

Raport z badania przedsiębiorczości



Global Entrepreneurship Monitor
Polska 2025

Raport z badania przedsiębiorczości

**Global Entrepreneurship
Monitor**

Polska 2025

Warszawa 2025

Raport z badania *Global Entrepreneurship Monitor* Polska 2025

Redakcja

Anna Tarnawa (PARP)

Autorzy

Iwona Krysińska – rozdział 1

Melania Nieć – rozdział 3

Anna Skowrońska – rozdział 1

Anna Tarnawa – rozdział 1, Aneks metodologiczny

Robert Zakrzewski – rozdział 2

Przemysław Zbierowski – rozdział 1, Aneks metodologiczny

Milena Gojny-Zbierowska – rozdział 1

Copyright by Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości

Raport został opracowany na podstawie danych z badań GEM za lata 2011–2024, przeprowadzonych przez Global Entrepreneurship Research Association przy współpracy zespołów badawczych z poszczególnych państw świata.

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

Badania terenowe: Centrum Badań Marketingowych Indicator Sp. z o.o.

ISBN: 978-83-7633-549-0

Wydanie I

Nakład 50 egz.

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

Spis treści

Kluczowe wnioski	6
1. Polska przedsiębiorczość w porównaniu z resztą świata	18
1.1. Stosunek społeczeństwa do przedsiębiorców i prowadzenia firmy	18
1.2. Polacy o otoczeniu, własnych umiejętnościach i planach dotyczących założenia firmy ...	23
1.3. Poziom przedsiębiorczości	30
1.4. Motywy podejmowania działalności gospodarczej	36
1.5. Przedsiębiorczość kobiet i mężczyzn	40
1.6. Przedsiębiorczość w grupach wiekowych	47
1.7. Stosunek przedsiębiorstw do zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialności społecznej	50
1.8. Digitalizacja przedsiębiorstw	55
1.9. AI w firmach – nadzieje i obawy	59
2. Ekspercka ocena warunków funkcjonowania i rozwoju firm w Polsce.....	66
2.1. Szanse na start	69
2.2. Polityka i wsparcie publiczne	79
2.3. Badania i rozwój, transfer wiedzy i technologii.....	83
2.4. Normy kulturowe i społeczne	85
2.5. Krajowy Wskaźnik Uwarunkowań Przedsiębiorczości (NECI – National Entrepreneurship Context Index)	87
2.6. Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ	88
2.7. Przedsiębiorczość kobiet.....	94
2.8. Sztuczna inteligencja a przedsiębiorczość.....	96
2.9. Podsumowanie	102
3. Temat specjalny – Startupy w Polsce	104
3.1. Rozumienie pojęcia startup przez właścicieli startupów oraz pozostałych biznesów	106
3.2. Charakterystyka osób oraz ich przedsięwzięć	108
3.3. Ekspercka ocena uwarunkowań rozwoju startupów w Polsce	124
3.4. Podsumowanie	127
Aneks metodologiczny.....	130
Założenia teoretyczne GEM	131
Państwa uczestniczące w GEM w 2024 r.....	134
Prowadzenie badań w GEM	135
Wybrane wskaźniki GEM	137

Szanowni Państwo,

przekazujemy w Państwa ręce czternastą edycję Raportu z badania przedsiębiorczości – GEM Polska 2025, opracowaną na podstawie badań przeprowadzonych w połowie ubiegłego roku w ramach międzynarodowego projektu Global Entrepreneurship Monitor. Ukazuje on rodzimą przedsiębiorczość w szerokim kontekście – na tle ponad 50 państw świata, a także na przestrzeni ostatnich 14 lat. Tegoroczny raport, podobnie jak w ubiegłych latach, dostarcza aktualnych danych na temat wizerunku przedsiębiorcy w polskim społeczeństwie, poziomu aktywności biznesowej Polaków, motywów podejmowania działalności gospodarczej oraz przyczyn rezygnacji z jej prowadzenia. Stałym elementem analizy pozostają zagadnienia związane z przedsiębiorczością kobiet oraz działalnością startupów. Ważnym komponentem raportu jest również ocena uwarunkowań prowadzenia działalności – zarówno w percepcji społecznej, jak i na podstawie opinii ekspertów. Obejmuje ona m.in. dostęp do finansowania, rozwój infrastruktury, wsparcie publiczne, aspekty regulacyjne i podatkowe, a także rolę edukacji w kształtowaniu postaw i kompetencji przedsiębiorczych. Raport wzbogacają nowe wątki: cyfryzacja przedsiębiorstw oraz wykorzystanie narzędzi sztucznej inteligencji czy gotowość przedsiębiorców do podejmowania działań na rzecz zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialności społecznej.

Najnowsze wyniki wskazują na stabilizację sytuacji w obszarze przedsiębiorczości w Polsce, ale nie brakuje wyzwań. Polacy szanują przedsiębiorców, uważają, że założenie firmy jest proste, a także dostrzegają okazje biznesowe w swoim otoczeniu. Jednocześnie zdecydowanie rzadziej niż przed pandemią postrzegają prowadzenie działalności gospodarczej jako atrakcyjną ścieżkę kariery. Rzadziej czują się przygotowani do roli przedsiębiorcy, wciąż też dość mocno obawiają się porażki w biznesie. Jeśli już się decydują na podjęcie tego kroku, najczęściej powodem jest konieczność zapewnienia utrzymania, ponieważ trudno o inne miejsce pracy. I chociaż wskaźnik osób, które deklarują plany założenia działalności gospodarczej, rośnie powoli od dwóch edycji, nadal pozostaje najniższy w globalnym zestawieniu państw uczestniczących w GEM i aż siedmiokrotnie niższy niż w 2011 r., kiedy rozpoczęto systematyczne pomiary w Polsce. W rezultacie na rynku przeważają firmy dojrzałe – działające dłużej niż 3,5 roku, których udział ponownie wzrósł, natomiast udział młodych firm pozostaje niski. Na szczęście widać pozytywne zmiany. Przedsiębiorcy coraz chętniej sięgają po rozwiązania cyfrowe, rośnie też gotowość do uwzględniania społecznej i środowiskowej odpowiedzialności w decyzjach biznesowych.

Jako Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości wykorzystujemy wiedzę z GEM, innych badań i ewaluacji na co dzień. Stanowi ona podstawę do projektowania i dostosowywania instrumentów wsparcia, aby były dopasowane do potrzeb przedsiębiorców i pomagały im odpowiadać na nowe wymagania otoczenia.

Mamy nadzieję, że raport stanie się cennym źródłem informacji dla decydentów, instytucji wspierających biznes, środowisk naukowych i wszystkich zainteresowanych rozwojem przedsiębiorczości w Polsce.

Dziękujemy Ekspertkom i Ekspertom, którzy zgodzili się wziąć udział w badaniu uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości, prezentowanym w niniejszym raporcie.

Zespół badawczy

Kluczowe wnioski

GEM od 26 lat dostarcza danych na temat przedsiębiorczości, w szczególności wczesnej, na świecie. Mimo że liczba i skład uczestniczących w nim państw co roku nieznacznie się zmienia z uwagi na ich dobrowolny udział, projekt umożliwia analizę różnic między państwami oraz śledzenie długoterminowych trendów. Niniejszy raport przedstawia wyniki najnowszej edycji badań GEM z 2024 r., w ramach których przeprowadzono 161 520 wywiadów z osobami w wieku 18–64 lata w 51 państwach oraz 2 421 wywiadów z ekspertami w 56 państwach¹. Łącznie stanowią one 63% populacji i 78% PKB świata. We wnioskach dane na temat Polski zestawiono ze średnimi wynikami dla państw Europy, wskazano też zmiany w porównaniu z poprzednią edycją. Szczegółowe porównania międzynarodowe dostępne są w kolejnych rozdziałach raportu.

Polacy doceniają wysiłki przedsiębiorców, ale założenie działalności nie jest już dla nich równie atrakcyjną opcją na życie, jak było przed pandemią

Rok 2024 nie przyniósł zmian w postrzeganiu przedsiębiorców ani w atrakcyjności prowadzenia działalności gospodarczej. Nadal **63% Polaków uważa, że odnoszący sukces przedsiębiorcy zasługują na uznanie, a 43% zgadza się ze stwierdzeniem, że prowadzenie firmy to dobry sposób na życie**. Wskaźniki te są niemal niezmiennie od 2022 r., a jednocześnie wyraźnie niższe niż rekordowe odczyty z lat 2018–2019, kiedy ok. 80% Polaków podzielało pozytywne opinie w obu kwestiach. Wypadamy też mniej korzystnie w porównaniu z Europą, gdzie średnio 71% mieszkańców docenia sukcesy przedsiębiorców, a 62% postrzega działalność gospodarczą jako atrakcyjną ścieżkę kariery. W perspektywie 14 lat badań GEM w Polsce, większy niepokój budzi spadek oceny atrakcyjności prowadzenia firmy jako sposobu na życie – od trzech lat utrzymuje się on na najniższym poziomie, podczas gdy wskaźnik osób dostrzegających sukcesy przedsiębiorców bywał już niższy (56% w latach 2014–2016).

¹ Więcej w Aneksie metodologicznym.

Media nie przyczyniają się do tworzenia korzystnego wizerunku przedsiębiorcy. W ubiegłym roku jedynie **38% Polaków dostrzegło w mediach publicznych i Internecie pozytywne przekazy na temat przedsiębiorców**. Wynik ten pozostaje na wyjątkowo niskim poziomie od 2021 r., a od 2023 r. stawia nasz kraj na końcu rankingu europejskiego i globalnego.

Dominuje opinia, że założenie firmy jest proste, a warunki biznesowe w otoczeniu są korzystne. Jednak udział Polaków, którzy planują otworzyć własny biznes, rośnie powoli. Wielu nie decyduje się na ten krok z powodu obawy przed niepowodzeniem

Polacy rzadziej niż Europejczycy mają w swoim otoczeniu osoby z doświadczeniem prowadzenia biznesu. W 2024 r. jedynie 47% Polaków znało przedsiębiorcę działającego od co najmniej dwóch lat, przy średniej europejskiej wynoszącej 54%. Wskaźnik ten jest na podobnym poziomie jak w poprzedniej edycji badania (46%), ale znacznie niższym niż przed pandemią (50% w 2019 r.).

Warunki do prowadzenia biznesu są oceniane pozytywnie – 83% Polaków uważa, że założenie firmy w Polsce jest proste, a 74% oczekuje dobrych warunków do założenia firmy w bliskim otoczeniu w perspektywie pół roku. Mieszkańcy Europy są w tych kwestiach mniej optymistyczni (po 48%). Wyniki dla Polski utrzymały się na poziomie z 2023 r., ale daleko im do wartości z 2019 r. (ok. 90%).

Czujemy się też dobrze przygotowani do prowadzenia własnego biznesu – 48% badanych jest przekonanych o posiadaniu wystarczających umiejętności i wiedzy biznesowej (podobnie jest w Europie: 47%). Wynik dla Polski jest niezmienny od trzech edycji, ale niższy niż notowane w latach 2011–2021 (50–60%).

W 2024 r. po raz drugi z rzędu nieznacznie wzrósł udział Polaków planujących założenie firmy w ciągu 3 lat – taki zamiar deklaruje 3,1% dorosłych, którzy nie prowadzą działalności gospodarczej (2,6% w 2023 r. i 2,5% w 2022 r.). To jednak wciąż najniższy wynik wśród 51 państw (średnia europejska to 15%) i wyraźnie mniej niż przed pandemią (6%) czy w 2011 r. (23%).

Udział osób, które choć widzą szanse biznesowe, obawiają się, że nie odniosą sukcesu, wynosi 52%. Poza ostatnimi trzema edycjami badania, wskaźnik ten tylko raz przekroczył 50% – w 2014 r. Obecny wynik jest wyższy niż średnia europejska (47%).

W strukturze przedsiębiorstw dominują podmioty dojrzałe, których znów przybyło. Wskaźnik młodych firm pozostaje na poziomie z zeszłego roku

Wśród osób w wieku 18–64 lata jedynie 2,5% prowadzi firmy młode (będące na rynku do 3,5 roku), osób będących właścicielami przedsiębiorstw dojrzałych (ponad 3,5 roku) jest 12,8%. W rankingu 51 państw GEM zajmujemy odpowiednio 51. (ostatnie) i 6. miejsce w zestawieniu. W Europie osoby prowadzące młode firmy stanowią średnio 10,3% dorosłej populacji, a prowadzące dojrzałe firmy – 6,7%.

W porównaniu z 2023 r. udział młodych firm niemal się nie zmienił (+0,1 p.p.), a dojrzałych zwiększył o 1,2 p.p. W wartościach bezwzględnych oznacza to, że ok. 548 tys.² osób prowadzi młode firmy, a 2,8 mln – dojrzałe. Przy tym warto pamiętać, że wśród prowadzących młode firmy, 307 tys. to osoby będące na początkowym etapie działalności (do 3 miesięcy) oraz że jedna osoba może prowadzić więcej niż jedną firmę o różnym stażu na rynku.

W połowie 2024 r. 3,3% Polaków zrezygnowało z prowadzenia działalności gospodarczej w ciągu ostatnich 12 miesięcy (3,4% w 2023 r.), w Europie średnio 4,7%.

Polacy zakładają firmy z konieczności, rezygnują przez brak zysków i niekorzystne przepisy

Najczęstszym powodem zakładania działalności przez Polaków jest chęć zapewnienia sobie utrzymania, z uwagi na zbyt małą liczbę ofert na rynku pracy (71% wskazań osób prowadzących młode firmy), a kolejnym – chęć wzbogacenia się/osiągania wysokich dochodów (38%). Znacznie mniej osób prowadzących młode firmy (16%) założyło

² Liczba osób dorosłych 18–59/64, stan w dniu 31 grudnia 2024 – 21 909 tys., źródło: *Ludność. Stan i struktura oraz ruch naturalny w przekroju terytorialnym w 2024 r. Stan w dniu 30 czerwca.*, GUS, 2024.

je z powodów ideowych, bo chciało zmienić świat, a jeszcze mniej 11% – kontynuować rodzinną tradycję. W Europie hierarchia motywacji jest podobna, przy czym stosunkowo mniejsze znaczenie ma konieczność, a większe potrzeba zmiany świata (59% – zapewnienie sobie utrzymania, 52% – czynnik finansowy, 42% – zmiana świata, 24% – tradycja rodzinna).

W 2024 r. w porównaniu z poprzednią edycją właściciele młodych firm rzadziej wskazywali na chęć zmiany świata i bogacenia się, a częściej na potrzebę zapewnienia sobie utrzymania z powodu braku ofert na rynku pracy (odpowiednio: –4 p.p., –2 p.p. i +8 p.p.).

Dlaczego ludzie wycofują się z prowadzenia działalności gospodarczej? Osoby, które zdecydowały tak w 2024 r., jako przyczynę wskazały: **brak rentowności biznesu (35% w Polsce, 26% w Europie) oraz politykę rządu/podatki/biurokrację (28% vs. 10%)**. Przejście na emeryturę było powodem zaprzestania działalności przez 10% przedsiębiorców w Polsce (6% w Europie). W porównaniu z mieszkańcami Europy Polacy znacznie rzadziej wskazywali na takie przyczyny jak okazja do sprzedaży firmy (3% vs. 9%) oraz inna okazja biznesowa (0,4% do 7%).

Znaczenie dwóch najczęściej wskazywanych czynników rośnie w Polsce od przynajmniej trzech edycji (w obu przypadkach ponad 2-krotny wzrost r/r). Co więcej, udział osób winiących uwarunkowania polityczno-regulacyjno-podatkowe jest w Polsce najwyższy wśród 51 państw świata (kolejne miejsca należą do Białorusi 24% i Łotwy 22%).

Kobiety i mężczyźni podobnie postrzegają swoje możliwości i otoczenie, jeśli chodzi o aktywność biznesową – nieco częściej wykazują ją mężczyźni

Wśród kobiet w wieku 18–64 lata 2,3% zaangażowanych jest w prowadzenie młodych firm, a 12,4% – dojrzałych. Dla mężczyzn te wartości wynoszą odpowiednio: 2,6% i 13,3%. Luka płci w 2024 r. jest więc luką na korzyść mężczyzn, niemniej jest ona nieduża – w przypadku młodych firm wynosi 0,3%, a w przypadku dojrzałych – 0,9%.

