

RAPORT Z BADANIA

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

POLSKA 2017/18



Raport z badania Global Entrepreneurship Monitor – Polska 2017/18

Autorzy (PARP):

Anna Tarnawa – rozdział 1, 2

Joanna Orłowska – rozdział 2

Robert Zakrzewski – rozdział 3

Prof. UE dr hab. Przemysław Zbierowski (Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach) – rozdział 2

® Copyright by Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości

Raport został opracowany na podstawie danych z badania GEM za lata 2011–2017, przeprowadzonych przez Global Entrepreneurship Research Association przy współpracy zespołów badawczych z poszczególnych krajów świata.

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

Wydanie I

Nakład

Drukarnia

ul. Pańska 81/83, 00-834 Warszawa
t: +48 22 432 80 80 • f: +48 22 432 86 20
e: biuro@parp.gov.pl
www.parp.gov.pl



Spis treści	
Wstęp	4
Kluczowe wnioski z Raportu GEM Polska 2018	5
1. O badaniu GEM	10
1.1. Modele GEM	10
1.2. Wskaźniki przedsiębiorczości w GEM	15
1.3. Prowadzenie badań w GEM	16
2. Przedsiębiorczość w Polsce – wyniki badania populacji dorosłych (Adult Population Survey) 17	
2.1. Społeczna percepcja przedsiębiorczości w Polsce	18
2.2. Postawy przedsiębiorcze Polaków	21
2.3. Poziom przedsiębiorczości	26
2.4. Motywy zakładania działalności gospodarczej	31
2.5. Działalność gospodarcza według sektorów	36
2.6. Aspiracje wzrostu	37
2.7. Internacjonalizacja	40
2.8. Innowacyjność przedsiębiorstw	44
2.9. Przedsiębiorczość kobiet i mężczyzn	49
2.10. Intraprzsiębiorczość	55
3. Uwarunkowania przedsiębiorczości	60

Wstęp

Szanowni Państwo,

Oddajemy w Państwa ręce siódmą edycję raportu Global Entrepreneurship Monitor, która została opracowana przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości we współpracy z Uniwersytetem Ekonomicznym w Katowicach w oparciu o metodologię międzynarodowego projektu GEM.

Raport Global Entrepreneurship Monitor prezentuje wyniki unikalnego projektu badawczego na temat przedsiębiorczych postaw i zachowań społeczeństw z różnych stron świata. Porównywanie wielu gospodarek na różnym poziomie rozwoju, odległych geograficznie czy kulturowo, pozwala zidentyfikować szczególne atuty niektórych krajów. Takie atuty ma też Polska. Nasze społeczeństwo od kilku lat umacnia się w przekonaniu, że własna firma stanowi dobrą ścieżkę kariery zawodowej. Twierdzi tak blisko 80% Polaków. Daje nam to piąte miejsce wśród 54 analizowanych państw. Z kolei prawie 70% z nas dostrzega szanse biznesowe w swoim otoczeniu. Pod tym względem zajmujemy nawet trzecie miejsce w rankingu.

W badaniu GEM dużą uwagę przywiązuje się do motywacji kierujących ludźmi zakładającymi własne firmy. Badania potwierdzają, że osoby, które podejmują się tego wyzwania z braku lepszych możliwości (motywacja negatywna), radzą sobie w biznesie gorzej od tych, którzy postanowili wykorzystać dostrzeżone szanse (motywacja pozytywna). W Polsce, nie dość, że wskaźnik motywacji pozytywnych wśród osób prowadzących firmy do 3,5 roku rośnie z roku na rok, jest znacznie wyższy niż średnia europejska (68% versus 50%), to jest on szczególnie wysoki w przypadku kobiet przedsiębiorczyń. W tej kategorii Polska zajmuje pierwsze miejsce z 91% właścielek młodych firm, które założyły działalność motywowane dostrzeżoną szansą. Pierwszą trójkę z Polską tworzy Malezja (90,2%) oraz USA (88%).

Już te wybrane dane pokazują, że polskie społeczeństwo zmienia swój stosunek do przedsiębiorczości na bardziej otwarty i afirmatywny. Pozytywny klimat wokół przedsiębiorczości niewątpliwie ma pozytywny wpływ na jego poziom. Obecnie, co 10-ty Polak deklaruje chęć założenia firmy w ciągu kolejnych trzech lat. Choć wynik ten nie odbiega od średniej europejskiej, to można sądzić, że bardzo dobra sytuacja na rynku pracy pozwala ludziom na nieprzymuszony wybór – czy pracować na etacie, czy podjąć działalność gospodarczą. Z tego powodu można mieć nadzieję, że 10% Polaków deklarujących plany biznesowe, rzeczywiście je realizuje.

Systematyczna i znacząca poprawa warunków prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce znajduje się w priorytetach polskiego rządu. W dniu 30 kwietnia 2018 r. weszła w życie tzw. Konstytucja biznesu, czyli pięć nowych ustaw wprowadzających ułatwienia w prowadzeniu działalności gospodarczej, w tym bardzo ważny pakiet zmian dotyczący relacji przedsiębiorcy z administracją. Oczekuje się, że efekty tych zmian będą miały bardzo szeroki charakter – od obniżenia kosztów działalności gospodarczej, bardziej sprzyjający klimat wokół przedsiębiorczości do lepszej jakości prowadzonego biznesu i większej liczby miejsc pracy. To wszystko mamy nadzieję dostrzec w wynikach badań statystycznych, które zaprezentujemy Państwu w przyszłym roku.

Zapraszam Państwa do lektury raportu.

Jadwiga Lesisz

p.o. Prezesa PARP

Kluczowe wnioski z Raportu GEM Polska 2018

CORAZ WIĘCEJ POLAKÓW JEST POZYTYWNE NASTAWIONYCH DO PRZEDSIĘBIORCÓW

Obecnie prawie 8 na 10 dorosłych mieszkańców Polski uważa, że własna firma to dobry sposób na zrobienie kariery, 7 na 10 jest zdania, że osobom, które założyły własne firmy i odniosły sukces należy się uznanie. Ponad połowa Polaków uważa, że w mediach publicznych i Internecie często pojawiają się treści dotyczące nowych, krótko istniejących firm, które odniosły sukces. W porównaniu z Polakami mieszkańcy Europy są mniej skłonni realizować się zawodowo prowadząc własny biznes (średnio 59% z nich postrzega własną działalność jako sposób na zarobkowanie). Jednocześnie tyle samo Europejczyków skłonnych jest docenić przedsiębiorców, którzy odnieśli sukces i nieco więcej – dostrzega rolę mediów w kształtowaniu wizerunku przedsiębiorcy.

Dane za 2017 r., po raz pierwszy od 2011 r., kiedy rozpoczęto w Polsce systematyczne prowadzenie badań w ramach projektu GEM, wskazują na wyraźną poprawę wizerunku przedsiębiorcy w naszym społeczeństwie. Obecne wyniki są najlepsze od siedmiu lat. W szczególności warto podkreślić fakt, że po raz pierwszy w całym analizowanym okresie odsetek Polaków będących zdania, że przedsiębiorcom, którzy odnieśli sukces należy się uznanie społeczne, osiągnął poziom średniej dla Europy, jest także bliski średniej dla krajów najwyżej rozwiniętych. Jedynie wskaźnik dotyczący roli mediów w kształtowaniu wizerunku przedsiębiorcy po wzroście, jaki odnotowano w poprzedniej edycji badania, spadł do poziomu z 2015 r. Wciąż jednak wynik dla Polski nie odbiega znacząco od średniej dla Europy.

WIĘCEJ POLAKÓW DOSTRZEGA SZANSE BIZNESOWE W SWOIM OTOCZENIU I NIE ODCZUWA STRACHU PRZED NIEPOWODZENIEM, JEDNOCZEŚNIE MNIEJ Z NAS PLANUJE ZAŁOŻYĆ WŁASNĄ DZIAŁALNOŚĆ

Prawie 7 na 10 Polaków dostrzega szanse biznesowe w swoim otoczeniu i jedynie co drugi jest zdania, że posiada wystarczające umiejętności i wiedzę do prowadzenia firmy. Jednocześnie tylko jedna trzecia mieszkańców naszego kraju, którzy rozpoznają szanse na założenie biznesu nie decyduje się na ten krok z powodu obawy przed porażką. W Europie zdecydowanie mniej mieszkańców dostrzega szanse biznesowe w swoim otoczeniu (4 na 10), również samoocena umiejętności biznesowych jest niższa (43% mieszkańców uważa je za wystarczające), zaś odsetek osób odczuwających strach przed porażką jest na podobnym poziomie jak w Polsce (37%).

Rok 2017 przyniósł mocną poprawę wskaźnika Polaków, którzy postrzegają swoje otoczenie jako sprzyjające zakładaniu działalności gospodarczej oraz spadek wskaźnika dotyczącego osób odczuwających strach przed porażką (pierwszy z nich wzrósł prawie o połowę względem 2016 r., a drugi zmniejszył się o ponad jedną trzecią). Jednocześnie o połowę zmniejszył się udział Polaków deklarujących chęć założenia firmy w ciągu kolejnych trzech lat. Obecnie co dziesiąty dorosły mieszkaniec naszego kraju ma takie plany. Warto zauważyć, że jest to wynik na poziomie średniej europejskiej, gdzie takie deklaracje złożyło 11% mieszkańców.

Powyższe wyniki mogą być także odzwierciedleniem bardzo dobrej sytuacji na rynku pracy, w której praca najemna zaczyna stanowić korzystną alternatywę dla własnej działalności. Korzystny jest przy tym fakt, że więcej Polaków dostrzega szanse na założenie firmy w swoim otoczeniu i jednocześnie mniej z nich obawia się porażki.

POZIOM PRZEDSIĘBIORCZOŚCI, SZCZEGÓLNIIE MŁODEJ, ZNÓW W GÓRĘ

W przedsiębiorczość w Polsce zaangażowanych jest prawie 19% dorosłych, w Europie niewiele ponad 15%. Odsetek osób, będących na etapie zakładania działalności gospodarczej lub prowadzących ją nie dłużej niż 3,5 roku (tzw. młodych firm) w polskim społeczeństwie wynosi obecnie prawie 9%, z kolei osób prowadzących firmy powyżej 3,5 roku jest obecnie 9,8%. Przekładając to na kolejne liczby można powiedzieć, że 2,2 mln Polaków prowadzi młode firmy, zaś 2,4 mln dojrzałe, przy czym ta sama osoba może prowadzić więcej niż jedną działalność lub być na etapie zakładania nowej. Dla porównania w Europie odsetek mieszkańców prowadzących młode firmy wynosi 8,1%, zaś dojrzałych 7%.

W Polsce w porównaniu ze średnią dla Europy wśród osób prowadzących młode firmy zdecydowanie więcej jest osób w fazie zakładania działalności (działających do 3 miesięcy) niż tych prowadzących nowe firmy (od 3 miesięcy do 3,5 roku) – na jedną nową firmę przypadają 3 na etapie organizacji, w Europie relacja ta wynosi 1:1,6.

Rok 2017 przyniósł wyraźne zmiany, jeśli chodzi o podstawowe wskaźniki poziomu przedsiębiorczości w Polsce. Wskaźnik młodych firm, po wzroście odnotowanym w 2016 r., powrócił na linię trendu z poprzednich lat, czyli ok. 9% populacji dorosłych. Wzrósł natomiast udział osób prowadzących dojrzałe firmy (z 7,1% do 9,8%) oraz osób na etapie zakładania działalności (z 4,6% do 6,7%).

CORAZ LEPSZA STRUKTURA MOTYWACJI MŁODYCH PRZEDSIĘBIORCÓW

Struktura motywacji Polaków do zakładania firm jest niezwykle korzystna – według ostatnich danych za 2017 r. prawie 68% osób prowadzących młode firmy przyznało, że zdecydowało się na założenie własnej działalności z powodu szansy, rozumianej jako chęć wykorzystania okazji, jaką stwarza prowadzenie własnego biznesu (na poprawę standardu życia poprzez wzrost dochodów osobistych lub uzyskanie niezależności). Jedynie 9% stanowią osoby, które założyły firmę z powodu konieczności, oznaczającej brak możliwości znalezienia pracy najemnej. W 2017 r. był kolejnym rokiem poprawy struktury motywacji młodych firm w Polsce. Jeszcze w 2015 r. z powodu szansy zakładanych było 46% młodych firm, a z powodu braku innego wyboru - 28%. Ta pozytywna zmiana jest ważna, ponieważ świadczy o jakości młodej przedsiębiorczości w Polsce, o chęci tych firm do rozwoju.

MŁODSZE FIRMY OFERUJĄ BARDZIEJ INNOWACYJNE PRODUKTY I NOWSZE TECHNOLOGIE

Dane za 2017 r., podobnie jak te prezentowane w poprzednich edycjach Raportu GEM Polska wskazują, że to młodsze firmy częściej wykorzystują najnowsze technologie. W Polsce 3% młodych firm deklaruje stosowanie technologii dostępnych na rynku do roku, 13% - technologie obecne od roku do 5 lat, zaś najwięcej, bo 84% - technologie starsze niż 5 lat. W grupie firm dojrzałych (obecnych na rynku przynajmniej 3,5 roku) odsetki wynoszą odpowiednio: 1%, 4% i 96%. Polskie firmy dzieli spory dystans od Europy, gdzie średnio 22% młodych i 11% dojrzałych podmiotów działa w oparciu o technologie dostępne na rynku od roku do 5 lat, zaś aż 16% młodych i 8% dojrzałych – korzysta z najnowszych technologii (nie starsze niż rok).

Jednocześnie więcej młodych firm niż dojrzałych postrzega swoją ofertę jako nową lub relatywnie nową na rynku. 25% firm młodych i 17% dojrzałych uważa, że ich produkty/usługi są nowe dla wszystkich lub części klientów. W Europie tego typu firm jest więcej w obu grupach – 43% wśród młodych i 31% wśród dojrzałych.

Polskie młode firmy znacznie częściej niż ich europejscy odpowiednicy oraz dojrzałe podmioty zarówno krajowe jak i europejskie uważają, że działają w warunkach wysokiej konkurencji. Aż 72% z nich jest

tego zdania, wobec 52% młodych firm w Europie i ok. 60% dojrzałych w Polsce i w Europie. Jednie 3% osób prowadzących młode przedsiębiorstwa jest zdania, że w ich otoczeniu nie ma innych firm, które oferują podobne produkty, dla porównania w Europie tego typu firm jest 3 razy więcej.

POZYTYWNE ZMIANY POSTAW PRZEDSIĘBIORCZYCH WŚRÓD KOBIEI I MĘŻCZYŹN

W 2017 r. odsetek kobiet dostrzegających szanse biznesowe wyniósł 70% i był wyższy niż w grupie mężczyzn (68%), przy czym warto zauważyć, że w obu grupach poziom i dynamika tego wzrostu (31.p.p. w grupie kobiet i 28.p.p. w grupie mężczyzn), w stosunku do 2016 r. były imponujące. Jednocześnie, w grupie mężczyzn znacznie spadł odsetek mężczyzn uznających, że ma wystarczające kompetencje przedsiębiorcze, a w odniesieniu do obu płci istotnie spadł poziom strachu przed porażką, przy czym w większym stopniu dotyczyło to kobiet (obecnie dotyczy on 4 na 10 przedsiębiorców). Tym samym zatarła się dotychczasowa dysproporcja pomiędzy kobietami i mężczyznami w odniesieniu do odczuwania lęku przed porażką w biznesie.

Pozytywne zmiany w zakresie postaw przedsiębiorczych w Polsce widoczne są także na tle krajów UE. W przypadku mężczyzn (Polska versus kraje UE) różnica in plus w dostrzeganiu szansy biznesowej wynosiła w Polsce niemal 23,54 p.p., a w przypadku kobiet aż 32,6 p.p. Także poziom samooceny kompetencji przedsiębiorczych jest wyższy w Polsce niż w UE. Cechą wyróżniającą Polski jest podobny poziom strachu przed porażką zarówno w grupie mężczyzn jak i kobiet, gdy tymczasem w UE poziom ten jest wyższy w grupie kobiet.

W 2017 r. nastąpiło zmniejszenie dysproporcji w poziomie młodej przedsiębiorczości kobiet i mężczyzn, natomiast w przypadku firm dojrzałych – jej pogłębienie, co może sugerować z jednej strony stale rosnącą skłonność kobiet do zakładania firm, z drugiej zaś - mniejszą trwałość dojrzałych firm prowadzonych przez kobiety niż tych prowadzonych przez mężczyzn.

Polska przedsiębiorczość wyróżnia się także na tle innych krajów pod względem motywacji do zakładania działalności gospodarczej. W Polsce, to kobiety częściej niż mężczyźni dostrzegają szanse biznesowe. Obecnie 10% mężczyzn i 8% kobiet prowadzących młode firmy deklaruje, że głównym powodem założenia biznesu był brak możliwości znalezienia pracy najmniej, jednocześnie aż 91% kobiet i 90% mężczyzn prowadzących tego typu firmy założyło je z powodu chęci wykorzystania szansy, jakie daje własny biznes.

POPRAWIAJĄ SIĘ UWARUNKOWANIA ROZWOJU MŁODYCH FIRM

Ocena uwarunkowań funkcjonowania nowych i rozwijających się firm, dokonana przez polskich ekspertów biorących udział w badaniu NES w 2017 r. jest lepsza od tej z poprzedniego roku. Większość z dziewięciu obszarów tworzących krajowe determinanty przedsiębiorczości wyodrębnionych w tym badaniu została oceniona wyżej. Do najlepiej ocenianych obszarów należą:

- dostęp do infrastruktury technicznej – eksperci wysoko oceniają dostępność usług telekomunikacyjnych dla nowych i rozwijających się firm, a koszty związane z podstawowymi mediami (gaz, woda, prąd, kanalizacja) nie stanowią dla nich problemu,
- dynamika rynku wewnętrznego – zdaniem ekspertów polski rynek towarów i usług konsumpcyjnych oraz business-to-business z roku na rok istotnie się zmienia,
- dostęp do finansowania zewnętrznego – to obszar z roku na rok coraz lepiej oceniany przez ekspertów, który nie ogranicza w istotny sposób rozpoczynania i rozwoju działalności w Polsce.

W 2017 r. odnotowano poprawę oceny ekspertów w takich obszarach jak:

- edukacja przedsiębiorczości na poziomie szkolnictwa wyższego oraz kształcenia ustawicznego – istotnie poprawiła się ocena aspektu dotyczącego kształcenia zawodowego, kursów profesjonalnych i kształcenia ustawicznego w kontekście ich skuteczności przygotowania i rozwijania firmy,
- infrastruktura komercyjna i usługowa – eksperci lepiej oceniali łatwość pozyskania dobrych usług bankowych oraz profesjonalnych prawników i księgowych, jak i łatwość pozyskania dobrych podwykonawców i konsultantów,
- normy kulturowe i społeczne – w tym obszarze najlepiej oceniano stwierdzenia dotyczące norm kulturowych i społecznych w kontekście nacisku na samowystarczalność i inicjatywę własną oraz podkreślających odpowiedzialność osobistą w zarządzaniu własnym życiem.

W kilku przypadkach oceny ekspertów obniżyły się, co może świadczyć o trudniejszej sytuacji w tych obszarach. Należą do nich: nauczanie przedsiębiorczości na poziomie podstawowym i szkoły średniej, obciążenia związane z otwartością rynku, radzenie sobie firm z biurokracją, przepisami, spójność i przewidywalność podatków oraz kwestie związane z badaniami i rozwojem, m.in. skuteczność transferu technologii, dostęp do nowej wiedzy możliwość pozyskania nowych technologii przez młode firmy.

Według opinii ekspertów w 2017 roku warunki do powstawania i rozwoju przedsiębiorstw w Polsce na tle gospodarek nastawionych na innowacyjność, ale również w porównaniu z krajami z Europy objętymi badaniem, były przeciętne. W porównaniu do tych dwóch grup krajów polscy eksperci wyżej ocenili następujące czynniki: dynamikę rynku (jego otwartość na nowe firmy), dostęp do finansowania czy infrastruktury technicznej.

Wybrane wskaźniki przedsiębiorczości w Polsce i w Europie (średnia)

Wskaźnik	2015		2016		2017	
	Polska	Europa	Polska	Europa	Polska	Europa
Przedsiębiorczość jako dobra ścieżka kariery (% dorosłych, którzy uważają, że własna firma to dobry sposób na zrobienie kariery)	61	56	62	57	79	59
Wysoki status przedsiębiorczości (% dorosłych, którzy uważają, że przedsiębiorcom, którzy odnieśli sukces należy się uznanie)	56	66	56	67	68	67
Dostrzeganie tematyki przedsiębiorczości w mediach (% dorosłych, którzy dostrzegają tematykę przedsiębiorczości w mediach publicznych i internecie)	52	55	58	54	51	54
Intencje przedsiębiorcze (% dorosłych deklarujących chęć założenia firmy w ciągu 3 lat)	20	13	21	12	10	11
Rozpoznawanie szansy (% dorosłych, którzy dostrzegają szanse biznesowe w swoim otoczeniu)	33	37	40	37	69	41
Samoocena zdolności przedsiębiorczych (% dorosłych, którzy uważają, że mają wystarczające umiejętności i wiedzę do prowadzenia firmy)	56	43	60	44	52	43
Strach przed porażką (% osób, które dostrzegają szanse biznesowe, ale nie zakładają firmy z powodu strachu przed niepowodzeniem)	48	39	48	41	34	37
Młode firmy - TEA (osoby w trakcie zakładania firmy lub prowadzące ją do 3,5 lat jako % dorosłych)	9,2	7,8	10,7	8,6	8,9	8,1
Dojrzałe firmy (osoby prowadzące firmy dłużej niż 3,5 lata jako % dorosłych)	5,9	6,6	7,1	6,8	9,8	7,0
Zaprzestanie działalności (% dorosłych, którzy w ciągu ostatnich 12 miesięcy zaprzestali prowadzenia działalności gospodarczej)	2,7	2,6	3,8	2,8	2,9	3,0
Przedsiębiorczość z konieczności (osoby, które założyły firmę z braku innych możliwości pracy jako % TEA)	28	22	27	20	9	20
Przedsiębiorczość z powodu szansy (Innovation Driven Opportunity – osoby, które założyły firmę z powodu chęci wykorzystania szansy na poprawę standardu życia przez wzrost dochodów lub uzyskanie niezależności jako % TEA)	46	48	52	52	68	50

Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor.

1. O badaniu GEM

Globalny Monitor Przedsiębiorczości dynamicznie rozwija się od chwili powstania w 1997 r. Pierwsze badania zostały wykonane w 1999 r., wówczas w projekcie uczestniczyło ok. 10 krajów. W 2017 r. badania przeprowadzono już po raz 19-ty, objęto nimi 54 krajów świata, tworzących 86% globalnego PKB i niemal 68% populacji świata. GEM opiera się na jednolitej metodologii pozyskiwania danych (zakłada przeprowadzenie badania ilościowego na minimalnej próbie 2000 dorosłych respondentów w wieku 18-64 lat oraz minimum 36 indywidualnych wywiadów z ekspertami w dziedzinie przedsiębiorczości w każdym kraju). Proces zbierania danych jest ściśle kontrolowany przez osoby odpowiedzialne za jakość danych w ramach GEM.

GEM jest największym i najbardziej prestiżowym projektem badawczym w zakresie przedsiębiorczości, który koncentruje się na przedsiębiorczości we wczesnym stadium działalności. Jest to projekt czysto naukowy, co pozwala na uzyskanie głębokiego wglądu w proces przedsiębiorczości.

Globalny Monitor Przedsiębiorczości ma trzy główne cele:

- pomiar różnic w przedsiębiorczych postawach, aktywności i aspiracjach pomiędzy krajami,
- identyfikację czynników determinujących naturę i poziom krajowej aktywności przedsiębiorczej,
- określenie implikacji wyników badań dla polityki społeczno-gospodarczej, w tym wspierania przedsiębiorczości.

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 zależności istniejących w gospodarce, których efektem jest rozwój oraz model indywidualnego 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”. 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 PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

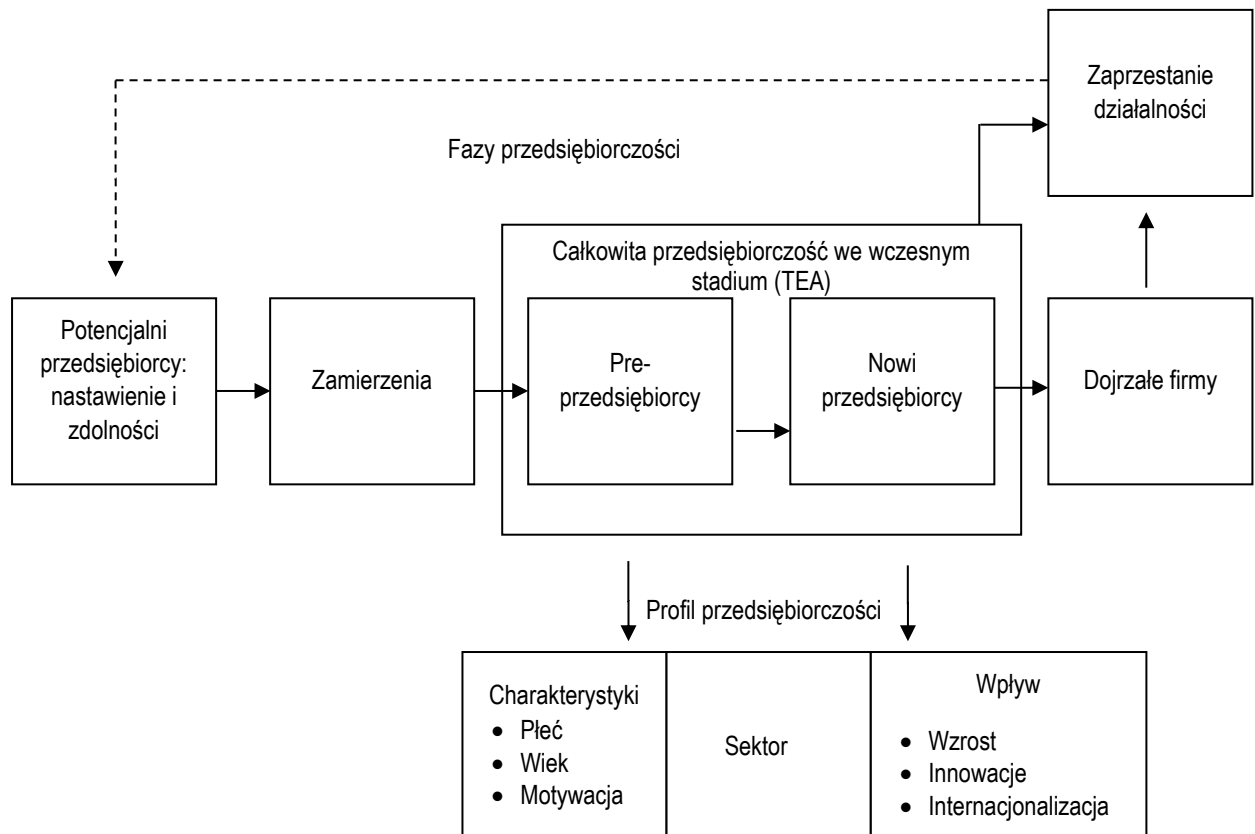
W GEM istotne jest rozróżnienie na fazę, w której znajduje się przedsięwzięcie gospodarcze (rys. 1), przy czym analizą objęte są również fazy przed formalnym rozpoczęciem realizacji przedsięwzięcia.

Niemniej uwaga skoncentrowana jest na wczesne etapy działalności. Jest to jeden z istotnych elementów odróżniających GEM od innych projektów badawczych w dziedzinie przedsiębiorczości, gdzie często bada się rejestrację nowych podmiotów na podstawie danych krajowych urzędów statystycznych, co nie pozwala na dogłębny wgląd w charakterystyki nowych przedsięwzięć.

W modelowaniu procesu przedsiębiorczości GEM posługuje się trzema stadiami rozwoju przedsięwzięcia gospodarczego. Ze względu na to, w której fazie znajduje się przedsiębiorca, można go określić jako pre-przedsiębiorcę, nowego przedsiębiorcę lub dojrzałą firmę. W metodologii GEM:

- **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/płatności nie przekracza 3 miesięcy;
- **nowi przedsiębiorcy** to osoby, które założyły firmę między 3 a 42 miesiącami przed przeprowadzeniem badania. Okres trzech i pół 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 te, które funkcjonują na rynku dłużej niż 42 miesiące (3,5 roku).

Rysunek 1. Model procesu przedsiębiorczości GEM



Źródło: N. Bosma, S. Wennekers, J.E. Amoros, *Global Entrepreneurship Monitor 2011 Extended Report: Entrepreneurship and Entrepreneurial Employees Across the Globe*, London, GERA 2012, s. 10.

Obok 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.

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 ilości różnic między krajami, 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 ROZWOJU GOSPODARCZEGO GEM

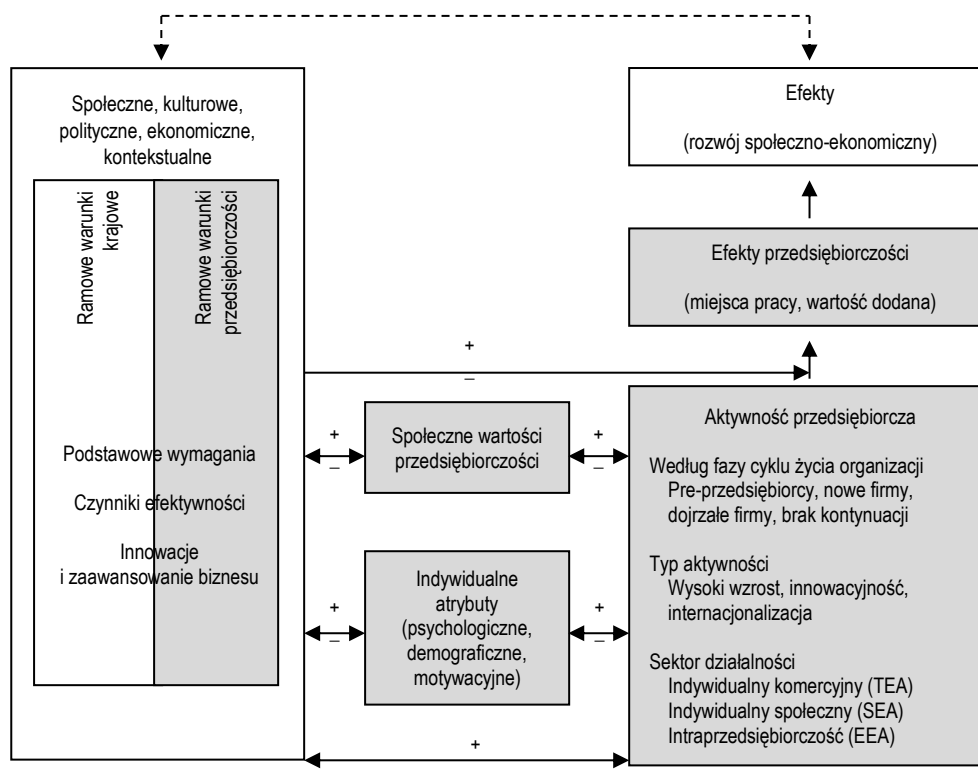
Model rozwoju gospodarczego GEM opiera się na kilku istotnych założeniach. Po pierwsze, stan gospodarki jest silnie uzależniony od dynamicznego sektora przedsiębiorczości. Zależność ta zachodzi na wszystkich etapach rozwoju gospodarczego, może ona jednak przybierać różne nasilenie i charakter.

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 tworzą większą ilość szans przedsiębiorczych w wyniku swojego bogactwa i potencjału innowacyjnego, z drugiej jednak strony oferują one większą liczbę miejsc pracy dla osób, które mogłyby 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.

W roku 2014 wprowadzony został nowy model GEM (Rysunek 2). Wskazuje on na skomplikowaną sieć zależności między uwarunkowaniami przedsiębiorczości, atrybutami indywidualnymi przedsiębiorców, charakterem powstających przedsięwzięć, efektami przedsiębiorczości oraz ich wpływem na życie społeczne i gospodarcze. Szczególnie istotne w nowym modelu jest uwypuklenie znaczenia atrybutów indywidualnych (psychologicznych, demograficznych, motywacyjnych), wartości społecznych powiązanych z przedsiębiorczością oraz charakteru aktywności przedsiębiorczej. Do tej ostatniej kategorii zaliczone są fazy życia przedsięwzięcia, typ przedsięwzięcia (wysokiego wzrostu, innowacyjne, międzynarodowe) oraz rodzaj działalności, przez który rozumiana jest przedsiębiorczość indywidualna komercyjna (*Total Early stage Entrepreneurial Activity – TEA*) oraz intraprzsiębiorczość (*Employee Entrepreneurial Activity – EEA*).

