gdy Europa = 100
Finansowanie kapitałowe	5,32	5,76	5,53	116%
Finansowanie dłużnie	5,80	5,47	5,28	106%
Wsparcie publiczne	6,58	5,97	6,06	118%
Środki od osób prywatnych	4,97	5,25	4,67	95%
Finansowanie Aniołów Biznesu	4,55	4,64	4,39	93%
Kapitał podwyższonego ryzyka	5,36	5,41	4,49	99%
Oferty publiczne	4,42	4,09	4,06	110%
Crowdfunding	4,73	4,94	4,94	108%

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania GEM – *National Expert Survey*.

← powrót do tekstu

➔ Wykres 3.5

Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – infrastruktura techniczna. Zmiany w latach 2017–2019 oraz Polska vs państwa europejskie w 2019 r.

//Dane z wykresu słupkowego przedstawiono w formie tabeli. Nagłówki zostały skrócone, a ich pełna treść została zamieszczona poniżej.//

Infrastruktura techniczna – Infrastruktura techniczna (drogi, media, komunikacja, gospodarka odpadami), stanowi dobre wsparcie dla nowych i rozwijających się firm;

Stosunkowo tanie usługi telekomunikacyjne – Uzyskanie dobrego dostępu do usług telekomunikacyjnych (telefon, Internet, itp.) nie jest zbyt drogie dla nowych lub rozwijających się firm;

Dostęp do usług telekomunikacyjnych w tygodniu – Nowe lub rozwijające się firmy mogą uzyskać dostęp do usług telekomunikacyjnych (telefon, Internet itp.) w ciągu tygodnia;

Dostęp do podstawowych mediów – Nowe i rozwijające się firmy mogą sobie pozwolić na koszty związane z podstawowymi mediami (gaz, woda, prąd, kanalizacja);

Szybki czas uzyskania dostępu do mediów – Nowe lub rozwijające się firmy mogą w ciągu miesiąca uzyskać dostęp do mediów (gaz, woda, prąd, kanalizacja).

Rodzaj infrastruktury	2017	2018	2019	Polska 2019, gdy Europa = 100
Infrastruktura techniczna	5,69	6,28	5,61	95%
Stosunkowo tanie usługi telekomunikacyjne	7,28	7,72	7,92	114%
Dostęp do usług telekomunikacyjnych w tygodniu	8,23	8,00	8,11	114%
Dostęp do podstawowych mediów	7,00	7,28	6,53	96%
Szybki czas uzyskania dostępu do mediów	6,14	6,38	6,06	90%

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania GEM – *National Expert Survey*.

← powrót do tekstu

➔ Wykres 3.6

Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – infrastruktura komercyjna i usługowa. Zmiany w latach 2017–2019 oraz Polska vs państwa europejskie w 2019 r.

//Dane z wykresu słupkowego przedstawiono w formie tabeli. Nagłówki zostały skrócone, a ich pełna treść została zamieszczona poniżej.//

Dostęp do podwykonawców, dostawców i konsultantów – Istnieje wystarczająco dużo podwykonawców, dostawców i konsultantów, aby zapewnić rozwój nowych i rozwijających się przedsiębiorstw;

Możliwość zatrudnienia podwykonawców, dostawców i konsultantów – Nowe i rozwijające się firmy mogą sobie pozwolić na koszty związane z zatrudnianiem podwykonawców, dostawców i konsultantów;

Możliwość pozyskania dobrych podwykonawców, dostawców i konsultantów – Nowe i rozwijające się przedsiębiorstwa mogą łatwo pozyskać dobrych podwykonawców, dostawców i konsultantów;

Możliwość pozyskania dobrych prawników i księgowych – Nowe i rozwijające się przedsiębiorstwa mogą łatwo pozyskać dobrych, profesjonalnych prawników i księgowych;

Dostęp do dobrych usług bankowych – Nowe i rozwijające się przedsiębiorstwa mają łatwy dostęp do dobrych usług bankowych (dostęp do konta, rachunki bieżące, transakcje walutowe, akredytywa itp.).