Kobiety i mężczyźni w Polsce równie często dostrzegają szanse biznesowe w otoczeniu (po 74% w każdej grupie) i uważają, że dysponują odpowiednimi umiejętnościami do prowadzenia firmy (47% kobiet i 48% mężczyzn jest przekonanych o ich posiadaniu).

Również **tyle samo kobiet i mężczyzn (po 47%) ma wśród znajomych przedsiębiorców, którzy rozpoczęli działalność w ciągu ostatnich dwóch lat**, dzięki którym mogą bliżej poznać blaski i cienie przedsiębiorczości. **Nie różnią się też pod względem obawy przed porażką (po 55%).**

W porównaniu z poprzednią edycją, w 2024 r. mężczyźni rzadziej czuli się przygotowani do prowadzenia biznesu (spadek o 3 p.p.), a kobiety – nieco częściej (wzrost o 2 p.p.). Kobiety także rzadziej obawiały się porażki (spadek o 2 p.p.).

W porównaniu z mieszkankami i mieszkańcami Europy znacznie więcej Polek i Polaków uważało, że w ich otoczeniu są dobre warunki do założenia biznesu (mniej więcej 3 na 4 Polki/Polaków vs. średnio około 1 na 2 Europejki/Europejczyków), przy równym (w przypadku kobiet) lub niższym (w przypadku mężczyzn) udziale osób uważających, że jest odpowiednio przygotowanych do prowadzenia tego typu działalności. Polki i Polacy przeciętnie częściej niż mieszkanki i mieszkańcy Europy odczuwali strach przed poniesieniem porażki, przy czym różnica jest większa w przypadku mężczyzn (7 p.p.) niż kobiet (1 p.p.).

Motywy skłaniające kobiety i mężczyzn w Polsce do podejmowania działalności gospodarczej są podobne. Przy tym panowie nieznacznie częściej zakładają biznes z powodu chęci zmiany świata oraz zapewnienia sobie i swojej rodzinie utrzymania w obliczu niedostatku ofert pracy, natomiast panie nieznacznie częściej decydują się na ten krok, aby osiągać wyższe dochody/wzbogacić się lub kontynuować tradycję rodzinną.

Przedsiębiorczość w grupach wiekowych – osoby 45+ prowadzą dojrzałe firmy, bardzo rzadko – młode

W Polsce od kilku lat występuje niekorzystna sytuacja w zakresie wczesnej przedsiębiorczości osób po 45. roku życia. Najwyższy odsetek właścicieli młodych firm występuje w grupach 25–34 l. (4,1%) i 35–44 l. (3,9%). W pozostałych grupach wiekowych odsetek jest znacznie niższy: 45–54 l. – 1,7%, 55–64 l. – zaledwie 0,4%. Dla porównania, w Rumunii – kolejnym po Polsce kraju w Europie z tak niskim wskaźnikiem młodych przedsiębiorców w grupie 45–54 l. – odsetek ten wynosi 4,7%, prawie trzykrotnie więcej niż w Polsce. Niski poziom przedsiębiorczości cechuje też najmłodszą grupę Polaków – wśród osób w wieku 18–25 l. zaledwie 1,2% prowadzi młode firmy, podczas gdy w kolejnych

w rankingu państwach Europy wskaźnik jest przynajmniej 4-krotnie wyższy (Węgry – 4,7%, Hiszpania – 5,6%).

W przypadku dojrzałych firm sytuacja jest nieco inna. W grupie wiekowej 45–54 l. aż 18,1% osób posiada dojrzałą firmę, w grupie 35–44 l. – 15,5%, a w grupie 55–64 l. – 13,3%. Relatywnie najmniej osób prowadzi tego typu firmy w grupach młodszych 18–25 l. – 0,9%, 25–34 l. – 9,1%. Wyniki te plasują Polskę w czołówce europejskiej.

Zrównoważony rozwój i odpowiedzialność społeczna – jest świadomość, ale nie zawsze przekłada się na działania

Świadomość społecznej i środowiskowej odpowiedzialności biznesowej polskich przedsiębiorców jest niemal powszechna. Niezależnie od czasu istnienia przedsiębiorstw na rynku, **ok. 90% przedstawicieli firm deklaruje każdorazowe rozważanie skutków podejmowanych decyzji biznesowych dla społeczeństwa i/lub środowiska.** Warto zwrócić uwagę na młodych przedsiębiorców (funkcjonujących na rynku co najwyżej 3,5 roku), w świadomości których widać pewne zmiany. **Kwestie środowiskowe są brane pod rozwagę przez jeszcze większą grupę tych osób – systematycznie rośnie udział (z 84% w 2022 r. do 89% w 2023 r. i do 92% w 2024 r.) młodych przedsiębiorców liczących się z kwestiami stricte środowiskowymi przy podejmowaniu decyzji biznesowych.** Drugi rok z rzędu, reprezentanci młodych firm częściej wskazywali na troskę o aspekty środowiskowe niż aspekty społeczne (kolejno: 92% i 87%).

Z deklaracją rozważania skutków działań biznesowych nie idzie w parze aktywne podejmowanie działań prospołecznych lub prośrodowiskowych (działania prospołeczne deklaruje 45% młodych firm i 77% firm dojrzałych; działania prośrodowiskowe: 57% młodych firm i 65% firm dojrzałych). Tak więc **przedsiębiorcy działający na rynku dłużej – podobnie jak w ubiegłych latach – częściej stawiają na działania prospołeczne niż prośrodowiskowe. Jednocześnie w obu obszarach, wedle deklaracji, są bardziej aktywni niż młode firmy.**

Dojrzały przedsiębiorcy z Polski również częściej niż młodzi deklarują przekładania celów społecznych i/lub środowiskowych ponad wzrost lub zyskowność własnej firmy. Taką postawę odnotowano w przypadku 45% firm dojrzałych i co czwartej młodej firmy.

Polska notuje wciąż relatywnie wysokie wyniki, jeżeli chodzi o znajomość 17 Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ. **Obecnie znajomość celów z Agendy 2030 na rzecz zrównoważonego rozwoju deklaruje 44% polskich przedsiębiorców działających na rynku do 3,5 roku (spadek 3 p.p. r/r) i 71% działających na rynku dłużej – powyżej 3,5 lat (wzrost o 4 p.p. r/r).**

Przedsiębiorcy coraz chętniej korzystają z rozwiązań cyfrowych...

Polska zdecydowanie rozwija się, jeżeli chodzi o stosowanie technologii cyfrowych w sprzedaży produktów i/lub usług. W nadchodzącym czasie przedsiębiorcy spodziewają się zwiększenia wykorzystania technologii cyfrowych w celach sprzedażowych. Mimo wciąż niższego udziału dojrzałych firm planujących tego typu zmianę, wyraźnie widać wzrost świadomości w tej grupie co do konieczności podążania za tą potrzebą. **W przypadku tych przedsiębiorców, udział otwartych na digitalizację wzrósł w odniesieniu do ubiegłej edycji aż o 17 p.p. (do poziomu 37%).** Po kolejnych latach obserwowanego trendu wzrostowego (44% w 2023 r., 29% w 2022 r., 20% w 2021 r.) **udział młodych przedsiębiorców otwartych na digitalizację zatrzymał się na poziomie obserwowanym w 2023 r. (44%).**

Znaczenie kwestii cyfryzacji przejawia się także w relatywnie wysokich odsetkach wyrażających postrzeganie za bardzo ważne dla codziennego prowadzenia biznesu poszczególnych form komunikacji czy narzędzi cyfrowych włączonych do obserwacji w tegorocznej edycji badania. **Bardziej doświadczeni w prowadzeniu firmy przedsiębiorcy najczęściej, i zdecydowanie częściej niż młodzi przedsiębiorcy, w codziennych działaniach biznesowych stawiają na kontakt e-mailowy (60% dojrzałych vs. 42% młodych stawia na codzienną komunikację mailową; 49% dojrzałych i 26% młodych na e-mail marketing).** **Młodzi przedsiębiorcy niemal równie często co na bardzo duże znaczenie mailowego kontaktu z klientami lub pracownikami wskazywali na media społecznościowe, tj. Facebook, Instagram czy X/Twitter (41%).**

Niemal co trzeci dojrzały przedsiębiorca z Polski (31%) i co czwarty młody przedsiębiorca (26%) postrzega posiadanie strony internetowej umożliwiającej podejmowanie działań e-handlowych jako bardzo ważne dla realizacji modelu biznesowego czy strategii firmy. Podobny odsetek (odpowiednio: 31% i 23%) za bardzo ważną uważa możliwość korzystania z usług przetwarzania w chmurze (niebędących analityką danych). Znacznie rzadziej wskazywano na znaczenie narzędzi do analizy danych.

..., ale pozostają ostrożni, jeśli chodzi o narzędzia AI

Narzędzia sztucznej inteligencji (AI) są istotnym elementem modelu biznesowego i strategii **6% młodych firm i 13% dojrzałych firm**. W rankingu globalnym wyniki te dają Polsce odpowiednio: ostatnie i 11. miejsce³. Dla porównania, w Europie średnio 22% młodych i 16% dojrzałych firm wykorzystuje AI.

W Polsce dojrzałe firmy dwukrotnie częściej niż młode stosują AI w swojej działalności, co jest sytuacją odmienną w stosunku do obserwowanej w większości państw świata, w których to młode firmy na ogół wykazują większą otwartość na eksperymentowanie z możliwościami, jakie daje ta technologia.

Dotyczy to także oczekiwań co do przyszłej roli AI – 8% właścicieli młodych firm w Polsce i 15% dojrzałych uważa, że będą one bardzo ważnym elementem ich działalności.

W Europie podobnego zdania jest 23% właścicieli podmiotów krócej obecnych na rynku i 19% – działających przynajmniej 3,5 roku.

Różnią nas też obawy i oczekiwania odnośnie AI. **Polscy przedsiębiorcy (młodzi i dojrzały) są przekonani o tym, że podczas wprowadzania rozwiązań AI spotkają się przede wszystkim z oporem pracowników (odpowiednio 14% i 13%) oraz będą musieli rozwiązać dylematy etyczne dotyczące stosowania tej technologii w procesach podejmowania decyzji (12% i 13%).** Rzadziej spodziewają się wzrostu kosztów, problemów z samym wdrożeniem, niechęci ze strony klientów czy wyzwań związanych z bezpieczeństwem danych i ochroną prywatności. Przy tym dojrzałe firmy częściej niż młode obawiają się nieufności ze strony klientów czy wyzwań związanych z zabezpieczeniem danych. **W Europie znacznie więcej przedsiębiorców niż w Polsce wskazuje na wyzwania, które mogą się pojawić przy wdrażaniu AI. Największym jest kwestia bezpieczeństwa danych** (średnio 44% młodych firm i 42% dojrzałych wskazało na ten aspekt). Sporo właścicieli młodych firm (42%) spodziewa się niechęci ze strony pracowników, podczas gdy wśród firm dojrzałych tylko (!) 25% wskazało na ten problem.

Jeśli chodzi o oczekiwane korzyści, właściciele młodych firm w Polsce mają nadzieję, że AI pomoże im w lepszym zarządzaniu ryzykiem (11%), personalizacji oferty skierowanej

³ 50 państw, brak danych dla Korei Pd.

do klientów (10%) oraz przyczyni się do wzrostu przychodów i rozwoju biznesu (9%).

Dojrzałe firmy wskazują na te same aspekty, przy czym w pierwszej kolejności na poprawę personalizacji oferty (13%). Mniej przedsiębiorców (młodych i dojrzałych) widzi w AI wsparcie w zakresie zwiększenia produktywności i wydajności procesów w firmie czy działalności innowacyjnej, które to aspekty są najczęściej wskazywane przez przedsiębiorców w Europie (wzrost produktywności – średnio 47% młodych i 38% dojrzałych; innowacyjność – 43% młodych i 36% dojrzałych).

Przeciętna ocena krajowych uwarunkowań rozwoju przedsiębiorstw

Analiza opinii ekspertów pozyskanych w badaniu NES pokazuje, że **w 2024 r. warunki dla rozwoju przedsiębiorczości w Polsce nie poprawiły się istotnie.** Wskaźnik NECI, będący syntetyczną oceną 13 obszarów⁴ składających się na otoczenie przedsiębiorstw i monitorowanych w GEM od lat, osiągnął poziom 4,0 pkt na 10 możliwych, co plasuje Polskę na 21. miejscu wśród 25 państw Europy uczestniczących w badaniu, z których najwyższy wynik 6,4 należy do Litwy, a najniższy 3,4 do Bośni i Hercegowiny. Jest to też niższy wynik niż w latach 2020–2021 i 2023 (4,2 pkt), ale wyższy niż w 2022 r. (3,8 pkt). To sygnał, że mimo drobnych wahań, ogólne warunki dla rozwoju przedsiębiorczości pozostają przeciętne.

W 2024 r., podobnie jak w poprzednim roku, tylko jeden z obszarów – otwartość rynku wewnętrznego na nowe przedsięwzięcia i jego ciągły rozwój – został oceniony przez polskich ekspertów znacznie lepiej niż średnio w krajach Europy. Uzyskał też najwyższą ocenę wśród 13 obszarów poddanych analizie (6,6 pkt). **Relatywnie wysoko oceniono też**

⁴ 1. Finansowanie przedsiębiorczości: czy jest wystarczająco dużo środków dla firm? 2. Łatwość dostępu do finansowania: czy są one łatwo dostępne? 3. Polityka rządu — wsparcie i znaczenie przedsiębiorczości: czy polityka promuje i wspiera powstawanie i rozwój firm? 4. Polityka rządu — podatki i biurokracja: czy nowe firmy nie są nadmiernie obciążone? 5. Rządowe programy przedsiębiorczości: czy dostępne są odpowiednie programy wsparcia? 6. Edukacja przedsiębiorcza w szkole: czy szkoły wprowadzają wiedzę nt. przedsiębiorczości, rozwijają umiejętności w tym kierunku? 7. Edukacja przedsiębiorcza po szkole: czy uczelnie i inne podmioty dostarczają wiedzy nt. przedsiębiorczości, dostępne są kursy i szkolenia? 8. Transfer badań i rozwoju: czy wyniki badań są łatwo wdrażane w biznesie? 9. Infrastruktura komercyjna: czy dostępne są wysokiej jakości i przystępne cenowo usługi (np. prawne, księgowe)? 10. Łatwość wejścia na rynek — dynamika rynku: czy rynek jest wolny, otwarty na nowe przedsięwzięcia i rozwija się? 11. Łatwość wejścia na rynek — regulacje: czy przepisy zachęcają a nie ograniczają przedsiębiorczość? 12. Infrastruktura fizyczna: czy jest dobrej jakości, dostępna i przystępna cenowo dla firm? 13. Normy społeczne i kulturowe: czy zachęcają do przedsiębiorczości i ją promują?

dostęp do infrastruktury technicznej (5,8 pkt), ale była to ocena nieco niższa od przeciętnej w tych krajach.

Najsłabiej wypadły elementy kluczowe dla długofalowego rozwoju przedsiębiorczości: **edukacja przedsiębiorczości** (zarówno na poziomie podstawowym i średnim – 1,7 pkt, jak i na etapie uczelni i kształcenia zawodowego – 2,6), **obszary związane z B+R i transferem wiedzy (3,0) czy łatwością uzyskania finansowania (3,5)** (jeśli chodzi o ilość dostępnego finansowania oceny są wyższe), a także **polityka rządu względem przedsiębiorczości, kwestia biurokracji i podatków oraz dostępność i efektywność programów publicznych wspierających rozwój firm** (między 3,5 a 4,0).

Opinii ekspertów poddano też uwarunkowania w zakresie zrównoważonego rozwoju, przedsiębiorczości kobiet oraz stosowania narzędzi sztucznej inteligencji (AI). W zakresie **zrównoważonego rozwoju**, eksperci ocenili sytuację nieco słabiej niż rok wcześniej, ale lepiej niż w 2022 r. W szczególności brakuje skutecznego wsparcia dla firm działających w duchu *sustainability*.