Rysunek 2. Model rozwoju gospodarczego GEM



Źródło: S. Singer, J.E. Amoros, D. Moska, *Global Entrepreneurship Monitor 2014 Global Report*, London, GERA 2015, s. 20.

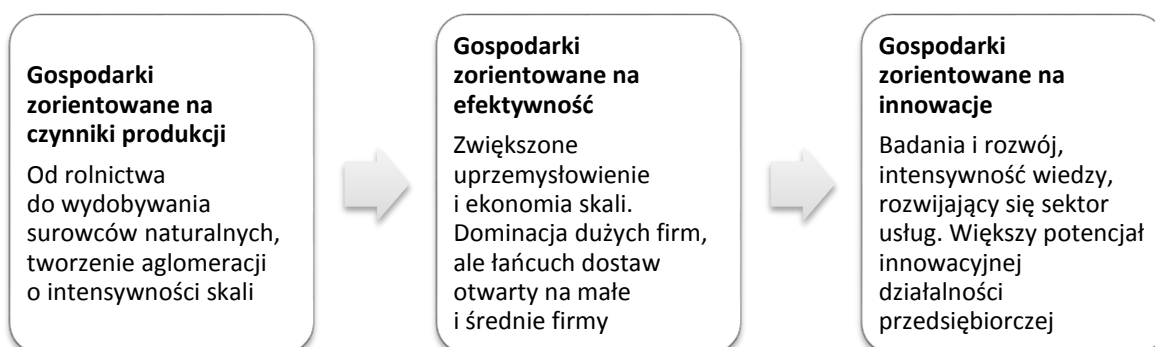
FAZY ROZWOJU GOSPODARCZEGO

Istotny w GEM jest podział krajów według fazy rozwoju gospodarczego na trzy grupy: zorientowane na czynniki produkcji, zorientowane na efektywność i zorientowane na innowacje¹ (rys. 3). W krajach w fazie zorientowania na czynniki produkcji konkurencja odbywa się na poziomie czynników produkcji, takich jak praca czy zasoby naturalne. Cena jest głównym czynnikiem konkurencyjności przedsiębiorstw na rynku, produktywność jest niska, niskie są również koszty pracy. Kraje przechodzące do zorientowania na efektywność wraz z rosnącymi kosztami pracy muszą tworzyć bardziej efektywne metody produkcji i podnosić jakość produktów i usług. Z kolei kraje zorientowane na innowacje mogą utrzymać wysokie wynagrodzenia i odpowiedni standard życia tylko wtedy, kiedy przedsiębiorstwa są w stanie konkurencyjnie opierać się na nowe i wyspecjalizowane produkty i inne innowacyjne rozwiązania². Polska w 2014 r., podobnie jak w poprzednich latach, została zaliczona do gospodarek zorientowanych na efektywność.

¹ M.E. Porter, J.J. Sachs, J. Mc Arthur, *Executive Summary: Competitiveness and Stages of Economic Development*, w: *The Global Competitiveness Report 2001-2002*, M.E. Porter, J.J. Sachs, J. Mc Arthur and K. Schwab (red.), New York, NY, 2002: Oxford University Press.

² Kraje przypisywane są do danej grupy zgodnie z podziałem przyjętym w *Global Competitiveness Report* wydawanym przez Światowe Forum Gospodarcze.

Rysunek 3. Charakterystyka trzech faz rozwoju gospodarczego



Źródło: N. Bosma, S. Wennekers, J.E. Amoros, *Global Entrepreneurship Monitor 2011 Extended Report: Entrepreneurship and Entrepreneurial Employees Across the Globe*, London, GERA 2012, s. 13.

W każdej z trzech faz rozwoju gospodarczego różna jest rola państwa we wspieraniu przedsiębiorczości i wzrostu gospodarczego. W gospodarkach zorientowanych na czynniki produkcji państwo powinno wspierać rozwój instytucji, infrastruktury, stabilność makroekonomiczną oraz zapewnić efektywny system opieki zdrowotnej i podstawowej edukacji. W gospodarkach zorientowanych na efektywność zadaniem państwa jest poprawa funkcjonowania rynków kapitałowych oraz pracy, przyciąganie inwestycji zagranicznych i tworzenie systemów edukacyjnych umożliwiających kształcenie w zakresie adaptowania technologii. W gospodarkach zorientowanych na innowacje, kluczowa rola państwa koncentruje się na tworzeniu i komercjalizacji wiedzy.

1.2. Wskaźniki przedsiębiorczości w GEM

GEM posługuje się kilkoma kryteriami, według których różnicuje działalność przedsiębiorczą. Wynikiem zastosowania tych kryteriów są wskaźniki, które wykorzystywane są w projekcie.

CAŁKOWITA PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ WE WCZESNYM STADIUM (TEA – TOTAL EARLY-STAGE ENTREPRENEURIAL ACTIVITY)

TEA jest centralnym wskaźnikiem tworzonym w badaniach GEM. Oznacza on procent ludności w wieku produkcyjnym, która jest zaangażowana w zakładanie działalności gospodarczej lub prowadzenie nowej firmy, działającej do 3,5 roku. W modelu procesu przedsiębiorczości GEM do całkowitej przedsiębiorczości we wczesnym stadium zalicza się pre-przedsiębiorców i nowych przedsiębiorców, nie zalicza się za to 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.

INTRAPRZEDSIĘBIORCZOŚĆ (EEA – EMPLOYEE ENTREPRENEURIAL ACTIVITY)

Obok przedsiębiorczości indywidualnej przedmiotem zainteresowania GEM jest intraprzedsiębiorczość, zwana również przedsiębiorczością organizacyjną bądź korporacyjną. Oznacza ona tworzenie przedsięwzięć przedsiębiorczych nie na własną rękę, ale w imieniu pracodawcy przez pracownika. Wskaźnikiem tej formy przedsiębiorczości jest EEA, oznacza on odsetek populacji, który pełni dominującą rolę w przedsiębiorczości organizacyjnej.

1.3. 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 próbie osób w wieku produkcyjnym. Druga część badań – jakościowa – polega na zbieraniu opinii ekspertów krajowych 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 i percepcji społeczeństwa w zakresie przedsiębiorczości, aspiracji wzrostowych przedsiębiorców, dążenia przez nich do internacjonalizacji, a także 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 w oparciu o te same kryteria, z których głównymi są rodzaj prowadzonej działalności (naukowiec, menedżer, polityk itd.) oraz doświadczenie w prowadzeniu działalności przedsiębiorczej (przedsiębiorca – nieprzedsiębiorca).

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

Przedsiębiorczość, zgodnie z przyjętym w GEM podejściem, traktowana jest jako zjawisko, w centrum którego stoi człowiek. To jego umiejętności, możliwość dostrzeżenia okazji biznesowej w otoczeniu, motywacje, wsparcie otoczenia w jakim funkcjonuje, powodują, że podejmuje on decyzję o rozpoczęciu działalności gospodarczej. GEM monitoruje zachowania przedsiębiorcze ludzi w poszczególnych krajach, jak i uwarunkowania społeczne w jakich się one kształtują. Dzięki temu projekt ten pozwala uzyskać dane nt. przedsiębiorczości w danym kraju nie przez pryzmat zarejestrowanych podmiotów gospodarczych i ich wyników, lecz przez postawy i zachowania przedsiębiorcze danego społeczeństwa.

Niniejszy rozdział, podobnie jak w poprzednich edycjach Raportu GEM Polska, prezentuje najnowsze dane nt. aktywności przedsiębiorczej w Polsce, pozyskane w ramach badania ilościowego, zrealizowanego na reprezentatywnej próbie dorosłych mieszkańców naszego kraju w połowie 2017 r. W latach 2011-2016 prezentowane dane opierały się na 2000 efektywnie zrealizowanych wywiadów, w 2017 r. po raz pierwszy próba została zwiększona do 8000 z uwagi na zamiar uchwycenia grupy startupów i zdobycia wiedzy na ich temat³.

W niniejszym rozdziale przedstawione zostały dane nt. nastawienia społeczeństwa do przedsiębiorców i przedsiębiorczości, pro-przedsiębiorczych postaw indywidualnych Polaków, będących wskaźnikiem przedsiębiorczego potencjału naszego społeczeństwa; poziomu przedsiębiorczości 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. Dostarcza on także wiedzy o motywacjach do założenia biznesu, aspiracjach rozwojowych (poprzez innowacyjność, umiędzynarodowienie lub wzrost zatrudnienia) przedsiębiorców. Pozwala również na dokonanie charakterystyki przedsiębiorców pod kątem płci, wieku czy sektorów prowadzonej działalności.

Najnowsze dane nt. przedsiębiorczości w Polsce za 2017 r. zestawione są w niniejszym rozdziale z wynikami sześciu poprzednich edycji badania ilościowego GEM zrealizowanych w latach 2011-2016, co umożliwi pokazanie zmian, jakim podlega przedsiębiorczość w naszym kraju i obserwację trendów. Najnowsze dane analizowane są również na tle krajów Europy⁴ i poszczególnych grup krajów świata według poziomu zaawansowania gospodarek. Grupy te zostały wyłonione w GEM w oparciu o klasyfikację stosowaną przez World Economic Forum (WEF), tj. kraje o gospodarkach zorientowanych na czynniki produkcji, na efektywność oraz innowacje. Polska przy podziale na te trzy grupy krajów zaliczana jest do krajów o gospodarce zorientowanej na efektywność, przy czym – przy podziale na pięć

³ Więcej nt. startupów w Polsce w raporcie *Startupy 2018*, PARP 2018, udostępnionym na stronie badania.parp.gov.pl.

⁴ W 2017 r. badanie ilościowe w ramach projektu GEM prowadzono jedynie w 18 krajach UE (Słowenia, Estonia, Cypr, Irlandia, Luksemburg, Niemcy, Szwecja, Wlk. Brytania, Włochy, Hiszpania, Francja, Holandia, Grecja, Słowacja, Chorwacja, Łotwa, Bułgaria, Polska), dlatego jako odniesienie dla Polski przyjęto kraje Europy (ze Szwajcarią i Bośnią i Hercegowiną) oraz średnią dla Europy.

grup, gdzie uwzględnia się także kraje znajdujące się w fazie przejściowej między kolejnymi grupami – jesteśmy kwalifikowani do grupy krajów w fazie między efektywnością a innowacyjnością.

W badaniu ilościowym (APS) w 2016 r. wzięły udział 54 kraje świata. Szczegółowe dane na temat aktywności przedsiębiorczej w tych krajach dostępne są w raporcie światowym GEM Global Report 2017/18⁵.

2.1. Społeczna percepcja przedsiębiorczości w Polsce

Przedsiębiorczość jest niewątpliwie zjawiskiem społecznym⁶, a proces powstawania nowych firm i ich rozwoju jest zakorzeniony w społeczeństwie, relacjach jakie w nim panują, wsparciu emocjonalnym, materialnym wyrażonym nie tylko we wsparciu finansowym, ale też w poświęceniu własnego czasu czy dzielenia się wiedzą. Model GEM zwraca uwagę na sposób postrzegania przedsiębiorców przez społeczeństwo, co jest badane za pomocą trzech pytań, za pomocą których ocenia się czy mieszkańcy danego kraju uważają, że: i) własna firma jest dobrym pomysłem na życie, ii) osobom, którym udało się odnieść sukces w biznesie należy się szacunek i uznanie oraz iii) dostrzegają treści o nowo powstałych przedsiębiorcach w mediach publicznych i Internecie.

Przyjęte w GEM podejście patrzenia na przedsiębiorczość przez pryzmat człowieka wskazuje na ważną rolę otoczenia jakim jest społeczeństwo, w którym ten człowiek dorasta i funkcjonuje. Proprzedsiębiorcze nastawienie mieszkańców danego kraju, cechujące się z jednej strony docenianiem osób, które odniosły sukces w biznesie, a z drugiej – przyzwoleniem na porażkę, tak jak się to dzieje m.in. w Stanach Zjednoczonych, jest czynnikiem stymulującym powstawanie nowych firm.

Spójrzmy zatem jak ta sytuacja wygląda w Polsce. Najnowsze dane GEM z połowy 2017 r. wskazują, że obecnie aż 79% dorosłych mieszkańców naszego kraju uważa, że własna firma to dobry sposób na zrobienie kariery. To drugi najlepszy wynik w Europie, gdzie średnio 59% mieszkańców podziela tę opinię. To także więcej w porównaniu z najlepiej rozwiniętymi krajami o gospodarkach zorientowanych na innowacje (średnia 57%), czy krajami najmniej rozwiniętymi (o gospodarkach opartych o czynniki produkcji) czy też krajami o gospodarkach efektywnych, do których należymy (ok. 65%). To też znacznie lepszy wynik niż w 2016 r., kiedy znajdowaliśmy się na poziomie krajów najślabiej rozwiniętych, gdzie własny biznes to często jedyny sposób na zarobkowanie. Widać więc, że jako społeczeństwo stanowimy dobre wsparcie dla przyszłych i obecnych przedsiębiorców.

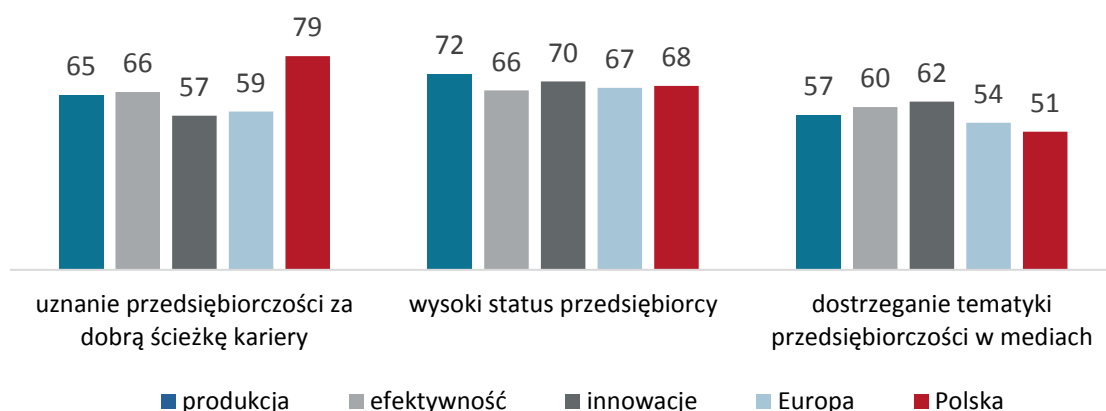
⁵ *GEM Global Report 2017/18*, Global Entrepreneurship Monitor. Raport dostępny na stronie GEM: www.gemconsortium.org oraz na stronie PARP: <http://badania.parp.gov.pl/global-entrepreneurship-monitor-gem>.

⁶ K. Klyver, B. Honig, P. Steffens *Social support timing and persistence in nascent entrepreneurship: exploring when instrumental and emotional support is most effective*, Small Business Economics, December 2017.

E. Gedajlovic, B. Honig, C.B. Moore, G.T. Payne, M. Wright *Social capital and entrepreneurship: a schema and research agenda*, Entrepreneurship Theory and Practice, 2013, 37(3), pp. 455-478.

⁶

Wykres 1. Społeczna percepcja przedsiębiorczości w Polsce na tle UE oraz grup gospodarek zorientowanych na czynniki produkcji, efektywność i innowacje w 2017 r. (% dorosłych)

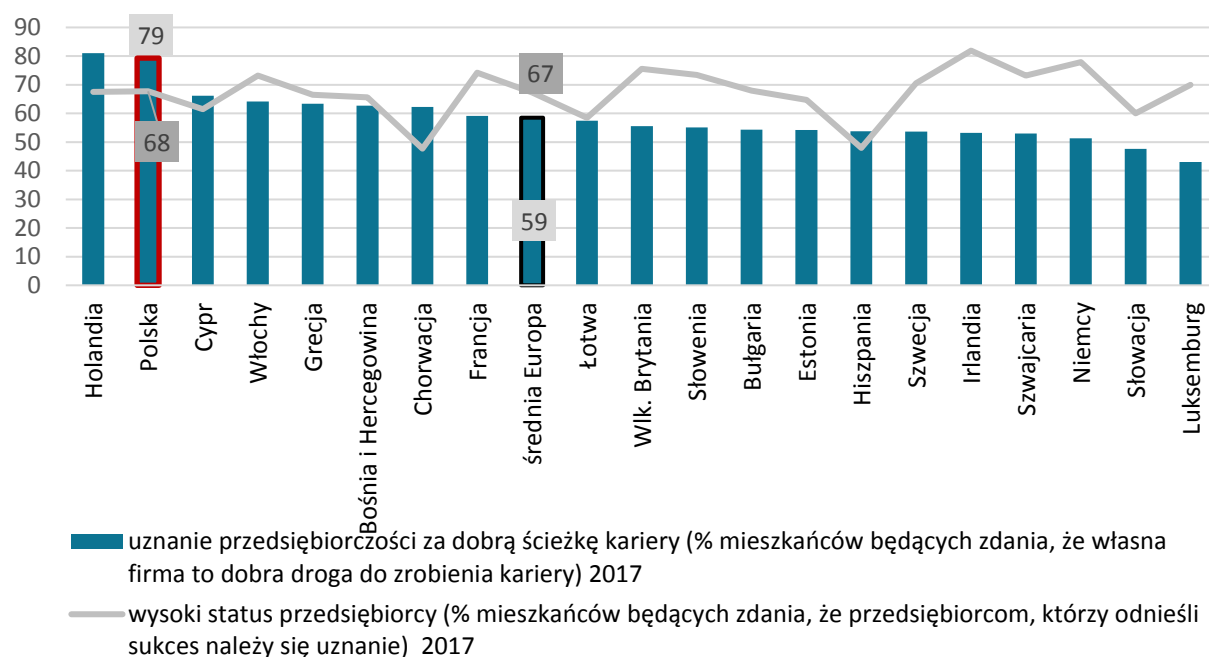


Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor.

Sytuacja w Polsce wygląda także całkiem dobrze, jeśli chodzi o wizerunek przedsiębiorcy. Obecnie 68% Polaków jest zdania, że osobom, które założyły własne firmy i odniosły sukces należy się uznanie. Należy podkreślić, że po raz pierwszy od początku realizacji badania GEM w Polsce, jest to wynik na poziomie krajów europejskich i jedynie nieco niższy niż w krajach o gospodarkach najwyżej rozwiniętych.

Przyjrzyjmy się teraz jak Polska prezentuje się na tle innych krajów Europy pod względem nastawienia społeczeństwa do przedsiębiorców. Zajmujemy drugie miejsce w tym zestawieniu jeśli chodzi o traktowanie własnej firmy jako dobrego sposobu na życie (dla przypomnienia 79% Polaków podziela to zdanie). Wyprzedza nas tylko Holandia, gdzie 81% mieszkańców podziela pozytywną opinię o byciu na swoim. Nieco niżej wyniki od naszych mają Cypr (66%) i Włochy (64%), zaś najniższe w rankingu – Słowacja (48%) i Luksemburg (43%). Średnia dla Europy wynosi 59%. Z kolei jeśli przyjrzymy się skłonności poszczególnych europejskich społeczeństw do wyróżniania przedsiębiorców, którzy odnieśli sukces, to liderem staje się Irlandia (gdzie 82% mieszkańców jest tego zdania), a za nią Niemcy (78%). Polska z wynikiem 68% dorosłych skłonnych wyróżniać odnoszących sukces przedsiębiorców znajduje się w połowie zestawienia razem z Holandią i Bułgarią. Na jego końcu są Chorwacja i Hiszpania (48%).

Wykres 2. Percepcja przedsiębiorczości w Polsce i innych krajach UE w 2017 r.

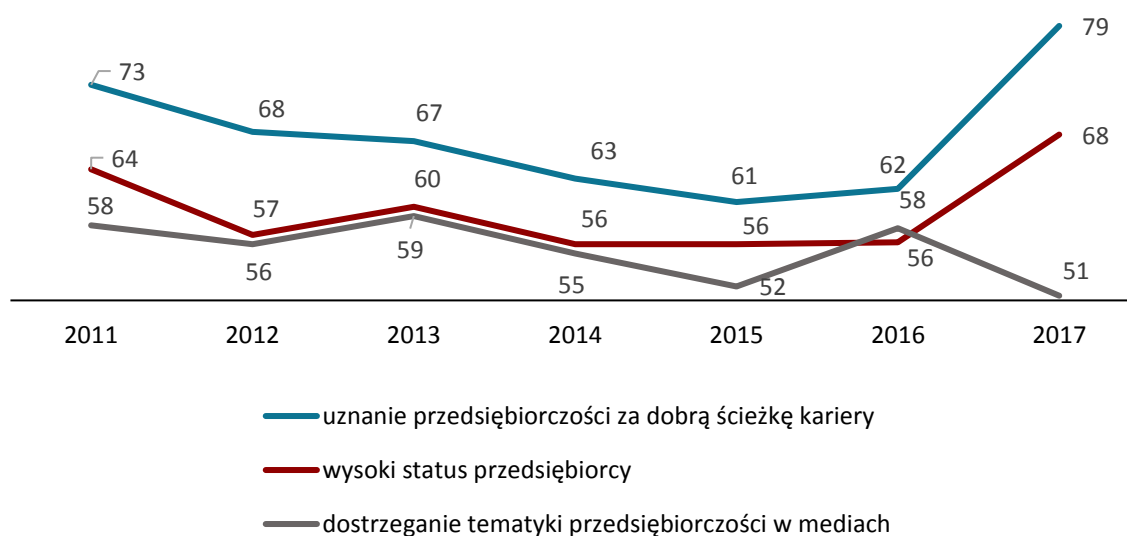


Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor.

Ostatnim czynnikiem, który według podejścia przyjętego w GEM, odgrywa istotną rolę w kształtowaniu wizerunku przedsiębiorcy w społeczeństwie są media. Dlatego też w każdym z krajów objętych badaniem GEM mieszkańcy pytani są o to czy w mediach publicznych i Internecie często pojawiają się historie opisujące nowe, krótko istniejące firmy, które odniosły sukces. W Polsce według ostatnich danych 51% dorosłych osób dostrzega tego typu treści w mediach. Dla porównania w Europie jest to średnio 54% mieszkańców, a w krajach innowacyjnych 62%. Można powiedzieć, że sytuacja w Polsce powróciła do poziomu z 2015 r., po mocnym skoku w 2016 r., kiedy to aż 58% Polaków było zdania, że w mediach publicznych i Internecie pojawiają się informacje o przedsiębiorcach, którzy niedawno założyli biznes i już odnieśli sukces. Być może ta pozytywna zmiana w 2016 r. była efektem wzrostu zainteresowania mediów wzmożonymi pracami resortów i Sejmu RP nad wprowadzeniem nowych regulacji prawnych mających na celu ułatwienie prowadzenia działalności gospodarczej. Intensywność tych prac była dość niespotykana w porównaniu z okresem 2011-2015, kiedy to rola mediów również była monitorowana w GEM. Z kolei spadek odsetka mieszkańców Polski, którzy dostrzegają treści o przedsiębiorcach w mediach w 2017 r., może wynikać niejako z przyzwyczajenia społeczeństwa do wysokiego tempa prac resortów i wielości komunikatów w mediach, a więc i po części nie zwracania na nie uwagi. Niemniej z mocniejszymi wnioskami należy poczekać do kolejnej edycji badania.

Analizując zmiany, jakim podlegała percepcja przedsiębiorczości w polskim społeczeństwie w ostatnich siedmiu latach widać, że rok 2017 r. przyniósł wyraźną poprawę jeśli chodzi o traktowanie możliwości założenia własnego biznesu jako sposobu na zarobkowanie oraz skłonność do doceniania tych, którym udało się odnieść sukces w biznesie. Obecne wyniki są najwyższe w całym analizowanym okresie. Z kolei wynik połowy Polaków, którzy dostrzegają treści o przedsiębiorcach w mediach publicznych i Internecie jest bliski temu z 2015 r. i jednocześnie najniższy od siedmiu lat.

Wykres 3. Percepcja przedsiębiorczości w polskim społeczeństwie w latach 2011–2017 (% dorosłych)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor.

2.2. Postawy przedsiębiorcze Polaków

Choć trudno oczekiwać, że znacząca poprawa nastawienia polskiego społeczeństwa do przedsiębiorczości, jaka została odnotowana w 2017 r. przełoży się natychmiast na wzrost zainteresowania prowadzeniem własnego biznesu, niewątpliwie nie pozostaje ona bez znaczenia dla postaw przedsiębiorczych Polaków w najbliższej przyszłości.

Tymczasem według ostatnich danych (z września 2017 r.) co dziesiąty Polak deklaruje chęć założenia działalności gospodarczej w ciągu kolejnych 3 lat, tj. do 2020 r. To wynik o połowę niższy niż w 2016 r., kiedy to 21% dorosłych mieszkańców naszego kraju miało takie plany. Jednocześnie jest to wynik, który znajduje się na poziomie średniej europejskiej (11%), ale niżej niż w grupie krajów o gospodarkach zorientowanych na innowacje (15%) czy efektywnych (26%). Ten wyraźny spadek intencji przedsiębiorczych Polaków odnotowany w ubiegłym roku może być opóźnionym w czasie efektem poprawiającej się od kilku lat sytuacji na rynku pracy. Z jednej strony mamy niskie bezrobocie - na koniec III kwartału 2017 r., kiedy prowadzone było badanie GEM w Polsce, liczba zarejestrowanych bezrobotnych wyniosła 1,1 mln i stanowiła 82% liczby bezrobotnych sprzed roku⁷. Z drugiej, osoby pracujące jako pracownicy najemni w znakomitej większości (89%) są zadowolone z obecnego statusu zatrudnienia⁸. Tylko 7,2% z nich chciałoby go zmienić i rozpocząć pracę na własny rachunek, co więcej jednak - pomimo wyrażanych chęci, nie podejmują oni pracy na własny rachunek z powodu braku możliwości zdobycia środków na prowadzenie własnej działalności czy niepewności finansowej związanej z taką formą pracy⁹. Z kolei wkraczający na rynek pracy młodzi ludzie w większości (51%)

⁷ Obliczenia własne na podstawie danych z publikacji *Bezrobocie rejestrowane. I-IV kwartał 2017 roku*, GUS, 2018.

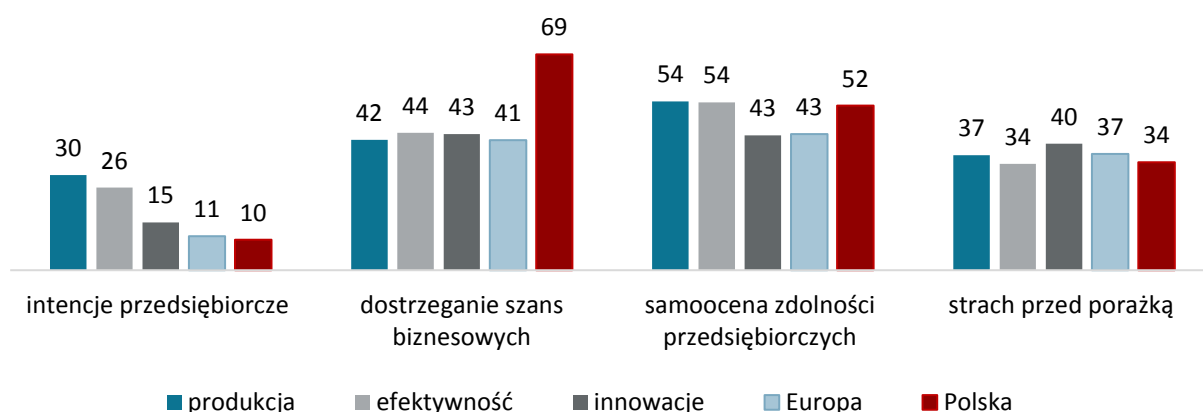
⁸ Dane za II kw. 2017 r. Źródło: *Pracujący na własny rachunek w 2017 r.*, GUS, 2018.

⁹ Tamże. Na te bariery wskazało odpowiednio 36,9% i 25,7% pracowników najemnych, którzy deklarują chęć zmiany obecnego statusu zatrudnienia i rozpoczęcia pracy na swoim.

chcieliby w przyszłości pracować dla kogoś, tylko 13% planuje założyć własną firmę¹⁰. Wydaje się zatem, że stabilność rynku pracy powoduje, że podobnie jak w wysoko rozwiniętych gospodarkach mniej osób myśli o własnym biznesie. Być może jest to zjawisko określane w badaniach terminem *low unemployment retain effect*, zgodnie z którym w okresach niskiego bezrobocia zainteresowanie zakładaniem własnej działalności gospodarczej spada z uwagi na wysoką dostępność ofert pracy najemnej¹¹.

Pozostałe zmienne opisujące postawy przedsiębiorcze w naszym kraju, poprawiają się. Według ostatnich danych 69% dorosłych mieszkańców Polski dostrzega szanse biznesowe w swoim otoczeniu. To wynik znacznie wyższy od średniej dla Europy, krajów o gospodarkach opartych o innowacje czy tych zorientowanych na efektywność, do których należymy (41-44%). To także wynik o ponad połowę lepszy od tego z 2016 r., kiedy to okazje biznesowe w swoim otoczeniu widziało 40% Polaków, co wydaje się świadczyć o coraz lepszej ocenie lokalnego rynku jako sprzyjającego powstawaniu nowych przedsięwzięć gospodarczych.

Wykres 4. Postawy przedsiębiorcze w Polsce na tle średniej dla Europy i grup gospodarek zorientowanych na czynniki produkcji, efektywność i innowacje w 2017 r. (% dorosłych)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor.

Również nasza samoocena zdolności przedsiębiorczych pozostaje na wysokim poziomie (52%), choć jest nieco niższa niż w 2016 r., kiedy to 60% dorosłych uznało swoje umiejętności i wiedzę za wystarczające do prowadzenia firmy. Jednocześnie, podobnie jak w poprzedniej edycji badania, wynik dla Polski w tym obszarze jest wyższy niż średnia dla Europy i krajów innowacyjnych (43%) (Wykres 4). Być może jest to związane z faktem, że młodzi ludzie mieszkający w Polsce coraz krytyczniej podchodzą do swoich kompetencji. Uważają, że nie mają umiejętności przywódczych, nie potrafią delegować zadań i zarządzać pracą innych, co jest ważnym aspektem prowadzenia działalności gospodarczej i współpracy z pracownikami¹².

¹⁰ Wśród „potencjalnych przedsiębiorców” ponad połowa (53%) myśli o byciu freelancerem, podczas gdy aż 40% chciałoby mieć jednego kluczowego klienta, któremu świadczyłoby usługi. Źródło: *Pierwsze kroki na rynku pracy 2018*, Deloitte, marzec 2018.

