

Kontakt dla mediów:

e-mail: media@parp.gov.pl

Informacja prasowa

Warszawa, 24.10.2024 r.

Ostrożny optymizm w polskiej przedsiębiorczości – przedstawiamy nowy raport GEM!

Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP) we współpracy z Uniwersytetem Ekonomicznym w Katowicach przygotowała raport z badań Global Entrepreneurship Monitor (GEM) przeprowadzonych w 2023 roku. Wnioski? Założenie firmy w naszym kraju jest proste – uważa tak ponad 83% dorosłych Polaków, ale tylko 43% jest zdania, że własny biznes to dobry sposób na zrobienie kariery. Mimo że te wyniki wskazują na pewien rozdzwięk w odbiorze przedsiębiorczości, to w porównaniu do wcześniejszych edycji tego badania pozwalają na nieśmiały optymizm. Zachęcamy do zapoznania się z raportem!

– Wnioski płynące z kolejnych raportów GEM bierzemy pod uwagę przy tworzeniu i modyfikowaniu oferty PARP. Jej dopasowanie do potrzeb polskich przedsiębiorców jest dla nas priorytetem – mówi Katarzyna Duber-Stachurska, prezes PARP, i dodaje: – Według danych prezentowanych w 13. edycji „Raportu GEM Polska 2024” eksperci wysoko oceniają otwartość rynku, dostęp polskich przedsiębiorstw do infrastruktury technicznej, usługowej i komercyjnej. Konieczne jest jednak podniesienie poziomu edukacji w zakresie przedsiębiorczości, ograniczenie biurokracji czy ułatwienie transferu wiedzy. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości była wyższa niż rok wcześniej, jednak wciąż jest stosunkowo niska. Wyniki badania pokazują, że polskie firmy potrzebują mocnego wsparcia zarówno na etapie powstawania, jak i rozwijania działalności – podsumowuje prezes PARP Katarzyna Duber-Stachurska.

GEM świętuje 25 lat!

GEM jest największym międzynarodowym projektem badawczym w zakresie przedsiębiorczości, który szczególnie koncentruje się na analizach wczesnych stadiów prowadzenia działalności gospodarczej. W bieżącym roku GEM świętuje 25 lat. Projekt powstał z inicjatywy naukowców z Babson College (USA) oraz London Business School (Wielka Brytania). Pierwszą edycję badań przeprowadzono w 1999 r. z udziałem 10 państw, a w 2023 r. było ich 49. Polskę od 2011 r. reprezentuje w GEM Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości wraz z Uniwersytetem Ekonomicznym w Katowicach.

Raport przedstawia kluczowe dane na temat wizerunku przedsiębiorcy w polskim społeczeństwie, nastawienia do zakładania firm czy rzeczywistej aktywności biznesowej Polaków. Pokazuje różnice w przedsiębiorczych postawach i aspiracjach pomiędzy naszym krajem a państwami Europy i świata. Pozwala także identyfikować czynniki determinujące naturę i poziom aktywności przedsiębiorczej oraz umożliwia sformułowanie wniosków istotnych dla polityki społeczno-gospodarczej.

W najnowszym wydaniu raportu wśród opisywanych obszarów znajdują się m.in. kwestie związane z przedsiębiorczością kobiet, digitalizacją oraz zrównoważonym rozwojem. Raport zawiera także odrębny rozdział poświęcony startupom.

Najgorsze już za nami?

Najnowsze dane dotyczące szeroko pojętej przedsiębiorczości pozwalają optymistycznie patrzeć w przyszłość, zwłaszcza jeśli obecne wyniki badania GEM porównamy do tych z lat 2020–2022. Wówczas wskaźniki odnoszące się zarówno do osób deklarujących chęć rozpoczęcia własnej działalności, jak i tych, które są na wczesnym etapie prowadzenia swoich firm spadły do poziomów nienotowanych w badaniu GEM od 12 lat¹.

Tendencja do negatywnego postrzegania zakładania własnej działalności i podejmowania aktywności biznesowej słabnie. Dotyczy to również przedsięwzięć będących na wczesnym etapie rozwoju – udziały osób prowadzących młode i dojrzałe firmy czy wskaźnik osób, które planują założyć firmę, nieznacznie wzrosły w porównaniu z 2022 r.