Wyniki badania NES pokazują też, że niezbędne jest silniejsze wsparcie **przedsiębiorczości kobiet**, zwłaszcza poprzez poprawę dostępności i przystępności cenowej usług (takich jak opieka nad dziećmi, seniorami), uproszczenie przepisów prawnych oraz zmianę norm kulturowych i społecznych, które powinny jednakowo wspierać kobiety i mężczyzn w zakładaniu działalności gospodarczej.

Powinno się też podjąć odpowiednie działania, aby zwiększyć konkurencyjność Polski związaną z **rozwojem sztucznej inteligencji**. We wszystkich aspektach (kompetencje, edukacja, dostępność szkoleń, promocja rozwiązań AI) Polska znalazła się poniżej średniej europejskiej. Jest więc pilna potrzeba działań w tym obszarze – od włączenia AI do programów edukacyjnych po aktywne wsparcie publiczne.

Podsumowując opinie ekspertów – mimo pojedynczych pozytywnych sygnałów, polski ekosystem przedsiębiorczości wymaga zdecydowanych i kompleksowych działań, by stworzyć bardziej sprzyjające warunki dla powstawania i rozwoju firm.

Społeczne rozumienie pojęcia startup, charakterystyka zdeklarowanych startupów oraz uwarunkowania ich rozwoju w opinii ekspertów

Analiza danych pozyskanych w badaniu ludności GEM w 2024 r., także w bloku pytań dotyczących startupów, pozwala zobaczyć jak **społeczeństwo definiuje tego typu firmy**. Najczęściej pojęcie to kojarzone jest z firmami działającymi w branży IT (71% wskazań osób dorosłych w wieku 18–64 l.), technologicznymi (67%), młodymi (60%), nastawionymi na innowacje (59%) oraz korzystającymi z zewnętrznego finansowania (46%). Co drugi Polak „młodość” startupu określa na maksymalnie 3 lata, a co czwarty – na 5–10 lat.

Jednak nie wszystkie startupy wpisują się w tę definicję. W badaniu zidentyfikowano startupy działające na rynku znacznie dłużej niż 5 lat. Również obszary działalności startupów są zróżnicowane, co podważa przekonanie, że są to głównie firmy technologiczne skoncentrowane na IT i innowacjach.

Wśród dorosłych zaangażowanych w prowadzenie startupu przeważają mężczyźni (52%), kobiet jest nieco mniej (48%). **Większość (84%) właścicieli startupów ma ponad 35 lat**, co sugeruje, że wiek i płeć nie są kluczowymi czynnikami odróżniającymi startupy od innych firm. **Startupy, podobnie jak pozostałe firmy, są często prowadzone w formie jednoosobowej działalności gospodarczej przez osoby z gospodarstw domowych liczących 3–5 osób**. Jednak w porównaniu z właścicielami innych firm częściej pochodzą z 4-osobowych gospodarstw domowych (44% vs. 37%) i rzadziej działają w jednoosobowej działalności gospodarczej (86% vs. 94%).

Jednym z istotnych czynników różnicujących startupy od pozostałych przedsiębiorstw jest etap ich rozwoju. **Większość startupów znajduje się na etapie rozwoju i ekspansji** (34%) **lub stabilizacji modelu biznesowego** (28%), niewiele jest na etapie wstępnych koncepcji tworzenia modelu biznesowego czy prototypowania. Tymczasem inne firmy częściej znajdują się na etapie dalszego rozwoju (41%) lub umacniania pozycji rynkowej (32%). **Startupy również chętniej wdrażają najnowsze technologie** (5% vs. 1%) oraz technologie dostępne od roku do 5 lat (10% vs. 4%). Nowoczesne technologie przekładają się na **większą innowacyjność** oferowanych produktów i usług – startupy częściej niż inne firmy wprowadzają nowe rozwiązania zarówno w skali światowej (0,5% vs. 0,4%), jak i lokalnej (11% vs. 8%).

Ponad 90% startupów jak i przedstawicieli pozostałych firm, podejmując decyzje dotyczące przyszłości firmy, uwzględnia ich społeczne i środowiskowe skutki. Jednak kwestia priorytetów – wzrost finansowy czy wartości społeczne – budzi różne reakcje. **Wśród startupów** ponad połowa (57%) ma neutralne stanowisko, a **37% skłania się ku uwzględnianiu aspektów społecznych i środowiskowych ponad zysk.** Wśród pozostałych firm niezdecydowanie jest mniejsze (49%), a przedsiębiorstwa nieco częściej (41%) preferują kwestie społeczne i środowiskowe nad zysk.

Największą barierą w zakładaniu startupów, w opinii ich samych, jest brak kapitału. Innymi przeszkodami są brak wiedzy o zarządzaniu, brak wiedzy i umiejętności zarządzania firmą, wiedzy branżowej i specjalistycznej niezbędnej do rozpoczęcia działalności oraz brak pomysłu na firmę.

Z kolei **głównymi utrudnieniami prowadzenia działalności, zarówno w opinii startupów, jak i innych firm, są obciążenia podatkowe, biurokracja i formalności.** W dalszej kolejności wskazywano na zmienność prawa oraz przepisy prawa pracy (w tym wzrost pensji minimalnej, brak elastyczności oraz narzuty na obowiązkowe składki), które nie sprzyjają rozwojowi firm, szczególnie gdy jest i tak już ograniczona dostępność pracowników o odpowiednich kwalifikacjach. W 2024 roku szczególnym wyzwaniem była niepewność gospodarcza związana z inflacją, rosnącymi kosztami energii i spowolnieniem gospodarczym.

Eksperci od lat podkreślają istotną rolę startupów w rozwoju polskiej gospodarki, a ich znaczenie stale rośnie. Jednakże wyniki badania z 2024 r. wskazują na potrzebę wzmocnienia wsparcia dla startupów, szczególnie w obszarach takich jak działania szkoleniowo-doradcze w zakresie umiejętności budowania współpracy między dużymi i średnimi firmami a startupami, dostępności przestrzeni coworkingowej, platform networkingowych, mentoringu czy finansowania ze źródeł seed/venture capital. Istnieje więc potrzeba działań na rzecz rozwijania ekosystemu startupowego w Polsce.

1. Polska przedsiębiorczość w porównaniu z resztą świata

Niniejszy rozdział przedstawia przedsiębiorczość w Polsce na tle 24 innych państw Europy i 50 świata w 2024 r., a także zmiany, jakim podlega to zjawisko w naszym kraju od 2011 r., kiedy rozpoczęto systematyczne badania w ramach GEM. Źródłem danych jest badanie ilościowe ludności przeprowadzone w każdym z państw⁵.

Dla celów analizy państwa zostały zaklasyfikowane do trzech grup według poziomu dochodu (od najbogatszych – poziom A, przez zamożne – poziom B, do mniej zamożnych – poziom C)⁶. Polska została zaliczona do państw poziomu B.

Stali czytelnicy niniejszego raportu są zapewne ciekawi, czy ugruntowało się odnotowane w pomiarze z 2023 r. niewielkie odbicie w zakresie aktywności przedsiębiorczej Polek i Polaków (dalej nazywanych Polakami, o ile nie jest konieczne rozróżnienie ze względu na płeć) oraz jakie zmiany zaszły w pozostałych obszarach. Dlatego zapraszamy do lektury, którą w tym roku wzbogaca nowy temat – dotyczący wykorzystania sztucznej inteligencji przez przedsiębiorców.

1.1. Stosunek społeczeństwa do przedsiębiorców i prowadzenia firmy

Decyzja o założeniu działalności gospodarczej, choć jest indywidualnym wyborem, zazwyczaj dojrzewa w określonym otoczeniu społecznym. Przekonania i postawy, takie jak odwaga, otwartość na ryzyko, docenianie pomysłowości, świadomość, że wysiłek stanowi podstawę sukcesu, ale także zaufanie i gotowość do współpracy, sprzyjają rozwijaniu działalności gospodarczej w danym społeczeństwie. Społeczne uwarunkowania przedsiębiorczości są

⁵ Szczegóły w Aneksie metodologicznym.

⁶ Szczegóły patrz Tabela A.1 w Aneksie metodologicznym.

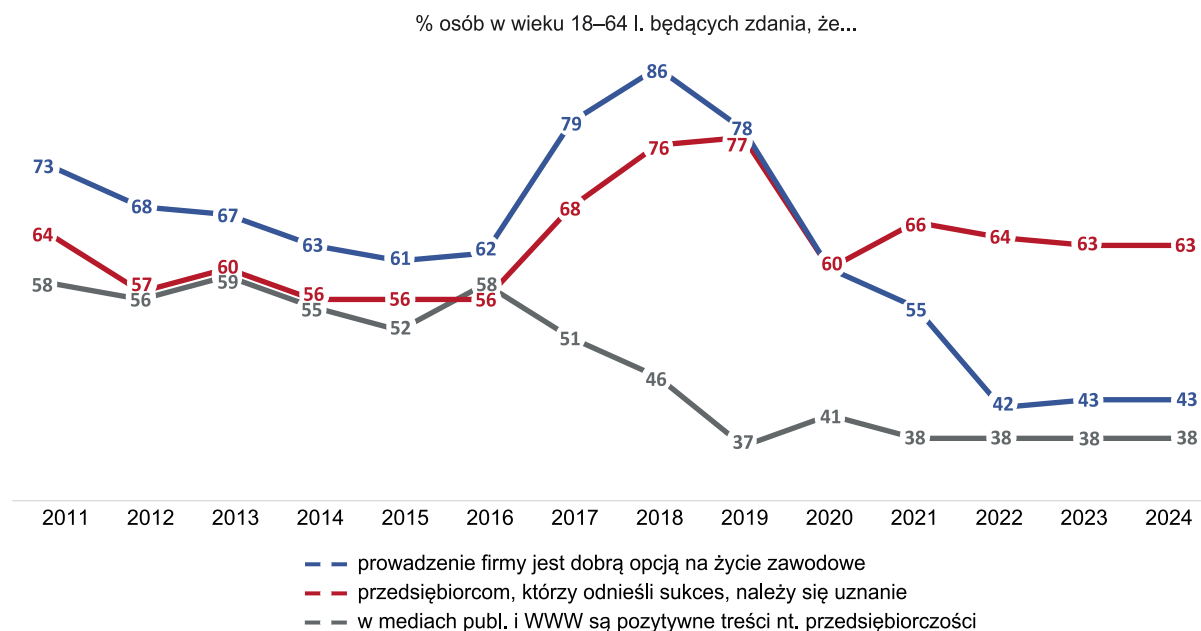
także przedmiotem zainteresowania GEM, gdzie dokonuje się pomiaru, na ile mieszkańcy poszczególnych krajów doceniają wysiłki przedsiębiorców, czy prowadzenie działalności jest dla nich realną opcją zawodową oraz czy media (w tym internet) danego kraju promują przedsiębiorczość.

Według najnowszych danych z 2024 r., 6 na 10 Polaków uważa, że przedsiębiorcom, którzy odnieśli sukces, należy się uznanie, a 4 na 10 jest zdania, że prowadzenie firmy jest dobrym sposobem na życie zawodowe. Niewiele, bo jedynie 38%, dostrzega treści promujące sukcesy przedsiębiorców w mediach i internecie.

Wskaźniki te utrzymują się na tym samym poziomie od 2022 r., a w przypadku roli mediów – nawet od 2021 r. Jednak w długim okresie widać istotne zmiany. Po pierwsze, od ośmiu edycji systematycznie maleje udział osób dostrzegających pozytywne treści na temat przedsiębiorców w mediach (58% w 2017 r., 38% w 2024 r.). Po drugie, swoiste „złote” lata 2017–2019, kiedy to zdecydowana większość Polaków skłonna była obdarzać przedsiębiorców uznaniem oraz uważała, że prowadzenie firmy jest dobrą opcją na zarobkowanie, minęły i na razie nie widać oznak poprawy. Niemniej, i to jest trzecia obserwacja, o ile w przypadku prestiżu przedsiębiorcy sytuacja wróciła do poziomu notowanego w latach 2011–2016, więc wcześniejszą poprawę można uznać za wyjątek, to tego samego nie można powiedzieć o wskaźniku mierzącym pozytywne odnośnienie się do idei prowadzenia firmy jako sposobu na życie, który notował kolejne spadki⁷. Widać więc, że choć Polacy szanują przedsiębiorców, to niezbyt przychylnie odnoszą się do propozycji dołączenia do tego grona. Powodów tego stanu rzeczy można szukać po części w znikomej roli mediów w promowaniu przedsiębiorczości, ale może przede wszystkim w wydarzeniach ostatnich lat⁸, które dość dobitnie unaocznily, z jak dużym ryzykiem wiąże się prowadzenie własnej firmy.

⁷ W porównaniu z najlepszym 2018 r., kiedy to 9/10 Polaków uważało, że prowadzenie firmy jest realną opcją zawodową, czy 2011 r., kiedy opinię tę wyrażało 7/10 osób, obecnie jest to jedynie 4/10.

⁸ Tj. pandemia COVID-19 z jej lockdownami i zerwanymi łańcuchami dostaw, wojna w Ukrainie, rosnące koszty prowadzenia działalności oraz niepewność jutra, wzmacniania przez szeroką i kilkakrotnie modyfikowaną reformę podatkową Polski Ład.

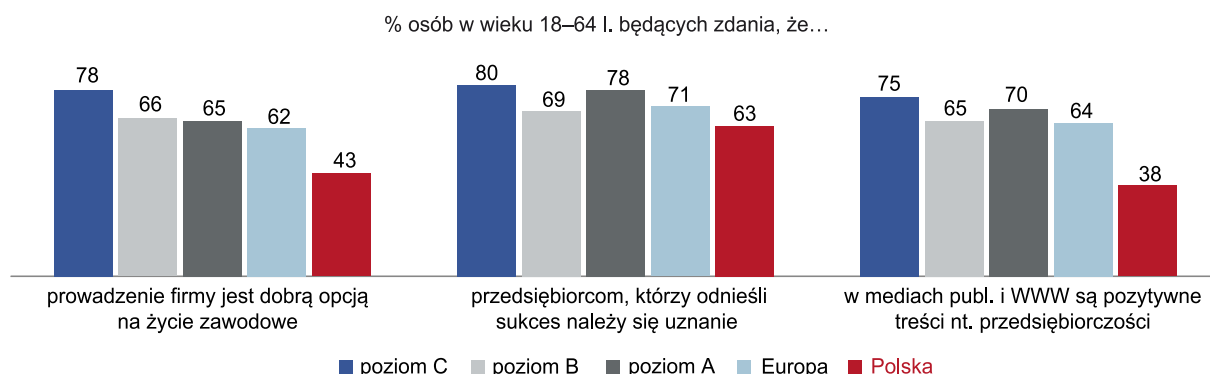
Wykres 1.1. Percepcja przedsiębiorczości w polskim społeczeństwie w latach 2011–2024

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Wyniki Polski są słabsze w porównaniu ze średnimi dla Europy czy grup krajów⁹ o niskim, średnim i wysokim poziomie zamożności – odpowiednio C, B i A. Największy dystans dotyczy wskaźnika zaangażowania mediów w promowanie przedsiębiorczości oraz postrzegania działalności gospodarczej jako wyboru zawodowego, nieco bardziej podobnie wypadamy pod względem doceniania wysiłków przedsiębiorców (Wykres 1.2). Porównanie wyników dla grup odniesienia pokazuje pewną zależność – wraz ze wzrostem zamożności maleje atrakcyjność wyboru, jakim jest prowadzenie firmy. Przyczyn tego stanu rzeczy można upatrywać w większej dostępności miejsc pracy oraz wyższym średnim poziomie wykształcenia i kompetencji w bogatszych krajach, a także większej konkurencyjności rynku, która utrudnia zakładanie i prowadzenie własnej działalności.

⁹ Blok pytań nt. społecznego postrzegania przedsiębiorczości jest nieobowiązkowy w GEM, w 2024 r. uwzględniło go 45 państw. Brak danych dla: Argentyny, Brazylii, Luksemburga (w zakresie statusu przedsiębiorcy), Portoryko, Szwecji i Wenezueli.

Wykres 1.2. Społeczna percepcja przedsiębiorczości w Polsce na tle średniej dla Europy* oraz grup państw według poziomu dochodu w 2024 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM; *mniejsza liczba państw – patrz przypis 9.