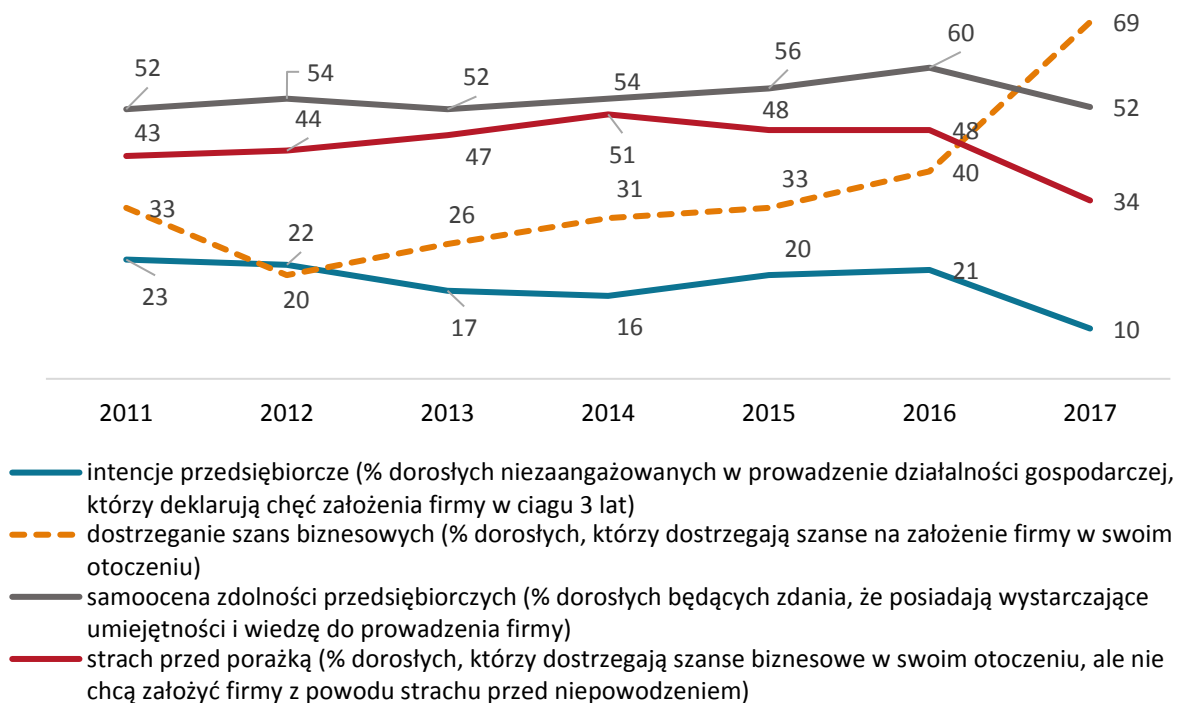
¹¹ A. Sorgner, M. Fritsch, *Entrepreneurial career paths: occupational context and the propensity to become self-employed*, *Small Business Economics*, 2018, 51: 129-152.

¹² Tamże.

Prezentowany w poprzednich edycjach Raportu GEM Polska pozytywny obraz postaw przedsiębiorczych Polaków zaburzany był przez wysoki, na tle innych krajów, odsetek osób odczuwających strach przed niepowodzeniem. Jeszcze w 2016 r. prawie połowa, bo 47,6% osób, które dostrzegają szanse na założenie firmy w swoim otoczeniu nie decydowało się na to z powodu obawy przed porażką. Obecnie odsetek tego typu osób wynosi 34% i jest niższy od średniej dla Europy (37%) czy krajów najwyżej rozwiniętych (40%).

Widać więc, że rok 2017 r. zmienił nieco dotychczasowy ogląd postaw przedsiębiorczych Polaków. Tak jak wspomniano wyżej mocno spadł odsetek osób deklarujących chęć założenia firm – obecnie wynosi 10% dorosłych i jest to wartość najniższa od 2011 r., kiedy rozpoczęto systematyczną realizację badania GEM w Polsce. Zmalała także ufność we własne umiejętności przedsiębiorcze – obecnie 52% Polaków uważa je za wystarczające do prowadzenia firmy i jest to wynik zbliżony do notowanego w latach 2011-2014. Jednocześnie systematycznie rośnie odsetek Polaków dostrzegających szanse biznesowe w swoim otoczeniu – obecnie jest on ponad dwa razy wyższy niż w 2011 r. i wynosi 69% (wówczas 33%), przy czym najmocniejszy wzrost tej zmiennej odnotowano w 2016 r. (z 33% do 40%) i w 2017 r. (do 69%). Spada też odsetek osób dostrzegających szanse biznesowe w otoczeniu, ale niezakładających firmy z powodu obawy przed porażką – obecnie wynosi on 34% i jest to najniższa notowana wartość od siedmiu lat. Może to świadczyć o coraz większym przyzwoleniu społeczeństwa na porażkę i poprawę wizerunku przedsiębiorcy w naszym społeczeństwie, co zostało szczegółowo opisane na początku niniejszego rozdziału.

Wykres 5. Postawy przedsiębiorcze w Polsce w latach 2011 – 2017 (% dorosłych)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor.

Poniższy wykres 6 i tabela 1 przedstawiają dane nt. wszystkich czterech zmiennych opisujących w GEMie postawy przedsiębiorcze w poszczególnych państwach Europy. Na tej podstawie można

powiedzieć, że mieszkańcy Europy są do siebie najbardziej podobni, jeśli chodzi o samocenę umiejętności do prowadzenia własnego biznesu – najmniej osób przekonanych o posiadaniu wystarczających kwalifikacji do tego celu jest we Włoszech (30%) i Szwecji (35%), najwięcej zaś w Słowenii (53%) i Polsce (52%). Również relatywnie mniejsze różnice dzielą Europejczyków jeśli chodzi o odsetek osób odczuwających strach przed porażką – najmniej tego typu osób jest w Bułgarii (21%) oraz Bośni i Hercegowinie i Chorwacji (po 27%), zaś najwięcej – w Grecji (55%) i na Cyprze (56%). Zdecydowanie mocniej różni się pod względem dostrzegania szans biznesowych w najbliższym otoczeniu oraz intencji przedsiębiorczych. Najwięcej mieszkańców, którzy przyznają, że widzą szanse na założenie firmy w swoim otoczeniu jest w Szwecji (79% dorosłych), a następnie w Polsce (69%), najmniej zaś – w Grecji (14%) i Bośni i Hercegowinie (13%). Z kolei Estończycy, Francuzi i Chorwaci należą do ścisłej czołówki europejskiej, jeśli odsetek osób planujących założenie firmy w ciągu kolejnych 3 lat. Takie plany ma tam 18% mieszkańców, podczas gdy w Bułgarii i Bośni i Hercegowinie - jedynie 5%. Polska zajmuje 2. miejsce w Europie, jeśli chodzi o odsetek mieszkańców dostrzegających szanse biznesowe w otoczeniu (69%, po Szwecji - 79%) oraz jeśli chodzi o odsetek dorosłych uważających swoje umiejętności przedsiębiorcze za wystarczające do założenia i prowadzenia firmy (52%, po Słowenii – 53%), 9. miejsce w zakresie odsetka osób odczuwających strach przed porażką (34%, wyższy ma m.in. Łotwa, Grecja, Włochy, Łotwa, Francja i Hiszpania), i wreszcie 11. (lub 6. jeśli liczyć miejsca ex aequo) na 21 państwach, jeśli chodzi o intencje przedsiębiorcze (10%, po m.in. Estonii, Francji, Chorwacji, Łotwie, Cyprze, Irlandii, Szwajcarii i Włoszech).

Wykres 6. Postawy przedsiębiorcze Polaków i innych narodów UE w 2016 r. (intencje przedsiębiorcze – prawa oś, pozostałe wskaźniki - lewa)

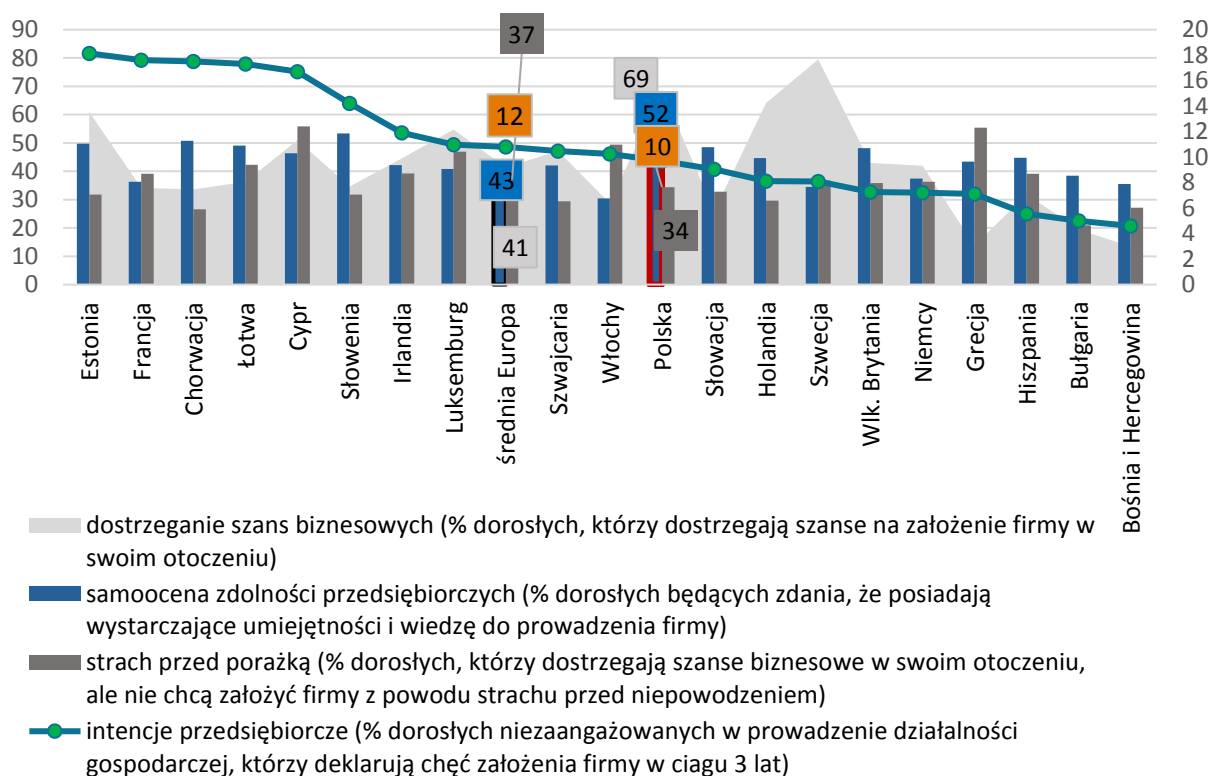


Tabela 1. Postawy przedsiębiorcze Polaków i innych narodów UE w 2016 r. (intencje przedsiębiorcze – prawa oś, pozostałe wskaźniki - lewa)

	intencje przedsiębiorcze (% dorosłych niezaangażowanych w prowadzenie działalności gospodarczej, którzy deklarują chęć założenia firmy w ciągu 3 lat)	dostrzeganie szans biznesowych (% dorosłych, którzy dostrzegają szanse na założenie firmy w swoim otoczeniu)	samoocena zdolności przedsiębiorczych (% dorosłych będących zdania, że posiadają wystarczające umiejętności i wiedzę do prowadzenia firmy)	strach przed porażką (% dorosłych, którzy dostrzegają szanse biznesowe w swoim otoczeniu, ale nie chcą założyć firmy z powodu strachu przed niepowodzeniem)
Bośnia i Hercegowina	5	13	36	27
Bułgaria	5	20	38	21
Chorwacja	18	34	51	27
Cypr	17	51	46	56
Estonia	18	61	50	32
Francja	18	34	36	39
Grecja	7	14	43	55
Hiszpania	6	32	45	39
Holandia	8	64	45	30
Irlandia	12	45	42	39
Luksemburg	11	55	41	47
Łotwa	17	36	49	42
Niemcy	7	42	37	36
Polska	10	69	52	34
Słowacja	9	26	48	33
Słowenia	14	35	53	32
Szwajcaria	10	47	42	29
Szwecja	8	79	35	37
Wlk. Brytania	7	43	48	36
Włochy	10	29	30	49

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor.

Wśród wszystkich krajów unijnych, Hiszpania, Niemcy, Grecja należą do grupy, w których na jednego mieszkańca deklarującego chęć założenia firmy przypada najwięcej osób, które pomimo dostrzegania szans biznesowych nie decydują się na założenie firmy z powodu obawy przed porażką (odpowiednio 8; 6; 6). W tych krajach samoocena zdolności przedsiębiorczych społeczeństwa jest na podobnym poziomie. W Polsce na jedną osobę deklarującą chęć założenia firmy przypadają nieco ponad dwie osoby, które pomimo dostrzegania szans biznesowych nie decydują się na założenie firmy z powodu obawy przed porażką. Ten wynik jest jednak tylko pozornie dobry, ponieważ jest on efektem wysokiego odsetka osób deklarujących chęć założenia firmy.

Wskaźnik osób odczuwających strach przed porażką jest u nas na jednym z najwyższych w UE poziomie (po Grecji – 53%, Cyprze – 50% i Włoszech – 49%). Jedynym krajem w UE, gdzie na jedną osobę

planującą założenie własnego biznesu przypada mniej niż 2 osoby, które pomimo dostrzegania szans biznesowych nie decydują się na założenie firmy z powodu strachu przed porażką, jest Chorwacja, gdzie przy wysokim wskaźniku intencji przedsiębiorczych jest względnie niski wskaźnik osób odczuwających strach przed niepowodzeniem. Jak widać postawy przedsiębiorcze społeczeństw poszczególnych krajów nie są prostą funkcją ich zamożności, lecz wypadkową wielu dodatkowych czynników.

2.3. Poziom przedsiębiorczości

Poziom przedsiębiorczości w GEM, w przeciwieństwie do większości statystyk, które mierzą go liczbą zarejestrowanych podmiotów gospodarczych, definiowany jest poprzez odsetek dorosłych zaangażowanych w działalność gospodarczą. To zaangażowanie obejmuje wszystkie etapy rozwoju przedsiębiorstwa, począwszy od podejmowania pierwszych działań w kierunku utworzenia firmy jak również prowadzenia jej. Uwzględnia się także dodatkowy etap związany z wycofywaniem się z prowadzenia działalności gospodarczej.

W zależności od fazy rozwoju przedsięwzięcia biznesowego, GEM wyróżnia kilka typów osób – przedsiębiorców. Pierwszą grupą są **pre-przedsiębiorcy**, czyli osoby w początkowej fazie przedsiębiorczości, które zaangażowały pewne środki w założenie firmy, ale nie wypłacają pensji przez okres dłuższy niż 3 miesiące (inaczej: osoby w trakcie zakładania firmy i te które ją prowadzą nie dłużej niż 3 miesiące). Kolejna to **nowi przedsiębiorcy** (osoby prowadzące działalność od 3 do 42 miesięcy), następna – **dojrzały przedsiębiorcy** (prowadzący działalność powyżej 42 miesięcy) i **zaprzestający jej prowadzenia** (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 zlikwidowały)¹³.

Pre-przedsiębiorcy i nowi przedsiębiorcy tworzą **TEA** (Total Early-stage Entrepreneurial Activity). TEA to kluczowy wskaźnik w GEM. Jego atutem jest to, że poprzez uwzględnienie osób, które są na etapie tworzenia nowej firmy pozwala prognozować intensywność działalności przedsiębiorczej w społeczeństwie (więcej o wskaźniku w rozdziale 1, pkt 1.2). **Oprócz osób w trakcie zakładania biznesu, wskaźnik ten obejmuje osoby prowadzące firmy nie dłużej niż 3,5 roku, dlatego w dalszej części niniejszego rozdziału będziemy określać je mianem młodych firm.**

Przyjrzyjmy się teraz jak kształtuje się wskaźnik młodych firm (TEA) w poszczególnych grupach gospodarek świata oraz w Polsce. Jak widać na wykresie 7 w krajach najsłabiej rozwiniętych TEA jest zdecydowanie wyższe niż w pozostałych grupach krajów – wynosi 16,4%, podczas gdy w krajach o gospodarkach efektywnych, do których należy Polska – 14,9%, a w najbardziej rozwiniętej grupie krajów – 9,2%. Dane te są zgodne z teorią GEM, według której wskaźnik młodych firm jest zazwyczaj najwyższy w krajach najsłabiej rozwiniętych, jego wartość maleje wraz z przechodzeniem do grup krajów o bardziej zaawansowanych gospodarkach. W Polsce odsetek osób dorosłych prowadzących młode firmy wynosi według ostatnich danych 9,8% i jest wyższy od średniej dla Europy (8,1%).

Podobnie kształtuje się odsetek nowych firm, czyli osób prowadzących firmy przed okres od 3 do 42 miesięcy. W krajach opartych o czynniki produkcji tego typu osoby stanowią ponad 10% społeczeństwa, w krajach o efektywnych gospodarkach – 6,5%, natomiast w najbardziej rozwiniętych

¹³ Porównaj definicje na stronie 8.

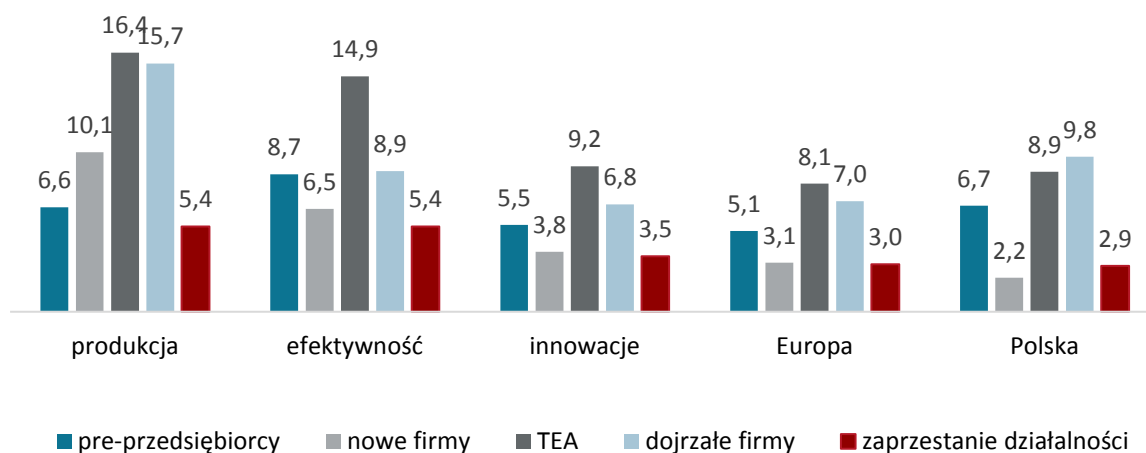
– krajach innowacyjnych – 3,8%. W Polsce odsetek osób prowadzących nowe firmy (od 3 do 42 miesięcy na rynku) wynosi jedynie 2,2% populacji osób dorosłych, to tylko nieco niżej niż średnia dla Europy (3,1%).

Nieco inaczej prezentują się dane za 2017 r., jeśli chodzi o udział w populacji dorosłych pre-przedsiębiorców, czyli osób będących na etapie organizowania swojej firmy (do 3 miesięcy na rynku, a właściwie maksymalnie 3 miesiące wypłacania pensji). W Polsce odsetek tego typu osób jest relatywnie wysoki – wynosi 6,7% wobec średniej 5,1% dla Europy, 5,5% dla krajów innowacyjnych, 8,7% dla krajów o gospodarkach efektywnych i 6,6% dla krajów najstąbiej rozwiniętych.

Widać więc, że w Polsce w porównaniu ze średnią dla Europy i pozostałych grup krajów świata wśród osób prowadzących młode firmy zdecydowanie więcej jest osób w fazie zakładania działalności (do 3 miesięcy) niż tych prowadzących nowe firmy (obecne na rynku dłużej niż 3 miesiące i krócej niż 3,5 roku) – na 3 osoby w fazie zakładania działalności przypada w Polsce jedna, która prowadzi firmę od 3 do 42 miesięcy, w Europie relacja ta 1,6:1, krajach innowacyjnych 1,4:1, a efektywnych 1,3:1. Natomiast zupełnie odwrotnie jest w krajach opartych o czynniki produkcji, gdzie na jednego pre-przedsiębiorcę przypada mniej niż jedna nowa firma (dokładnie 0,65).

Przyjrzyjmy się teraz osobom, które prowadzą firmy dłużej niż 3,5 roku, czyli dojrzałym firmom. Ich udział wśród dorosłych mieszkańców Polski jest wyższy niż w Europie (7%), krajach innowacyjnych (6,8%) czy efektywnych (8,9%) i wynosi 9,8%. Jedynie w krajach o gospodarkach opartych o czynniki produkcji udział dojrzałych firm jest wyższy niż w Polsce – średnia dla tych krajów to 15,7%.

Wykres 7. Poziom aktywności przedsiębiorczej w Polsce na tle Europy i grup gospodarek zorientowanych na czynniki produkcji, efektywność i innowacje w 2017 r. (% dorosłych)

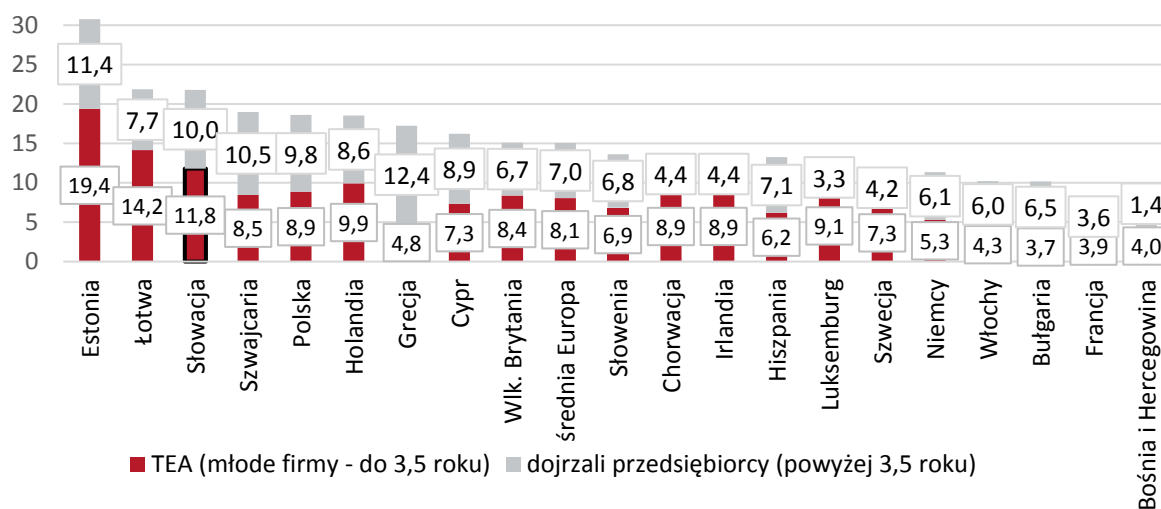


Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor.

W sumie w 2017 r. w Polsce prawie 19% dorosłych rozpoczynało lub prowadziło działalność gospodarczą. Dla porównania w Europie było to niewiele ponad 15% mieszkańców. Szczegółowe dane nt. nasycenia społeczeństwa młodymi i dojrzałymi firmami przedstawia Wykres 8. Jak widać, podobnie jak to było w 2016 r., najbardziej przedsiębiorczym społeczeństwem według ostatnich danych są Estończycy (31% populacji dorosłych), a następnie Łotysze i Słowacy (po ok. 22%), najmniej zaś mieszkańcy Bośni i Hercegowiny (5,3%) oraz Francji (7,5%). Polska z wynikiem 18,6% mieszkańców zaangażowanych w prowadzenie własnej działalności gospodarczej znajduje się na 5. miejscu

w Europie (po Estonii, Łotwie, Słowacji i Szwajcarii, a przed Holandią, Grecją i pozostałymi krajami objętymi badaniem GEM w 2017 r.)

Wykres 8. Poziom przedsiębiorczości w krajach Europy w 2017 r. (odsetek osób zakładających i prowadzących działalność do 3,5 roku (młodych firm) oraz osób prowadzących działalność ponad 3,5 roku (dojrzałych przedsiębiorców) w populacji osób dorosłych danego kraju)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor.

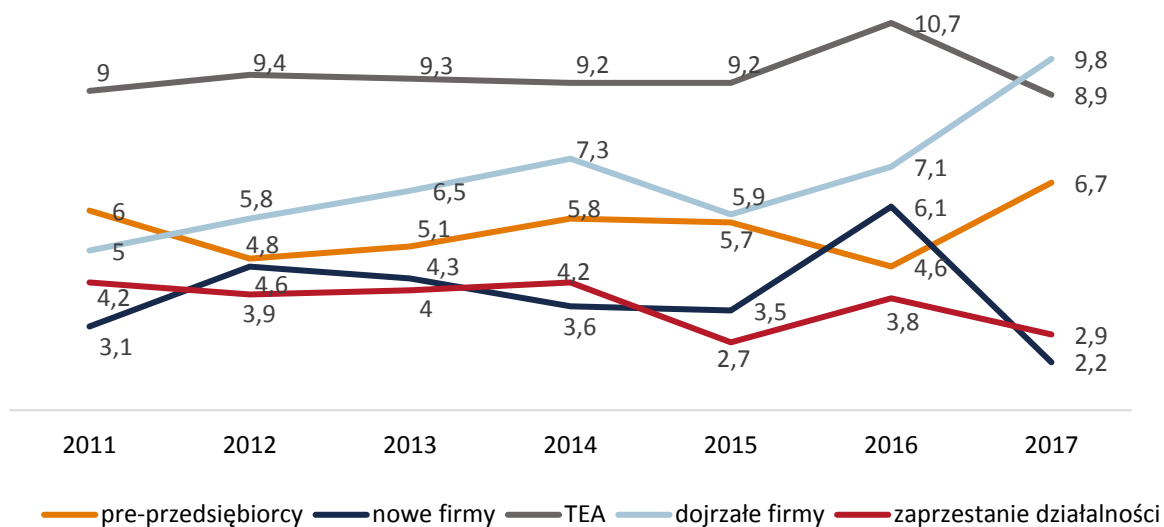
Rok 2017 przyniósł spore zmiany jeśli chodzi o podstawowe wskaźniki przedsiębiorczości w Polsce. Odsetek młodych firm (TEA) po jednostkowym skoku w 2016 r., kiedy jego wartość zwiększyła się z ok. 9% w poprzednich latach do 10,7%, w 2017 r. obniżył się do 8,9% – można powiedzieć, że tym samym wrócił na poziom nieco poniżej linii trendu z poprzednich lat. Jeśli spojrzymy na kształtowanie się składowych wskaźnika młodych firm (czyli osób na etapie organizowania firmy – do 3 miesięcy działalności (pre-przedsiębiorców) i tych prowadzących nowe firmy – od 3 do 42 miesięcy działalności na rynku) to okazuje się, że w 2017 r. wzrósł odsetek pre-przedsiębiorców – z 4,6% w 2016 r. do 6,7%. Jednocześnie jeszcze silniej obniżył się wskaźnik nowych firm – z 6,1% w 2016 r. do 2,2% w 2017 r. Trudno jest wskazać na powody tych zmian, częściowo spadek odsetka nowych firm może wynikać ze spadku odsetka osób rozpoczynających działalność gospodarczą, jaki został odnotowany w 2016 r., a także wzrostem odsetka osób wycofujących się z prowadzenia działalności gospodarczej w 2016 r. względem poprzedniego roku.

Jeśli chodzi o dojrzałe firmy tu sytuacja od 2016 r. jest coraz lepsza. W 2015 r. osoby prowadzące działalność gospodarczą dłużej niż 3,5 roku stanowiły 5,9% populacji dorosłych Polaków, w 2016 r. – 7,1%, a w 2017 r. – 9,8%. Po części wzrost odsetka dojrzałych firm to efekt wzrostu odsetka młodych firm (do 3,5 roku działalności) w 2016 r.

Trudno jest na podstawie danych za 2017 r. wnioskować o istotnej zmianie w strukturze przedsiębiorstw w Polsce. Niemniej analiza danych za ostatnie siedem lat pozwala wskazać pewne trendy jeśli chodzi o kształtowanie się przedsiębiorczości w Polsce. Po pierwsze odsetek młodych firm w społeczeństwie utrzymuje się na poziomie ok. 9%. Po drugie wskaźnik osób rozpoczynających działalność gospodarczą jest niezmiennie wysoki – w 2011 r. wynosił 6%, obecnie to 6,7% dorosłych. Widać też systematyczną poprawę, jeśli chodzi o odsetek dojrzałych firm, relatywnie długo obecnych

na rynku (w 2011 r. było to 5% dorosłych, obecnie niemal dwa razy więcej). Są to pozytywne sygnały świadczące z jednej strony o wysokim potencjale Polaków do tworzenia nowych przedsiębiorstw, z drugiej – o coraz lepszej jakości zakładanych firm i ich zdolności do utrzymania się na rynku. Z drugiej strony zastanawia ostry spadek odsetka nowych firm. Jednak z odpowiedzią na pytanie czy jest to sygnał o trudnościach, z jakimi zmagają się nowo powstałe podmioty czy raczej powrót do wartości bliższych tym obserwowanym w poprzednich latach (w 2011 r. odsetek ten wynosił 3,1%) trzeba zaczekać do wyników kolejnej edycji badania.

Wykres 9. Poziom przedsiębiorczości w Polsce w latach 2011–2017 (% dorosłych)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor.

Na wykresie 9 przedstawiony jest także 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 w 2017 r. – ostatni kwartał 2016 r. i pierwsze trzy kwartały 2017 r. Wskaźnik ten w ostatnim roku spadł do 2,8% z 3,8% w 2016 r., wracając tym samym do poziomu z 2015 r. Głównymi powodami, dla których Polacy wycofywali się z prowadzenia działalności gospodarczej w 2017 r. były: nierentowność prowadzonego biznesu (28% osób, które zaprzestały prowadzenia firmy wskazały na ten czynnik), pojawienie się innej pracy lub możliwości biznesowej (15%) i sprawy rodzinne lub osobiste (15%). W porównaniu z poprzednim rokiem nieznacznie wzrosło znaczenie czynnika, jakim jest nierentowność biznesu (22% w 2016 r.) i jednocześnie spadło pozostałych dwóch, tj. pojawienie się innej pracy - 24% w 2016 r. i powody osobiste - 21%. Porównanie danych z ostatnich dwóch edycji badań GEM wskazuje także na 4-krotny wzrost osób, które wycofały się z prowadzenia biznesu poprzez jego sprzedaż¹⁴ oraz dwukrotny wzrost tych, którzy odeszli na emeryturę¹⁵.

W Europie średnio 3% mieszkańców zaprzestało prowadzenia działalności gospodarczej w ciągu 12 miesięcy przed realizacją badania w 2017 r. To wynik podobny jak w Polsce. W grupie krajów

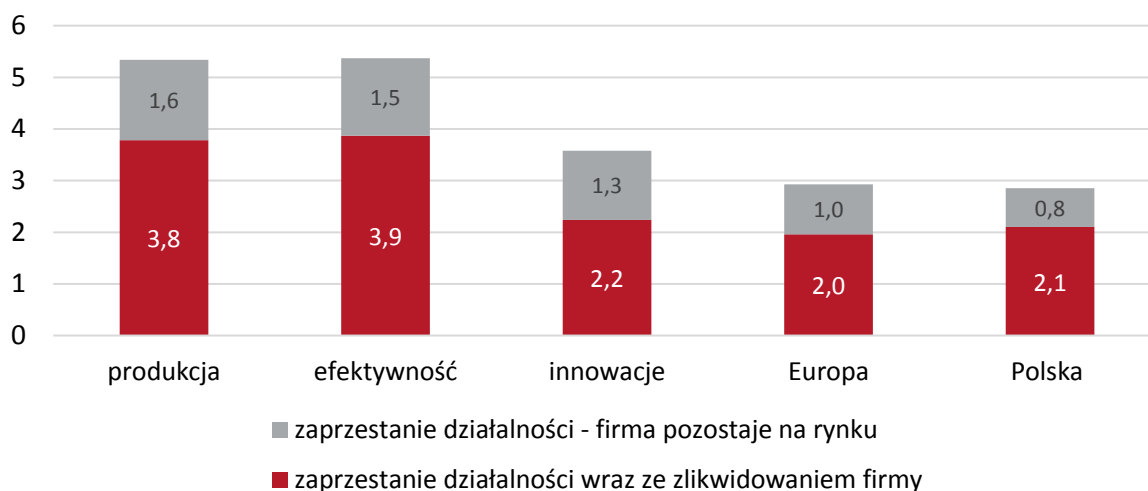
¹⁴ 1,7% zaprzestających w 2016 r. i 9,8% w 2017 r.

¹⁵ 1,7% w 2016 r. i 3,6% w 2017 r.

innowacyjnych jest on nieco wyższy – 3,5%, natomiast zdecydowanie wyższy w grupie krajów zorientowanych na efektywność, do której należymy (5,4%) oraz krajów najmniej rozwiniętych (5,4%).