Rodzaj infrastruktury komercyjnej i usługowej	2017	2018	2019	Polska 2019, gdy Europa = 100
Dostęp do podwykonawców, dostawców i konsultantów	5,75	6,06	5,33	93%
Możliwość zatrudnienia podwykonawców, dostawców i konsultantów	3,09	3,50	2,69	67%
Możliwość pozyskania dobrych podwykonawców, dostawców i konsultantów	3,64	3,63	3,50	73%
Możliwość pozyskania dobrych prawników i księgowych	4,91	5,00	4,33	72%
Dostęp do dobrych usług bankowych	7,58	6,91	6,83	114%

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania GEM – *National Expert Survey*.

← powrót do tekstu

➔ Wykres 3.7

Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – polityka rządu. Zmiany w latach 2017–2019 oraz Polska vs państwa europejskie w 2019 r.

//Dane z wykresu słupkowego przedstawiono w formie dwóch tabel A i B.//

Tabela A. Polityka rządu – priorytety i wsparcie przedsiębiorczości

Rok	Polityka rządu (np. zamówienia publiczne) konsekwentnie sprzyja nowym przedsiębiorstwom	Wsparcie dla nowych i rozwijających się firm jest ważnym priorytetem dla polityki na szczeblu centralnym	Wsparcie dla nowych i rozwijających się firm jest ważnym priorytetem dla polityki na szczeblu regionalnym
2017	2,91	5,03	5,56
2018	3,54	5,60	5,37
2019	3,58	4,23	4,77
Polska 2019, gdy Europa = 100	104%	93%	109%

Tabela B. Polityka rządu – biurokracja, podatki

Rok	Nowe firmy mogą uzyskać większość wymaganych zezwoleń i licencji mniej więcej w ciągu tygodnia	Wysokość podatków NIE JEST obciążeniem dla nowych i rozwijających się firm	Podatki i inne regulacje administracyjne są stosowane wobec nowych i rozwijających się firm w sposób przewidywalny i spójny	Radzenie sobie z biurokracją publiczną, przepisami i wymogami licencyjnymi nie jest zbyt trudne dla nowych i rozwijających się firm
2017	2,97	3,47	2,89	2,81
2018	3,55	3,80	3,00	2,43
2019	3,09	3,03	3,14	2,86
Polska 2019, gdy Europa = 100	92%	70%	70%	72%

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania GEM – *National Expert Survey 2019*.

← powrót do tekstu

➔ Wykres 3.8

Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – programy rządowe. Zmiany w latach 2017–2019 oraz Polska vs państwa europejskie w 2019 r.

//Dane z wykresu słupkowego przedstawiono w formie tabeli. Nagłówki zostały skrócone, a ich pełna treść została zamieszczona poniżej.//

Kontakt z instytucją publiczną – Szeroki zakres pomocy i wsparcia dla nowych i rozwijających się firm można uzyskać poprzez kontakt z jedną instytucją publiczną;

Wsparcie parków naukowych i inkubatorów przedsiębiorczości – Parki naukowe i inkubatory przedsiębiorczości zapewniają skuteczne wsparcie dla nowych i rozwijających się firm;

Programy rządowe – Istnieje odpowiednia liczba programów rządowych dla nowych i rozwijających się firm;

Kompetentni pracownicy instytucji publicznych – Osoby pracujące w instytucjach publicznych są wystarczająco kompetentne i skuteczne we wspieraniu nowych i rozwijających się przedsiębiorstw;

Zaspokojenie potrzeb firmy – Prawie każdy, kto potrzebuje pomocy z programu rządowego dla nowych lub rozwijających się firm, może znaleźć to, czego potrzebuje;

Skuteczne programy rządowe – Rządowe programy mające na celu wspieranie nowych i rozwijających się przedsiębiorstw są skuteczne.