Warto podkreślić, że wartości, jakie przyjmują wskaźniki odnoszące się do społecznego postrzegania przedsiębiorczości, różnią się znacząco między państwami¹⁰. Arabia Saudyjska stoi na czele zestawienia każdej z trzech miar – w państwie tym 96% mieszkańców jest zdania, że prowadzenie biznesu jest atrakcyjnym sposobem na życie i tyle samo docenia wysiłki przedsiębiorców, zaś 94% dostrzega w mediach proprzedsiębiorcze treści. Na końcu rankingu w zakresie pierwszego wskaźnika jest Szwajcaria, gdzie tylko 36% mieszkańców poważnie traktuje pomysł prowadzenia firmy. Jeśli chodzi o drugi wskaźnik – uznania dla przedsiębiorców – zamyka go Ekwador (55%). Ranking dotyczący trzeciego wskaźnika – dostrzegania proprzedsiębiorczych treści w mediach zamyka Polska (38%), przed nami jest Hiszpania z wynikiem wyższym o 8 p.p. od naszego, co niewątpliwie każe zastanowić się nad obecnym stanem rzeczy.

Średnio ponad 7/10 mieszkańców 24 państw Europy uważa, że założenie firmy może być opcją na życie zawodowe, a ponad 6/10 docenia wysiłki osób, którym udało się to zrobić. Podobnie jest, jeśli chodzi o dostrzeganie pozytywnych treści nt. przedsiębiorczości w mediach i internecie (64%). Przy tym występują dość duże różnice na poziomie państw w zakresie każdego z tych wskaźników. Największym uznaniem cieszą się przedsiębiorcy w Rumuni i Słowenii (gdzie blisko 9/10 mieszkańców docenia ich starania) oraz w Niemczech, Norwegii i Wielkiej Brytanii (niewiele mniej, bo 8/10), najmniejszym zaś – w Hiszpanii i na Słowacji (ok. 6/10). Jeśli chodzi o pozytywne nastawienie do idei prowadzenia działalności jako sposobu na życie, najwyższe wyniki notuje Rumunia (87%), najniższy zaś

¹⁰ Więcej na ten temat w raportach GEM Global oraz opracowywanych przez poszczególne Zespoły Krajowe raportach krajowych (National Reports), wszystkie dostępne na stronie GEM: <https://www.gemconsortium.org/report>

Szwajcaria (36%). Największe różnice między społeczeństwami Europy widoczne są jednak w zakresie oceny mediów w kształtowaniu pozytywnego wizerunku przedsiębiorcy. Można powiedzieć, że najlepiej z tego zadania wywiązują się media w Słowenii (84% wskazań) oraz Rumunii, najślabiej – we wspomnianych Polsce i Hiszpanii.

Tabela 1.1. Społeczna percepcja przedsiębiorczości w państwach Europy w 2024 r.
(% osób w wieku 18–64 l.)

Państwo	Uznanie przedsiębiorczości za dobrą ścieżkę kariery	Wysoki status przedsiębiorcy	Dostrzeganie tematyki przedsiębiorczości w mediach
Austria	51,10	76,18	65,29
Białoruś	78,69	78,36	65,17
Bośnia i Hercegowina	65,76	75,79	67,24
Cypr	76,89	70,86	69,47
Chorwacja	66,04	60,24	70,79
Estonia	55,14	69,68	58,58
Francja	68,87	57,97	71,56
Grecja	76,03	70,16	56,07
Hiszpania	44,10	56,75	45,49
Litwa	70,73	58,92	75,06
Luksemburg	58,37	n/a	59,60
Łotwa	55,20	60,04	59,33
Niemcy	56,04	81,52	50,32
Norwegia	50,48	82,11	70,16
Polska	43,01	63,44	38,17
Rumunia	87,18	89,31	79,09
Serbia	74,25	79,54	77,25
Słowacja	37,74	56,83	48,31
Słowenia	66,06	87,53	84,23
Szwajcaria	35,91	78,07	60,44
Ukraina	70,32	68,99	56,46
Węgry	64,77	64,95	64,90
Wielka Brytania	70,49	80,05	76,74
Włochy	68,50	65,74	63,26
Europa (średnia; 24 kraje)	62,15	71,00	63,87

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Podsumowując, najnowsze dane za rok 2024 nie przyniosły zmian, jeśli chodzi o nastawienie społeczeństwa polskiego do przedsiębiorczości. Wizerunek przedsiębiorcy pozostaje korzystny, niemniej relatywnie rzadko założenie firmy postrzegane jest jako atrakcyjny sposób na życie.

1.2. Polacy o otoczeniu, własnych umiejętnościach i planach dotyczących założenia firmy

W połowie 2024 r. na pytanie o znajomość z przynajmniej jedną osobą, która założyła działalność gospodarczą w ciągu ostatnich dwóch lat, twierdząco odpowiedziało niecałe **47% mieszkańców Polski**. Odsetek ten jest zbliżony do wartości uzyskanych w latach poprzednich (46% w 2023 r., 47% w 2022 r.), lecz w porównaniu z wynikami innych państw uczestniczących w badaniu stosunkowo niski – nasz kraj znalazł się dopiero na 38. miejscu w całym rankingu i na 18. wśród państw europejskich biorących udział w tej edycji badania¹¹. Niższe wartości wskaźnika niż Polska zanotowały w Europie: Rumunia, Węgry, Hiszpania (po 47%¹²), Estonia (44%), Niemcy (40%) i Grecja (31%).

Zważywszy, iż w okresie dwóch lat poprzedzających omawiane badanie, tj. od połowy 2022 r. do połowy 2024 r., w naszym kraju zarejestrowano ponad 770 tys. podmiotów, w tym ok. 80% jednoosobowych działalności¹³, niski wynik Polski jest zastanawiający. Jest wysoce prawdopodobne, że respondenci mieli okazję częściej niż myślą zetknąć się z młodym przedsiębiorcą czy przedsiębiorczynią.

Jedną z możliwych przyczyn niskiej wartości wskaźnika jest powszechność tzw. samozatrudnienia – sytuacji, w której dana osoba ma założoną działalność gospodarczą, a więc prowadzi firmę, ale faktycznie pracuje tylko dla jednego podmiotu i wykonuje obowiązki charakterystyczne dla umowy o pracę. Taka forma zatrudnienia może być wyborem pracownika, ale bywa wymuszana przez pracodawcę w celu obniżenia kosztów i uniknięcia obowiązków wynikających z Kodeksu pracy. W tym przypadku otoczenie „młodego przedsiębiorcy” raczej nie myśli o nim jako o prowadzącym działalność gospodarczą i on sam za takiego się nie uważa. A tak się składa, że zarówno Polska, jak i ww. Rumunia, Węgry, Hiszpania, Grecja czy Włochy z niewiele wyższym od nich wynikiem (49%) należą do państw borykających się z problemem tzw. umów śmieciowych, co przemawiałoby

¹¹ Brak tej danej dla Białorusi.

¹² Wartość dla Polski to 46,76%, dla Rumunii i Węgier – 46,74%, dla Hiszpanii – 46,62%.

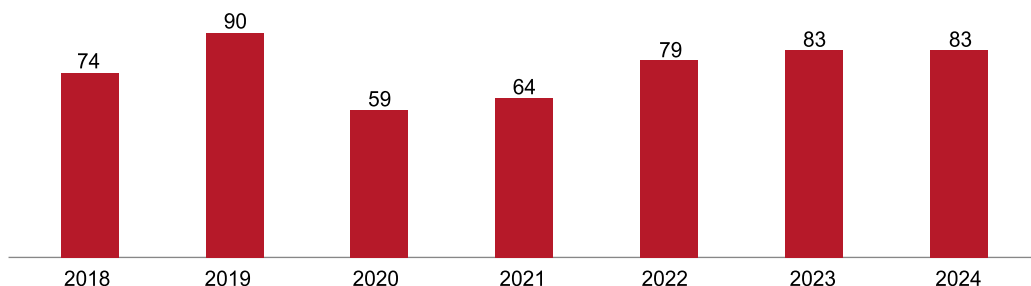
¹³ Patrz: GUS, Informacja o podmiotach gospodarki narodowej wpisanych do rejestru REGON – grudzień 2022; Działalność przedsiębiorstw o liczbie pracujących do 9 osób w 2023 roku s. 18; Informacja o podmiotach gospodarki narodowej wpisanych do rejestru REGON – lipiec 2024

za powyższą konstatacją. Jej weryfikacja będzie możliwa po wprowadzeniu regulacji przeciwdziałających temu zjawisku¹⁴.

A jak wyglądała sytuacja w innych państwach? **Wyniki dotyczące znajomości osób, które w ciągu ostatnich dwóch lat założyły firmę – wahały się od 27% w Egipcie do 94% w Arabii Saudyjskiej**, która podobnie jak rok wcześniej znalazła się na czele rankingu. Tuż za liderem uplasowały się Bośnia i Hercegowina (81%), Maroko (78%), Portoryko (77%) i Brazylia (74%). Najniższe wyniki uzyskały – oprócz wspomnianych już Egiptu i Grecji – Tajlandia (31,79%), Tajwan (32,03%) i Korea Południowa (37%). **Uśrednione dane dotyczące ww. wskaźnika osób znających młodych przedsiębiorców dla analizowanych grup państw – 57% (poziom C oraz B), 55% (poziom A), 54% (Europa) – nie różniły się znacząco między sobą.**

Warunki do zakładania działalności gospodarczej w Polsce od lat oceniane są relatywnie wysoko. Przed pandemią, w 2019 r., nasz kraj zajął pierwsze miejsce w rankingu – odsetek respondentów będących zdania, że założenie firmy nie jest trudne wyniósł 90% (!). Co prawda, w 2020 r. odsetek ten spadł do 59%, lecz od 2021 r. systematycznie rośnie. Ostatnia zanotowana zmiana była wprawdzie nieznaczna, ale na plus (+0,2 p.p.¹⁵), wskazując że respondenci nadal sądzą, iż założenie działalności gospodarczej jest stosunkowo łatwe, lecz zarazem nie zauważają wprowadzenia jakichś konkretnych ułatwień w tym zakresie.

Wykres 1.3. Odsetek osób w wieku 18–64 l. oceniających, że założenie w Polsce firmy jest proste



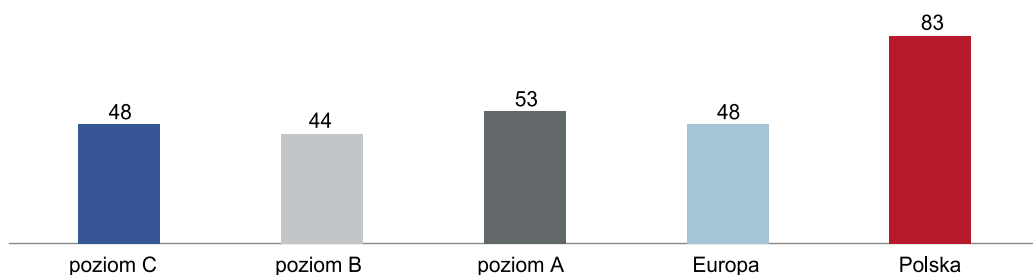
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

¹⁴ Problem tzw. umów śmieciowych został dostrzeżony na poziomie unijnym. Pełne oskładkowanie tej formy umów to jeden z kamieni milowych, który został zapisany w Krajowym Planie Odbudowy przez polski rząd. <https://www.money.pl/gospodarka/wiadomosci/arttykul/smeciowki-unia-europejska-polskaumowa,94,0,2407262.html>

¹⁵ 83,2% w 2023 r. i 83,4% w 2024 r.

Wynik 83% dał Polsce trzecie miejsce w rankingu światowym za Arabią Saudyjską (93%) i Indiami (85%), a przed Szwecją (78%) i ZEA (76%). Jest on bez porównania lepszy niż średnia dla Europy (48%) i prawie dwukrotnie wyższy niż uśredniony wynik państw poziomu B, do których jesteśmy zaliczani. Najniższe odsetki respondentów oceniających, że założenie firmy w ich kraju jest proste zanotowano w Izraelu (16%), Chinach (19%), we Włoszech (22%), Hiszpanii (27%) i Grecji (30%).

Wykres 1.4. Odsetek osób w wieku 18–64 l. w Polsce na tle średniej dla Europy oraz grup państw według poziomu dochodu, którzy w badaniu przeprowadzonym w 2024 r. wyrazili opinię, że łatwo jest założyć firmę



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

W połowie 2024 r. 74% mieszkańców Polski uznawało, że warunki do założenia działalności w ciągu kolejnych 6 miesięcy w okolicy miejsca zamieszkania będą korzystne. Ocena otoczenia jest więc podobna jak rok czy dwa lata wcześniej (74% vs. 74% w 2023 r. vs. 72% w 2022 r. vs. 73% w 2021 r. 52% w 2020 r.), ale wyraźnie niższa niż przed pandemią (87% w 2019 r.).

W rankingu wszystkich państw biorących udział w badaniu Polska znalazła się na 6. miejscu i, podobnie jak rok wcześniej, na pierwszym wśród państw europejskich. Wśród 51 badanych krajów najwyższe wyniki zanotowano ponownie w Arabii Saudyjskiej, która od lat plasuje się w czołówce (95% w 2024 r. vs. 93% w 2023 vs. 90% w 2022 r.) oraz w Indiach (84%) i Tajlandii (78%), najniższe – w Hiszpanii (29%, spadek o 2 p.p.), na Węgrzech (32% vs. 28%) i we Włoszech (35%).

Patrząc na dane zagregowane, najczęściej szanse na rozpoczęcie działalności w perspektywie pół roku dostrzegali mieszkańcy państw z poziomu C (61% wskazań). W pozostałych grupach odsetek pozytywnych odpowiedzi wyniósł: 55% (poziom B), 52% (poziom A) i 48% (Europa).

Wyniki badania GEM pokazują, że przeciętny Polak czuje się w miarę dobrze przygotowany do prowadzenia własnego biznesu. **W 2024 r. 48% osób (bz. r/r) było przekonanych, że dysponują wystarczającą wiedzą i umiejętnościami do prowadzenia firmy.** Z tym wynikiem Polska znalazła się jednak dopiero na 42. miejscu w globalnym zestawieniu. Niższe odsetki wskazań uzyskały Szwecja (46%), Francja, Estonia, Szwajcaria, Niemcy, Kazachstan, Tajwan, Węgry i Izrael, który z wynikiem 34% zajął ostatnie miejsce w rankingu. Ogólnie najwyższe odsetki dobrze oceniających swoją wiedzę i umiejętności potrzebne do założenia działalności gospodarczej zanotowano w Arabii Saudyjskiej (93%), w Indiach (85%) i Ekwadorze (84%). Najlepszy europejski wynik należy do Chorwacji (74%, 11. pozycja), a średnia Starego Kontynentu to 47%.

Jeżeli porównamy grupy państw zróżnicowane pod względem dochodu, widać, że – podobnie jak w poprzednich latach – im niższy dochód, tym wyższa samoocena zdolności przedsiębiorczych (odpowiednio 70% poziom C vs. 60% poziom B i 53% poziom A). Z powyższego można wnioskować, że respondenci z państw poziomu C nie tyle są lepiej przygotowani do prowadzenia działalności, ile bardziej zdeterminowani i ewentualnie mniej świadomi swoich braków.

Jednak ani przekonanie o tym, że łatwo jest założyć firmę, ani wysoka ocena warunków do jej założenia, ani stosunkowo wysoka ocena własnych umiejętności kolejny raz nie przełożyły się na chęć prowadzenia własnej działalności przez Polaków – w 2024 r. udział osób niezaangażowanych w prowadzenie działalności gospodarczej, które odpowiedziały twierdząco na pytanie, czy planują w ciągu najbliższych 3 lat założyć firmę, wyniósł jedynie 3,1% (Wykres 1.4).