GEM pozwala przyjrzeć się grupie osób zaprzestających prowadzenia działalności gospodarczej również z punktu widzenia dalszych losów założonych przez nie firm. Osoby te pytane są o to, czy zaprzestanie oznaczało zamknięcie firmy czy też pozostawienie jej na rynku (w innych rękach). Jak widać z wykresu 10 niezależnie od poziomu rozwoju gospodarczego zdecydowanie więcej osób odchodzi z biznesu i zamyka firmę niż zostawia ją na rynku. W Polsce w 2017 r. 2,1% dorosłych zlikwidowało firmę i w ten sposób przestało prowadzić działalność gospodarczą, zaś 0,8% dorosłych – pozostawiło firmę na rynku osobiście wycofując się z prowadzenia biznesu. Oznacza to, że w naszym kraju na jedną osobę, która wycofuje się z prowadzenia biznesu, ale zostawia działającą firmę na rynku przypadają ponad 2 (dokładnie 2,6), które zaprzestają prowadzenia działalności poprzez zlikwidowanie firmy. Podobnie jest w Europie, grupie krajów o gospodarkach zorientowanych na efektywność czy czynniki produkcji, gdzie ta relacja wynosi odpowiednio 1:2, 1:2,6 oraz 1:2,4. W krajach zorientowanych na innowacje relatywnie mniej firm jest likwidowana – relacja pozostawionych na rynku vs. likwidowanych wynosi 1:1,7.

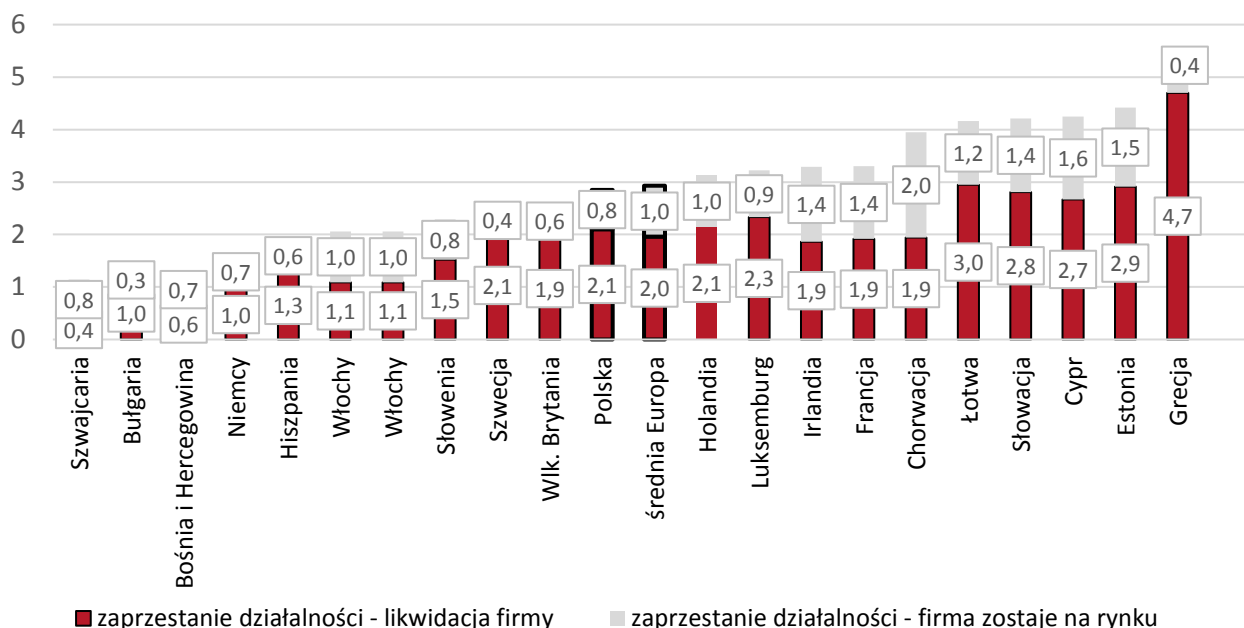
Wykres 10. Zaprzestanie działalności gospodarczej – osoby, które w badaniu w 2017 r. przyznały, że w ciągu ostatnich 12 miesięcy zakończyły prowadzenie biznesu (% dorosłych)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor.

Poniższy wykres 11 prezentuje dane nt. odsetka mieszkańców poszczególnych krajów Europy, którzy w badaniu z 2017 r. przyznali, że zaprzestali prowadzenia działalności gospodarczej w ostatnich 12 miesiącach. Największy odsetek mieszkańców, którzy wycofali się ostatnio z prowadzenia własnego biznesu zanotowano w Grecji (5,1% dorosłych), Estonii (4,4%) na Cyprze (4,1%) oraz Słowacji (4,2%), najniższy z kolei w Szwajcarii (1,2%), Bułgarii (1,3%) oraz Bośni i Hercegowinie (1,3%) jak również w Niemczech (1,7%). Polska z wynikiem 2,9% znajduje się w środku zestawienia. Jeśli chodzi o strukturę osób zaprzestających prowadzenia biznesu najbardziej niekorzystna relacja firm pozostawionych na rynku vs. zlikwidowanych z tego powodu jest w Grecji, gdzie na 1 pozostawioną firmę na rynku przypada aż 11 zlikwidowanych oraz w Szwecji (1:5). Z kolei w takich krajach jak Szwajcaria, Bośnia i Hercegowina oraz Chorwacja relacja jest odwrotna, więcej firm zostaje na rynku w rękach innego właściciela niż jest likwidowana.

Wykres 11. Zaprzestanie działalności gospodarczej w Europie – osoby, które przyznały w badaniu w 2017 r., że w ostatnich 12 miesiącach wycofały się z prowadzenia biznesu (% dorosłych)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor.

Porównując dane nt. poziomu przedsiębiorczości ogółem, w tym młodych i dojrzałych firm w krajach Europy oraz dane nt. wycofywania się z działalności gospodarczej można powiedzieć, że do pewnego stopnia w krajach o wysokim odsetku dojrzałych firm (patrz wykres 8) wyższe są także odsetki osób kończących przygodę z biznesem – dotyczy to m.in. Grecji, Estonii, Łotwy czy Słowacji. Z drugiej strony są wyjątki, jak np. Szwajcaria, która jest na trzecim miejscu w Europie, jeśli chodzi o poziom dojrzałych firm i pierwszym pod względem najniższego odsetka zaprzestających prowadzenia działalności gospodarczej, czy Francja, gdzie osoby prowadzące dojrzałe firmy stanowią w porównaniu z innymi krajami Europy niewielki odsetek, natomiast odsetek osób zaprzestających tej aktywności wynosi relatywnie sporo, bo 3,3% dorosłych. Powyższe obserwacje wydają się potwierdzać wieloaspektowość zjawiska jakim jest przedsiębiorczość.

2.4. Motywacja zakładania działalności gospodarczej

Motywacja stanowi odpowiedź na pytanie dlaczego człowiek znajdujący się w danej sytuacji wybiera określony sposób reakcji na nią, bądź też dlaczego jego zachowanie jest pełne zapału¹⁶. Badania w obszarze psychologii społecznej wskazują, że osoby nastawione na osiągnięcie konkretnego celu oceniają jego wartość przez pryzmat oczekiwania, że go osiągną¹⁷. To sprawia, że osoby zmotywowane częściej niż pozostałe dążą do zwiększenia prawdopodobieństwa osiągnięcia celu zachowując się w sposób, który to umożliwi¹⁸. Motywacja jest zatem ważnym czynnikiem, decydującym o przyszłości przedsięwzięcia biznesowego.

¹⁶ Bargh et al. 2010 w How young firms achieve growth: reconciling the roles of growth motivation and innovative activities, A. Mckelvie, A. Brattstrom, K. Wennberg, Small Business Economics, 2017, 49:273-293.

¹⁷ Atkinson 1957 w tamże.

¹⁸ Bargh et al. 2010, Kanfer 1990 w tamże.

Badacze przedmiotu, jakim są motywacje skłaniające ludzi do założenia firmy najczęściej dzielą motywacje na pozytywne i negatywne. Do motywacji pozytywnych należy chęć samorealizacji, rozwoju własnego talentu, uzyskania niezależności czy też osiągnięcia wyższych dochodów poprzez własną działalność gospodarczą. Z kolei motywacja negatywna oznacza konieczność założenia własnej firmy z powodu braku możliwości znalezienia satysfakcjonującej pracy najemnej. Jak wynika z tych badań osoby, które podjęły decyzję o założeniu działalności z powodu motywacji pozytywnych radzą sobie lepiej niż osoby, które zostały do tego niejako zmuszone przez brak innej opcji na zarobkowanie. Osiągają też wyższe parametry wzrostu niż osoby motywowane negatywnie, częściej angażują się w innowacyjne przedsięwzięcia, zatrudniają nowych pracowników, prowadzą działalność na zagranicznych rynkach¹⁹.

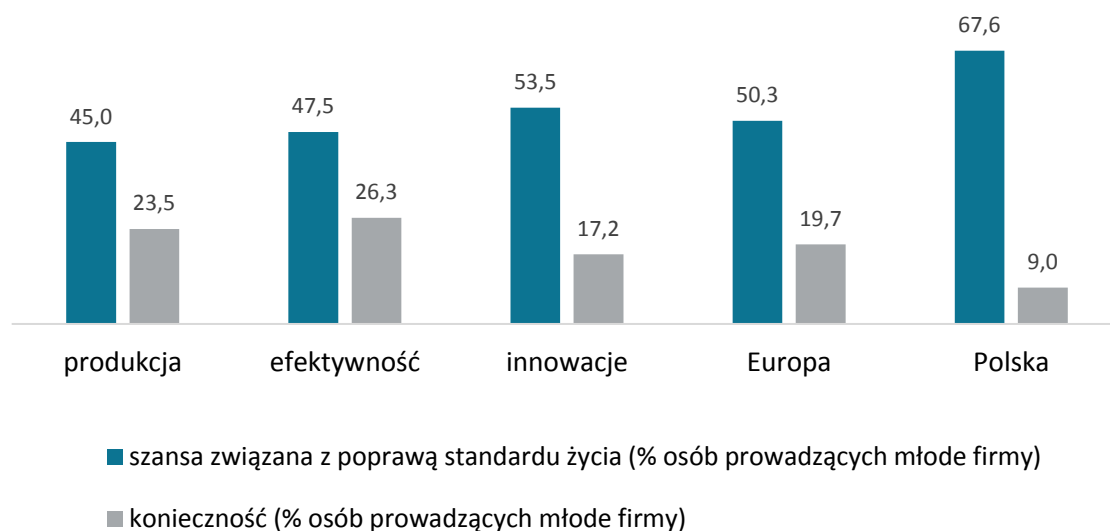
Badanie GEM także pozwala przyjrzeć się motywacjom, jakie kierują osobami prowadzącymi młode firmy. Do tego celu wykorzystywane są dwa wskaźniki. Pierwszy z nich, określany jako **szansa na poprawę standardu życia** (*improvement driven opportunity IDO*), oznacza tę część młodych przedsiębiorców (TEA), którzy podjęli decyzję o założeniu firmy z powodu chęci skorzystania z możliwości jakie ona daje, tj. wzrost dochodów osobistych lub uzyskanie większej niezależności. Drugi wskaźnik to **konieczność**, czyli odsetek młodych przedsiębiorców (TEA), którzy zaangażowali się w przedsiębiorczość z powodu braku lepszego wyboru, jeśli chodzi o pracę²⁰.

Podobnie jak odnotowano w poprzedniej edycji Raportu GEM Polska, również w 2017 r. dominującym czynnikiem skłaniającym ludzi do zakładania działalności gospodarczej jest chęć skorzystania z szansy jakie daje własny biznes. Firm utworzonych z powodu braku innych możliwości pracy jest zdecydowanie mniej. W grupie krajów najmniej rozwiniętych oraz w grupie krajów o gospodarkach efektywnych na 1 firmę założoną z konieczności przypadają ok. 2 firmy założone z powodu szansy. W krajach innowacyjnych relacja ta jest nieco bardziej korzystna i wynosi 1:3. W Europie na 1 firmę utworzoną z powodu braku alternatywy przypada 2,6 firm założonych z powodu szansy.

¹⁹ J. Hessels, M. van Gelderen, R. Thurik *Entrepreneurial aspirations, motivations and their drivers*, Small Business Economics, 31:323-339, 2008; J. Corman, B. Perles, P. Vancini *Motivational factors influencing high-technology entrepreneurship*, Journal of Small Business Management, 26 (1), pp. 36-42, 1998.

²⁰ Odsetek TEA założonych z konieczności i tych powstałych z powodu szansy nie zawsze sumuje się do 100%, ponieważ część respondentów na pytanie o motywacje wskazuje na motywacje mieszane (konieczność i skorzystanie z możliwości jakie daje własna firma jednocześnie) lub inne powody.

Wykres 12. Struktura motywacji do zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce, Europie i grupach krajów świata według poziomu rozwoju w 2017 r. (% młodych firm – TEA)

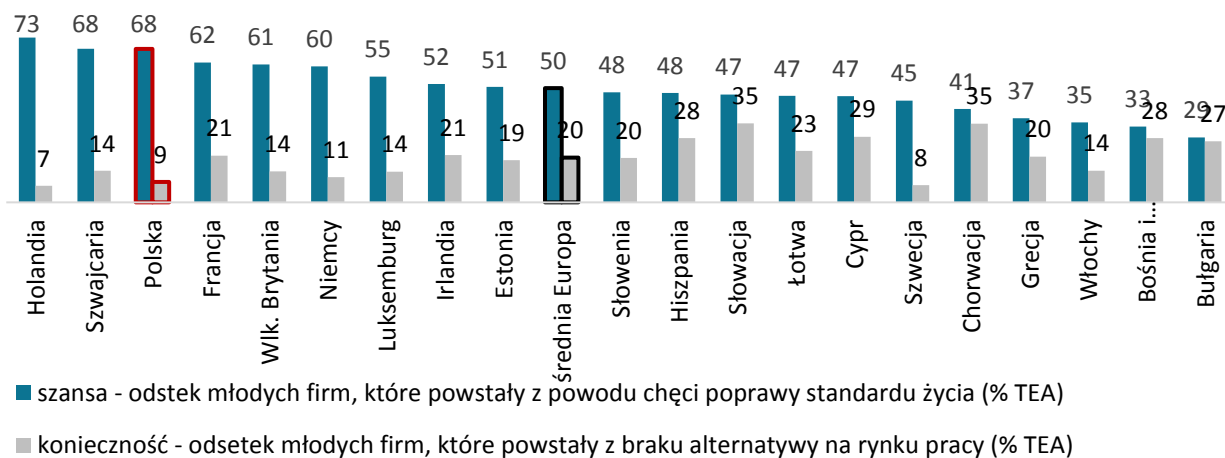


Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor.

Jeśli chodzi o Polskę, struktura motywacji do zakładania firm jest niezwykle korzystna – według ostatnich danych za 2017 r. prawie 68% młodych firm to podmioty utworzone z powodu chęci wykorzystania szansy na poprawę standardu życia przez wzrost dochodów lub niezależność, zaś jedynie 9% to firmy założone z konieczności. Oznacza to, że na 1 firmę założoną z przymusu przypada prawie 8 (dokładnie 7,5), które powstały z powodu chęci wykorzystania szansy, jakie daje własna działalność.

Wśród krajów europejskich jedynie Holandia ma korzystniejszą strukturę motywacji do zakładania własnej działalności niż Polska. Jak widać na wykresie 13 na 1 młodą holenderską firmę założoną z konieczności przypada ponad 10, które powstały z powodu chęci wykorzystania szansy. W większości (17 z 21) badanych krajów relacja ta wynosi mniej niż 1:5. Najgorsza sytuacja jest w Bułgarii, Chorwacji oraz Bośni i Hercegowinie, gdzie z powodu konieczności powstaje niemal tyle samo firm co z powodu szansy. Również w tych trzech krajach oraz na Słowacji, w Hiszpanii i na Cyprze, odsetek osób zakładających własną działalność z braku innej możliwości zarobkowania jest relatywnie najwyższy w Europie – wynosi między 27 a 35% TEA.

Wykres 13. Poziom młodej przedsiębiorczości opartej na szansie i podejmowanej z konieczności w Europie w 2017 r.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor.

Warto przyrzeć się nieco dokładniej motywacji pozytywnej, czyli szansie na poprawę standardu życia, przez pryzmat jej dwóch składowych, jakimi są uzyskanie większej niezależności oraz wzrost dochodów. W Polsce według ostatnich danych za 2017 r., podobnie jak w 2016 r., wśród osób podejmujących decyzję o założeniu firmy z powodu szansy więcej było tych, dla których szansa oznaczała większą niezależność (40%) niż wzrost dochodów (28%). W Europie²¹ i pozostałych grupach krajów stosunek osób chcących uzyskać większą niezależność i tych zakładanych z powodów czysto finansowych jest znacznie bardziej wyrównany lub też przeważa czynnik dochodowy.

Tabela 2. Młode firmy założone z powodu szansy na poprawę standardu życia przez wzrost dochodów lub niezależności w 2017 r.

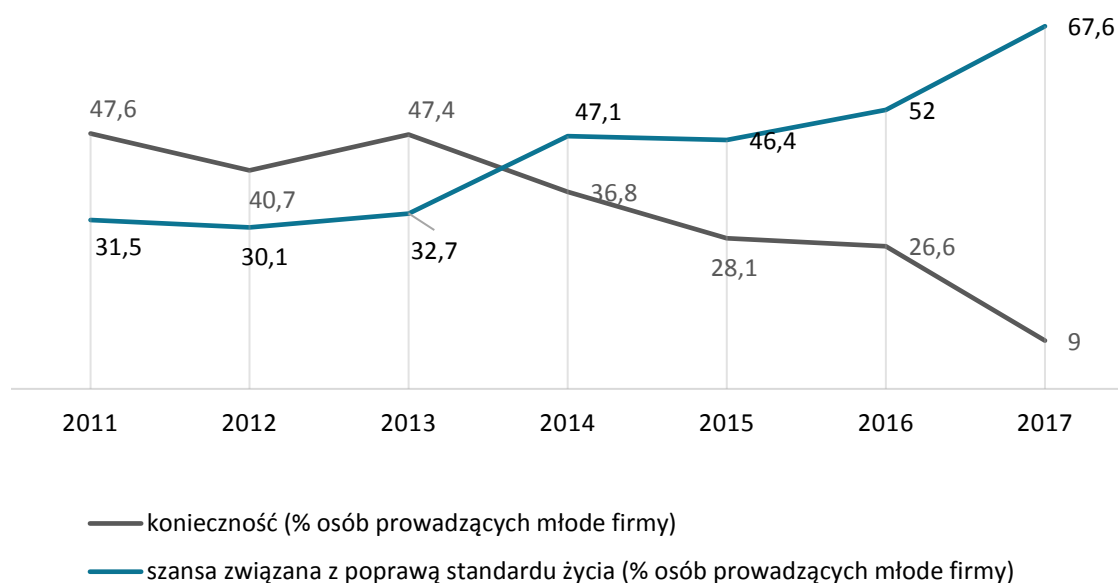
	% młodych firm założonych z powodu szansy, dla których głównym motywem jest WZROST DOCHODÓW	% młodych firm założonych z powodu szansy, dla których głównym motywem jest NIEZALEŻNOŚĆ
Polska	28	40
Europa	27	26
Kraje o gospodarkach zorientowanych na czynniki produkcji	31	17
Kraje o gospodarkach zorientowanych na efektywność	27	22
Kraje o gospodarkach zorientowanych na innowacje	29	27

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor.

²¹ W Europie krajami, które cechują się, podobnie jak Polska, przewagą osób zakładających firmy z powodu chęci uzyskania niezależności w porównaniu z chęcią poprawienia swojej sytuacji materialnej są jedynie Niemcy, Szwajcaria, Luksemburg, Francja, Słowacja i Bułgaria.

Analiza struktury motywacji w Polsce na przestrzeni ostatnich siedmiu lat wskazuje na wyraźną poprawę sytuacji z początku realizacji badania. Wówczas, czyli w 2011 r. 48% firm w naszym kraju zakładanych było z braku innej możliwości zarobkowania, a jedynie 32% podmiotów tworzonych było z powodu chęci wykorzystania szansy na poprawę standardu życia. Relacja ta utrzymała się do 2013 r. W 2014 r. po raz pierwszy odnotowano wyższy odsetek młodych firm, które prowadzone są przez osoby motywowane pozytywnie – było ich 47%, podczas gdy tych kierowanych motywacją negatywną – 37%. Przez kolejne trzy lata ta pozytywna zmiana w strukturze motywacji umacniała się. Tylko w ostatnim roku udział przedsiębiorców motywowanych pozytywnie wzrósł z 52% w 2016 r. do 68% w 2017 r., zaś tych zakładających firmy z konieczności spadł z 27% do 9%.

Wykres 14. Poziom przedsiębiorczości opartej na szansie i podejmowanej z konieczności w Polsce w latach 2011–2017 (% młodych firm – TEA)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor.

Pozytywna zmiana struktury motywacji, jaka nastąpiła w 2014 r. zbiegła się z poprawą sytuacji na rynku pracy, w tym z nowym zjawiskiem w Polsce, jakim są startupy – młode technologiczne firmy. Widać to też w danych. Jeszcze w połowie 2013 r., kiedy realizowane było badanie GEM, liczba bezrobotnych w Polsce wynosiła 2,1 mln osób, w 2016 r. spadła do mniej niż 1,4 mln osób, a we wrześniu 2017 r. do 1,1 mln. Jednocześnie od trzech lat rośnie liczba mikroprzedsiębiorstw – w 2014 r. wynosiła ona 1,8 mln, według ostatnich danych za 2016 r. przekroczyła 2 mln firm. Fakt, że większość osób, które założyły firmy w ostatnich 3,5 latach podejmowały tę decyzję kierując się chęcią skorzystania z możliwości, jakie daje własny biznes pozwala mieć nadzieję, że będą to firmy nakierowane na rozwój, również poprzez tworzenie miejsc pracy czy innowacje.

2.5. Działalność gospodarcza według sektorów

W modelu GEM przyjmuje się cztery główne kategorie sektorów prowadzenia działalności gospodarczej: wydobywczy, produkcyjny (przetwórczy), usługi skierowane do biznesu (b2b) oraz usługi skierowane do klientów indywidualnych (b2c).

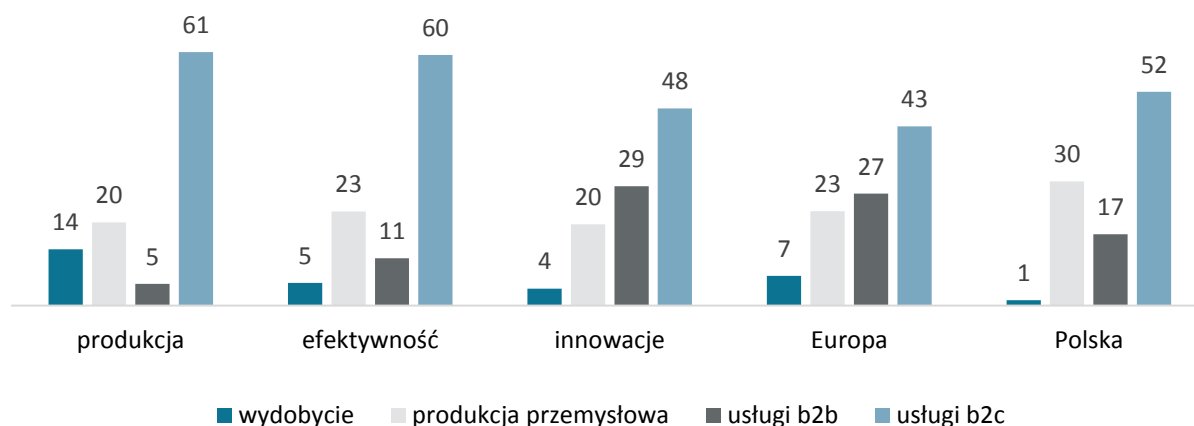
Wykres 15 przedstawia strukturę sektorową młodych firm w Polsce, Europie oraz trzech grupach krajów będących na różnym poziomie rozwoju gospodarczego. Niezależnie od poziomu rozwoju gospodarek najmniej młodych firm prowadzi działalność w sektorze wydobywczym, a najczęściej świadczy usługi dla klientów indywidualnych.

Najwięcej firm z sektora wydobywczego notuje się w grupie krajów o gospodarkach zorientowanych na czynniki produkcji (14%). W grupie krajów o gospodarkach zorientowanych na efektywność i innowacje jest ich niemal 3-krotnie mniej, w Europie – 7%, a w Polsce – 1%.

W sektorze produkcyjnym działa ok. 20-23% firm we wszystkich grupach krajów niezależnie od poziomu rozwoju oraz w Europie, w Polsce jest ich nieco więcej – 30%.

Usługami dla biznesu, jako działalnością najczęściej wymagającą większych nakładów finansowych i bardziej specjalistycznej wiedzy niż usługi b2c zajmuje się średnio 29% młodych firm w grupie krajów o gospodarkach zorientowanych na innowacje i 27% w Europie. W pozostałych grupach krajów odsetki tego typu firm są niższe, w Polsce usługi dla biznesu świadczy 17% młodych firm. Jak wspomniano powyżej usługi dla klienta indywidualnego to obszar najczęściej wybierany przez młodych przedsiębiorców we wszystkich grupach krajów – ich odsetek w Polsce wynosi 52%, 43% w Europie, prawie połowa w grupie krajów zorientowanych na innowacje i 60% w pozostałych dwóch grupach krajów.

Wykres 15. Struktura sektorowa młodych przedsiębiorstw w Polsce na tle Europy i grup gospodarek zorientowanych na czynniki produkcji, efektywność i innowacje w 2017 r. (% TEA)

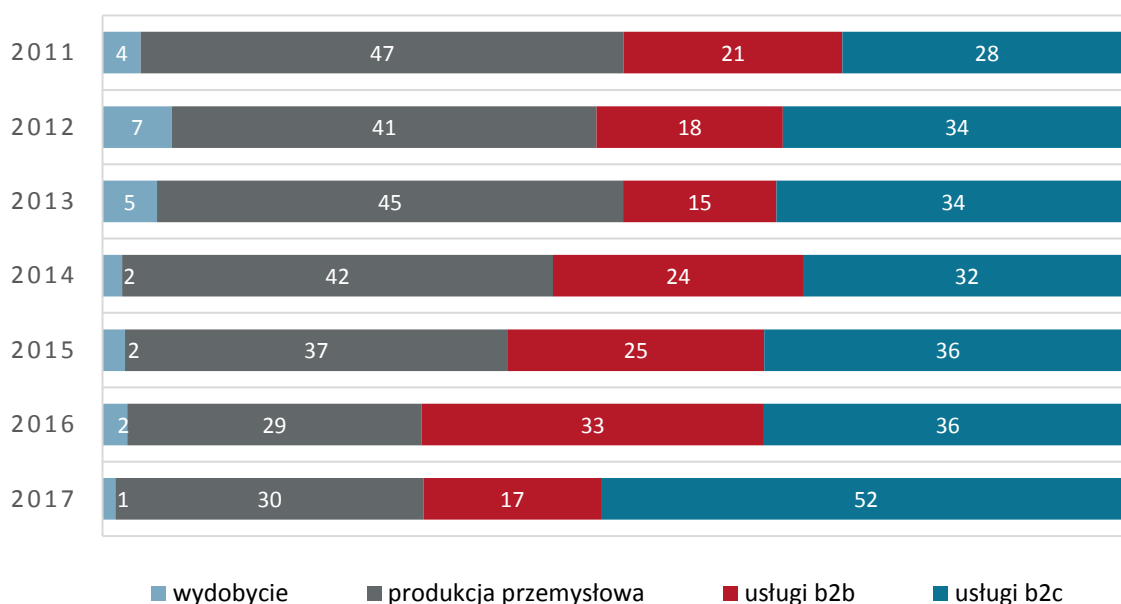


Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor.

Analiza danych za ostatnie siedem lat wskazuje na znaczące zmiany w strukturze sektorowej młodych przedsiębiorstw w Polsce. Spada udział młodych firm aktywnych we wszystkich sektorach poza usługami dla klienta indywidualnego. Jeszcze w badaniu przeprowadzonym w 2011 r. odnotowano 4%

młodych firm trudniących się wydobywaniem, aż 47% w sektorze przemysłowym, 21% w usługach dla biznesu i 28% w usługach dla klienta indywidualnego. Według ostatnich danych za 2017 r. w sektorze wydobywczym operuje 1% młodych firm, w przemyśle – 30%, w b2b – 17%, a w b2c – 52%. Szczególnie mocne zmiany zaszły w ostatnim roku i dotyczą obu sektorów usługowych – mocno wzrósł odsetek firm świadczących usługi b2c, natomiast spadł (po wzroście w 2016 r.) odsetek młodych firm trudniących się usługami dla biznesu.

Wykres 16. Struktura sektorowa młodych przedsiębiorstw w Polsce w latach 2011–2017 (% TEA)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor.

Warto jednak zauważyć, że udział młodych firm usługowych ogółem w całości młodych firm nie zmienił się od poprzedniej edycji badania (zarówno w 2016, jak i w 2017 r. wynosi on 69%). Jednak w porównaniu z 2011 r. wzrósł on znacznie (wówczas wynosił jedynie 48%).

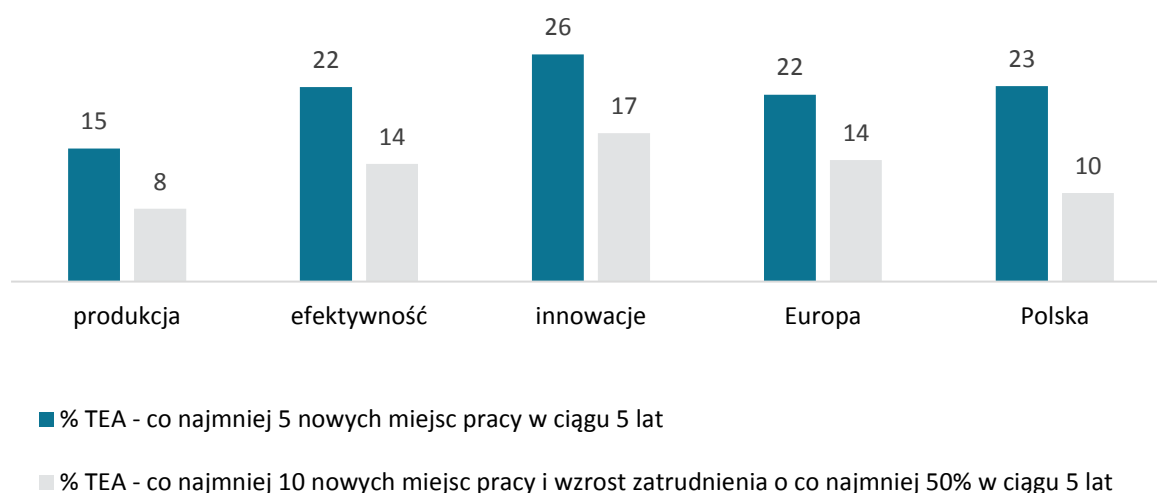
2.6. Aspiracje wzrostu

Model przedsiębiorczości GEM pozwala przyjrzeć się potencjałowi rozwojowemu przedsiębiorstw, na który składają się: aspiracje wzrostu przez zatrudnienie, innowacyjność oraz poziom umiędzynarodowienia. Pierwszy z tych wymiarów uchwycony jest poprzez dwie zmienne odnoszące się do planów osób zaangażowanych w przedsiębiorczość w zakresie tworzenia miejsc pracy. Pierwsza z nich – **odsetek przedsiębiorców o średnich aspiracjach** oznacza tę część młodych przedsiębiorców, którzy zadeklarowali utworzenie co najmniej 5 nowych miejsc w ciągu kolejnych 5 lat, czyli do 2022 r. Druga – **odsetek przedsiębiorców o wysokich aspiracjach** to część młodych przedsiębiorców deklarujących stworzenie co najmniej 10 nowych miejsc pracy oraz wzrost zatrudnienia o min. 50% w ciągu kolejnych 5 lat.

Wykres 17 prezentuje aspiracje wzrostu młodych przedsiębiorców we wszystkich grupach krajów świata, w Polsce oraz w Europie. Jak widać najwięcej przedsiębiorców o średnich i wysokich aspiracjach notuje się w grupie krajów o gospodarkach innowacyjnych (26% młodych firm chce stworzyć 5 miejsc

pracy w ciągu 5 lat, a 17% – 10 miejsc pracy i zwiększyć zatrudnienie o min. połowę w tym okresie). W grupie krajów o gospodarkach efektywnych i w Europie przedsiębiorców o średnich i wysokich aspiracjach jest nieco mniej (po 22% i 14%), zaś w grupie krajów najmniej rozwiniętych jest ich jedynie odpowiednio 15% i 8%. W Polsce 23% młodych przedsiębiorców deklaruje chęć stworzenia min. 5 miejsc pracy do 2022 r., a 10% – min. 10 miejsc pracy i wzrost zatrudnienia przynajmniej o 50% w tym okresie. Jak widać wskaźnik przedsiębiorców o średnich aspiracjach w Polsce jest na poziomie średniej dla krajów europejskich, zaś wskaźnik tych o wysokich aspiracjach – nieco niższy.