Analiza opinii ekspertów pozyskanych w badaniu NES² pokazuje, że w 2023 r. w Polsce nastąpiła poprawa uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w porównaniu do poprzedniej edycji badania. Jak czytamy w raporcie, zdecydowana większość obszarów składających się na rozwój przedsiębiorczości w Polsce uzyskała ocenę wyższą niż rok wcześniej. Jednak warunki do powstawania i rozwoju przedsiębiorstw w Polsce na tle objętych badaniem GEM krajów europejskich nadal były oceniane przeciętne. Tylko jeden z obszarów – otwartość rynku zewnętrznego – został oceniony przez polskich ekspertów znacznie lepiej niż wyniosła średnia dla krajów Europy.

Bariery do pokonania

Autorzy raportu wskazują, że globalnie prowadzenie biznesu staje się coraz bardziej wymagające, ale przedsiębiorcy nadążają za wymaganiami dzisiejszych czasów. Co najmniej połowa młodych przedsiębiorców z 25 na 33 kraje wskazała, że cele zrównoważonego rozwoju traktuje priorytetowo w swojej działalności. Co więcej, w większości badanych krajów zarówno młodzi, jak i dojrzały przedsiębiorcy deklarują wykonanie konkretnych działań ograniczających negatywny wpływ ich przedsiębiorstw na środowisko.

Martwi natomiast stan edukacji przedsiębiorczości w szkołach, która jest jednym z najsłabszych elementów ekosystemu przedsiębiorczości w większości badanych państw. Kolejne negatywnie oceniane zjawisko to niewystarczające wsparcie społeczne dla przedsiębiorczych kobiet.

¹ Więcej na ten temat w „Raporcie GEM Polska 2022”, PARP 2023.

² NES (ang. *National Experts Survey*), czyli ekspercka ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości, to badanie jakościowe, w którym co najmniej 36 specjalistów z różnych dziedzin powiązanych bezpośrednio lub pośrednio z przedsiębiorczością dokonuje oceny funkcjonowania 13 obszarów, składających się na otoczenie przedsiębiorstw w danym kraju.

W kontekście startupów eksperci wskazują, że chociaż rynek funduszy w Polsce się rozwija, to młode firmy nadal mają problemy ze źródłami finansowania swojej działalności. Na przestrzeni ostatnich czterech lat przeciętnie oceniali również przejrzystość zasad programów publicznych wspierających startupy. W roku 2023 średnia ocena tych aspektów zanotowała lekki wzrost z 3,97 pkt. (w 2022 r.) do 4,67 pkt.

Wizerunek przedsiębiorcy – media nie pomagają?

Jak pokazują dane GEM za 2023 r., Polacy są pełni uznania dla przedsiębiorców, ale dołączenie do tego grona nie jest dla nich realnym wyborem na życie zawodowe. Z raportu wynika, że w 2020 r. odsetek Polaków, którzy uważali, że należy docenić osoby, które założyły firmę i odniosły sukces, spadł z poziomów, które były znacząco wyższe przed pandemią (77% w 2019 r.) do 60%. I choć w kolejnym roku wzrósł o 6 p.p., w ostatnich dwóch edycjach jego wartość jest niższa – 63% w 2023 r.

Temat przedsiębiorczości może być niedoceniany przez masowe środki przekazu, o czym świadczy fakt, że zaledwie 38% Polaków dostrzega w mediach treści promujące sukcesy przedsiębiorców. To relatywnie niewiele, biorąc pod uwagę że w latach 2011–2016 wskaźnik ten oscylował wokół 58%. Jeśli chodzi o rolę mediów w kreowaniu pozytywnego wizerunku przedsiębiorcy, to na tle Europy najlepiej spisuje się Słowenia (83%), dalej są Szwecja i Wielka Brytania, a na końcu Polska i Hiszpania.

[Pełna treść „Raportu GEM Polska 2024” dostępna jest na stronie PARP.](#)