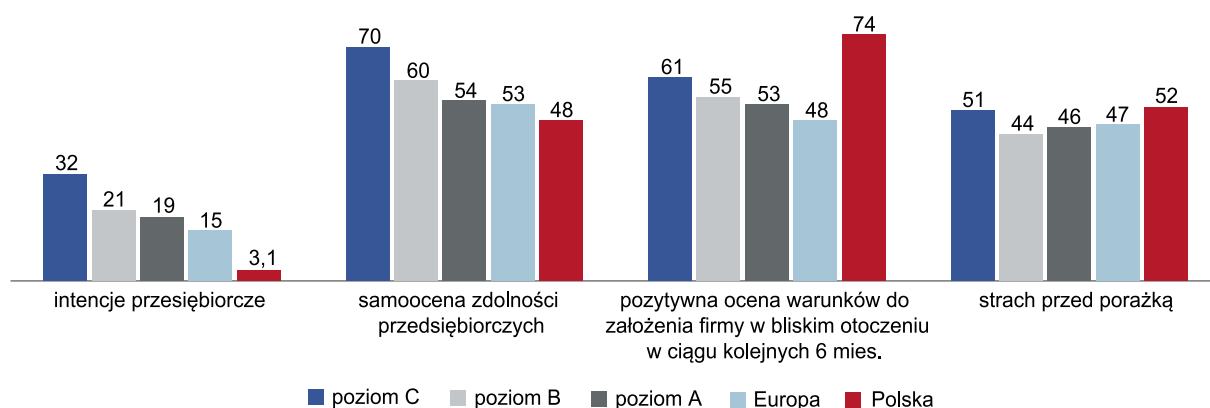
Generalnie uczestniczące w badaniu państwa europejskie wykazały się stosunkowo niskim poziomem intencji proprzedsiębiorczych – w pierwszej piętnastce Europę reprezentuje tylko Białoruś (32%, bz. r/r) – jednak nawet **na ich tle Polska wypadła źle, zajmując kolejny raz ostatnie miejsce w całym rankingu**, przed Chinami (4%), Austrią (5%), Rumunią (6%) i Grecją (8%). Jest to wielce niepokojące i sugeruje potrzebę pogłębienia badań.

Dane dla grup państw (19% dla poziomu A, 21% dla poziomu B i 32% w grupie C) wskazują, że chęć do zakładania firm maleje odwrotnie proporcjonalnie do dochodu. Co prawda najwyższym odsetkiem osób planujących założenie działalności wykazał się Katar (61%, poziom A), lecz już na kolejnych miejscach znalazły się państwa z poziomu C: Jordania

(52%) i Brazylii (50%). W dziesiątce z najwyższymi wynikami jest 5 państw z poziomu C, 3 z B i 2 z A. Natomiast w ostatniej dziesiątce: 5 państw z poziomu A, 4 z B i 1 z C.

Jednym z badanych determinantów aktywności proprzedsiębiorczej respondentów jest strach przed porażką. W przypadku Polaków jego poziom przewyższa samoocenę zdolności przedsiębiorczych. **W 2024 r. 52% dorosłych Polaków przyznało, że ryzyko nieosiągnięcia sukcesu zniechęca ich do założenia firmy. Jest to wynik najbardziej zbliżony do wyniku grupy C (51%)** (Wykres 1.5) i daje Polsce **11. miejsce w globalnym rankingu**. Państwami, których mieszkańcy bardziej niż Polacy obawiali się porażki, były: Indie (72%), Rumunia, Chiny, Arabia Saudyjska, Wielka Brytania, Ukraina, Grecja, Egipt, Kazachstan, Maroko (52%).

Wykres 1.5. Postawy przedsiębiorcze w Polsce na tle średniej dla Europy oraz grup państw według poziomu dochodu w 2024 r. (% osób w wieku 18–64 l.)

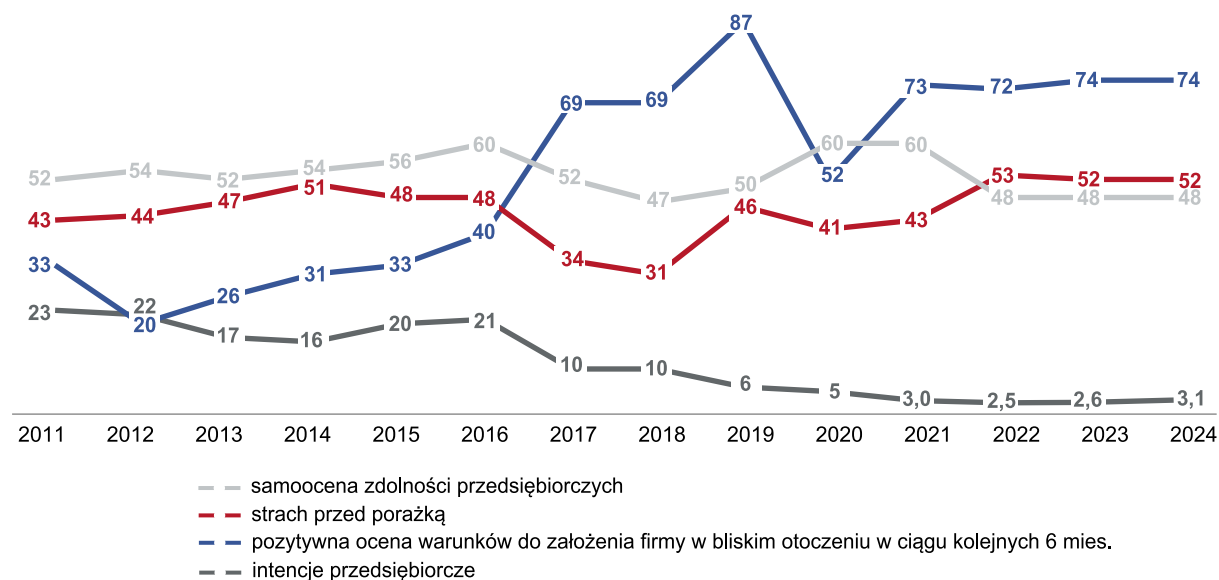


Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Zestawienie wyników badania GEM za lata 2011–2024 w zakresie oceny otoczenia i własnych skłonności przedsiębiorczych pokazuje, że ostatnie lata to okres stagnacji młodej przedsiębiorczości. Wprawdzie **Polacy znacznie korzystniej niż 13 lat wcześniej oceniają warunki do założenia działalności w najbliższym otoczeniu (+41 p.p.), lecz jednocześnie wartość tego wskaźnika praktycznie nie zmieniła się od 2021 r., podobnie zresztą jak pozostałych wskaźników. W analizowanym okresie (Wykres 1.6) odsetek osób dobrze oceniających swoje zdolności przedsiębiorcze spadł o 4 p.p, a odczuwających strach przed porażką wzrósł o +9 p.p., lecz trudno uznać to za uzasadnienie faktu, że odsetek chętnych do założenia i prowadzenia działalności gospodarczej w 14. edycji badania jest niższy o 20 p.p. niż w 1. edycji!**

Relatywnie wysokie odsetki Polaków deklarujących niechęć do założenia działalności z powodu obawy przed niepowodzeniem notujemy w badaniu GEM od kiedy rozpoczęliśmy ich prowadzenie w systematyczny sposób, czyli od 2011 r. Do 2022 r. oscylowały one między 40 a 50%, poza złotym okresem szybkiego rozwoju gospodarczego lat 2017–2018, kiedy spadły do ok. 30%. Od roku 2022 r. mamy do czynienia z najwyższym poziomem tego wskaźnika: 52-53%. Z jednej strony rozpiętości nie są tak duże, z drugiej trzeba pamiętać, że odsetek ten dotyczy osób, które pozytywnie oceniają warunki do założenia firmy w swoim otoczeniu. A tych od 2017 r. jest niemal dwa razy więcej niż wcześniej. To oznacza, że strach przed porażką obecnie jest nawet większą barierą niż przed laty, bowiem odczuwa go więcej osób.

Wykres 1.6. Postawy przedsiębiorcze w Polsce w latach 2011–2024 (% osób w wieku 18–64 l.)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Przyczyn spadku intencji przedsiębiorczych Polaków po 2016 r. warto zatem szukać w otoczeniu. Z pewnością na polskiej gospodarce mocno odbiła się pandemia. Wprowadzona w 2022 r. reforma nosząca nazwę Polskiego Ładu, uznana przez przedsiębiorców i gremia opiniotwórcze za kompletną porażkę, oraz konflikt rosyjsko-ukraiński tuż za naszą granicą też nie zachęcały do angażowania się w działalność gospodarczą. Dowodzi tego zresztą wyraźny wzrost poziomu strachu przed porażką w 2022 r. (43% w 2021 r. vs. 53% w 2022 r.). Fakt, że jesteśmy krajem przyfrontowym rodzi niepewność i w społeczeństwie, i w przedsiębiorcach, i w inwestorach. Wzrost cen energii, inflacja, liczne i coraz bardziej rygorystyczne regulacje unijne w zakresie ochrony środowiska w kraju, z trudem wprowadzane do porządku prawnego Polski, też mogły

zniechęcać potencjalnych młodych przedsiębiorców do działania. Niemniej Polska nie była jedynym krajem borykającym się z problemami, a co za tym idzie istnienie ww. wyzwań nie tłumaczy drastycznego spadku intencji proprzedsiębiorczych Polaków.

Innym możliwym powodem braku chęci zakładania własnej działalności w ostatnich latach była niska stopa bezrobocia w Polsce. W połowie 2011 r. wynosiła ona 11,8%. Od stycznia 2016 r. notuje wyłącznie jednocyfrowe wartości, przy czym w czerwcu 2024 r. osiągnęła dotychczasowe minimum (4,9%)¹⁶. Nawiasem mówiąc, Polska od dłuższego czasu może pochwalić się jedną z najniższych stóp bezrobocia w Europie, konkurując na tym polu z Czechami i Maltą. Niestety żadne z tych państw również i w tym roku nie wzięło udziału w badaniu GEM, co uniemożliwia porównanie i analizę.

Także coroczne wzrosty płacy minimalnej w naszym kraju nie skłaniały do podejmowania ryzyka związanego z prowadzeniem działalności. Było to o tyle istotne, że motyw ekonomiczny (potrzeba zapewnienia sobie utrzymania, ponieważ za mało jest ofert na rynku pracy), jak wynika m.in. z badania GEM, jest najczęstszym przy podejmowaniu decyzji o rozpoczęciu własnej działalności¹⁷.

Aktywni przedsiębiorcy wskazują od lat na liczne bariery w prowadzeniu działalności gospodarczej, w pierwszym rzędzie na wadliwe prawodawstwo, a ich opinie są szeroko omawiane w mediach. Analiza tego materiału mogła budzić zniechęcenie i obawy przed trudnościami, z jakimi borykają się ci, którzy zdecydowali się na założenie firmy. Z drugiej strony, rząd powołany w połowie grudnia 2023 r. złożył biznesowi w czasie kampanii wyborczej wiele obietnic, szczególnie w zakresie poprawy prawodawstwa. Ich spełnienie niewątpliwie spotka się z aplauzem biznesu, a pozytywne opinie przedsiębiorców mogą mieć przełożenie na decyzje potencjalnych przedsiębiorców. Pół roku to jednak krótki okres, aby nowy rząd zrealizował wszystkie obietnice, a potencjalni młodzi przedsiębiorcy pozbyli się strachu. **Miejmy jednak nadzieję, że pierwszy od 2016 r. wzrost, choć nieznaczny (o 0,5 p.p. r/r), zapoczątkuje odwrócenie spadkowego trendu.** Czy i o ile wzrosły intencje proprzedsiębiorcze Polaków pokażą kolejne edycje badania.

¹⁶ Źródło: GUS, Stopa bezrobocia rejestrowanego w latach 1990-2024, 27.01.2025.

¹⁷ Patrz rozdział 1.4. Motywy podejmowania działalności gospodarczej.

1.3. Poziom przedsiębiorczości

Zgodnie z podejściem GEM¹⁸ miarą poziomu przedsiębiorczości danego kraju jest udział jego dorosłych mieszkańców, którzy zaangażowani są w organizowanie lub prowadzenie przedsięwzięć gospodarczych znajdujących się na różnych etapach rozwoju. Podejście to oznacza, że proces przedsiębiorczy rozpoczyna się jeszcze przed formalnym założeniem firmy.

Zaczynający i prowadzący działalność gospodarczą

W 2024 r. niemal 3% Polaków w wieku 18–64 l. było właścicielami młodych firm (działających na rynku krócej niż 3,5 roku¹⁹), a 13% prowadziło przedsiębiorstwa uznawane przez GEM za dojrzałe (utrzymujące się na rynku ponad 3,5 roku). Jednocześnie 1,4% dorosłych znajdowało się na etapie organizowania firmy (do 3 miesięcy na rynku), a 1,1% prowadziło nowe firmy (działające od 3 do 42 miesięcy). W przeliczeniu na liczbę dorosłych²⁰ oznacza to około 548 tys. osób prowadzących młode firmy i 2,8 mln osób – firmy dojrzałe. Warto jednak pamiętać, że wśród 548 tys. właścicieli młodych firm prawie 307 tys. to osoby na bardzo początkowym etapie działalności (do 3 miesięcy) oraz że jedna osoba może prowadzić więcej niż jedną firmę o różnym stażu na rynku.

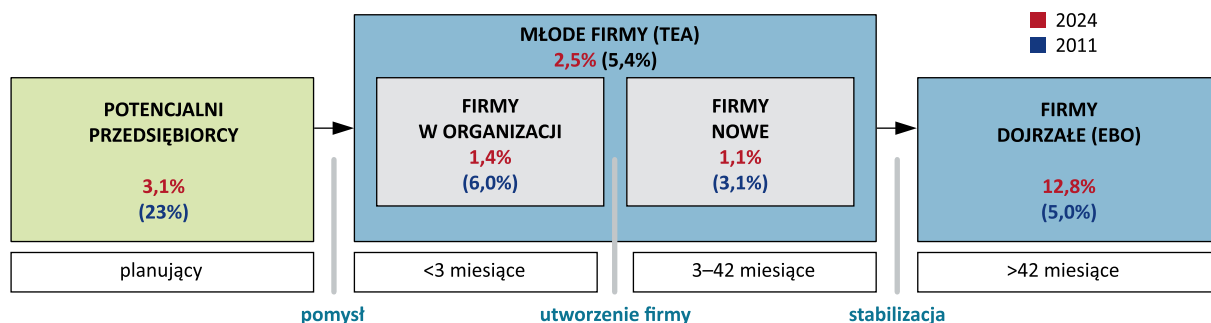
Od 2017 r. w Polsce obserwuje się przewagę firm dojrzałych nad młodymi, podczas gdy we wcześniejszych latach dominowała tendencja odwrotna (Wykres 1.7). **Obecnie na jednego właściciela młodej firmy przypada pięciu przedsiębiorców prowadzących dojrzałe firmy.** W 2023 r. relacja ta wynosiła 1/4, a w najstarszym 2022 r. – 1/6. Dla porównania, w początkowym 2011 r. na jednego właściciela dojrzałej firmy przypadały dwie osoby prowadzące młode przedsiębiorstwa.

¹⁸ Patrz Aneks metodologiczny.

¹⁹ Czas funkcjonowania na rynku mierzony jest w GEM przez deklarowany przez respondentów czas realizowania wypłat z tytułu prowadzonej działalności.

²⁰ Liczba osób dorosłych 18–59/64, stan w dniu 30 czerwca 2024 – 21 909 tys., źródło: Ludność. Stan i struktura oraz ruch naturalny w przekroju terytorialnym w 2024 r. Stan w dniu 30 czerwca, GUS, 2024.