Wykres 17. Aspiracje wzrostu młodych firm w Polsce na tle Europy i grup gospodarek zorientowanych na czynniki produkcji, efektywność i innowacje w 2017 r. (% TEA)

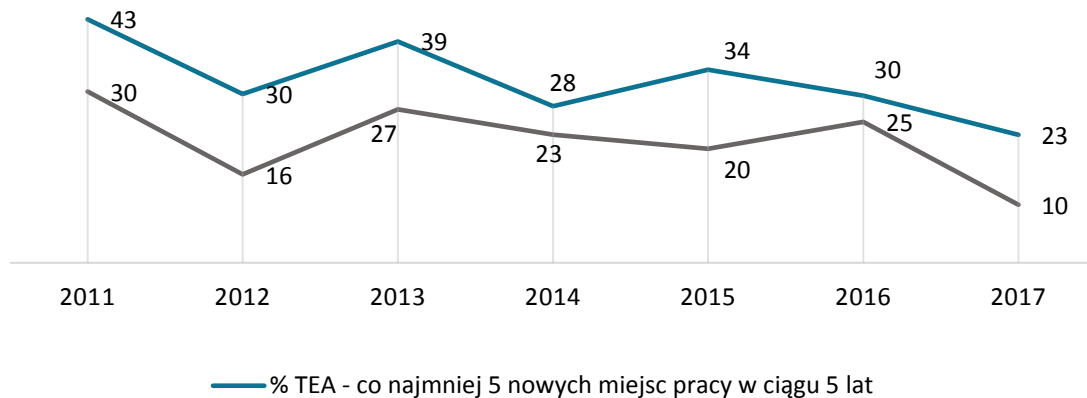


Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor.

Porównanie danych z ostatnich siedmiu edycji badania GEM pokazuje, że coraz mniej młodych firm w Polsce chce zwiększać zatrudnienie o 5 bądź 10 osób. Szczególnie ostatni rok przyniósł wyraźny spadek w tym obszarze. Wskaźnik firm planujących utworzyć 5 miejsc pracy spadł z 30% młodych przedsiębiorców w 2016 r. do 25% w 2017 r., zaś wskaźnik firm deklarujących min. 10 nowych miejsc pracy i wzrost zatrudnienia o min. połowę zmniejszył się z 25% do 10%. Również w porównaniu z 2011 r., kiedy rozpoczęliśmy systematyczne prowadzenie badania GEM w Polsce, odsetki firm o średnich i wysokich aspiracjach zmniejszyły się (wówczas wynosiły one odpowiednio 43% i 30%). Trudno znaleźć jednoznaczną przyczynę tych zmian. Częściowo można ich szukać we wprowadzonych w styczniu 2017 r. zmianach w prawie pracy, dotyczących coraz większej ochrony pracownika m.in. poprzez wprowadzenie minimalnej stawki godzinowej za pracę w umowach cywilnoprawnych, czy też podniesieniu płacy minimalnej oraz szeregu dodatków do wynagrodzenia i świadczeń, które z pewnością zapobiega problemowi nieuczciwego traktowania pracowników, a z drugiej strony być może każe z większym zastanowieniem deklarować wzrost zatrudnienia. Z drugiej strony może to być także efekt mody na startupy. Brak jest danych nt. wielkości przeciętnego startupu, natomiast z badań prowadzonych przez GUS wiadomo, że przeciętna liczba pracujących przypadająca na jedno przedsiębiorstwo powstałe w 2016 r., w rok po jego utworzeniu, wynosi 1,8 osoby²².

²² Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce, PARP 2018 r., dane na podstawie publikacji *Przedsiębiorstwa niefinansowe powstałe w latach 2012-2017*, GUS, 2018.

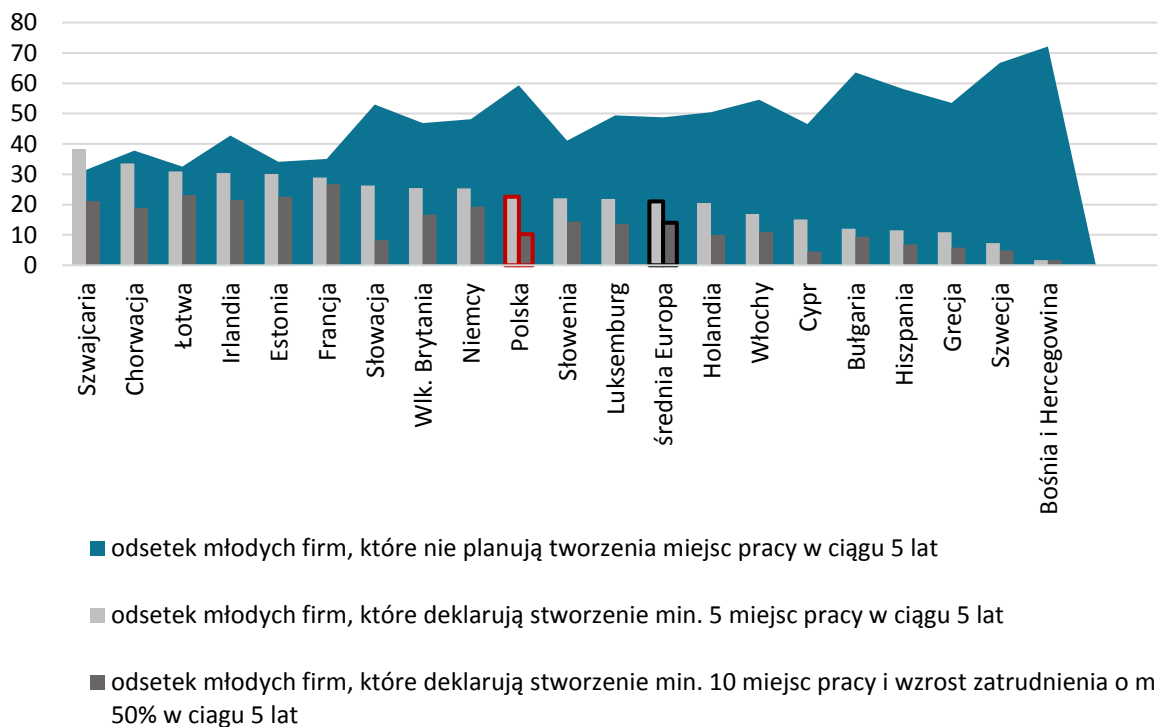
Wykres 18. Aspiracje wzrostu młodych przedsiębiorstw w Polsce w latach 2011–2017 (% TEA)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor.

Według ostatnich danych, jak pokazuje wykres 19 i tabela 3, Polska znajduje się w środku zestawienia dla krajów europejskich. Najwyższy odsetek młodych przedsiębiorców o średnich aspiracjach notuje się obecnie w Szwajcarii (38%) oraz Chorwacji (34%), najniższy zaś – w Szwecji (7%) oraz Bośni i Hercegowinie (2%). Udział przedsiębiorców o wysokich aspiracjach wzrostu przez zatrudnienie we wszystkich krajach europejskich jest nieco niższy – mieści się w przedziale od 27% dla Francji do 2% dla Bośni i Hercegowiny.

Wykres 19. Aspiracje wzrostu młodych przedsiębiorstw w krajach Europy w 2017 r. (% TEA)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor.

Tabela 3. Aspiracje wzrostu młodych przedsiębiorstw w krajach UE w 2017 r. (% TEA)

Kraj	odsetek młodych firm, które nie planują tworzenia miejsc pracy w ciągu 5 lat	odsetek młodych firm, które deklarują stworzenie min. 5 miejsc pracy w ciągu 5 lat	odsetek młodych firm, które deklarują stworzenie min. 10 miejsc pracy i wzrost zatrudnienia o min. 50% w ciągu 5 lat
Bośnia i Hercegowina	72	2	2
Bułgaria	64	12	9
Chorwacja	38	34	19
Cypr	47	15	5
Estonia	34	30	23
Francja	35	29	27
Grecja	54	11	6
Hiszpania	58	12	7
Holandia	51	20	10
Irlandia	43	30	22
Luksemburg	49	22	14
Łotwa	33	31	23
Niemcy	48	25	19
Polska	59	23	10
Słowacja	53	26	8
Słowenia	41	22	14
Szwajcaria	32	38	21
Szwecja	67	7	5
średnia Europa	49	21	14
Wlk. Brytania	47	26	17
Włochy	55	17	11

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor.

Warto w tym miejscu zwrócić uwagę na tych młodych przedsiębiorców, którzy w ogóle nie planują wzrostu zatrudnienia w swojej firmie. W Polsce w 2017 r. tego typu firm było 59% i jest to wynik wyższy niż średnia dla Europy, która wynosi 49%. Jedynie w trzech krajach (Szwecji, Bośni i Hercegowinie i Bułgarii) odsetek młodych przedsiębiorców, którzy chcą przez kolejne 5 lat pozostać na obecnym poziomie zatrudnienia jest wyższy niż w Polsce.

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 przedsiębiorców²³. W zależności od wielkości tego udziału można wyodrębnić cztery grupy przedsiębiorców:

²³ W 2015 r. w kwestionariuszu badania ilościowego zmieniono brzmienie 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, gdzie 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,

- *działających wyłącznie na rynku krajowym* – deklarują brak przychodów od klientów z zagranicy,
- *początkujący eksporterów*, o przychodach od klientów z zagranicy na poziomie 1-25% rocznych przychodów,
- *umiarkowanych eksporterów*, o przychodach z zagranicy na poziomie 25-75% rocznych przychodów,
- *doświadczonych eksporterów*, o przychodach z zagranicy na poziomie 75-100% rocznych przychodów.

Decyzja o wyjściu z ofertą poza rynek krajowy, szczególnie w przypadku tak chłonnego rynku jak rynek polski, jest trudna dla większości osób, które relatywnie krótko prowadzą działalność gospodarczą. Wymaga ona nakładów pracy związanych z poznaniem specyfiki zagranicznych rynków, oczekiwań potencjalnych konsumentów, uwarunkowań prawnych i kulturowych, ale też pewnych umiejętności związanych nie tylko ze znajomością obcego języka, ale też radzeniem sobie z większą niepewnością i ryzykiem niepowodzenia. Dlatego też, zgodnie z dotychczasowymi wynikami badania GEM, można oczekiwać, że poziom umiędzynarodowienia przedsiębiorstw będzie się zwiększał wraz z przechodzeniem na wyższe etapy rozwoju gospodarczego, gdzie jest 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.

Przyjrzyjmy się zatem ostatnim danym za 2017 r. Jak pokazuje tabela 4 w krajach najstabilniej rozwiniętych 68% młodych firm działa wyłącznie na rynku krajowym, w efektywnych – średnio 61%, a w krajach innowacyjnych odsetek tego typu przedsiębiorstw wynosi tylko 38%. Z kolei kraje najwyżej rozwinięte cieszą się najwyższym na tle innych grup krajów odsetkiem przedsiębiorców, którzy są doświadczonymi eksporterami – ich udział wynosi 11%, podczas gdy w krajach efektywnych jest on o połowę niższy, a w krajach najstabilniej rozwiniętych – stanowi jedynie 1/3 tej wartości. Kraje innowacyjne mogą się także pochwalić najwyższym odsetkiem młodych przedsiębiorców, którzy rozpoczynają współpracę z zagranicą (36% TEA) oraz tych, którzy osiągają umiarkowane przychody z eksportu (15% TEA).

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.

Tabela 4. Intensywność działalności eksportowej młodych przedsiębiorców w Polsce na tle Europy i grup gospodarek zorientowanych na czynniki produkcji, efektywność i innowacje w 2017 r. (% TEA)

Rok	działający wyłącznie na rynku krajowym (0% przychodów od zagranicznych klientów)	początkujący eksporterzy (1–25% przychodów od zagranicznych klientów)	umiarkowani eksporterzy (25–75% przychodów od zagranicznych klientów)	doświadczeni eksporterzy (75–100% przychodów od zagranicznych klientów)
Kraje zorientowane na czynniki produkcji	68	24	5	3
Kraje zorientowane na efektywność	61	24	10	5
Kraje zorientowane na innowacje	38	36	15	11
Europa	40	37	14	9
Polska	63	32	4	2

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor.

W Europie średnio 40% młodych firm koncentruje się wyłącznie na rynku krajowym, niemal tyle samo (37%) osiąga przychody z eksportu na poziomie maks. 25% całości przychodów, a 14% – przychody z zagranicy rzędu 25 - 75% całości przychodów; 9% stanowią doświadczeni eksporterzy, którzy deklarują przychody od klientów z zagranicy na poziomie min. 75% całości przychodów. W Polsce w porównaniu ze średnią europejską mamy więcej młodych firm, które czerpią swoje przychody wyłącznie z rynku krajowego (63%, co jest zbliżone do średniej dla krajów efektywnych, do których należymy) i mniej przedsiębiorstw, którzy są obecni za granicą. Warto przy tym zwrócić uwagę, że aż 32% młodych firm w Polsce to początkujący eksporterzy i jest to poziom zbliżony do średniej dla Europy czy grupy krajów najwyżej rozwiniętych. Natomiast w zdecydowanej mniejszości w porównaniu z innymi grupami krajów i Europą są u nas młode firmy, które osiągają umiarkowane bądź wysokie przychody od klientów z zagranicy.

Analiza danych za ostatnie trzy lata, pokazuje, że po wyraźnej poprawie w 2016 r. jeśli chodzi o odsetek nie-eksporterów i firm rozpoczynających swą przygodę na obcym rynku oraz doświadczonych eksporterów, poziom umiędzynarodowienia młodych firm w Polsce obniżył się w 2017 r. powracając do poziomów notowanych w 2015 r.

Tabela 5. Intensywność działalności eksportowej młodych przedsiębiorców w Polsce w latach 2015 - 2017 (% TEA)

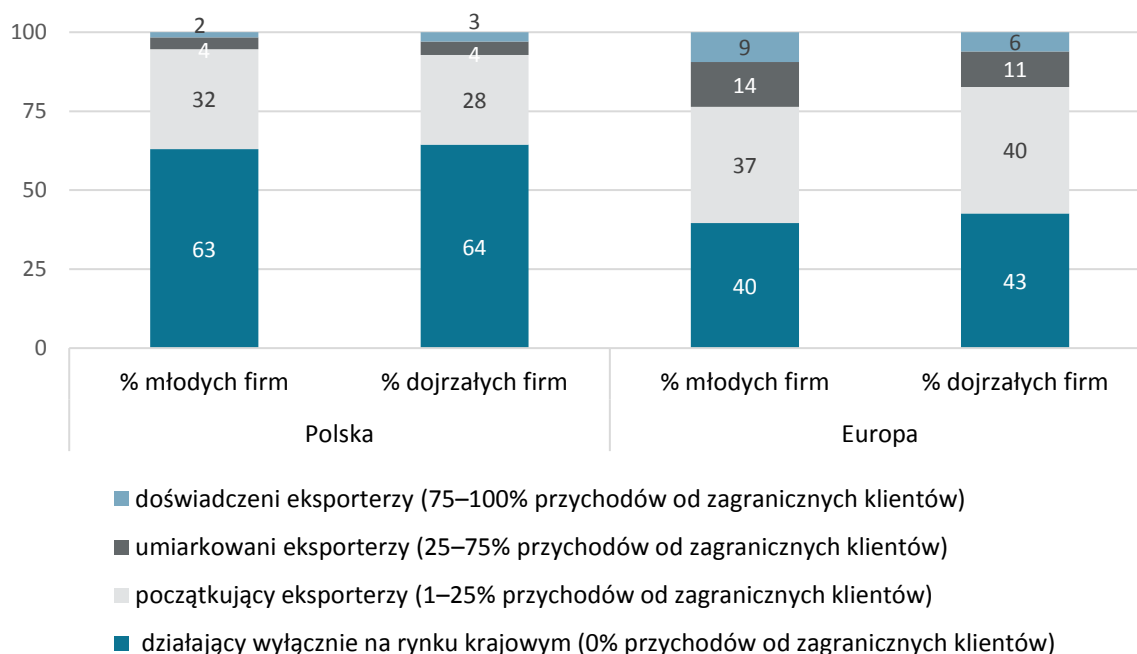
	działający wyłącznie na rynku krajowym (0% przychodów od zagranicznych klientów)	początkujący eksporterzy (1–25% przychodów od zagranicznych klientów)	umiarkowani eksporterzy (25–75% przychodów od zagranicznych klientów)	doświadczeni eksporterzy (75–100% przychodów od zagranicznych klientów)
2015	59,8	29,7	7,6	2,9
2016	43,7	42,5	6,3	7,5
2017	63	32	4	2

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor.

Przyjrzyjmy się jeszcze jak wypada porównanie danych za 2017 r. nt. poziomu umiędzynarodowienia firm młodych (działających do 3,5 lat) ze starszymi (działającymi dłużej niż ta granica). Jak widać na wykresie 20 w Polsce różnice nie są bardzo duże. Podobnie jak to zostało odnotowane w zeszłorocznej edycji Raportu GEM Polska, nieco więcej młodych firm niż tych dłużej działających na rynku należy do grupy początkujących eksporterów (32% wobec 28%). W przypadku grupy doświadczonych eksporterów, młodych firm jest nieco mniej niż starszych (2% wobec 3%), choć różnica mieści się w granicach błędu.

Większe różnice w poziomie umiędzynarodowienia widoczne są między firmami polskimi a europejskimi, niezależnie od tego czy mówimy o młodych, czy też doświadczonych podmiotach. Po pierwsze w Polsce w porównaniu ze średnią dla Europy jest zdecydowanie więcej zarówno młodych jak i doświadczonych firm, które swoje przychody czerpią wyłącznie z rynku krajowego (różnica wynosi 23 p.p. dla młodych firm i 20 p.p. dla dojrzałych). Jeśli chodzi o eksporterów wyniki dla Polski są generalnie niższe od tych dla Europy, przy czym jak pokazuje wykres 20 największy dystans do firm europejskich występuje w odniesieniu do dojrzałych firm, które osiągają do 25% przychodów z eksportu (12 p.p. różnicy) oraz młode firmy o przychodach z zagranicy na poziomie min. 75% całości przychodów (7 p.p. różnicy).

Wykres 20. Intensywność działalności eksportowej młodych i dojrzałych przedsiębiorców w Polsce i w Europie w 2017 r. (% młodych firm – TEA oraz % dojrzałych firm)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor.

Można zatem powiedzieć, że choć ogólnie polscy przedsiębiorcy są mniej umiędzynarodowieni niż przeciętni przedsiębiorcy w Europie, to młode firmy w naszym kraju częściej osiągają minimalne przychody z eksportu niż dojrzałe. Natomiast wśród przedsiębiorstw osiągających wysokie przychody z eksportu to polskie młode przedsiębiorstwa są bardziej niedoreprezentowane niż dojrzałe przedsiębiorstwa w porównaniu z ich europejskimi odpowiednikami.

2.8. Innowacyjność przedsiębiorstw

Przyjrzyjmy się teraz innowacyjności przedsiębiorstw w Polsce. Wątek innowacyjności ujęty jest w kwestionariuszu badania ilościowego projektu GEM przez trzy podstawowe pytania odnoszące się do:

- stosowania w prowadzonej działalności nowoczesnych technologii lub metod pracy,
- poziomu nowości oferowanych produktów z perspektywy konsumentów oraz
- poziomu konkurencji na rynku, mierzonego stopniem upowszechnienia proponowanych rozwiązań na rynku.

Podejście to wynika z założenia, że innowacja jest czymś więcej niż tworzeniem nowych produktów czy usług. Innowacja wymaga wdrożenia, do czego niezbędne jest zidentyfikowanie nisz rynkowych, a także opracowanie planu wprowadzenia tego produktu/usługi na rynek (m.in. kanałów dostawy czy ich promocji). To z kolei wymaga świadomości działania w warunkach konkurencji oraz wykorzystania wiedzy i umiejętności do jej sprostania.

W poniższej analizie, podobnie jak w poprzednich trzech edycjach Raportu GEM Polska przedstawiamy wyniki innowacyjności w dwóch perspektywach: w rozróżnieniu na firmy młode (TEA) i firmy dojrzałe (działające na rynku powyżej 3,5 roku) oraz ze względu na miejsce ich działania, tj. Polskę i Europę.

Poziom nowości technologii/metod pracy w firmie

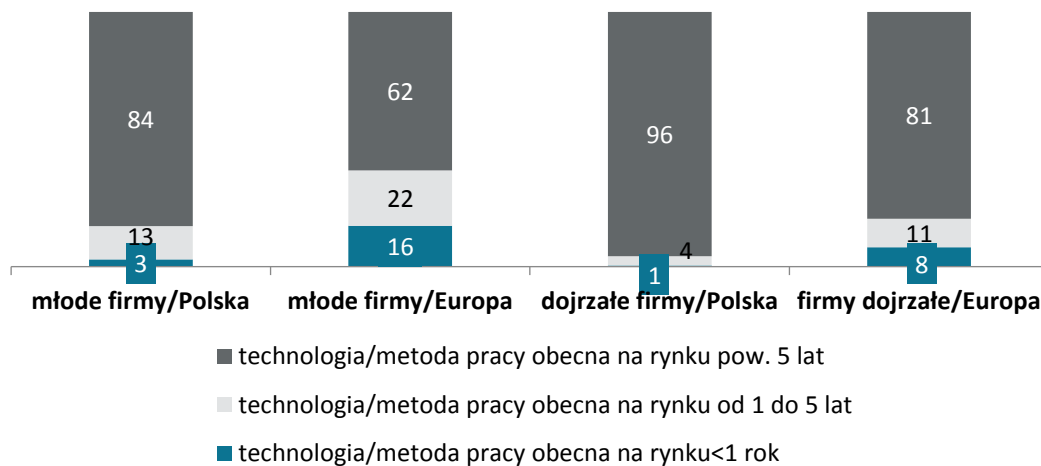
Jak wskazują dane za 2017 r. większość przedsiębiorstw, niezależnie od tego czy są to podmioty młode (obecne na rynku do 3,5 lat) czy dojrzałe (powyżej 3,5 lat) prowadzi działalność w oparciu o technologie czy metody pracy, które są dostępne na rynku powyżej 5 lat. Jednocześnie, podobnie jak to wskazywaliśmy w ostatnich trzech edycjach Raportu GEM Polska, młode firmy znacznie częściej niż dojrzałe wykorzystują nowe technologie.

W Polsce odsetek podmiotów działających w oparciu o relatywnie starsze technologie/metody pracy wśród młodych firm wynosi 84%, natomiast wśród dużych przedsiębiorstw - 96%. Europejskie przedsiębiorstwa są bardziej innowacyjne – wskaźnik podmiotów deklarujących stosowanie starszych technologii wśród młodych firm to 62% (o 22 p.p. mniej niż w Polsce), zaś wśród dojrzałych – 81% (o 15 p.p. mniej).

Jeśli chodzi o firmy działające w oparciu o technologie dostępne na rynku od 1 do 5 lat w Polsce w tej grupie wyraźnie przeważają młode firmy – jest ich ponad 3 razy tyle co dojrzałych (13% wobec 4%). Zdecydowanie mniej podmiotów wykorzystuje technologie czy metody pracy obecne na rynku krócej niż rok – wśród młodych firm tego typu podmiotów jest 3%, wśród dojrzałych 1%.

Wciąż jednak dzieli nas spory dystans od Europy, gdzie średnio 22% młodych i 11% dojrzałych podmiotów działa w oparciu o technologie dostępne od roku do 5 lat, natomiast aż 16% młodych i 8% dojrzałych – korzysta z najnowszych technologii czy metod pracy.

Wykres 21. Od jak dawna obecne są na rynku technologie lub metody pracy stosowane w Państwa firmie? (% młodych/dojrzałych firm)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor.

W porównaniu z danymi z 2016 r. w 2017 r. w Polsce zmniejszył się przede wszystkim odsetek młodych i dojrzałych firm stosujących w swojej działalności technologie obecne na rynku od roku do 5 lat, jednocześnie wzrósł udział firm deklarujących wykorzystywanie technologii starszych niż 5 lat. Udział przedsiębiorstw działających w oparciu o najnowsze technologie spadł nieznacznie, przy czym jest to zmiana w zakresie błędu. Trudno znaleźć jednoznaczną przyczynę tych niekorzystnych zmian,

częściowo może to być efekt zmniejszenie nakładów na inwestycje w 2016 r.²⁴ jak również samej dostępności najnowszych technologii, która się nie poprawia²⁵.

Tabela 6. Wykorzystanie nowych i starszych technologii/metod pracy przez przedsiębiorstwa w Polsce w latach 2016-2017

	technologia/metoda pracy obecna na rynku <1 rok		technologia/metoda pracy obecna na rynku od 1 do 5 lat		technologia/metoda pracy obecna na rynku pow. 5 lat	
	2016	2017	2016	2017	2016	2017
młode firmy/Polska	5	3	23	13	72	84
dojrzałe firmy/Polska	0	1	10	4	90	96

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor.

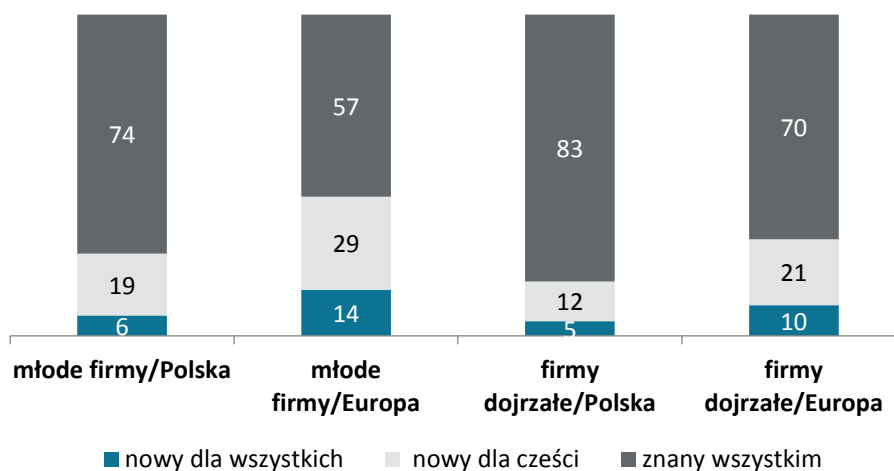
Poziom nowości produktu

Większość przedsiębiorców zarówno w Polsce jak i w Europie oferuje klientom produkty, które są im znane. Deklaruje tak 74% młodych i 83% dojrzałych firm w Polsce oraz średnio 57% młodych i 70% dojrzałych firm europejskich. Jednocześnie więcej młodych niż dojrzałych podmiotów stara się wprowadzać na rynek nową ofertę. Jak widać na wykresie 22, 6% młodych firm w Polsce i 5% dojrzałych deklaruje że ich produkt nosi znamiona nowego dla wszystkich klientów, znacznie więcej – bo 19% młodych i 12% dojrzałych uważa, że jest to produkt nowy dla części odbiorców. W Europie średnie odsetki przedsiębiorców oferujących relatywnie nowe produkty są wyższe niż w naszym kraju – szczególnie duży dystans występuje w przypadku tego typu dużych firm, których w Polsce jest niemal dwa razy mniej, oraz młodych firm oceniających swój produkt jako zupełnie nowy na rynku (ponad 2 razy mniej).

²⁴ Nakłady inwestycyjne na nowe i używane środki trwałe w sektorze przedsiębiorstw w 2016 r. wyniosły 188,6 mld PLN, tj. o 6% mniej niż w roku 2015. W przypadku sektora MSP nakłady te wyniosły 82,6 mld PLN i były o 8% niższe niż rok wcześniej. Spadek inwestycji dotyczył wszystkich grup wielkości firm z wyjątkiem mikro – w ich przypadku odnotowano niewielki wzrost (o 2% r/r), będący efektem większych niż rok wcześniej nakładów na zakup używanych środków trwałych. Źródło: Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce, PARP 2018.

²⁵ Dostępność najnowszych technologii w Polsce zarówno w raporcie The Global Competitiveness Report 2017-2018, WEF, 2017 r. jak i edycji tego raportu z 2016 r. została oceniona w 7-stopniowej skali na 4,8, przy czym w 2017 r. Polska w zestawieniu 138 państw zajmowała pod względem tego wskaźnika 64 miejsce, a rok wcześniej 68.

Wykres 22. Poziom nowości produktów dla klienta w 2016 r. (%)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor.

W porównaniu z danymi z poprzedniego roku, rok 2017 przyniósł mocny spadek, jeśli chodzi o innowacyjność przedsiębiorstw w Polsce (zarówno młodych firm jak i dłużej działających na rynku) mierzoną deklarowanym poziomem nowości produktów oferowanych przez te firmy.

Tabela 7. Poziom nowości produktów oferowanych przez przedsiębiorstwa w Polsce w latach 2016-2017

	Nowy dla wszystkich		Nowy dla części		Znany wszystkim	
	2016	2017	2016	2017	2016	2017
młode firmy/Polska	16	6	42	19	42	74
dojrzałe firmy/Polska	7	5	35	12	58	83

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor.

Konkurencja na rynku

Kolejny wymiar innowacyjności analizowany w GEM to ocena firmy na tle konkurencji. Jak widać z wykresu 23 większość przedsiębiorców w Polsce i w Europie uważa, że działa w warunkach wysokiej konkurencji. Grupą, która w największym stopniu odczuwa konkurencję są młode polskie firmy (72% z nich tak twierdzi). Polskie dojrzałe z Polski w nieco mniejszym stopniu niż polskie młode firmy, ale także dojrzałe europejskie doświadczają wysokiej konkurencji (61% wobec 65% dojrzałych europejskich).

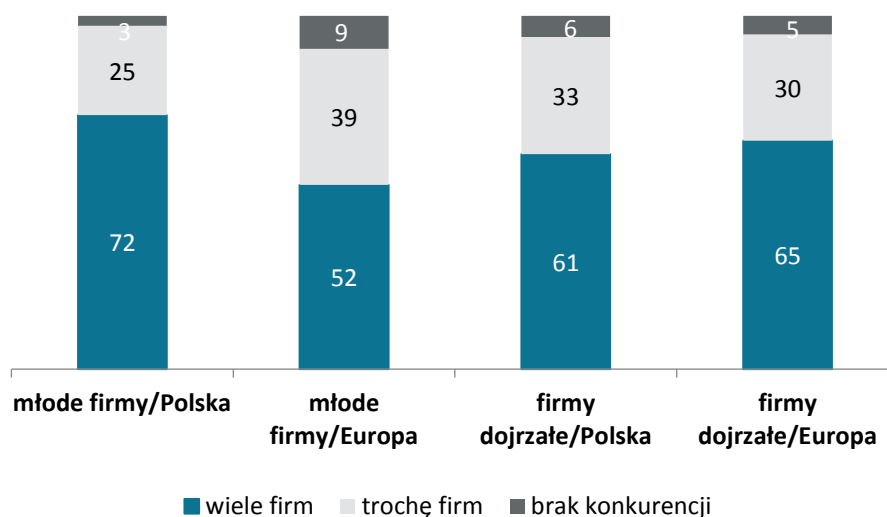
Młodych przedsiębiorców, którzy uważają, że w ich otoczeniu trochę firm oferuje te same produkty co one jest mniej, bo 25%. Z kolei tych, które są zdania, że nie mają konkurencji, jest jedynie 3%.

Widać więc, że młode firmy w Polsce zdają się wyjątkowo mocno odczuwać trudność rynku na jakim działają. Choćby dlatego, że podobne im firmy w Europie oceniają swoje otoczenie jako mniej

konkurencyjne – prawie połowa (48%) młodych podmiotów w Europie uważa, że działa w warunkach średniej konkurencji, bądź w ogóle jej nie ma.

Z kolei jeśli chodzi o dojrzałe firm w Polsce i w Europie – ich oceny konkurencyjności rynku są bardzo podobne, przy czym – co ciekawe – więcej tego typu przedsiębiorstw krajowych postrzega swoje otoczenie jako takie, na którym jest tylko trochę konkurencyjnych podmiotów lub nie ma ich wcale (39% w Polsce wobec 35% w Europie)

Wykres 23. Ile jest konkurencyjnych firm oferujących te same produkty co Pana/i firma? (%)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor.