Uwarunkowania programów rządowych	2017	2018	2019	Polska 2019, gdy Europa = 100
Kontakt z instytucją publiczną	3,17	3,35	3,14	75%
Wsparcie parków naukowych i inkubatorów przedsiębiorczości	4,56	4,97	4,67	87%
Programy rządowe	4,71	5,64	4,69	94%
Kompetentni pracownicy instytucji publicznych	3,76	4,47	4,53	100%
Zaspokojenie potrzeb firmy	3,97	4,06	4,28	100%
Skuteczne programy rządowe	3,70	4,37	4,43	100%

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania GEM – *National Expert Survey*.

← powrót do tekstu

➔ Wykres 3.9

Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – badania i rozwój. Zmiany w latach 2017–2019 oraz Polska vs państwa europejskie w 2019 r.

//Dane z wykresu słupkowego przedstawiono w formie tabeli. Nagłówki zostały skrócone, a ich pełna treść została zamieszczona poniżej.//

Skuteczny transfer nowych technologii, nauki i innych rodzajów wiedzy – Nowe technologie, nauka i inne rodzaje wiedzy są skutecznie transferowane z uniwersytetów i publicznych ośrodków badawczych do nowych i rozwijających się firm;

Równy dostęp do nowych badań i technologii – Nowe i rozwijające się firmy mają taki sam dostęp do nowych badań i technologii jak duże firmy, dłużej funkcjonujące na rynku;

Możliwość pozyskiwania najnowszych technologii – Nowe i rozwijające się firmy mogą sobie pozwolić na pozyskanie najnowszych technologii;

Dostęp do odpowiednich programów wsparcia – Istnieją odpowiednie programy wsparcia (również dotacje) na pozyskanie nowych technologii przez nowe i rozwijające się firmy;

Skuteczne wsparcie bazy naukowej i technicznej – Baza naukowa i techniczna skutecznie wspiera tworzenie światowej klasy nowych przedsięwzięć opartych na technologii w co najmniej jednym obszarze;

Wsparcie komercjalizacji pomysłów – Istnieje dobre wsparcie komercjalizacji pomysłów inżynierów i naukowców przez nowe i rozwijające się firmy.

Uwarunkowania badań i rozwoju	2017	2018	2019	Polska 2019, gdy Europa = 100
Skuteczny transfer nowych technologii, nauki i innych rodzajów wiedzy	2,66	3,14	3,17	78%
Równy dostęp do nowych badań i technologii	2,76	2,94	2,67	70%
Możliwość pozyskiwania najnowszych technologii	2,88	3,00	2,53	67%
Dostęp do odpowiednich programów wsparcia	4,91	5,28	4,86	118%
Skuteczne wsparcie bazy naukowej i technicznej	3,79	4,28	4,22	86%
Wsparcie komercjalizacji pomysłów	3,42	3,97	4,19	96%

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania GEM – *National Expert Survey*.

← powrót do tekstu

➔ Wykres 3.10

Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – normy kulturowe i społeczne. Zmiany w latach 2017–2019 oraz Polska vs państwa europejskie w 2019 r.

//Dane z wykresu słupkowego przedstawiono w formie tabeli. Nagłówki zostały skrócone, a ich pełna treść została zamieszczona poniżej.//

Wsparcie indywidualnych sukcesów – Normy kulturowe i społeczne istotnie wspierają indywidualne sukcesy osiągnięte poprzez własne starania;

Nacisk na samowystarczalność i niezależność – Normy kulturowe i społeczne kładą nacisk na samowystarczalność, niezależność i inicjatywę własną;

Sprzyjanie podejmowaniu ryzyka – Normy kulturowe i społeczne sprzyjają podejmowaniu ryzyka przez przedsiębiorców;

Zachęta do kreatywności i innowacyjności – Normy kulturowe i społeczne zachęcają do kreatywności i innowacyjności;

Podkreślanie odpowiedzialności osobistej – Normy kulturowe i społeczne podkreślają odpowiedzialność osobistą (bardziej niż zbiorową) w zarządzaniu własnym życiem.