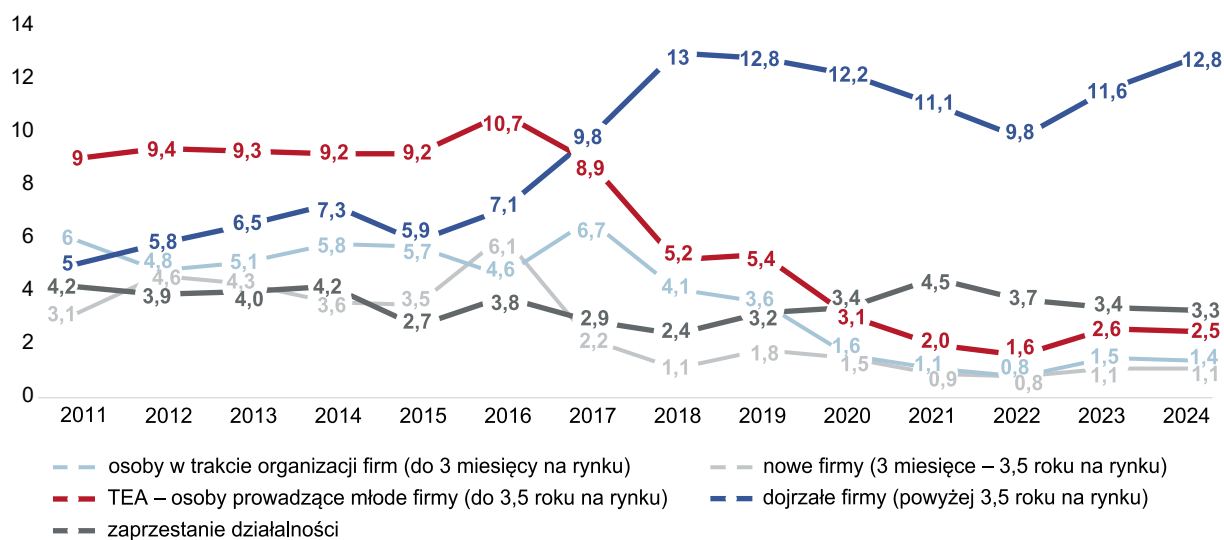
Rysunek 1.1. Model procesu przedsiębiorczego GEM w Polsce wraz ze wskaźnikami za 2024 vs. 2011 r. dot. udziałów osób planujących założyć działalność gospodarczą lub prowadzących ją określony czas w populacji osób w wieku 16–64 l.



Źródło: dane GEM 2011 i 2024 r., schemat na podstawie N. Bosma, D. Kelley, *Global Entrepreneurship Monitor 2018/2019 Global Report*, GERA 2019, s. 16.

W ciągu ostatnich 14 lat odsetek dorosłych Polaków prowadzących młode firmy zmniejszył się ponad trzykrotnie – z 9,1% do 2,5%. Jednocześnie udział osób prowadzących dojrzałe firmy wzrósł ponad dwukrotnie – z 5% do 12,8%. W porównaniu z poprzednią edycją z 2023 r., w roku 2024 udział firm dojrzałych ponownie wzrósł, osiągając poziom z przedpandemicznego 2019 r. Odmienna sytuacja dotyczy wczesnej przedsiębiorczości, której poziom utrzymuje się na zbliżonym, lecz nieco niższym poziomie niż w 2023 r.

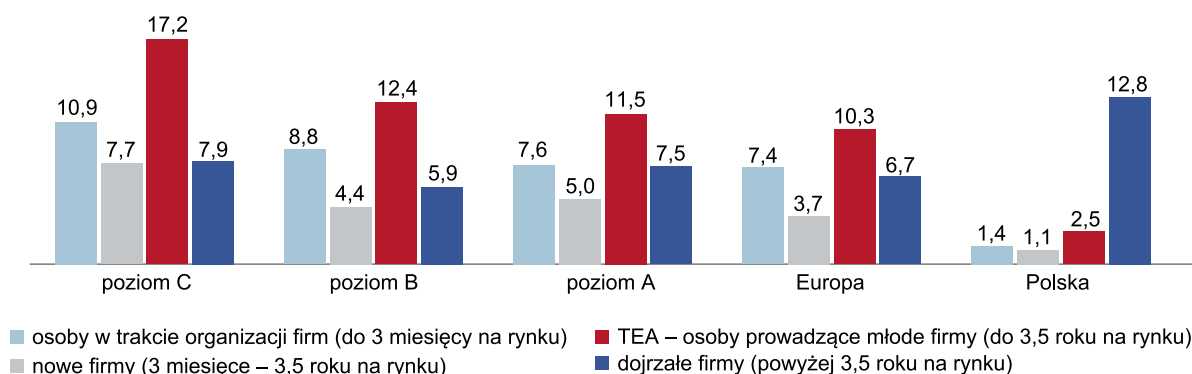
Wykres 1.7. Aktywność przedsiębiorcza w Polsce w latach 2011–2024 (% osób w wieku 18–64 l.)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

W Europie i pozostałych grupach państw odniesienia, młode firmy zazwyczaj dominują liczebnie nad dojrzałymi. Więcej jest też osób organizujących swoje biznesy, niż prowadzących je krótko (od 3 do 42 mies.). Najnowsze dane potwierdzają tę obserwację. Co więcej we wszystkich grupach państw poza najzamożniejszymi (poziom A), młodych firm jest średnio ponad dwa razy więcej niż dojrzałych (Wykres 1.8). **Z wynikiem 2,5% mieszkańców prowadzących młode firmy Polska w 2024 r. zajmuje ostatnie miejsce wśród 51 państw objętych badaniem GEM.** Państwa znajdujące się na kolejnych miejscach mają wyniki dwukrotnie wyższe – Rumunia (5,0%), Egipt i Kostaryka (po 5,2%) i Chiny (5,4%). Najwięcej młodych firm jest w Ekwadorze (34%), Chile (27%) i Arabii Saudyjskiej (26%). **Znacznie lepiej wypadamy za to pod względem poziomu dojrzałej przedsiębiorczości – wskaźnik 12,8% osób prowadzących firmy dłużej niż 3,5 roku daje Polsce 6. miejsce w globalnym zestawieniu**, którego liderami są Korea (22,3%) i Arabia Saudyjska (19,4%). Na drugim końcu zestawienia znajdują się Wenezuela (1,8%), Kostaryka (2%) i Kazachstan (2,6%).

Wykres 1.8. Poziom aktywności przedsiębiorczej w Polsce na tle średniej dla Europy oraz grup państw według poziomu dochodu w 2024 r. (% osób w wieku 18–64 l.)



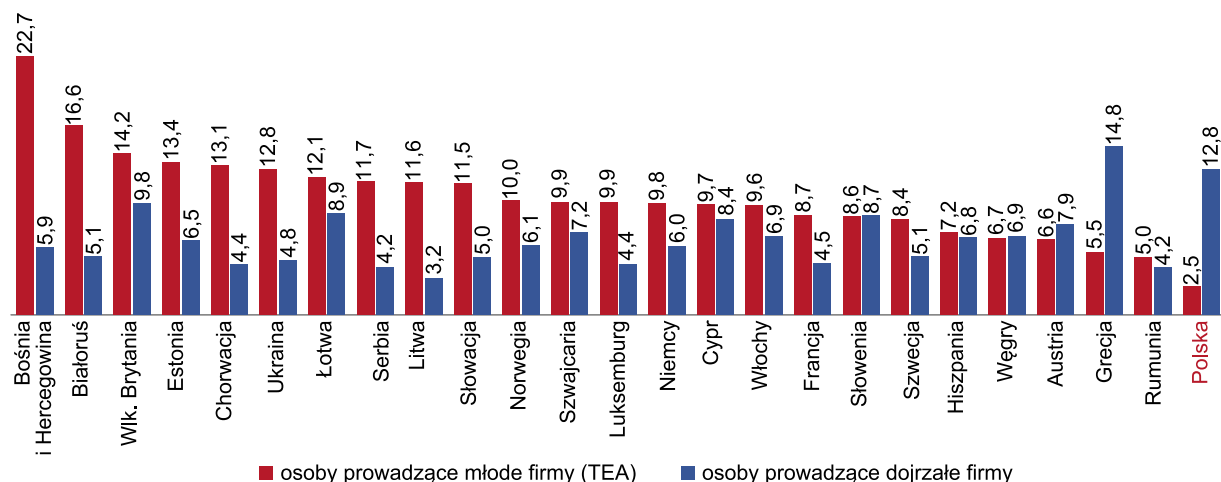
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Z 25 europejskich państw tylko w Polsce i Grecji znacząco więcej osób prowadzi dojrzałe firmy niż młode. W dwóch krajach – w Słowenii i na Węgrzech – udziały młodych i dojrzałych firm są podobne. W pozostałych 21 dominują osoby prowadzące młode firmy (Wykres 1.9).

Analiza aktywności przedsiębiorczej mieszkańców 20 państw Europy, które przeprowadziły badania w 2023 i 2024 r. wskazuje na wzrost tej aktywności w 19 krajach. Przy tym w dziewięciu z nich (Chorwacji, Estonii, Hiszpanii, Luksemburgu, Niemczech, Rumunii, Słowacji, Słowenii

i Wielkiej Brytanii) zwiększył się udział osób prowadzących zarówno młode firmy, jak i dojrzałe przedsiębiorstwa. W pozostałych dziesięciu wzrost dotyczył jednego ze wskaźników²¹.

Wykres 1.9. Poziom aktywności przedsiębiorczej w Europie w 2024 r. – osoby prowadzące młode i dojrzałe firmy (% osób w wieku 18–64 l.)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Rezygnacja z prowadzenia działalności gospodarczej i jej przyczyny

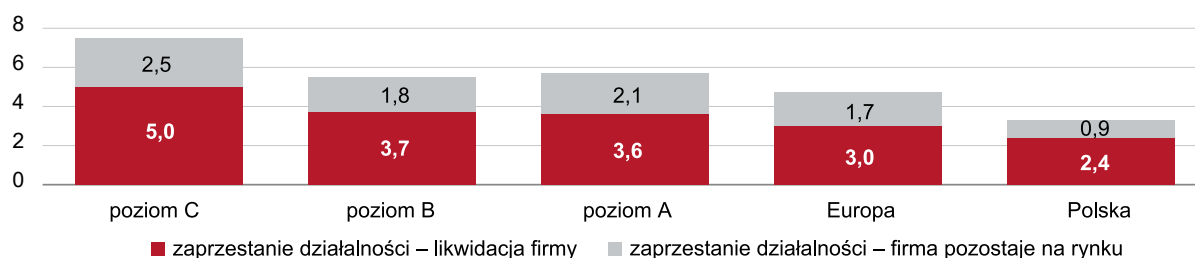
Ważnym aspektem badań prowadzonych w ramach GEM, oprócz śledzenia rozpoczynania działalności gospodarczej, jest analiza zaprzestawiania prowadzenia działalności i przyczyn tego zjawiska.

W Polsce w 2024 r. udział osób rezygnujących z prowadzenia działalności gospodarczej był na poziomie niższym niż we wszystkich trzech grupach państw odniesienia oraz w Europie. **W ciągu 12 miesięcy poprzedzających realizację badania z prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce wycofało się 3,3% osób. Dla porównania, średnia dla krajów europejskich wynosiła 4,7%.** W Polsce i Europie (a także w pozostałych grupach państw) wycofanie się z prowadzenia biznesu częściej wiąże się z likwidacją firmy niż z pozostawieniem jej na rynku. Przy tym relacja osób, które zrezygnowały z prowadzenia biznesu, ale zostawiły firmy działające vs. tych, którzy ją zlikwidowali jest mniej korzystna

²¹ Wzrost odsetka osób prowadzących młode firmy odnotowano w Norwegii, we Włoszech, na Cyprze, Litwie i Łotwie, a dojrzałych – w Grecji, Polsce, Szwecji, Szwajcarii i na Węgrzech.

– na 1 osobę pozostawiającą firmę na rynku przypadają niemal 3 likwidujące swoje przedsiębiorstwa wobec 1 do 2 w Europie i pozostałych grupach państw.

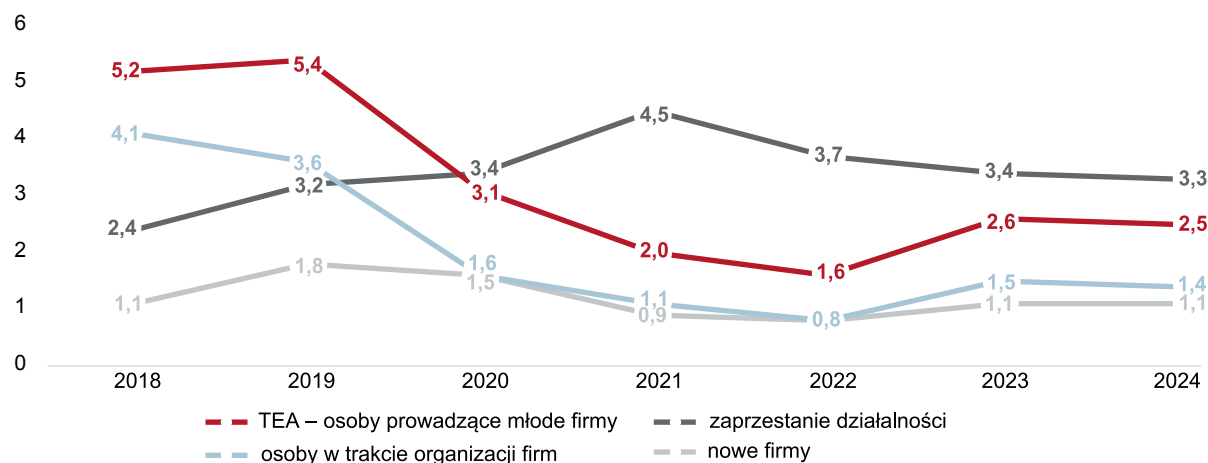
Wykres 1.10. Rezygnacja z prowadzenia biznesu w Polsce na tle średniej dla Europy oraz grup państw według poziomu dochodu – osoby, które w badaniu w 2024 r. zadeklarowały, że w ciągu ostatnich 12 miesięcy wycofały się z prowadzenia biznesu (% osób w wieku 18–64 l.)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

W ciągu ostatnich lat odsetek odchodzących z biznesu spadł z 4,5% w roku 2021 do 3,3% w roku 2024. Wzrósł przy tym poziom wczesnej przedsiębiorczości z 1,6% w roku 2022 do 2,5% w roku 2024. Oznacza to, że poziom odejść z biznesu w sytuacji likwidacji firmy (2,4%) właściwie zrównał się z poziomem wczesnej przedsiębiorczości TEA (2,5%). Odejścia z biznesu w sytuacji pozostania firmy na rynku (0,9% w 2024 r. i 2023 r., 1% w 2022 r.) mogą za to wpływać na zwiększenie zasobu osób prowadzących dojrzałe firmy, co skutkuje wzrostem tego wskaźnika z poziomu 9,8% w roku 2022 do 12,8% w roku 2024 (Wykres 1.7)

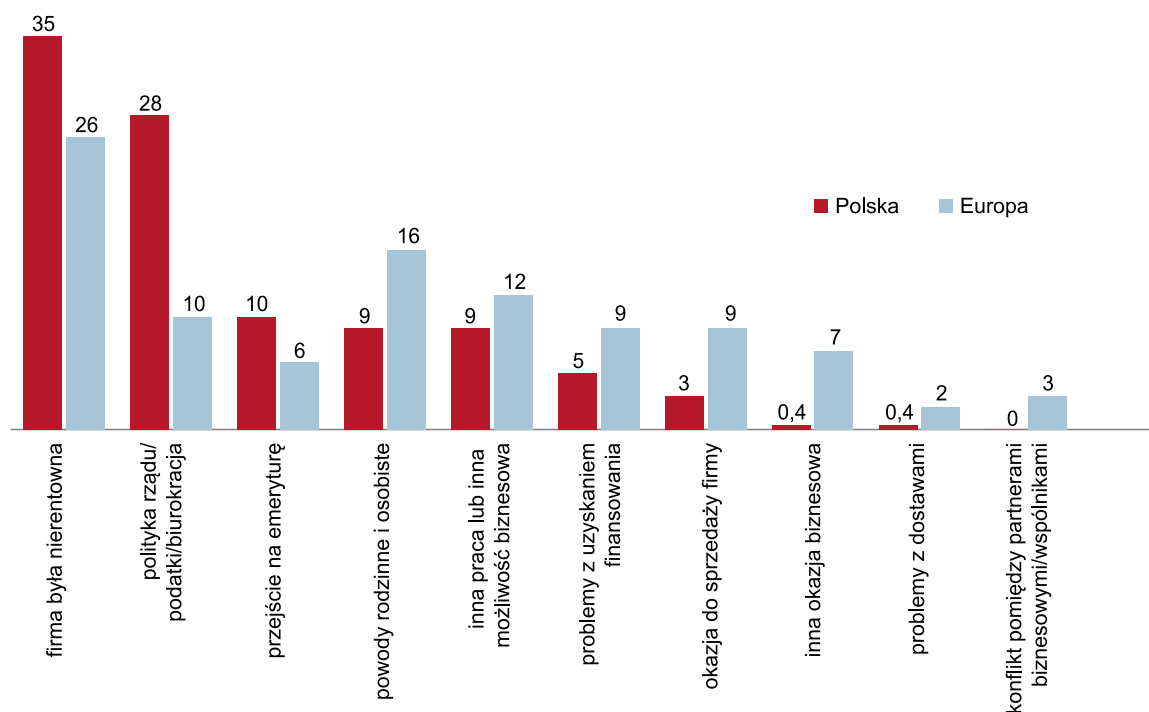
Wykres 1.11. Rezygnacja z prowadzenia biznesu w Polsce w latach 2018-2024 (% osób w wieku 18–64 l.)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Przedsiębiorcy odchodzą z biznesu z różnych przyczyn. **W Polsce najczęstsze są odejścia z powodu braku rentowności firmy (35,1% w porównaniu do 25,8% średnio w Europie), polityki rządu, podatków i biurokracji (27,9% w porównaniu do 10,2%) oraz z powodu przejścia na emeryturę (10,2% w porównaniu do 6,1%).** Rzadziej wskazywanymi w Polsce przyczynami są: okazja do sprzedaży firmy (2,6% do 8,9% w Europie), problemy z uzyskaniem finansowania (5,3% do 9%), inna praca lub inna możliwość biznesowa (8,7% do 12,1%), powody rodzinne i osobiste (9,4% do 16%), inna okazja biznesowa (0,4% do 7,2%), problemy z dostawami (0,4% do 2,3%) oraz konflikt pomiędzy partnerami biznesowymi (0% do 2,5%). **Biorąc pod uwagę ogólny wyższy poziom odejść z biznesu w Europie (4,7%) niż w Polsce (3,3%) trzeba stwierdzić, że jedynym motywem częściej podawanym w Polsce niż w Europie jest polityka rządu/podatki/biurokracja.** Szczególnie przy tym niepokojący jest bardzo niski poziom okazji do sprzedaży firmy oraz rezygnacji z powodu innej szansy biznesowej. Pewnym powodem do optymizmu jest za to praktyczny brak odejść z biznesu w Polsce z powodu problemów z dostawami.