Porównanie ocen w zakresie konkurencji na rynku na jakim działają firmy w Polsce za ostatnie dwa lata prowadzi do niejednoznacznych wniosków. W przypadku młodych przedsiębiorstw wzrósł (o 7 p.p.) odsetek tych, które postrzegają swoje otoczenie jako wysoce konkurencyjne, zmalał natomiast odsetek podmiotów, które uważają że na ich rynku występuje umiarkowana konkurencja (o 5 p.p.), bądź nie ma jej wcale (o 2 p.p.). Odwrotne zmiany nastąpiły w przypadku dojrzałych przedsiębiorstw – w ich przypadku zmniejszył się udział podmiotów postrzegających swoje otoczenie jako wysoce konkurencyjne (o 21 p.p.), natomiast wzrósł tych, którzy są zdania, że w ich otoczeniu jest trochę konkurentów (o 16 p.p.) oraz tych, którzy uważają, że ich nie ma (o 5 p.p.). Wydaje się więc, że firmy dłużej działające na rynku czują się na nim pewniej niż młode firmy.

Tabela 8. Postrzeganie konkurencji przez przedsiębiorstwa w Polsce w latach 2016-2017

	Wiele konkurencyjnych firm		Trochę konkurencyjnych firm		Brak konkurencji	
	2016	2017	2016	2017	2016	2017
młode firmy/Polska	65	72	30	25	5	3
dojrzałe firmy/Polska	82	61	17	33	1	6

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor.

2.9. Przedsiębiorczość kobiet i mężczyzn

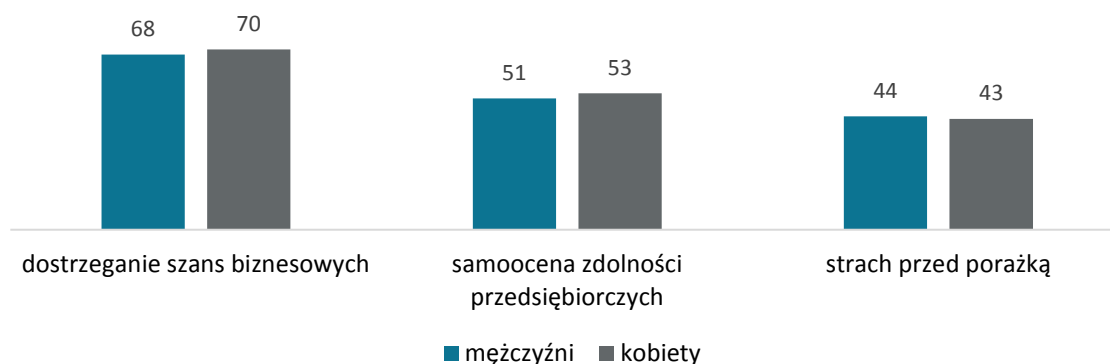
Rok 2017 przyniósł szereg istotnych zmian w zakresie postaw przedsiębiorczych kobiet i mężczyzn w Polsce. Przede wszystkim zarówno w grupie kobiet, jak i mężczyzn nastąpił bardzo wyraźny wzrost wskazań w zakresie dostrzegania szans biznesowych – w grupie kobiet o 31 p.p. zaś w grupie mężczyzn o 28 p.p. w porównaniu z wynikami badania GEM z 2016 r. Obecnie 70% kobiet i 68% mężczyzn widzi okazję do założenia biznesu w swoim otoczeniu.

Jednocześnie w grupie mężczyzn nastąpił znaczny spadek odsetka wskazań w odniesieniu do samooceny zdolności przedsiębiorczych. Gdy w 2016 r. dobrą ocenę swoich zdolności pod kątem rozpoczęcia biznesu miało 67% mężczyzn, to w 2017 r. już tylko 51% (spadek o 16 p.p.) Natomiast w grupie kobiet nie nastąpiły w tym zakresie większe zmiany – nadal nieco ponad połowa kobiet dobrze ocenia swoje umiejętności przedsiębiorcze.

Istotnie spadł także poziom strachu przed porażką i to w odniesieniu do obu płci. Gdy w 2016 r. ponad 6 na 10 kobiet i połowa mężczyzn obawiała się niepowodzenia, to w 2017 r. już tylko nieco ponad 4 na 10 kobiet i tyle samo mężczyzn. Oznacza to, że zatarła się dotychczasowa dysproporcja pomiędzy kobietami i mężczyznami w odniesieniu do odczuwania lęku przed porażką w biznesie²⁶, przy czym warto podkreślić, że większy spadek tego wskaźnika w przypadku kobiet oznacza, że to właśnie panie coraz śmielej patrzą w przyszłość.

²⁶ 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 2017 r. 43,6%.

Wykres 24. Postawy przedsiębiorcze wśród kobiet i mężczyzn w Polsce w 2017 r. (%)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor.

Tabela 9. Postawy przedsiębiorcze kobiet i mężczyzn w Polsce w latach 2011–2017 (%)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
kobiety							
dostrzeganie szans biznesowych	31	23	23	33	32	39	70
samoocena zdolności przedsiębiorczych	40	43	64	39	48	54	53,4
strach przed porażką*	47	64	53	62	64	62	43,4
mężczyźni							
dostrzeganie szans biznesowych	35	18	29	30	34	40	67,7
samoocena zdolności przedsiębiorczych	64	65	40	70	64	67	51,3
strach przed porażką*	60	53	59	55	52	55	43,8

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor.

*Patrz przypis 11.)

Analiza danych w rozróżnieniu na płeć w przekrojach dla różnych grup gospodarek pokazuje, że kobiety generalnie w mniejszym stopniu dostrzegają szanse na rynku, nie doceniają tak swoich umiejętności jak mężczyźni i bardziej obawiają się porażki. Polska na tym tle wyróżnia się pozytywnie. Porównując polskie dane z chociażby średnią dla UE widać, że zarówno kobiety jak i mężczyźni w naszym kraju w znacznie większym stopniu dostrzegają szanse biznesowe – w przypadku mężczyzn różnica wynosi niemal 24 p.p., natomiast w odniesieniu do kobiet aż 32 p.p. Także w zakresie samooceny zdolności przedsiębiorczych Polska cechuje się wyższym odsetkiem wskazań niż UE. Najbliżej średniej dla UE są polskie dane odnoszące się do strachu przed porażką, choć i w tym zakresie Polska prezentuje się lepiej niż UE – w Polsce w zasadzie podobny odsetek kobiet jak i mężczyzn boi się porażki w biznesie, gdy tymczasem w UE, ale także i w pozostałych grupach krajów odsetek kobiet przejawiających taki rodzaj lęku jest wyższy niż w grupie mężczyzn.

Tabela 10. Postawy przedsiębiorcze kobiet i mężczyzn w Polsce i wybranych grupach krajów w 2017 r. (%)

Kraj	Dostrzeganie szans biznesowych – mężczyźni	Dostrzeganie szans biznesowych – kobiety	Zdolności przedsiębiorcze (samoocena mężczyzn)	Zdolności przedsiębiorcze (samoocena kobiet)	Strach przed porażką (mężczyźni)*	Strach przed porażką (kobiety)*
Polska	67,7	70,0	51,3	53,4	43,8	43,4
Unia Europejska	44,2	38,4	50,3	36,6	39,3	46,8
Kraje zorientowane na czynniki produkcji	41,8	41,1	55,6	51,9	38,1	36,4
Kraje zorientowane na efektywność	45,5	42,0	58,8	48,3	35,7	42,5
Kraje zorientowane na innowacje	46,1	40,9	49,6	36,3	40,2	46,2

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor za 2017 r.

*Patrz przypis 11

Jak pokazują dane za 2017 r. nadal we wszystkich typach gospodarek kobiety są generalnie rzadziej właścicielami firm niż mężczyźni. Najmniejsze różnice pod tym względem są widoczne w krajach zorientowanych na czynniki produkcji, największe zaś w grupie krajów zorientowanych na innowacje. Polska w zasadzie nie odbiega od średniej unijnej jeśli chodzi o odsetek mężczyzn prowadzących młode firmy wśród mężczyzn (10% w przypadku PL i UE), choć w przypadku kobiet poziom aktywności przedsiębiorczej jest nieco wyższy niż w UE i wynosi odpowiednio 7,7% i 6,1%.

Tabela 11. Poziom aktywności przedsiębiorczej wśród kobiet i mężczyzn w 2017 r. (średnie w %)

	TEA mężczyźni	TEA kobiety
Kraje zorientowane na czynniki produkcji	16,6	16,2
Kraje zorientowane na efektywność	16,9	12,8
Kraje zorientowane na innowacje	11,3	7,1
Kraje UE	10	6,1
Polska	10	7,7

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor

W ostatnim roku w Polsce zarówno w grupie kobiet jak i mężczyzn widoczny jest niewielki spadek poziomu młodej przedsiębiorczości oraz wzrost poziomu dojrzałej przedsiębiorczości. W szczególności zmniejszył się odsetek mężczyzn zakładających lub prowadzących firmy do 3,5 lat – TEA, czyli młode firmy, odsetek kobiet prowadzących tego typu firmy tylko nieznacznie się zmniejszył. Tym samym da się zauważyć zmniejszenie dysproporcji w poziomie młodej przedsiębiorczości kobiet i mężczyzn, choć trzeba podkreślić, że kobiety nadal rzadziej niż mężczyźni są właścicielami firm.

W przypadku firm dojrzałych widoczna jest większa różnica na niekorzyść kobiet, która w 2017 r. pogłębiła się nieznacznie względem poprzedniego roku (obecnie 13% mężczyzn prowadzi firmy dłużej niż 3,5 roku wobec 7% kobiet). Należy przy tym zauważyć, że w grupie dojrzałych firm widoczny jest większy wzrost aktywności przedsiębiorczej wśród mężczyzn niż wśród kobiet.

Tabela 12. Poziom aktywności przedsiębiorczej wśród kobiet i mężczyzn w 2017 r. (średnie w %)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
TEA mężczyźni	13,1	12,6	12,3	12,5	12,5	13,3	10
TEA kobiety	5,1	6,2	6,2	5,9	6	8,1	7,7
Dojrzałe firmy - mężczyźni	7,1	8,5	9,2	10	8,2	9,3	12,7
Dojrzałe firmy - kobiety	2,9	3,2	3,8	4,6	3,7	4,9	6,8

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor.

Luka płci

W 2017 r. doszło do znacznego zmniejszenia się luki płci (różnicy między odsetkiem mężczyzn prowadzących firmy wśród mężczyzn a odsetkiem kobiet prowadzących firmy wśród kobiet) w odniesieniu do młodych firm w zasadzie w każdej z grup krajów, a także w Polsce. Najmniejsza luka płci występuje w grupie krajów zorientowanych na czynniki produkcji, największa zaś w przypadku krajów zorientowanych na innowacje. W Polsce w 2017 r. luka płci była znacznie mniejsza niż przed rokiem i wyniosła 2,3%, ale należy pamiętać, że najprawdopodobniej jest to jednak bardziej wynikiem spadku odsetka mężczyzn prowadzących młode firmy niż zwiększonej aktywności przedsiębiorczej kobiet.

Tabela 13. Luka płci w przypadku młodych firm (% TEA)

	TEA - Luka płci
Kraje zorientowane na czynniki produkcji	0,4
Kraje zorientowane na efektywność	4,1
Kraje zorientowane na innowacje	4,2
Europa	3,9
Polska	2,3

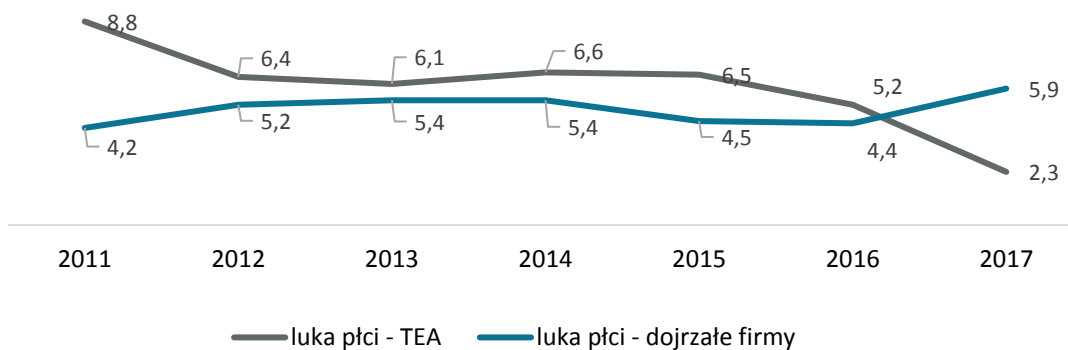
Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor 2017.

W 2017 r. pogłębiła się natomiast luka płci w odniesieniu do dojrzałych firm. Różnica między odsetkiem mężczyzn prowadzących firmy wśród mężczyzn a odsetkiem kobiet prowadzących firmy wśród kobiet osiągnęła najwyższy poziom od początku realizacji badania GEM w Polsce. Może to sugerować mniejszą trwałość dojrzałych firm prowadzonych przez kobiety niż tych prowadzonych przez mężczyzn.

Widać więc stale rosnącą skłonność kobiet do zakładania firm jednak wyniki badania sugerują, że te firmy są bardziej podatne na sytuacje prowadzące w konsekwencji do ich likwidacji. Świadczy o tym fakt, że luka płci w zakresie firm dojrzałych pogłębiła się od poprzedniego roku. Niewykluczone także, że pogłębienie luki płci w zakresie firm dojrzałych jest efektem ubocznym działania rządowych programów socjalnych, które mogą stanowić realną konkurencję dla aktywności zawodowej kobiet w wieku rozrodczym. Korzystanie z tych programów może być na tyle atrakcyjne, że kobiety decydują

się na rezygnację z działalności gospodarczej (często wymuszonej brakiem miejsca pracy najemnej) i kierują się w stronę posiadania i wychowania potomstwa²⁷.

Wykres 26. Luka płci dla TEA i dojrzałych firm w Polsce w latach 2011–2017 (% dorosłych)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor.

Motywacje kobiet i mężczyzn do zakładania firm

Według ostatnich danych za 2017 r. nadal widoczna jest różnica w motywacjach kobiet i mężczyzn do podjęcia działalności gospodarczej w zależności od stopnia rozwoju gospodarczego ich kraju. Najwięcej mężczyzn zakłada działalność gospodarczą z powodu konieczności w grupie krajów zorientowanych na czynniki produkcji. W przypadku kobiet taki motyw jest najczęstszy w grupie krajów zorientowanych na efektywność. Zarówno kraje zorientowane na innowacje, jak i UE wykazują się wyższym odsetkiem przedsiębiorców motywowanych szansą, co nie zmienia faktu, że w każdej z tych grup krajów to mężczyźni częściej niż kobiety zakładają firmy z powodu chęci skorzystania z możliwości, jakie daje prowadzenie biznesu.

Polska w tym zakresie zdaje się być wyjątkiem - to kobiety częściej niż mężczyźni dostrzegają szanse biznesowe, a co równie istotne – odsetek pozytywnie motywowanych właścicieli firm, zarówno w grupie kobiet jak i mężczyzn jest tu znacznie wyższy niż w pozostałych grupach krajów, także tych zorientowanych na innowacje. Może to świadczyć o pozytywnej zmianie na polskim rynku pracy, który w większym stopniu odpowiada na zapotrzebowanie w zakresie pracy najemnej dla tych, którzy jej poszukują pozostawiając przestrzeń do prowadzenia biznesu dla osób silnie motywowanych szansą, jaką niesie ze sobą własna firma.

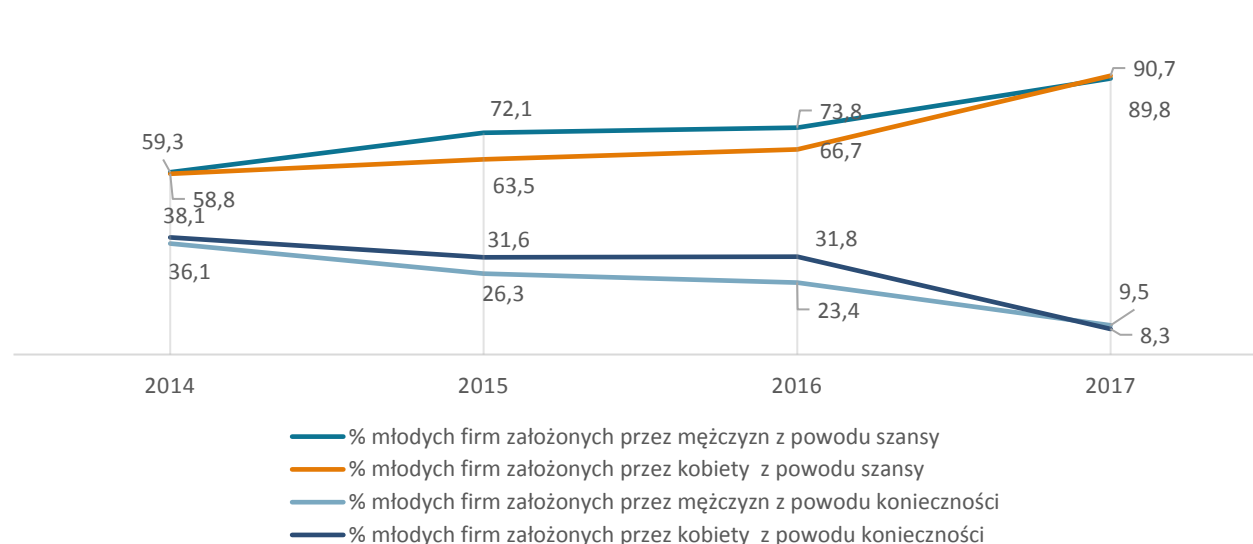
²⁷ Taką tezę można odnaleźć m.in. w: N. Brandt, I. Magda, A. Kiełczewska, *Program „Rodzina 500 +” a podaż pracy kobiet w Polsce*, Instytut Badań Strukturalnych, 2018. W publikacji autorki omawiają wpływ świadczenia pn. „Rodzina 500+” na aktywność zawodową kobiet z dziećmi w Polsce. Wskazują, że na skutek wprowadzenia tego świadczenia aktywność zawodowa kobiet z dziećmi spadła o ok. 2,4 punkty procentowe, co oznacza wycofanie się z rynku pracy (rezygnację z zatrudnienia lub poszukiwania pracy) od 91 do 103 tys. kobiet.

Wykres 27. Motywacje kobiet i mężczyzn prowadzących młode przedsiębiorstwa (% TEA)



Struktura motywacji do prowadzenia działalności gospodarczej uległa w ostatnim roku w Polsce znacznej poprawie. Istotnie wzrósł odsetek firm prowadzonych z powodu szansy, jaką daje własna firma, spadł natomiast odsetek tych firm, które powstają z konieczności. Zmiana ta dotyczy zarówno kobiet jak i mężczyzn, choć w grupie kobiet dynamika tych zmian jest wyższa. Gdy jeszcze w 2016 r. z powodu szansy powstawało o 7 p.p. mniej firm należących do kobiet niż do mężczyzn, to już w 2017 r. ich odsetek był nieznacznie wyższy niż w grupie mężczyzn. Obecnie 10% mężczyzn i 8% kobiet prowadzących młode firmy deklaruje, że głównym powodem założenia biznesu był brak możliwości znalezienia pracy najemnej, jednocześnie aż 90% mężczyzn i 91% kobiet prowadzących tego typu firmy założyło je z powodu chęci wykorzystania szansy jakie daje własny biznes.

Wykres 28. Motywacje do zakładania działalności gospodarczej ze względu na płeć w latach 2014–2017



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor za 2017 r.

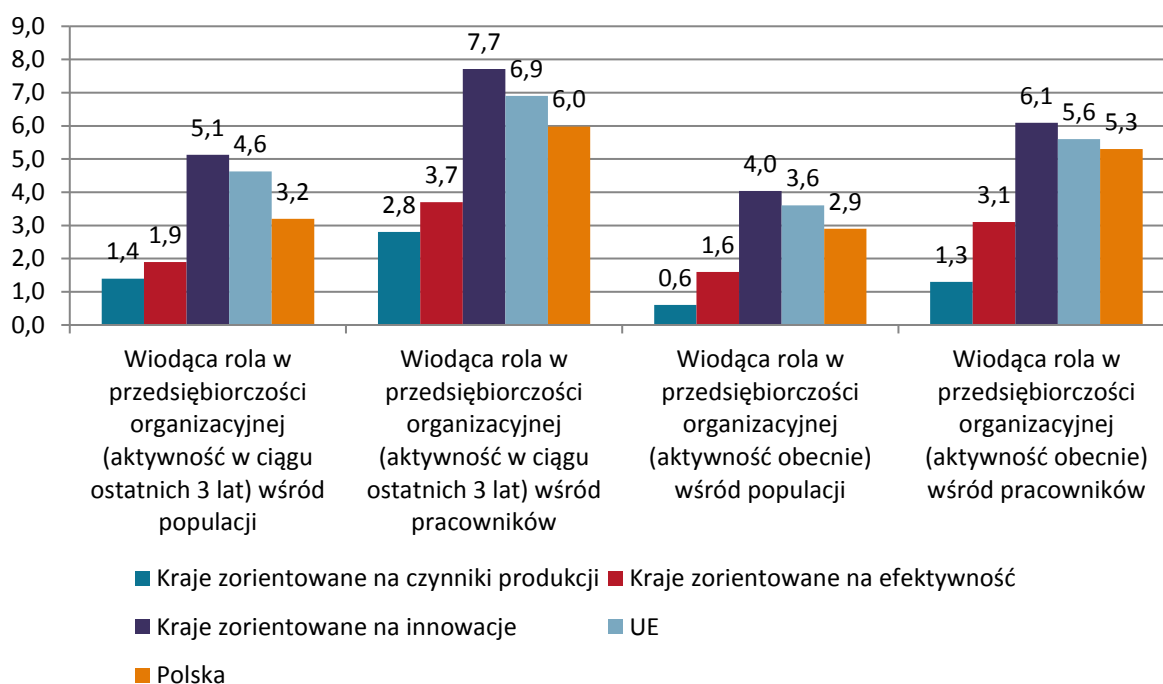
Podsumowując należy stwierdzić, że 2017 r. był przełomowy jeżeli chodzi o postawy przedsiębiorcze kobiet i mężczyzn w Polsce. Zdecydowanie więcej przedsiębiorców niż w poprzednich latach – zarówno kobiet jak i mężczyzn – dostrzega szanse biznesowe i motywuje ją decyzję o podjęciu działalności gospodarczej. Pod tym względem Polska pozytywnie wyróżnia się na tle innych grup krajów, w tym UE. Jednocześnie w grupie mężczyzn znacznie spadła samoocena w zakresie zdolności przedsiębiorczych i osiągnęła poziom nawet nieco niższy niż w grupie kobiet. W obu grupach spadł też wyraźnie poziom strachu przed porażką, przy czym w większym stopniu dotyczy to kobiet. To one zdają się śmiaiej patrzeć w przyszłość, dzięki czemu zmniejszeniu ulega też luka płci.

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 Globalnego Monitora Przedsiębiorczości. 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 trzech lat oraz odsetka aktywnych intraprzsiębiorców wśród ogółu populacji dorosłych oraz wśród osób zatrudnionych. Wynikiem są cztery wskaźniki dotyczące działalności intraprzsiębiorczej.

Poniżej przedstawiono ich średnie wartości dla trzech grup krajów, średnie dla krajów Unii Europejskiej 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 2018 roku wyniki dostępne są dla 54 krajów. W grupie tej znajdują się jedynie 4 kraje z gospodarkami zorientowanymi na czynniki produkcji (Wietnam, Indie, Madagaskar, Kazachstan), co świadczy o zmniejszaniu się tej grupy w GEM, co z kolei częściowo może być spowodowane zmniejszaniem się tej grupy w ogóle i przechodzeniem krajów do grupy zorientowanej na efektywności. Dwa z tych krajów znajdują się ponadto w grupie przejścia do gospodarek zorientowanych na efektywność (Wietnam, Kazachstan). Z grupy tej wzięło udział w badaniu 26 krajów, które stanowią najbardziej reprezentowaną grupę. W grupie tej 11 krajów (w tym Polska) znajduje się w podgrupie, która dokonuje przejścia do bardziej rozwiniętego modelu konkurowania. W grupie gospodarek zorientowanych na innowacyjność znalazły się 24 kraje.

Wykres 29. % 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.

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. Intraprzsiębiorczość 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.

W Polsce w 2017 roku zaobserwować można było średni poziom intraprzsiębiorczości w porównaniu z innymi krajami. Analiza porównawcza ujawnia, że Polska znajduje się w fazie transformacji z grupy gospodarek zorientowanych na efektywność do tych zorientowanych na innowacje. Co interesujące, takie wyniki daje zarówno analiza aktywności przedsiębiorczej wśród pracowników jak i wśród populacji oraz zarówno w ciągu ostatnich trzech lat jak i obecnie. Ponadto, poziom intraprzsiębiorczości w Polsce był w 2017 roku nieco niższy niż średnia dla Unii Europejskiej. Należy przy tym pamiętać, że gospodarka europejska składa się w większości z krajów zorientowanych na innowacje, w badaniach GEM takie kraje mają również tendencję do bycia nadreprezentowanymi

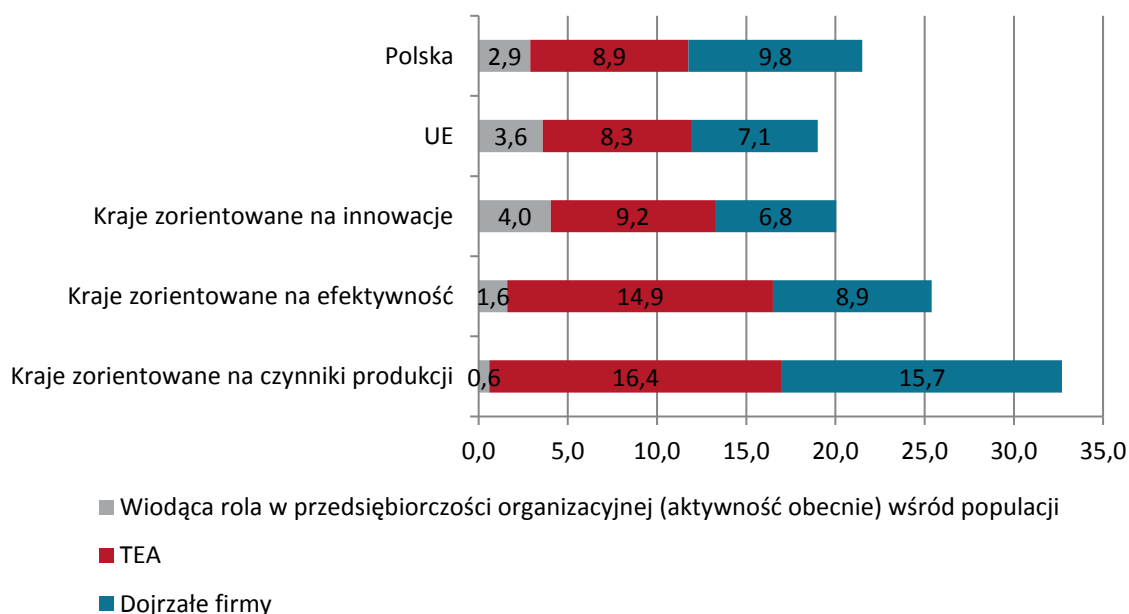
ze względu na pozyskiwanie finansowania badań. W 2017 roku w badaniu GEM wzięło udział 18 krajów należących do Unii Europejskiej, w tym pięć krajów o gospodarkach zorientowanych na efektywność i 13 krajów o gospodarkach zorientowanych na innowacje. Wśród gospodarek Unii Europejskiej zorientowanych na efektywność Polska zajmuje środkową pozycję ze względu na intraprzedsiebiorczość. Wskaźniki w Polsce znajdują się na poziomie podobnym do Łotwy, ustępując Chorwacji, natomiast przewyższając Słowację i Bułgarię, w której wskaźniki intraprzedsiebiorczości znajdują się na poziomie najniższym niż w Unii Europejskiej, a żaden z nich nie przekracza 1%.

Liderami intraprzedsiebiorczości w 2017 roku były Estonia i Tajwan. W pierwszym kraju 12,8% pracowników było zaangażowanych w przedsiębiorczość organizacyjną w ciągu ostatnich 3 lat, w drugim kraju 12,9%, choć Estonia osiąga lepsze od Tajwanu wyniki w przypadku pozostałych wskaźników. Tak wysoka intraprzedsiebiorczość w Estonii jest pewnym zaskoczeniem, w roku 2016 wskaźniki znajdowały się bowiem na znacznie niższym poziomie, wtedy bliskim wskaźnikom w Polsce. Tajwan z kolei zawsze był jednym z liderów intraprzedsiebiorczości. Krajami o wysokim poziomie przedsiębiorczości organizacyjnej są ponadto Stany Zjednoczone (11%), Wielka Brytania (11%), Australia (11,4%), Kanada (11,9%), Luksemburg (11,2%) oraz Izrael (11,8%). Są to kraje, w których znacząca część PKB przeznaczana jest na badania i rozwój. Relatywnie wysokie wskaźniki przedsiębiorczości organizacyjnej występują również w dwóch gospodarkach zorientowanych na efektywność: Chile (8,4%) i Chorwacji 9,2%).

Z kolei najniższe wartości wskaźników intraprzedsiebiorczości ujawnione zostały dla Panamy (0,24% pracowników zaangażowanych w przedsiębiorczość organizacyjną w ciągu ostatnich trzech lat), Indii (0,69), Bułgarii (0,74) i Argentyny (0,97). W 2017 roku w badaniu nie wzięła udziału Rosja, w której intraprzedsiebiorczość zawsze znajdowała się na niskim poziomie. Relatywnie niskie wskaźniki przedsiębiorczości organizacyjnej występują również w wiodących gospodarkach azjatyckich: Japonii (4,2%) oraz Korei Południowej (3,7%), a także w Chinach (2,2%). Wyniki te są zaskakujące szczególnie w połączeniu z wysoką innowacyjnością (szczególnie gospodarek japońskiej i koreańskiej) oraz wysokim odsetkiem PKB przeznaczanym na badania i rozwój.

Jak już wcześniej wspomniano, intraprzedsiebiorczość jest często postrzegana jako alternatywa dla przedsiębiorczości indywidualnej. Poniżej przedstawiono agregację intraprzedsiebiorczości oraz przedsiębiorczości indywidualnej w trzech grupach krajów, Unii Europejskiej i Polsce.

Wykres 30. Intraprzedsiebiorczosc i przedsiebiorczosc indywidualna w trzech grupach krajow, UE i Polsce w 2017 r.



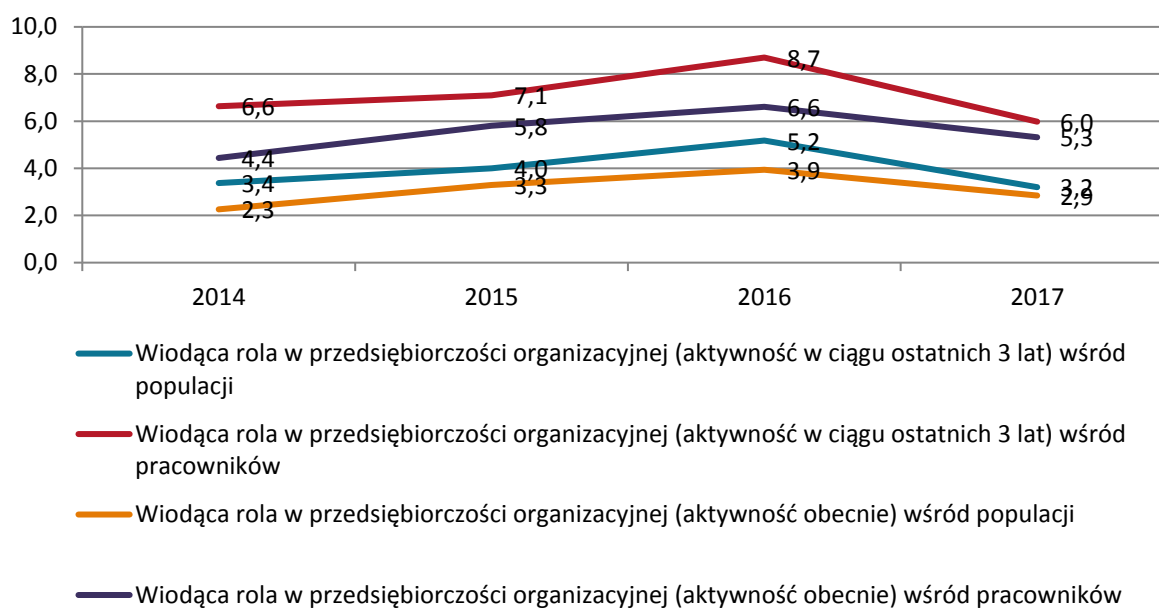
Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor.