Uwarunkowania norm kulturowych i społecznych	2017	2018	2019	Polska 2019, gdy Europa = 100
Wsparcie indywidualnych sukcesów	4,47	4,69	4,28	87%
Nacisk na samowystarczalność i niezależność	4,78	5,11	4,44	93%
Sprzyjanie podejmowaniu ryzyka	3,64	4,06	3,56	88%
Zachęta do kreatywności i innowacyjności	4,56	4,86	3,61	74%
Podkreślanie odpowiedzialności osobistej	4,75	5,50	4,33	92%

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania GEM – *National Expert Survey*.

← powrót do tekstu

➔ Wykres 3.11

Krajowy Wskaźnik Uwarunkowań Przedsiębiorczości w Polsce i w krajach Europy objętych badaniem NES w 2019 r.

//Dane z wykresu słupkowego przedstawiono w formie tabeli.//

Państwo	Wskaźnik Uwarunkowań Przedsiębiorczości
Szwajcaria	6,05
Holandia	6,04
Norwegia	5,52
Hiszpania	5,24
Luksemburg	5,17
Niemcy	5,04
Szwecja	4,92
Łotwa	4,91
Wielka Brytania	4,83
Irlandia	4,71
Słowenia	4,49
Cypr	4,48
Włochy	4,31
Białoruś	4,24
Polska	4,24
Bułgaria	4,21
Portugalia	4,21
Grecja	4,1
Rosja	4,04
Słowacja	4,03
Macedonia Północna	3,84
Chorwacja	3,57

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania GEM – *National Expert Survey 2019*.

← powrót do tekstu

➔ Wykres 4.1

Wiek właścicieli młodych firm (%)

//Dane z wykresu słupkowego przedstawiono w formie tabeli.//

Wiek	mężczyźni	kobiety
18–24	7%	6%
25–34	43%	52%
35–44	26%	22%
45–54	14%	13%
55–64	11%	7%

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM za 2019 r., N=431.

← powrót do tekstu

➔ Wykres 4.2

Wielkość gospodarstwa domowego młodych firm (liczba osób w gospodarstwie)

//Dane z wykresu słupkowego przedstawiono w formie tabeli.//

Liczba osób w gospodarstwie domowym	Wartość (w %)
1	5%
2	14%
3	32%
4	37%
5	10%
6 i więcej	1%

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM za 2019 r., N=425.

← powrót do tekstu

➔ Wykres 4.3

Które ze stwierdzeń najlepiej opisuje Pana/Pani obecną działalność?

//Dane z wykresu słupkowego przedstawiono w formie tabeli.//

Stwierdzenie	Wartość (w %)
Działalność, która zakłada szybki wzrost	64%
Działalność, która nie zakłada szybkiego wzrostu, a dochody z niej pozwalają na bieżące funkcjonowanie firmy	35%
Działalność, która szuka sposobu, aby zrewolucjonizować rynek/branżę	4%
Działalność, która tworzy nowe produkty i usługi w warunkach skrajnej niepewności	3%

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM za 2019 r., N=431; pytanie wielokrotnego wyboru.

← powrót do tekstu

➔ Wykres 4.4

Czym wyróżnia się Pana/Pani firma na tle konkurencji?

//Dane z wykresu słupkowego przedstawiono w formie tabeli.//

Elementy wyróżniające firmę na tle konkurencji	Wartość (w %)
ma potencjał wzrostu	94%
ma unikalne przewagi konkurencyjne	62%
rewolucjonizuje dotychczasowe zasady w branży	7%
jest liderem w swojej branży	3%
jest innowacyjna w skali świata	1%

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM za 2019 r., N=431; pytanie wielokrotnego wyboru.

← powrót do tekstu

➔ Wykres 4.5

Z jakich źródeł finansowania korzysta Pan(i) podczas zakładania/prowadzenia firmy?

//Dane z wykresu słupkowego przedstawiono w formie tabeli.//

Źródła finansowania	Wartość (w %)
Środki własne (w tym środki od rodziny)	96%
Banki i inne instytucje finansowe	66%
Programy rządowe, dotacje, granty	24%
Przyjaciele lub sąsiedzi	2%
Prywatni inwestorzy (Aniołowie...)	3%
Inne firmy	3%
Online crowdfunding	0%
Akcelerator	0%
Venture capital	0%

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM za 2019 r., N=431.