Wykres 1.12. Przyczyny rezygnacji z prowadzenia biznesu w Polsce na tle średniej dla Europy w roku 2024 (% osób odchodzących z biznesu)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Brak rentowności firmy oraz niesprzyjająca polityka rządu, w tym kwestie podatkowe i biurokratyczne, to główne powody rezygnacji z prowadzenia działalności gospodarczej wskazywane przez byłych przedsiębiorców w Polsce, których znaczenie w dodatku systematycznie rośnie od co najmniej 2022 r. Tylko w 2024 r. problemy z rentownością wskazało dwa razy więcej respondentów niż w poprzedniej edycji badania, a wpływ czynników polityczno-regulacyjno-podatkowych – 2,5 razy więcej.

Tabela 1.2. Przyczyny wycofania się z działalności gospodarczej w Polsce w latach 2019–2024 (% osób, które zaprzestały prowadzenia działalności w okresie 12 mies. poprzedzających realizację badania)

Rok	Okazja do sprzedaży firmy	Firma była nierentowna	Problemy z uzyskaniem finansowania	Inna praca lub inna okazja biznesowa	Przejsście na emeryturę	Powody rodzinne i osobiste	Polityka rządu/ podatki/ biurokracja	Problemy z dostawami	Konflikt między partnerami biznesowymi/ wspólnikami
2019	5,6	21,1	9,6	10,0	6,8	13,6	13,2	b/d	b/d
2020	0,8	9,9	4,5	8,8	6,3	4,6	5,7	b/d	b/d
2021	1,7	4,7	2,0	6,4	14,9	11,2	2,8	b/d	b/d
2022	0,4	3,3	2,0	7,8	11,4	7,9	5,0	b/d	b/d
2023	1,8	17,9	5,9	7,3	11,7	8,1	10,6	0,4	b/d
2024	2,6	35,1	5,3	8,7	10,2	9,4	27,9	0,4	0,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

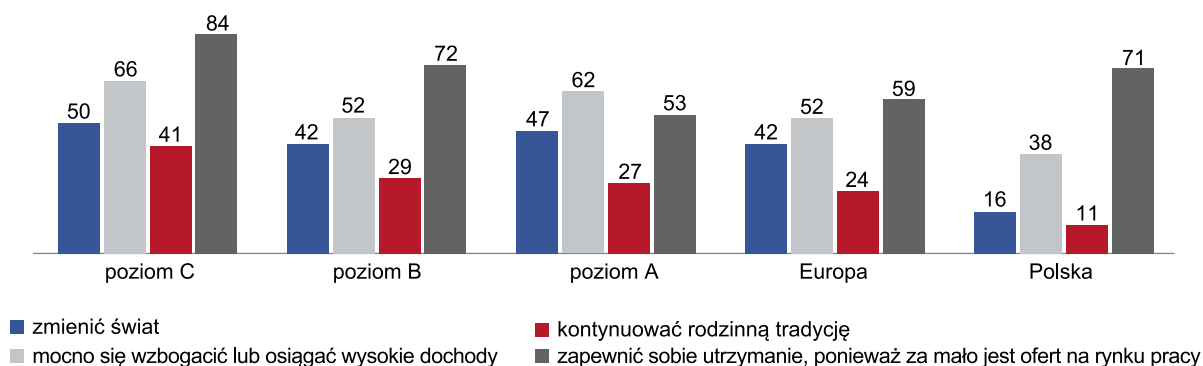
1.4. Motywy podejmowania działalności gospodarczej

Przedsiębiorcy różnią się między sobą w zakresie motywów rozpoczęcia działalności gospodarczej. GEM wyróżnia cztery motywy: chęć zmiany świata, osiąganie wysokich dochodów i wzbogacenie się, kontynuacja rodzinnej tradycji oraz zapewnienie sobie utrzymania w sytuacji niedostatku ofert na rynku pracy. Respondenci mogą przy tym wskazać więcej niż jedną motywację.

W Polsce szczególnie mało popularne w porównaniu z innymi krajami jest rozpoczynanie biznesu z potrzeby zmiany świata (16% w porównaniu ze średnią dla krajów europejskich 42%)

oraz kontynuowanie tradycji rodzinnej (11% vs. 24%). Brakuje zatem motywacji altruistycznej oraz wzorowania się na starszych pokoleniach w rozpoczynaniu działalności gospodarczej. Drugie zjawisko może być spowodowane luką w prowadzeniu prywatnej działalności gospodarczej w czasach PRL. Może to być częściowo również przyczyna pierwszego zjawiska – prowadzenie działalności gospodarczej wciąż jest postrzegane jako sposób na zapewnienie bezpieczeństwa ekonomicznego sobie i swojej rodzinie, a nie jako aktywność, która prowadzi do samospełnienia i poprawy świata. **Motywacja polegająca na osiągnięciu wysokich dochodów i bogaceniu się jest u nas również mniej powszechna niż w pozostałych krajach europejskich (Polska – 38%, Europa – 52%). Znacznie bardziej popularne jest za to zapewnienie sobie utrzymania w obliczu niedostatku ofert na rynku pracy (Polska – 71%, Europa – 59%).** Wyniki te wskazują, że Polakom w zakładaniu działalności gospodarczej chodzi przede wszystkim o źródło utrzymania, a nie o osiągnięcie wysokich dochodów, jest to zatem wyraz pewnego zakresu braku wyższych aspiracji ekonomicznych.

Wykres 1.13. Motywacje do zakładania działalności gospodarczej w Polsce na tle średniej dla Europy oraz grup państw według poziomu dochodu w 2024 r. (% osób prowadzących młode firmy – TEA)

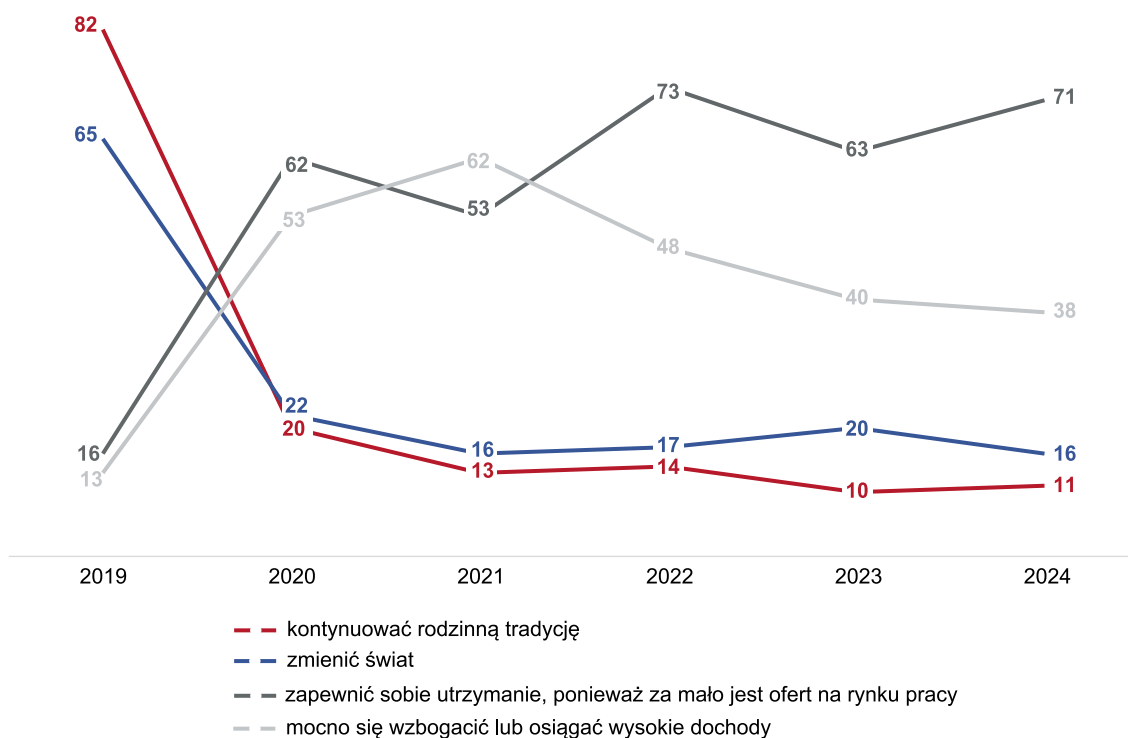


Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

W zmianie motywacji Polaków do zakładania własnego biznesu decydujący był rok 2020, co powiążane jest z pandemią COVID-19. Znacząco spadła wtedy motywacja zmiany świata oraz kontynuacji tradycji rodzinnej, natomiast mocno wzrosła motywacja związana z bogaceniem się i zapewnieniem sobie utrzymania. **Od roku 2022** dwie ostatnie motywacje, które do tej pory były na podobnym poziomie, zaczęły się różnicować – **coraz rzadziej właściciele młodych firm wskazują na chęć bogacenia się, a coraz częściej na zapewnienie sobie utrzymania w obliczu niedostatku ofert na rynku pracy.** Bardzo interesujące jest przy tym zestawienie

tego ostatniego wyniku z niskim bezrobociem w Polsce. Decydujący może tu być czynnik psychologiczny – Polacy, którzy ogólnie charakteryzują się wysokim stopniem unikania niepewności, mogą mieć obawę przed potencjalnym i przyszłym kryzysem na rynku pracy i mogą postrzegać zakładanie własnej firmy jako czynność wyprzedzającą i zapobiegawczą. Może to być również czynnik wzmacniający przedsiębiorczość hybrydową, czyli prowadzenie własnej firmy równoległe z zatrudnieniem etatowym, albo zróżnicowanie źródła dochodu między małżonkami i związaną z takim zabiegiem dywersyfikację i mityzację ryzyka.

Wykres 1.14. Zmiany motywów zakładania działalności gospodarczej w Polsce w latach 2019–2024 (% osób prowadzących młode firmy – TEA)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Motywacje właścicieli młodych firm w państwach Europy są silnie zróżnicowane. Najwięcej podmiotów założonych z powodu **chęci zmiany świata** jest na Węgrzech (69%), w Luksemburgu (58%) i Wielkiej Brytanii (57%); najmniej zaś – w Polsce (17%) oraz Serbii (23%) i Francji (25%). **Chęć wzbogacenia się** dominuje na Cyprze (88%) oraz w Białorusi (76%), najmniej powszechna jest w Norwegii (37%) i znów w Polsce (38%). **Kontynuacja rodzinnej tradycji** jest najsilniejszą motywacją w Bośni i Hercegowinie (39%) i we Włoszech

(35%). Najrzadziej zaś wskazywana jest w Polsce i na Węgrzech (po 11%). **Zapewnienie sobie utrzymania** przeważa w Rumunii (84%) i Bośni i Hercegowinie (78%), najmniej istotne jest w Norwegii (32%). Trzeba też powiedzieć, że w żadnym z państw, poza w pewnym stopniu Serbią, struktura motywacji nie jest tak niekorzystna jak w Polsce.

Tabela 1.3. Motywacje do zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej w Europie w 2024 r. (% osób prowadzących młode firmy – TEA)*

Państwo	Chęć zmiany świata	Chęć mocnego wzbogacenia się lub osiągnięcia wysokich dochodów	Chęć kontynuowania rodzinnej tradycji	Chęć zapewnienia sobie utrzymania, ponieważ za mało jest ofert na rynku pracy
Austria	38,1	43,94	22,21	53,61
Białoruś	37,0	76,40	20,77	53,30
Bośnia i Hercegowina	44,3	41,29	39,12	77,70
Cypr	48,0	87,77	21,10	57,06
Chorwacja	29,0	61,29	24,41	66,23
Estonia	34,59	39,94	16,55	53,97
Francja	24,87	43,43	25,84	53,41
Grecja	32,75	53,14	31,83	75,28
Hiszpania	40,09	39,04	18,00	52,42
Litwa	48,01	56,95	32,35	71,03
Luksemburg	57,89	51,79	21,64	37,88
Łotwa	33,48	45,46	30,10	56,95
Niemcy	45,27	64,37	26,34	52,52
Norwegia	39,89	36,47	22,56	31,88
Polska	16,41	38,27	11,22	71,44
Rumunia	55,40	55,02	30,68	84,20
Serbia	23,27	47,54	22,57	76,85
Słowacja	38,69	39,09	31,64	71,58
Słowenia	49,86	51,42	22,31	51,13
Szwajcaria	52,27	39,44	15,58	43,99
Szwecja	46,09	56,27	24,97	32,51
Ukraina	44,47	58,77	25,02	73,76
Węgry	68,57	38,93	11,38	51,14
Wielka Brytania	56,56	65,26	27,23	65,28
Włochy	36,71	58,48	34,56	59,07

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

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

1.5. Przedsiębiorczość kobiet i mężczyzn

W Polsce w 2024 r. 2 na 100 kobiet oraz niemal 3 na 100 mężczyzn prowadziło młode firmy (będące na rynku do 3,5 roku), właścielek i właścicieli dojrzałych firm było znacznie więcej – odpowiednio 12 i 13 na 100. Jak widać niezależnie od płci dominują firmy ustabilizowane, co więcej ich udział wzrósł w porównaniu z 2023 r., czego nie można powiedzieć o osobach prowadzących młode firmy, których udział nieznacznie spadł w każdej grupie.