W przypadku przedsiebiorczosci indywidualnej wystepuje zjawisko odwrotne niz w przypadku intraprzedsiebiorczosci, ktorej intensywnosc wzrasta wraz z rozwojem gospodarczym. W krajach zorientowanych na czynniki produkcji prawie co trzeci dorosly obywatel jest przedsiebiorca (32%), w krajach zorientowanych na efektywnosc wskaźnik ten spada do 24%, a w krajach zorientowanych na innowacje do 16%. Rzeczywiste wyniki moga byc nieco nizsze z uwagi na fakt, ze istnieje grupa przedsiebiorcow, ktorzy kwalifikowani sa do obu grup przedsiebiorczosci indywidualnej: przedsiebiorcow we wczesnym stadium dzialalnosci oraz wlascieli dojrzalych firm.

Nizszy poziom przedsiebiorczosci indywidualnej jest uzupelniany wzrostem przedsiebiorczosci organizacyjnej. Zagregowany wskaźnik trzech rodzajow przedsiebiorczosci wynosi zatem ponad 30% w krajach zorientowanych na czynniki produkcji, ponad 25% w krajach zorientowanych na efektywnosc oraz 20% w krajach zorientowanych na innowacje. Wyniki dla Unii Europejskiej sa zblizone do wynikow dla krajow zorientowanych na innowacje, natomiast wyniki dla Polski znajduja sie pomiedzy wynikami dla gospodarek zorientowanych na efektywnosc a tymi zorientowanymi na innowacje, sa natomiast blizej tej drugiej grupy, co swiadczy o zaawansowanym stopniu przechodzenia Polski do gospodarek innowacyjnych.

Zagregowany wskaźnik przedsiebiorczosci nieco sie w Polsce pogorszył w porownaniu z rokiem 2016. Jest to jednak spadek niewielki, kompensowany znacząco przez dość duzy wzrost w Polsce odsetka wlascieli dojrzalych firm. Zagregowany wskaźnik przedsiebiorczosci (jak wczesniej wspomniano obarczony pewnym błędem) w roku 2015 wynosił 19%, a w roku 2016 wzrosł do 23%, w roku 2017 natomiast spadł do poziomu 21,6%. Nalezy przy tym zauwazyc, ze skumulowany wskaźnik przedsiebiorczosci jest i tak jednym z najwyzszych w Unii Europejskiej, ustepuje jedynie wskaźnikom w Holandii, Łotwie, Estonii oraz Słowacji. Ponizej przedstawiono ksztaltowanie sie poziomu intraprzedsiebiorczosci w Polsce w latach 2014-2017.

Wykres 31. Intraprzedsiębiorczość w Polsce w latach 2014-2017.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor.

W roku 2017 wystąpił pewien spadek wskaźników intraprzsiębiorczości w Polsce. Większy spadek wystąpił jednak w przypadku wskaźników dotyczących przeszłości niż tych dotyczących teraźniejszości. Przedsiębiorczość organizacyjna (aktywność obecnie) wśród populacji spadła z poziomu 3,9% do poziomu 2,9%. Należy jednak pamiętać, że przedsiębiorczość organizacyjna może być zjawiskiem podlegającym wahaniom. Projekty, które zostały zapoczątkowane w roku 2016, które mogły być zakwalifikowane jako przedsiębiorczość organizacyjna były rozwijane w roku 2017, ale nie były już kwalifikowane jako intraprzsiębiorczość, a jako tradycyjna działalność przedsiębiorstwa. Ponadto, w roku 2016 wskaźnik intraprzsiębiorczości znajdował się na bardzo wysokim poziomie. Wymagało to nakładów finansowych ze strony przedsiębiorstw, niezbędnych do finansowania nowych przedsięwzięć. W roku 2017 mógł w związku z tym wystąpić pewien deficyt związany z niedostępnością zasobów. Należy również zauważyć, że w porównaniu z rokiem 2016 wystąpiła znacząca zmiana polegająca na wzroście wskaźnika dojrzałych firm. Może się to wiązać z niższym stopniem upadłości firm, co również ma negatywny wpływ na intraprzsiębiorczość.

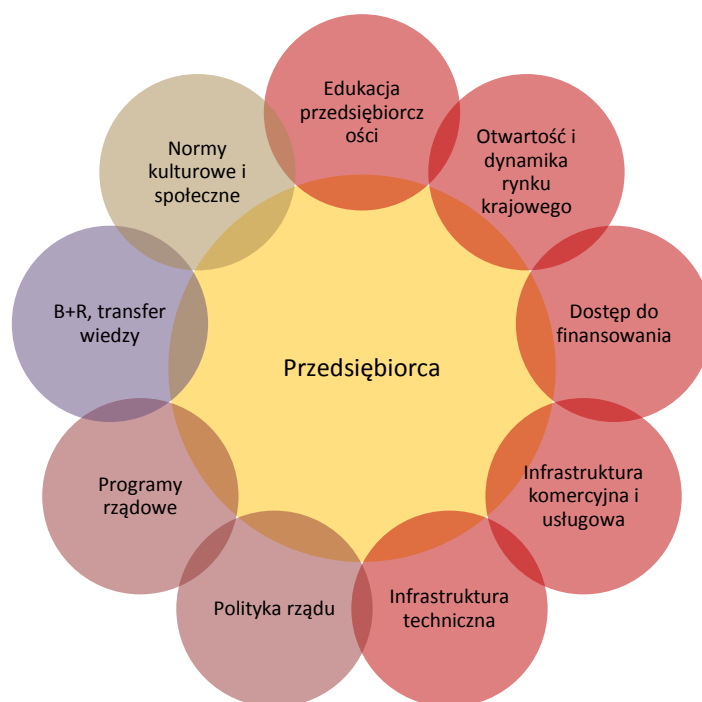
3. Uwarunkowania przedsiębiorczości

Jednym z elementów projektu GEM jest badanie wpływu otoczenia na funkcjonowanie nowych i rozwijających się przedsiębiorstw w Polsce. Podstawą tej analizy jest badanie eksperckie na temat uwarunkowań przedsiębiorczości (National Expert Survey – NES) prowadzone wśród 36 ekspertów²⁸. W badaniu wyodrębniono 9 obszarów tworzących krajowe determinanty przedsiębiorczości, których wpływ na nowo powstające i rozwijające się przedsiębiorstwa ocenili eksperci (rys. 4). Obszary te zostały pogrupowane w cztery 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; otwartość i dynamika rynku; dostępność finansowania; infrastruktura komercyjna, usługowa i techniczna;
2. **Polityka i programy rządowe:** priorytety i wsparcie przedsiębiorczości oraz obciążenia związane z podatkami i regulacjami administracyjnymi, programy rządowe (publiczne) wspierające przedsiębiorczość;
3. **Badania i rozwój:** badania i rozwój, transfer wiedzy i technologii;
4. **Normy społeczno-kulturowe:** systemy wartości i normy społeczne.

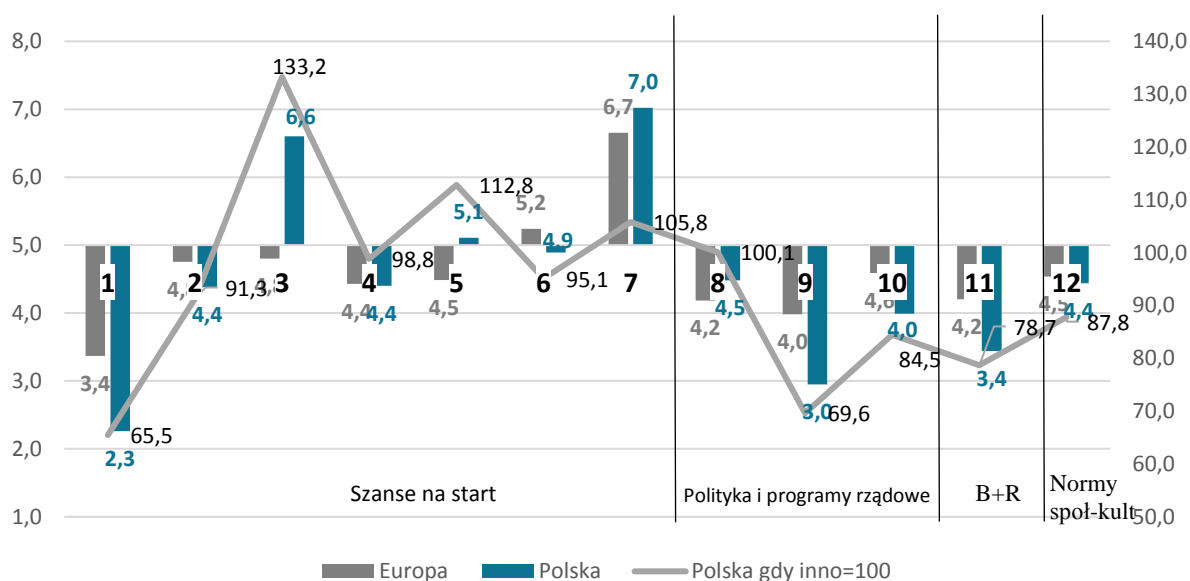
²⁸ W każdym z obszarów znalazło się 3-8 stwierdzeń na temat, na który ekspert miał wyrazić opinię, używając skali: zdecydowanie się zgadzam – 9 pkt., zgadzam się – 8 pkt., umiarkowanie się zgadzam – 7 pkt., trochę (nieco) się zgadzam – 6 pkt., ani się zgadzam, ani się nie zgadzam – 5 pkt., trochę się 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 zostały zestawione z wynikami dla krajów o gospodarkach zorientowanych na innowacje oraz dla krajów europejskich uwzględnionych w badaniu (2017 r. – Bośnia i Hercegowina, Bułgaria, Chorwacja, Cypr, Estonia, Francja, Grecja, Hiszpania, Holandia, Irlandia, Luksemburg, Łotwa, Niemcy, Polska, Słowacja, Słowenia, Szwajcaria, Szwecja, Wielka Brytania, Włochy, 2016 r. – wszystkie wymienione kraje bez Bośni i Hercegowiny, 2015 r. – bez Bośni i Hercegowiny oraz Francji).

Rysunek 4. Obszary tworzące krajowe determinanty przedsiębiorczości objęte badaniem NES



Według opinii ekspertów biorących udział w badaniu NES w 2017 roku warunki do powstawania i rozwoju przedsiębiorstw w Polsce na tle gospodarek nastawionych na innowacyjność, ale również w porównaniu z krajami z Europy objętymi badaniem, były przeciętne. W porównaniu do tych dwóch grup krajów polscy eksperci wyżej ocenili następujące czynniki: dynamikę rynku (jego otwartość na nowe firmy), dostęp do finansowania czy infrastruktury technicznej. Można je więc uznać za stymulatory rozwoju nowych przedsięwzięć. Wśród obszarów, które mogą utrudniać ten rozwój znalazły się: edukacja przedsiębiorczości i szkolenia (zarówno na poziomie podstawowym i szkoły średniej), kwestia biurokracji i podatków, a także badania i rozwój oraz transfer wiedzy (ich ocena jest niższa niż w przypadku krajów najbardziej rozwiniętych i krajów europejskich).

Wykres 32. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości: Polska w porównaniu z gospodarkami nastawionymi na innowacje 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 rządu – priorytety i polityka wsparcia przedsiębiorczości; 9 – Polityka rządu – przewidywalność i spójność stosowania podatków, przepisy, licencje oraz wymogi biurokratyczne, 10 – Programy rządowe (publiczne) wspierające przedsiębiorczość, 11 – Badania i rozwój, transfer wiedzy; 12 – Normy kulturowe i społeczne.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badania Global Entrepreneurship Monitor – National Expert Survey 2017.

Ocena uwarunkowań funkcjonowania nowych i rozwijających się firm, dokonana przez ekspertów w 2017 r. jest lepsza od tej z poprzedniego roku. Większość z dziewięciu obszarów została oceniona wyżej. W kilku z nich oceny obniżyły się, co może świadczyć o trudniejszej sytuacji w tych obszarach. Należą do nich: nauczanie przedsiębiorczości na poziomie podstawowym i szkoły średniej, obciążenia związane z otwartością rynku, radzenie sobie firm z biurokracją, przepisami, spójność i przewidywalność podatków oraz kwestie związane z badaniami i rozwojem, m.in. skuteczność transferu technologii, dostęp do nowej wiedzy możliwość pozyskania nowych technologii przez młode firmy. Poniżej zamieszczamy szczegółowy opis poszczególnych obszarów składających się na uwarunkowania przedsiębiorczości według GEM.

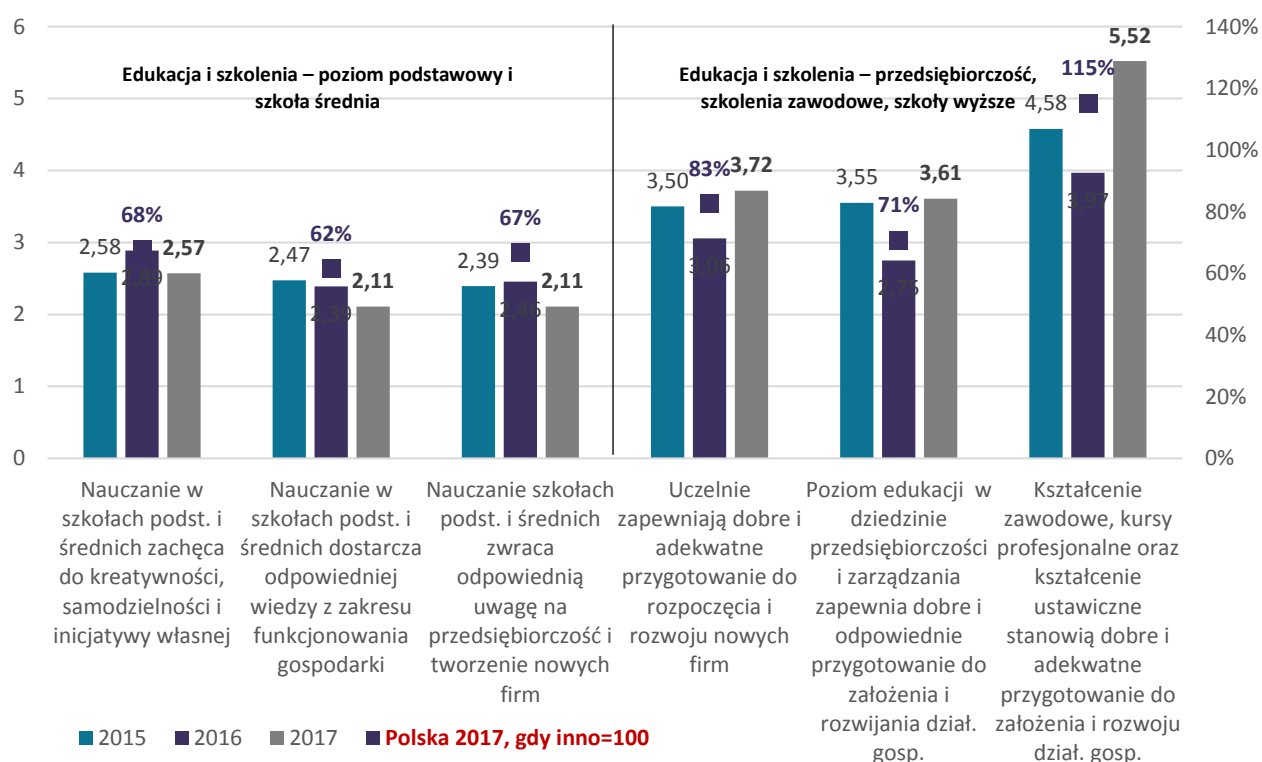
1. Szanse na start

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, jak i szkoły wyższej, szkoleniami, 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.

1.1. Edukacja

Edukacja na poziomie podstawowym i szkoły średniej to obszar od lat nisko oceniany przez ekspertów uczestniczących w badaniu NES w Polsce. Całościowo został oceniony na 2,3 pkt., co stanowiło 65% średniej oceny krajów nastawionych na innowacje i 67% średniej oceny badanych krajów europejskich (w 2016 r. – 2,6 pkt., 75% oceny gospodarek nastawionych na innowacje, 78% oceny badanych krajów europejskich). Ocena polskich ekspertów była najniższa, jeżeli chodzi o objęte badaniem gospodarki Europy. Warto jednak dodać, że obszar ten jest nisko oceniany także w innych krajach, np. Niemcy (2,6 pkt.) czy Włochy (2,8 pkt.). Niemniej należy podkreślić, że w przypadku naszego kraju nauczanie w szkołach podstawowych i średnich zostało ocenione wyjątkowo słabo, jeśli chodzi o dostarczanie wiedzy z zakresu funkcjonowania gospodarki czy zwracanie uwagi na przedsiębiorczość i tworzenie jej nowych form; zdaniem ekspertów w szkołach nie zachęca się też do kreatywności, samodzielności i inicjatywy własnej, choć ocena w tym ostatnim przypadku jest nieco wyższa niż w pozostałych dwóch kategoriach (wykres 33). Na przestrzeni ostatnich lat ocena polskich ekspertów w tym obszarze uległa pogorszeniu – w 2017 r. była ona niższa niż w latach 2015 i 2016. Nie jest to dobra sytuacja, ponieważ edukacja jest jednym z najważniejszych czynników wpływających na przedsiębiorczość – kształtowanie potencjalnych przedsiębiorców, ich postrzeganie przez społeczeństwo, a także na efekty działalności gospodarczej.

Wykres 33. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – edukacja przedsiębiorczości. Zmiany w latach 2015-2017 oraz Polska vs. kraje o gospodarkach nastawionych na innowacje w 2017 r.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badania Global Entrepreneurship Monitor – National Expert Survey 2017.

W 2017 r. odnotowano poprawę oceny ekspertów w obszarze edukacji przedsiębiorczości na poziomie szkolnictwa wyższego oraz kształcenia ustawicznego (2017 – ocena 4,4 pkt. co stanowiło 91% oceny

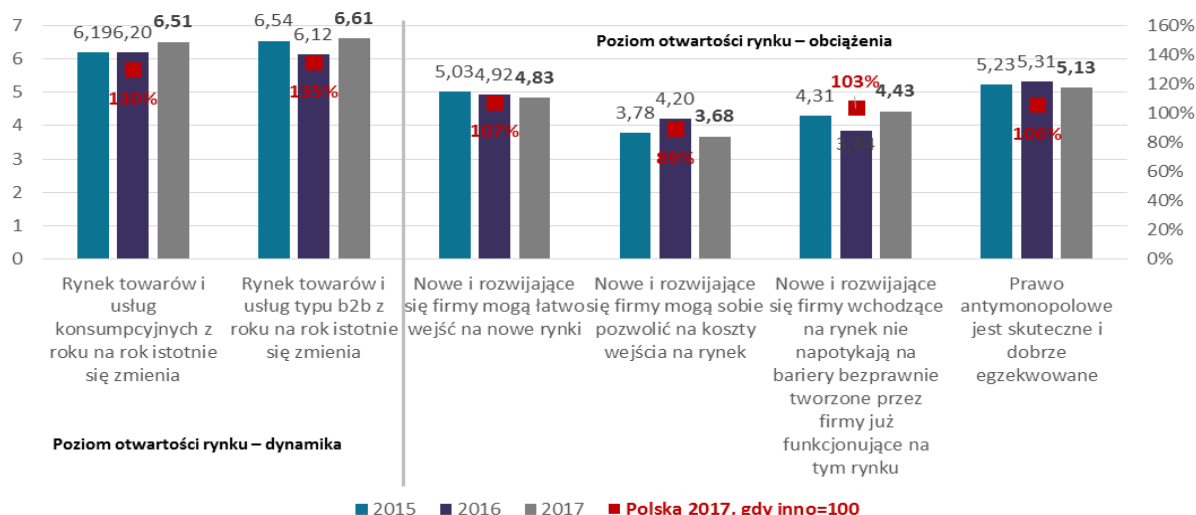
krajów nastawionych na innowacje i 92% oceny badanych krajów europejskich, 2016 – 3,3, 71% oceny gospodarek nastawionych na innowacje, 73% oceny badanych krajów europejskich). Było to w dużym stopniu spowodowane poprawą oceny aspektu dotyczącego kształcenia zawodowego, kursów profesjonalnych i kształcenia ustawicznego w kontekście ich skuteczności przygotowania do zakładania i rozwijania firmy – tą kategorię oceniono średnio na 5,52 pkt. co stanowiło 115% oceny krajów nastawionych na innowacje i 116% oceny badanych krajów europejskich (w 2016 r. – 3,97 pkt., 84% oceny gospodarek nastawionych na innowacje, 88% oceny badanych krajów europejskich). Poprawiła się także ocena pozostałych dwóch aspektów składających się na omawiany obszar – choć nadal w opinii ekspertów edukacja na etapie uczelni wyższych nie zapewnia dobrego i adekwatnego przygotowania do rozpoczęcia i rozwoju nowych firm, a poziom edukacji w dziedzinie przedsiębiorczości i zarządzania, nie zapewnia dobrego i odpowiedniego przygotowania do założenia i rozwijania działalności gospodarczej (wykres 33).

1.2. Dynamika i otwartość rynku

Dynamika rynku wewnętrznego to jeden z najlepiej ocenianych przez ekspertów obszarów wpływających na rozpoczęcie działalności gospodarczej i jej prowadzenie (zarówno w edycji badania z 2017 r., jak i w poprzednich).

Średnio dynamika naszego rynku została oceniona na 6,6 pkt. – jest to ocena znacznie lepsza zarówno w porównaniu z krajami nastawionymi na innowacje (133% wartości dla tych krajów), jak i europejskimi²⁹ (137%) (wykres 32). Ocena ekspertów nieznacznie wzrosła w porównaniu z 2016 r. (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 34).

Wykres 34. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – poziom otwartości rynku. Zmiany w latach 2015-2017 oraz Polska vs. kraje o gospodarkach nastawionych na innowacje w 2017 r.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badania Global Entrepreneurship Monitor – National Expert Survey 2017.

²⁹ Ocena tego obszaru w Polsce była najwyższa wśród ocen pozostałych badanych krajów europejskich.

Niżej oceniono obszar związany z otwartością rynku na nowe firmy, choć opinia polskich ekspertów nie odbiega istotnie od tych z gospodarek innowacyjnych i krajów europejskich (4,4 pkt. – 99% oceny krajów nastawionych na innowacje i europejskich) (wykres 32). Eksperti raczej zgodzili się co do tego, że nowe i rozwijające się firmy mogą łatwo wejść na nowe rynki w Polsce (4,83 pkt. – 107% oceny krajów innowacyjnych i 105% europejskich) oraz, że prawo antymonopolowe jest skuteczne i dobrze egzekwowane (5,13 pkt. – 106% oceny krajów innowacyjnych i 108% europejskich). Ich zdaniem większą barierą dla nowych firm są koszty wejścia na polski rynek (3,68 pkt. – ocena w tym aspekcie dla krajowego rynku stanowi 89% średniej oceny dla gospodarek nastawionych na innowacje i 91% średniej dla krajów europejskich) (wykres 34).

1.3. Finansowanie

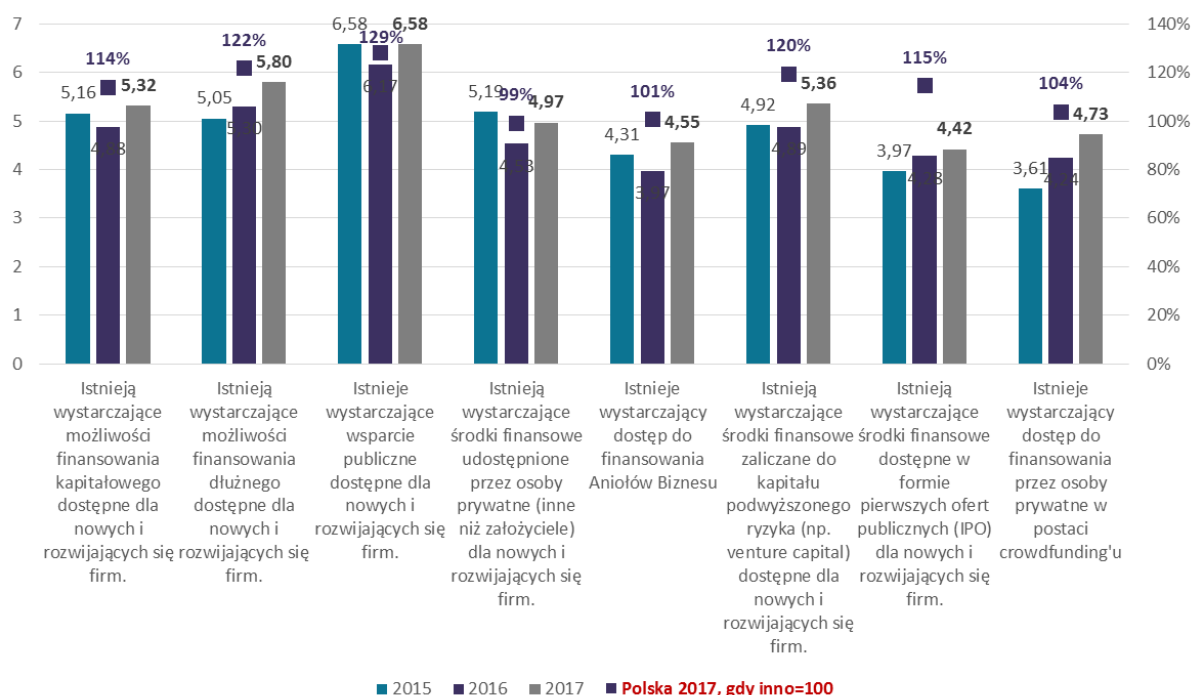
Dostęp do finansowania to obszar, który zdaniem ekspertów uczestniczących w badaniu nie ograniczał w istotny sposób rozpoczynania i rozwoju działalności w Polsce. To bardzo ważne, ponieważ kapitał jest jednym z czynników determinujących funkcjonowanie każdego przedsiębiorstwa na wszystkich etapach jego rozwoju.

Oceny polskich ekspertów są w tej kategorii wyższe niż w przypadku gospodarek nastawionych na innowacje i krajów europejskich (5,1 pkt. – 113% oceny krajów innowacyjnych i 114% europejskich³⁰). Jednocześnie w porównaniu z ostatnimi latami ocena tego obszaru w naszym kraju wzrosła (4,7 pkt. w 2015 i 2016 r). Niemniej trzeba zwrócić uwagę, że oscylujący wokół 5 pkt. wynik tego obszaru (czyli opinii ani się zgadzam, ani się nie zgadzam) może świadczyć o pewnych niedostatkach jeśli chodzi o dostęp nowych i rozwijających się firm do finansowania zewnętrznego.

Wykres 35 przedstawia opinię ekspertów nt. dostępności różnych formy finansowania zewnętrznego, które składają się na omawiany obszar. Eksperti najwyżej ocenili dostęp do wsparcia publicznego (m.in. dotacje, pożyczki) – 6,58 pkt. (129% wartości dla krajów innowacyjnych, 128% – europejskich). Wskazuje to na duże znaczenie tego rodzaju wsparcia dla polskich nowych i rozwijających się firm. Lepiej, niż w krajach będących punktem odniesienia, polscy eksperci oceniają także dostęp do finansowania dłużnego, kapitałowego czy środków finansowych w formie kapitału podwyższonego ryzyka (odpowiednio 5,80 pkt., 5,32 pkt. i 5,36 pkt.).

³⁰ W krajach europejskich obszar ten był lepiej oceniany tylko w Holandii (6,01), Estonii (5,41) i Szwajcarii (5,18).

Wykres 35. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – dostęp do finansowania. Zmiany w latach 2015-2017 oraz Polska vs. kraje o gospodarkach nastawionych na innowacje w 2017 r.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badania Global Entrepreneurship Monitor – National Expert Survey 2017.

Nieco niżej i jednocześnie na podobnym poziomie (4,5 – 5 pkt.) oceniono dostęp do środków finansowych udostępnianych przez osoby prywatne, Aniołów Biznesu oraz osoby prywatne w postaci crowdfunding'u.

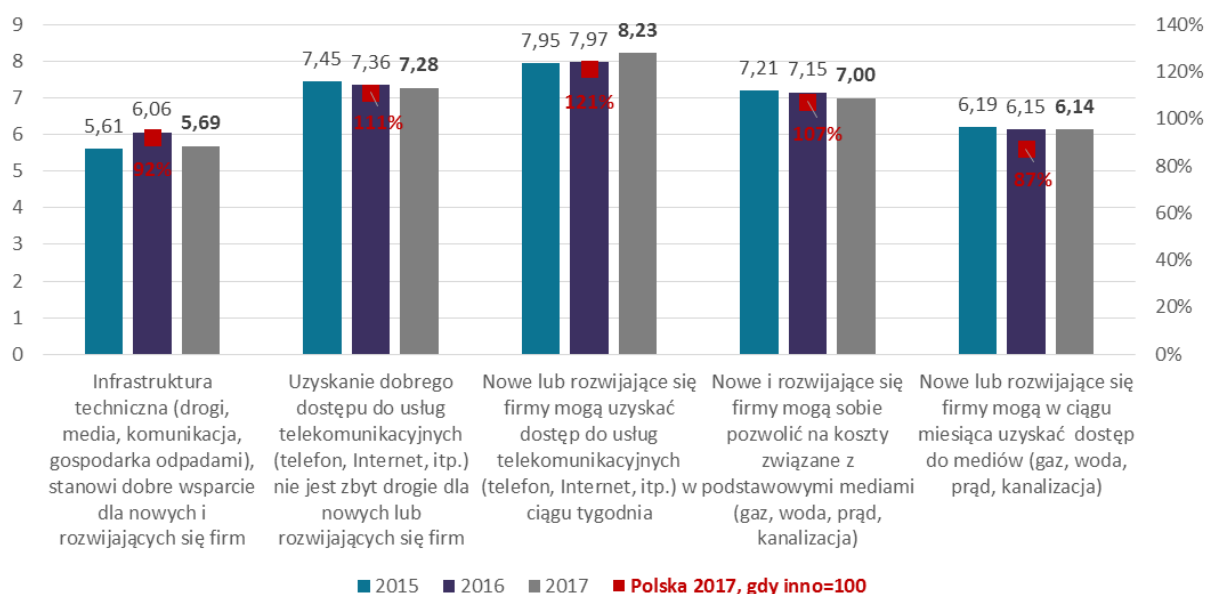
Warto zauważyć, że w porównaniu z oceną dokonaną w 2016 r. najnowsze dane za 2017 wskazują na poprawę dostępności finansowania w formie środków ze strony Aniołów Biznesu, crowdfundingu, dłużnego czy ze strony osób prywatnych.

1.4. Infrastruktura

Obszarem, w którym na przestrzeni ostatnich lat odnotowujemy poprawę ocen ekspertów jest infrastruktura – techniczna, komercyjna i usługowa. Może to oznaczać, że konsekwentna polityka i wysiłki wkładane w rozwój tej sfery przynoszą efekty.

W przypadku infrastruktury technicznej średnia ocena ekspertów jest nieco wyższa niż w przypadku krajów nastawionych na innowacje i europejskich – 7,0 pkt. (106% oceny krajów innowacyjnych i europejskich) (wykres 32).

Wykres 36. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – infrastruktura techniczna. Zmiany w latach 2015-2017 oraz Polska vs. kraje o gospodarkach nastawionych na innowacje w 2017 r.