← powrót do tekstu

➔ Wykres 4.6

Częstotliwość różnych form współpracy młodych firm z otoczeniem

//Dane z wykresu słupkowego przedstawiono w formie tabeli.//

Formy współpracy	Często	Rzadko	Wcale
Wsparcie ze strony instytucji publicznych (informacja, dotacje, szkolenia)	17%	33%	50%
Współpraca z dużymi firmami	9%	36%	55%
Korzystanie z doświadczenia innego przedsiębiorstwa (np. realizacja wspólnych przedsięwzięć, projektów, badań, udostępnianie infrastruktury)	6%	36%	58%
Przynależność do organizacji branżowych zrzeszających przedsiębiorców	5%	24%	71%
Współpraca w ramach sieci przedsiębiorstw (np. sieci startupów, społeczności zrzeszonych na wspólnym portalu, dzielących się wiedzą i kontaktami, biorących...)	2%	26%	72%
Współpraca w ramach klastra	0%	3%	97%
Współpraca z uczelniami/ośrodkami naukowobadawczymi	0%	5%	87%
Akcelerator	0%	2%	98%

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM za 2019 r., N=431.

← powrót do tekstu

➔ Wykres 4.7**Czynniki utrudniające rozwój firmy**

//Dane z wykresu słupkowego przedstawiono w formie tabeli.//

Czynniki	Bardzo istotne	Średnio istotne	Nieistotne
Wysokie obciążenia podatkowe	64%	31%	7%
Trudności w znalezieniu klientów	57%	21%	23%
Nadmiar biurokracji i formalności	53%	37%	12%
Bariery prawa pracy (brak elastyczności oraz wysokie narzuty na obowiązkowe składki)	23%	63%	15%
Brak wykwalifikowanego personelu	16%	52%	33%
Nieznajomość przepisów podatkowych	13%	69%	19%
Trudności w znalezieniu partnerów do współpracy	10%	60%	31%
Niedopasowane do potrzeb wsparcie publiczne	10%	38%	53%
Trudności w pozyskaniu zewnętrznych środków finansowych	7%	61%	33%
Brak wiedzy/umiejętności w zakresie nawiązywania i rozwoju współpracy ze startupami w dużych lub średnich firmach	6%	40%	55%
Braku systemowego (publicznego) wsparcia przy komercjalizacji wiedzy na uczelniach państwowych	5%	16%	81%
Niedopasowane do potrzeb wsparcie dostępne na rynku komercyjnym	4%	35%	62%
Brak informacji na temat branży i rynków	3%	51%	47%

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM za 2019 r., N=431.

← powrót do tekstu

➔ Wykres 4.8

Czynniki, które mogą powstrzymać przed założeniem firmy typu startup

//Dane z wykresu słupkowego przedstawiono w formie tabeli.//

Czynniki	Bardzo duże znaczenie	Średnie	Nie ma znaczenia
Brak kapitału na rozpoczęcie działalności	81%	12%	7%
Brak wiary we własne umiejętności	77%	13%	11%
Brak wiedzy branżowej i specjalistycznej niezbędnej do rozpoczęcia działalności	55%	32%	14%
Brak pomysłu na firmę	53%	33%	15%
Stałe zobowiązania finansowe (dzieci, kredyt itp.)	51%	44%	7%
Brak umiejętności związanych z organizacją i zarządzaniem firmą,...	49%	39%	13%
Zbyt duże ryzyko, że się nie uda	42%	23%	35%
Brak potencjalnych partnerów	17%	46%	38%
Brak wsparcia ze strony rodziny/ przyjaciół	14%	42%	45%
Obowiązki wobec rodziny, małżonka	13%	73%	15%
Aktualne zobowiązania związane z pracą	5%	68%	28%
Obawy jak inni zareagują	5%	23%	73%

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM za 2019 r., N=431

← powrót do tekstu