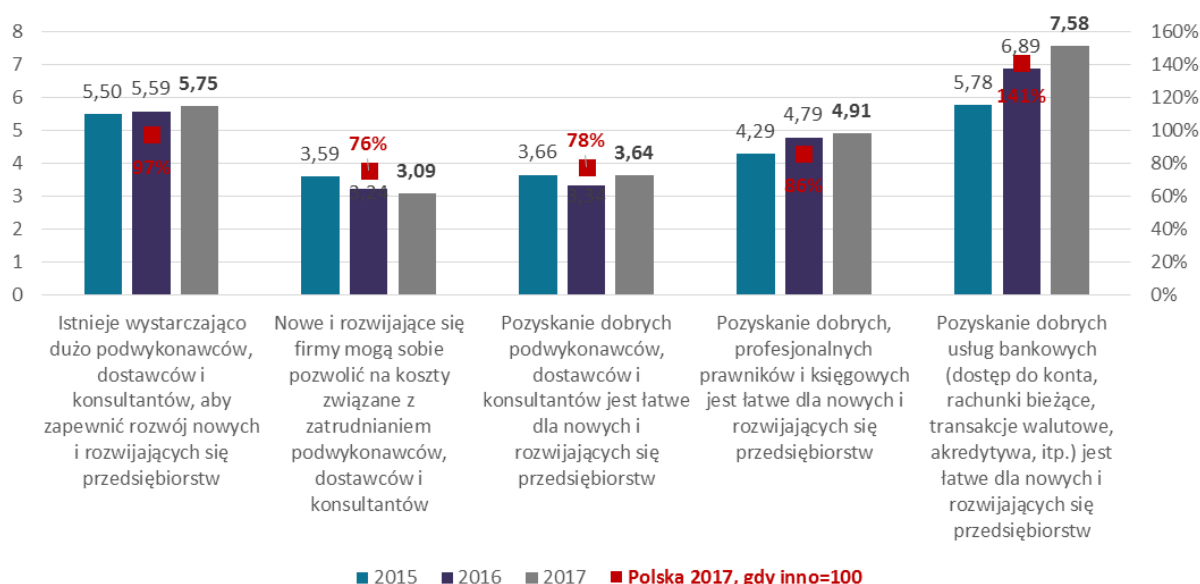
Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badania Global Entrepreneurship Monitor – National Expert Survey 2017.

Opinię nt. stwierdzeń składających się na blok infrastruktura techniczna przedstawiono na wykresie 36. Polscy eksperci wysoko oceniają dostępność usług telekomunikacyjnych dla nowych i rozwijających się firm (8,23 pkt. – 121% oceny gospodarek nastawionych na innowacje i 119% krajów europejskich). Jednocześnie te usługi nie są zbyt drogie (7,28 pkt. – 111 % oceny krajów innowacyjnych i 108% europejskich). Także koszty związane z podstawowymi mediami (gaz, woda, prąd, kanalizacja) nie stanowią zbyt dużego problemu dla nowych i rozwijających się firm (7,0 pkt. – 107% oceny krajów innowacyjnych i 106% – europejskich). Nieco niższe oceny polskich ekspertów niż w gospodarkach nastawionych na innowacje i krajach europejskich uzyskały stwierdzenia: infrastruktura techniczna (drogi, media, komunikacja, gospodarka odpadami) stanowi dobre wsparcie dla nowych i rozwijających się firm – 5,69 pkt. (92% oceny krajów innowacyjnych i 94% europejskich) oraz nowe i rozwijające się firmy mogą w ciągu miesiąca uzyskać dostęp do mediów (gaz, woda, prąd, kanalizacja) – 6,14 pkt. (81% oceny krajów innowacyjnych i 91% europejskich). Jednak i w tych obu przypadkach oceny ekspertów są na tyle wysokie, że te kategorie można uznać za niestanowiące zbytniego problemu dla nowych i rozwijających się firm.

Ocena infrastruktury komercyjnej i usługowej jest niższa w porównaniu z oceną infrastruktury technicznej. Poszczególne kategorie uwzględnione w tym obszarze uzyskały średnią ocenę 4,9 pkt., co stanowiło 95% oceny gospodarek nastawionych na innowacje i 93% oceny krajów europejskich (wykres 32). Jednocześnie na przestrzeni lat 2015-2017 obserwujemy stopniową poprawę oceny tego obszaru (w 2015 r. wynosiła ona 4,5 pkt., w 2016 – 4,6 pkt.), co przybliżyło nas do sytuacji krajów nastawionych na innowacje i krajów europejskich. Patrząc na kategorie składające się na ten obszar (wykres 37) widzimy, że w Polsce ograniczenie dla nowych i rozwijających się firm mogą stanowić koszty związane z zatrudnianiem podwykonawców, dostawców i konsultantów (3,09 pkt., 76% oceny krajów innowacyjnych i europejskich) oraz trudności z pozyskaniem dobrych podwykonawców,

dostawców i konsultantów (3,64 pkt., 77% oceny krajów innowacyjnych i europejskich). Lepiej, choć niżej niż w krajach będących punktem odniesienia, eksperci oceniają łatwość pozyskania dobrych, profesjonalnych prawników i księgowych (4,91 pkt., 86% oceny krajów innowacyjnych i 85% europejskich) oraz istnienie wystarczającej liczby podwykonawców, dostawców i konsultantów dla zapewnienia rozwoju nowych i rozwijających się przedsiębiorstw (5,75 pkt., 97% oceny krajów innowacyjnych i europejskich). Bardzo wysoko została natomiast oceniona łatwość pozyskania w naszym kraju dobrych usług bankowych (dostęp do konta, rachunki bieżące, transakcje walutowe, akredytywa itp.) – 7,58 pkt. (141% oceny gospodarek nastawionych na innowacje i 132% krajów europejskich). Ocena tej kategorii istotnie wzrosła w porównaniu do poprzednich lat (2016 – 6,89 pkt., 2015 – 5,78 pkt.).

Wykres 37. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – infrastruktura komercyjna i usługowa. Zmiany w latach 2015-2017 oraz Polska vs. kraje o gospodarkach nastawionych na innowacje w 2017 r.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badania Global Entrepreneurship Monitor – National Expert Survey 2017.

2. Polityka i programy rządowe

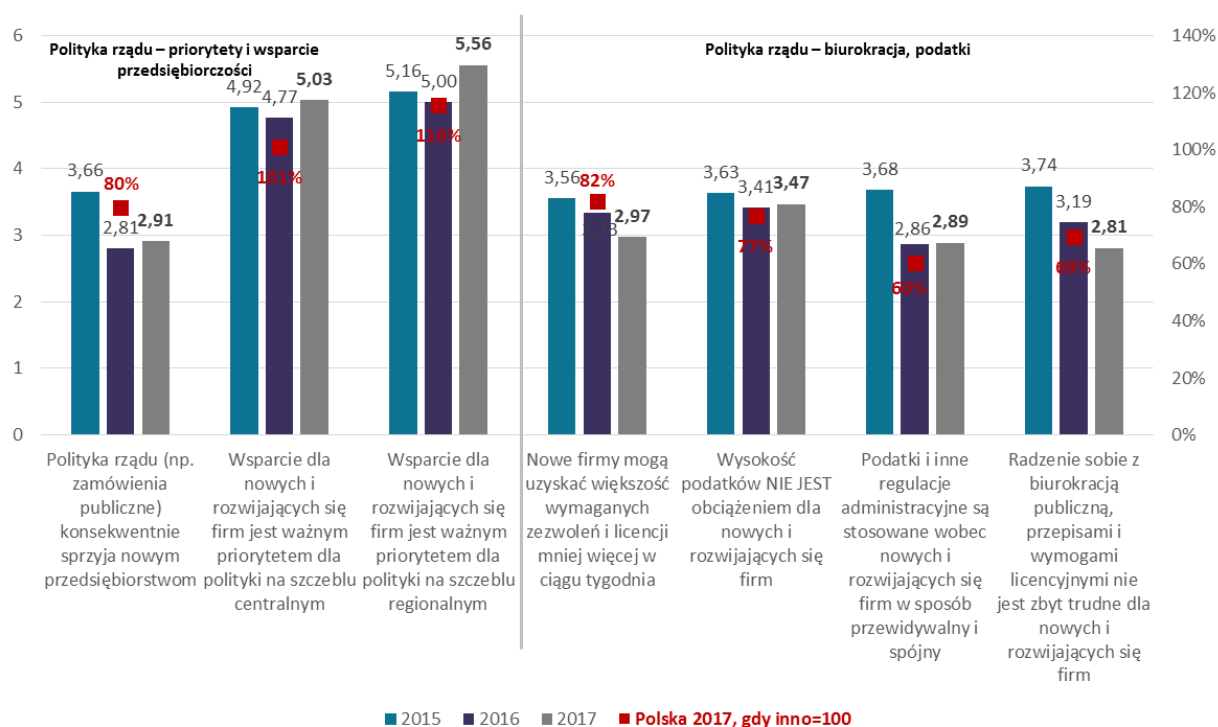
Ten blok składa się z trzech obszarów, w których eksperci oceniali stwierdzenia dotyczące polityki i działań rządu skierowane do nowych i rozwijających się firm. Pierwszy obszar dotyczy ogólnego podejścia władz, zarówno na poziomie krajowym, jak i regionalnym, do rozwoju firm. W praktyce jest to próba dokonania oceny tego czy nowe i rozwijające się przedsiębiorstwa znajdują istotne miejsce w polityce państwa na różnych szczeblach zarządzania. Drugi obszar tematyczny dotyczy obciążeń fiskalnych i administracyjnych związanych z prowadzeniem działalności gospodarczej, a trzeci obejmuje ocenę konkretnych programów rządowych wspierających rozwój firm.

Polityka rządu – priorytety i wsparcie przedsiębiorczości to w opinii polskich ekspertów obszar niestanowiący większego utrudnienia dla nowych i rozwijających się firm. Średnia ocena na poziomie 4,5 pkt. jest taka sama jak ekspertów z krajów nastawionych na innowacje i lepsza w porównaniu do krajów europejskich (107% oceny tych krajów) (wykres 32). Co więcej, w porównaniu z poprzednim rokiem ocena tego obszaru w naszym kraju uległa poprawie (4,3 pkt. w 2016 r.), choć była niższa niż

w 2015 r. (4,6 pkt.). Jeżeli chodzi o ocenę poszczególnych stwierdzeń składających się na ten obszar (wykres 38), to w przypadku dwóch z nich średnia ocena przekroczyła 5 pkt.: wsparcie dla nowych i rozwijających się firm jest ważnym priorytetem dla polityki na szczeblu regionalnym (5,56 pkt., 115% oceny dla krajów innowacyjnych, 123% europejskich) oraz wsparcie dla nowych i rozwijających się firm jest ważnym priorytetem dla polityki na szczeblu centralnym (5,03 pkt., 101% oceny dla krajów innowacyjnych, 106% europejskich). Jednocześnie polscy eksperci raczej nie zgadzają się ze stwierdzeniem, że polityka rządu (np. zamówienia publiczne) konsekwentnie sprzyja nowym przedsiębiorcom (2,91 pkt., 80% oceny krajów innowacyjnych, 87% europejskich).

Obszarem, który w opinii ekspertów może stanowić utrudnienie dla nowych i rozwijających się firm jest biurokracja i podatki. Średnia ocena wszystkich kategorii składających się na ten obszar jest niższa niż w krajach będących punktem odniesienia – 3,0 pkt. (70% wartości średniej oceny krajów nastawionych na innowacje i 74% europejskich). Odnotowano także spadek w ocenie tego obszaru przez ekspertów w porównaniu z latami poprzednimi (2016 r. – 3,2 pkt., 2015 r. 3,4 pkt.). Analizując poszczególne kategorie składające się na ten obszar (wykres 38) można zauważyć, że polscy eksperci mają zastrzeżenia co do tego, że podatki i inne regulacje administracyjne stosowane są w sposób przewidywalny i spójny (2,89 pkt., 60% oceny krajów innowacyjnych, 64% europejskich). Nie zgadzają się ze stwierdzeniami, że radzenie sobie z biurokracją publiczną, przepisami i wymogami licencyjnymi nie jest zbyt trudne dla nowych i rozwijających się firm (2,81 pkt., 69% oceny krajów innowacyjnych, 72% europejskich) oraz, że nowe przedsiębiorstwa mogą uzyskać większość wymaganych zezwoleń i licencji mniej więcej w ciągu tygodnia (2,97, 82% oceny krajów innowacyjnych, 85% europejskich). W przypadku tych stwierdzeń odnotowano także obniżenie oceny ekspertów na przestrzeni lat 2015-2017. Zdaniem ekspertów obciążeniem dla nowych i rozwijających się firm jest także wysokość podatków (3,47 pkt., 77% oceny krajów innowacyjnych, 85% europejskich).

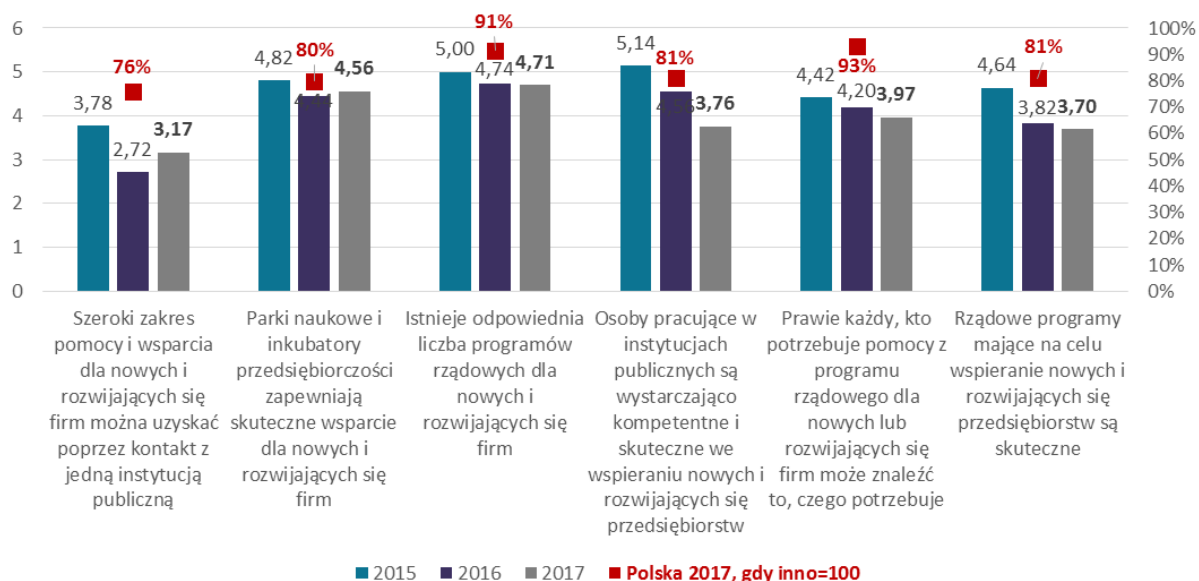
Wykres 38. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – polityka rządu. Zmiany w latach 2015-2017 oraz Polska vs. kraje o gospodarkach nastawionych na innowacje w 2017 r.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badania Global Entrepreneurship Monitor – National Expert Survey 2017.

Ocena obszaru programy rządowe, obejmującego publiczne wsparcie przedsiębiorczości pozostała na poziomie ubiegłorocznym 4,0 pkt., ale była niższa niż w 2015 r. (4,6 pkt.). W porównaniu z krajami odniesienia stanowiła ona 84% wartości oceny gospodarek nastawionych na innowacje i 87% krajów europejskich. Opinię ekspertów nt. poszczególnych stwierdzeń ocenianych w ramach tego bloku przedstawiono na wykresie 39.

Wykres 39. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – programy rządowe. Zmiany w latach 2015-2017 oraz Polska vs. kraje o gospodarkach nastawionych na innowacje w 2017 r.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badania Global Entrepreneurship Monitor – National Expert Survey 2017.

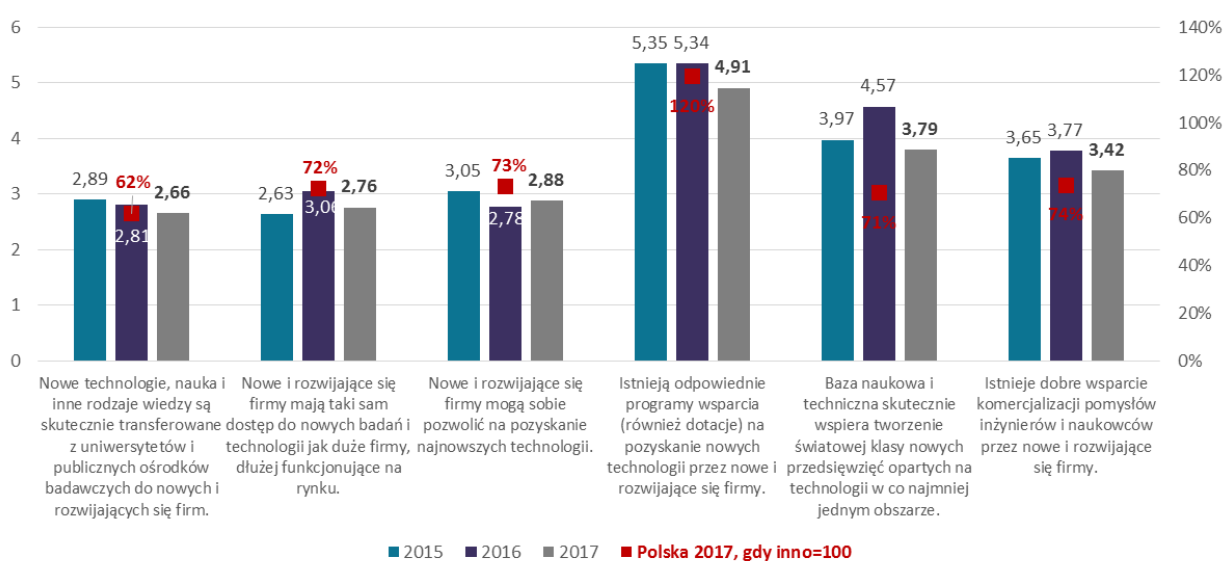
W opinii polskich ekspertów utrudnieniem dla nowych i rozwijających się firm może być brak możliwości uzyskania szerokiego zakresu pomocy i wsparcia przez kontakt z jedną instytucją publiczną (3,17 pkt., 76% oceny gospodarek innowacyjnych, 77% krajów europejskich). Choć w porównaniu z 2016 r. odnotowano poprawę oceny tej kategorii (2,72 pkt.), jest ona jednak cały czas niższa niż w 2015 r. (3,78 pkt.). Niżej niż w poprzednich latach oceniona została skuteczność programów rządowych mających na celu wspieranie nowych i rozwijających się przedsiębiorstw (2017 r. – 3,7 pkt, 2016 r. – 3,82 pkt, 2015 r. – 4,64 pkt). Utrudnieniem mogą być też kompetencje i skuteczność osób pracujących w instytucjach publicznych we wspieraniu firm (3,76 pkt., 81% oceny krajów innowacyjnych, 82% europejskich) oraz dostępna oferta wsparcia – stwierdzenie, że prawie każdy, kto potrzebuje pomocy z programu rządowego dla nowych lub rozwijających się firm może znaleźć to, czego potrzebuje oceniono średnio na 3,97 pkt. (93% oceny krajów innowacyjnych, 94% europejskich). W 2017 r. nieco lepiej niż w roku poprzednim (ale gorzej niż w 2015 r.) oceniono liczbę istniejących programów rządowych (4,71 pkt., 91% odpowiedzi krajów innowacyjnych i 95% europejskich) oraz działalność parków naukowych i inkubatorów przedsiębiorczości w zakresie wobec nowych i rozwijających się firm (4,56 pkt., 80% odpowiedzi krajów innowacyjnych, 83% europejskich).

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. Obszary te są z roku na rok coraz niżej oceniane przez grono polskich ekspertów.

Średnia ocena tego bloku dla Polski (3,4 pkt.) była niższa od średniej oceny gospodarek innowacyjnych i krajów europejskich (stanowiła odpowiednio 79% i 82% oceny tych grup krajów) (wykres 32). Wśród badanych krajów europejskich oceny polskich ekspertów były wyższe tylko od ocen bułgarskich (3,41 pkt.), chorwackich (3,29 pkt.) i słowackich ekspertów (3,09 pkt.).

Wykres 40. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – badania i rozwój. Zmiany w latach 2015-2017 oraz Polska vs. kraje o gospodarkach nastawionych na innowacje w 2017 r.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badania Global Entrepreneurship Monitor – National Expert Survey 2017.

Spśród sześciu stwierdzeń składających się na ten obszar (wykres 40) najlepiej oceniono dostępność programów wsparcia (również dotacje) na pozyskanie nowych technologii przez nowe i rozwijające się firmy (4,91 pkt.) – ocena wyróżnia się również na tle gospodarek innowacyjnych – stanowi 120% średniego wskaźnika tych krajów jak również znacznie przewyższa oceny ekspertów europejskich gospodarek. Pomimo to należy odnotować, że ocena tej kategorii przez polskich ekspertów w 2017 r. obniżyła się w porównaniu z latami 2016 i 2015.

Stosunkowo nisko polscy eksperci ocenili stwierdzenie, że baza naukowa i techniczna skutecznie wspiera tworzenie światowej klasy nowych przedsięwzięć opartych na technologii w co najmniej jednym obszarze (3,79 pkt. – 71% oceny krajów innowacyjnych, 77% europejskich). Również w tym przypadku ocena była niższa niż w poprzednich latach. Według ekspertów w Polsce istnieje także problem ze wsparciem komercjalizacji pomysłów inżynierów i naukowców przez nowe i rozwijające się firmy (3,42 pkt. – 74% oceny krajów innowacyjnych, 78% europejskich), co nie jest przypadkiem odosobnionym na tle porównywanych gospodarek.

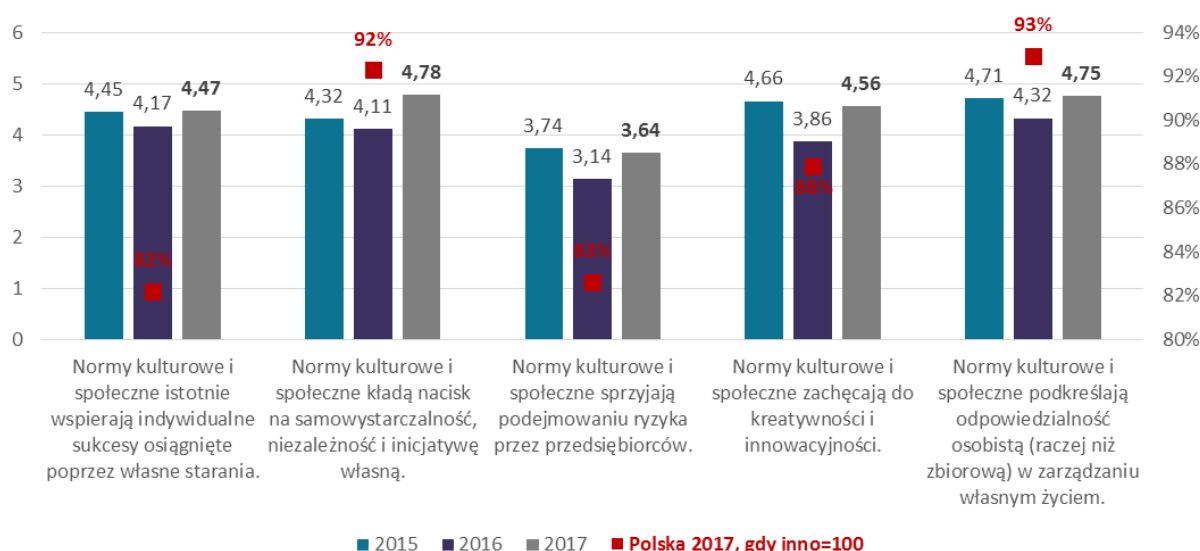
Eksperti poprzez niskie oceny wskazują na wciąż utrzymujący się problem transferu wiedzy i nowych technologii z uniwersytetów i publicznych ośrodków badawczych do firm (2,66 pkt.) oraz bariery w dostępie do nowych badań, jakie napotykają małe firmy w porównaniu z dużymi, dużej funkcjonującymi na rynku (2,76 pkt.). Oceny tych dwóch obszarów w Polsce są znacznie niższe niż w krajach nastawionych na innowacje (62% i 72%) i krajach europejskich (66% i 72%). W opinii ekspertów nowe i rozwijające się polskie firmy nie mogą sobie pozwolić na pozyskanie najnowszych technologii (2,88 pkt. – 73% oceny krajów innowacyjnych, 74% europejskich).

W ostatnich latach wiele uwagi poświęca się współpracy nauki z biznesem, istnieje szereg inicjatyw promujących tego typu działania, m.in. dotacje z UE. Jednak, jak wskazują oceny ekspertów, mimo tego typu inicjatyw, można domniemywać, że zapewne z powodu ich ograniczonej skali, efekty są niewystarczające albo są jeszcze zbyt małe i nieutralne.

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 4,4 pkt. i jest niższa niż średnia ocena dla krajów nastawionych na innowacje (88%) i zbliżona do średniej w krajach Europy (98%) (wykres 32). Oceny tego bloku na przestrzeni lat 2015-2017 są na zbliżonym poziomie, choć w 2016 r. zaobserwować można niewielkie ich obniżenie. Kraje w Europie, gdzie najlepiej są oceniane uwarunkowania kulturowe do podejmowania i rozwoju działań przedsiębiorczych to Holandia (6,66 pkt.) i Estonia (6,45 pkt.).

Wykres 41. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – normy kulturowe i społeczne. Zmiany w latach 2015-2017 oraz Polska vs. kraje o gospodarkach nastawionych na innowacje w 2017 r.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badania Global Entrepreneurship Monitor – National Expert Survey 2017.

Polskim ekspertom trudno jest jednoznacznie ocenić wpływ tego obszaru na nowe i rozwijające się przedsiębiorstwa. Ocena czterech na pięć stwierdzeń oscylowała wokół 4,5-4,75 pkt. (czyli blisko oceny

ani się zgadzam, ani się nie zgadzam) (wykres 41). Najniżej oceniono stwierdzenie wskazujące, że normy kulturowe i społeczne w Polsce sprzyjają podejmowaniu ryzyka przez przedsiębiorców (3,64 pkt. – 83% oceny krajów nastawionych na innowacje, 93% europejskich)). Oznacza to, że opinia ekspertów nt. skłonności polskich przedsiębiorców do ryzyka jest hamowana przez te uwarunkowania. Opinię ekspercką potwierdzają liczne badania, w tym badanie GEM, gdzie Polska ma jeden z wyższych wskaźników dot. obawy przed porażką (patrz rozdział 2).

Najlepiej ocenione stwierdzenia w tym bloku (choć ich ocena jest ambiwalentna) dotyczą norm kulturowych w kontekście nacisku na samowystarczalność i inicjatywę własną (4,78 pkt.) oraz norm kulturowych i społecznych podkreślających odpowiedzialność osobistą w zarządzaniu własnym życiem (4,75 pkt.). Oba te stwierdzenia są ocenione poniżej średniej oceny krajów nastawionych na innowacje (odpowiednio 92% i 93%).

Ogólnie można stwierdzić, że oceny ekspertów co do wpływu norm kulturowych i społecznych na szeroko rozumiany indywidualny sukces w działalności biznesowej nie odbiegają od średnich ocen krajów Europy, ale również nie są satysfakcjonujące.

Normy kulturowe i społeczne to najtrudniejszy obszar w kontekście oceny, a także przyszłych zmian. Zmiany zachowań czy wzorców dotychczas utrwalonych wynikające z pozycji społecznej, czy też roli jaką jednostka pełni, wymagają czasu i akceptacji.

Podsumowanie

Analiza opinii ekspertów pozwala na stwierdzenie, że w 2017 r. w porównaniu z poprzednim rokiem w Polsce nastąpiła poprawa uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości. Niestety cały czas nasz kraj dzieli dystans w stosunku do gospodarek nastawionych na innowacje.

Zostało to przedstawione w poniższej tabeli, prezentującej dwa indeksy. Indeks pierwszy pokazuje, jak zmieniła się sumaryczna wartość wszystkich wskaźników w badaniu w porównaniu z rokiem poprzednim. Wartość dodatnia oznacza poprawę, a ujemna – pogorszenie sytuacji. Ocena ekspertów w 2017 r. poprawiła się istotnie w porównaniu z latami 2015-2016, kiedy to odnotowano pogorszenie opinii na temat polskiego ekosystemu przedsiębiorczości. W roku 2017 wzrosła ocena następujących obszarów: dostęp do infrastruktury technicznej, komercyjnej i usługowej, dostęp do finansowania zewnętrznego, dynamika rynku wewnętrznego, normy kulturowe i społeczne, edukacja przedsiębiorczości – szkolenia i kursy zawodowe, szkoły wyższe oraz polityka rządu – priorytety i polityka wsparcia przedsiębiorczości. W pozostałych obszarach odnotowano pogorszenie ocen ekspertów. Dotyczy to przede wszystkim edukacji przedsiębiorczości na poziomie podstawowym i szkoły średniej, obciążeń związanych z kosztami wejścia na rynek, biurokracją i podatkami, obszaru badań i rozwoju oraz transferu wiedzy.

Tabela 14. Ogólny obraz uwarunkowań przedsiębiorczości w Polsce w porównaniu z krajami innowacyjnymi (X_t) i w porównaniu z wcześniejszym rokiem (Y_t)³¹

Rok	Sumaryczny indeks zmiany r/r uwarunkowań przedsiębiorczości w Polsce (Y_t)*	Sumaryczny indeks porównujący sytuację w Polsce do krajów zorientowanych na innowacje (X_t)**
2017	4,23	-3,24
2016	-4,91	-4,75
2015	-2,72	-1,03
2014	4,80	-1,64
2013	4,85	-2,71
2012	-3,63	-4,76

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor 2011-2017.

*Indeks pokazuje różnice wartości w danym roku i w latach wcześniejszych, Wartość dodatnia oznacza poprawę, wartość ujemna pogorszenie sytuacji.

**Indeks pokazuje sytuację w Polsce w porównaniu z krajami innowacyjnymi.

Drugi indeks pokazuje dystans pomiędzy sytuacją w Polsce i krajami innowacyjnymi. Im wartość niższa, tym Polska wypada gorzej w porównaniu z krajami innowacyjnymi. W 2017 r. wartość indeksu była nieco wyższa niż w poprzednim roku, ale nasz dystans do krajów innowacyjnych był większy niż w latach 2013-2015. Obszary, które w Polsce uzyskały ocenę podobną do opinii ekspertów z gospodarek nastawionych na innowacje (lub przewyższyły tę ocenę) to: otwartość rynku wewnętrznego, dostęp do finansowania, infrastruktura techniczna, polityka rządu – priorytety i wsparcie przedsiębiorczości. Najwięcej do nadrobienia mamy w edukacji przedsiębiorczości na poziomie podstawowym i szkoły średniej, polityce związanej z biurokracją i podatkami oraz w obszarze związanym z B+R i transferem wiedzy.

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. Z drugiej strony same zmiany w tych obszarach – dobry dostęp do finansowania, infrastruktury, odpowiednie programy wsparcia czy uregulowania prawne mogą nie być wystarczające do zwiększenia innowacyjności polskich przedsiębiorstw. Nieodzowne jest stworzenie takich uwarunkowań społecznych i kulturowych, które zmienią obecne normy i wzorce postępowania dotyczące aktywności przedsiębiorczej. Wpłyne to na poprawę postrzegania przedsiębiorczości, pozwoli na wykorzystywanie istniejących szans na zakładanie nowych i rozwój działających już firm. Warto jednak pamiętać, że zmiany w obszarze norm kulturowych i społecznych są trudniejsze i zachodzą wolniej niż

$$^{31} X_t = \sum_{i=1}^n \left(\frac{PL_i^t}{inno_i^t} \right)$$

$$Y_t = \sum_{i=1}^n (PL_i^t - PL_i^{t-1})$$

gdzie:

i - kolejne pytania w ankiecie;

PL_i^t – średnia z odpowiedzi ekspertów na i-te pytanie w Polsce w okresie t;

$inno_i^t$ – średnia dla krajów zorientowanych na innowacje ze średniej z odpowiedzi na i-te pytanie w poszczególnych krajach w okresie t;

t – kolejne lata, w których realizowano badania GEM;

X_t - sumaryczny indeks porównujący sytuację w Polsce do Krajów zorientowanych na innowacje;

Y_t - sumaryczny indeks zmiany uwarunkowań przedsiębiorczości w Polsce

w przypadku innych uwarunkowań przedsiębiorczości. Niemniej kiedyś warto zacząć choćby od promowania przykładów osób, którym udało się odnieść sukces w biznesie czy od innych pozytywnych przekazów.

Bibliografia

t