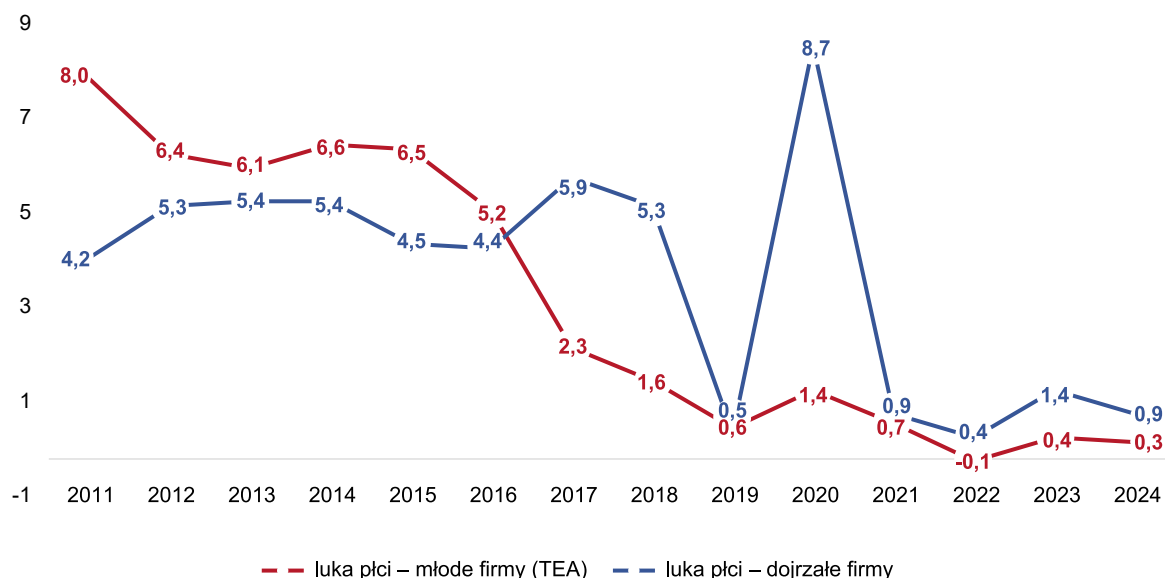
Tabela 1.4. Poziom aktywności przedsiębiorczej wśród kobiet i mężczyzn w Polsce w latach 2011–2024 (% osób prowadzących młode/dojrzałe firmy wśród kobiet/mężczyzn w wieku 18–64 l.)

Udział osób prowadzących młode lub dojrzałe firmy	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Młode firmy														
– kobiety	5,1	6,2	6,2	5,9	6,0	8,1	7,7	4,5	5,1	2,4	1,7	1,6	2,4	2,3
– mężczyźni	13,1	12,6	12,3	12,5	12,5	13,3	10,0	6,0	5,7	3,8	2,4	1,5	2,8	2,6
Dojrzałe firmy														
– kobiety	2,9	3,2	3,8	4,6	3,7	4,9	6,8	10,4	12,5	7,9	10,6	9,6	10,9	12,4
– mężczyźni	7,1	8,5	9,2	10,0	8,2	9,3	12,7	15,7	13,0	16,6	11,5	10	12,4	13,3

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Obecnie, podobnie jak w roku 2023, wśród właścicieli młodych firm występuje nieznaczna luka płci na korzyść mężczyzn. Dwie edycje wcześniej, tj. w roku 2022, mieliśmy do czynienia z sytuacją, w której większość właścicieli młodych firm stanowiły kobiety. Podobnie sytuacja kształtuje się wśród właścicieli dojrzałych firm. Luka płci wprawdzie zawsze występowała w tej grupie na korzyść mężczyzn, ale prawie zamknęła się w roku 2022, aby ponownie się rozszerzyć w 2023 r. W roku 2024 nastąpiło jej nieznacznie zwężenie i wynosi ona obecnie mniej niż jeden punkt procentowy.

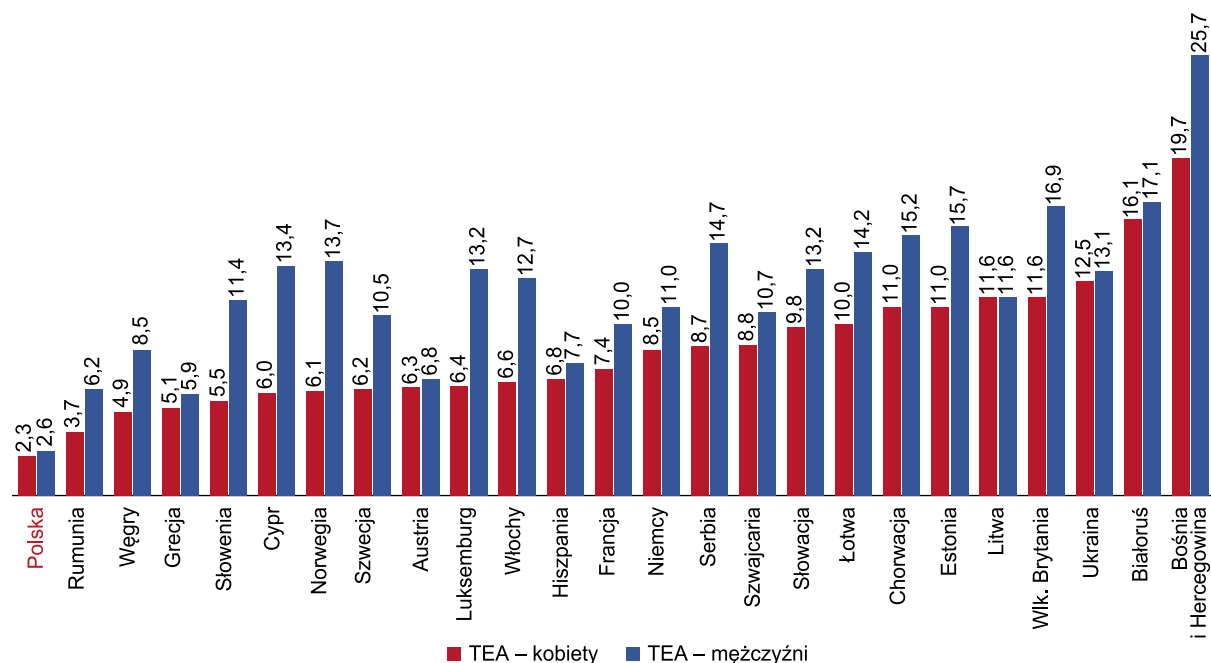
Wykres 1.15. Bezwzględna luka płci wśród właścicieli młodych i dojrzałych firm w Polsce w latach 2011–2024 (p.p.)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Biorąc pod uwagę kraje europejskie uczestniczące w badaniu, najwyższa bezwzględna luka płci wśród właścicieli młodych firm występuje w Norwegii (7,6 p.p.), na Cyprze (7,3 p.p.) i Luksemburgu (6,8 p.p.). W krajach tych mężczyźni dwukrotnie częściej niż kobiety są właścicielami młodych firm. Spośród krajów pozaeuropejskich jeszcze wyższa luka płci występuje w Armenii (9,1 p.p.), ale ze względu na ogólnie wyższy poziom wczesnej przedsiębiorczości w tym kraju mężczyźni są o 70% bardziej skłonni do zakładania i prowadzenia młodych firm. Na drugim końcu spektrum znajdują się kraje, w których większość właścicieli młodych firm stanowią kobiety. W 2024 r. były trzy takie kraje: Tajlandia, Zjednoczone Emiraty Arabskie oraz Meksyk. W Tajlandii zjawisko to obserwujemy od dłuższego czasu i wynika ono z istniejącego tam modelu rodziny. W Meksyku oraz krajach arabskich również występuje od jakiegoś czasu.

Wykres 1.16. Udział osób prowadzących **młode firmy** w Europie w 2024 r. w podziale na płeć (% kobiet/mężczyzn w wieku 18–64 l.)

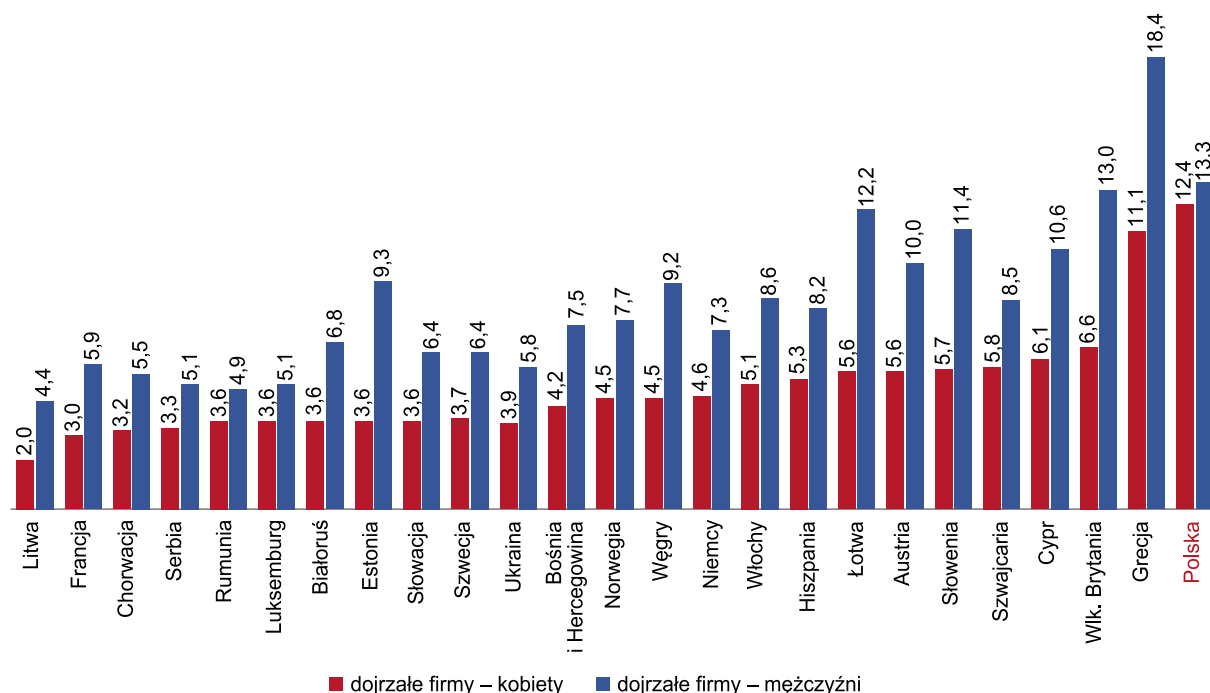


Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Nieco inaczej w skali świata wygląda luka płci wśród właścicieli dojrzałych firm. Typowym zjawiskiem jest powiększanie się luki płci w krajach arabskich. Równowaga między płciami w okresie zakładania i rozwoju firmy nie przekłada się na podobne zrównoważenie w okresie dojrzałości firm. Równowaga taka zachodzi natomiast w Tajlandii, gdzie kobiety mają przewagę nad mężczyznami również wśród właścicieli firm starszych niż 3,5 roku. Największa dysproporcja na korzyść mężczyzn występuje natomiast w wartościach bezwzględnych w Gwatemali, Arabii Saudyjskiej i Korei Południowej (odpowiednio 8,8 p.p., 8,0 p.p. i 7,4 p.p.), a w relacji względnej w Egipcie, gdzie dziesięciokrotnie więcej mężczyzn niż kobiet prowadzi dojrzałe firmy.

Jeśli chodzi o Europę we wszystkich państwach udział kobiet prowadzących dojrzałe firmy jest niższy niż mężczyzn będących właścicielami tego typu podmiotów. Jedynym państwem, gdzie te udziały są zbliżone, jest Polska (a luka wynosi tylko 0,9 p.p.). Niewielka przewaga mężczyzn przedsiębiorców nad kobietami występuje też w Rumunii i Luksemburgu (luka wynosi niewiele ponad 1 p.p.). Z kolei w Grecji, na Łotwie i w Wielkiej Brytanii luka płci wśród dojrzałych firm jest największa – przedsiębiorczyń jest znacznie mniej niż przedsiębiorców (odpowiednio o 7,1 p.p., 6,6 p.p. i 6,4 p.p.).

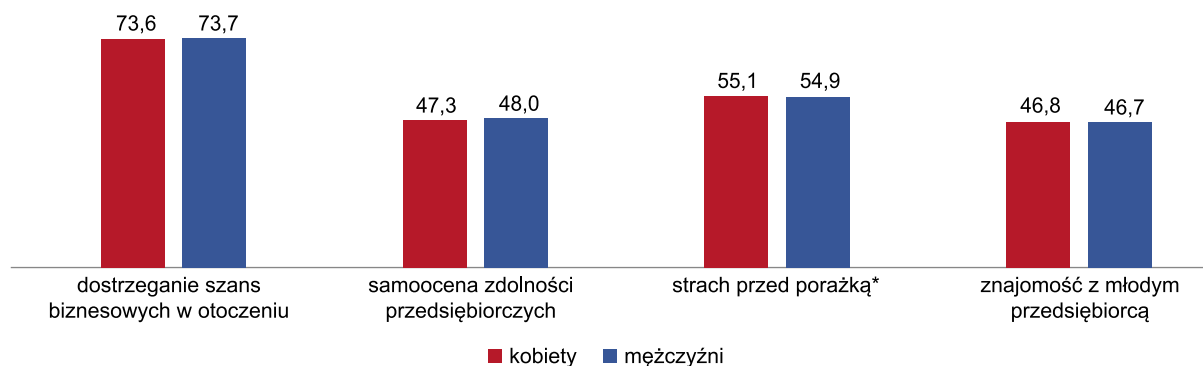
Wykres 1.17. Udział osób prowadzących **dojrzałe firmy** w Europie w 2024 r. w podziale na płeć (% kobiet/mężczyzn w wieku 18–64 l.)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Postawy kobiet i mężczyzn wobec przedsiębiorczości

Niewielką lukę płci w Polsce – zarówno w zakresie właścicieli młodych firm, jak i dojrzałych – widać również w niemal identycznych wynikach kobiet i mężczyzn w zakresie dostrzegania szans biznesowych, samooceny zdolności przedsiębiorczych, strachu przed potencjalnym niepowodzeniem czy znajomości przedsiębiorcy, który rozpoczął biznes w ciągu ostatnich dwóch lat. We wszystkich tych postawach różnica między kobietami i mężczyznami w Polsce jest mniejsza niż jeden punkt procentowy i mieści się w granicach błędu statystycznego.

Wykres 1.18. Postawy Polek i Polaków względem przedsiębiorczości (% osób w wieku 18–64 l.)²²

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM; * patrz przypis 22.

W porównaniu z 2023 r., w ostatnim roku przy równie dobrej ocenie warunków do prowadzenia działalności, wzrosło przekonanie Polek o dysponowaniu wystarczającymi umiejętnościami i doświadczeniem do prowadzenia biznesu (o 2,1 p.p.), nastąpiła też korzystna zmiana, jeśli chodzi o wpływ obawy przed niepowodzeniem jako czynnika powstrzymującego przed założeniem firm (spadek o 2,2 p.p.). W przypadku mężczyzn odnotowano nieznaczny spadek samooceny zdolności przedsiębiorczych (o 2,9 p.p.), pozostałe wskaźniki utrzymały się na niezmiennym poziomie w porównaniu z poprzednią edycją badania.

Analizując dane dla państw Europy widzimy, że w 2024 r., podobnie jak rok wcześniej, **znacznie więcej Polek i Polaków niż przeciętnie mieszanek i mieszkańców Europy pozytywnie oceniało warunki do założenia biznesu (mniej więcej 3 na 4 Polki/Polaków vs. około 1 na 2 Europejki/Europejczyków)**²³, przy równym (w przypadku kobiet) lub niższym (w przypadku mężczyzn) udziale osób uważających, że posiadają odpowiednią wiedzę, umiejętności,

²² W tym rozdziale wartość wskaźnika „strach przed porażką”, będącego wyrazem obawy przed podjęciem ryzyka nieodniesienia sukcesu, odnosi się do całej populacji kobiet i mężczyzn w wieku 18–64 l., a nie – jak w rozdziale 1.2. – do osób w wieku 18–64 l., które dostrzegają szanse na rozpoczęcie biznesu w swoim otoczeniu.

²³ Na tle krajów europejskich biorących udział w tegorocznej edycji projektu, Polska wypada najbardziej optymistycznie pod kątem dostrzegania szans biznesowych w otoczeniu. Na drugim biegunie jest Hiszpania, gdzie taką możliwość widzi jedynie 33% mężczyzn i 26% kobiet. Dodatkowo, warto zauważyć, że w 2024 r. jedynie w Białorusi i na Łotwie odsetek kobiet dostrzegających możliwości biznesowe w otoczeniu był wyższy niż odsetek mężczyzn (przy czym różnica nie przekraczała 2 p.p.). W Grecji, Polsce i Słowacji kobiety i mężczyźni nie różnili się pod względem ocen otoczenia. W pozostałych państwach to mężczyźni nieco częściej dostrzegali okazje biznesowe.

kompetencje i/lub doświadczenie do prowadzenia tego typu działalności²⁴. Polki i Polacy przeciętnie częściej niż mieszkanki i mieszkańcy Europy odczuwali strach przed poniesieniem porażki, stanowiący barierę dla podjęcia decyzji o rozpoczęciu działalności biznesowej – przy czym różnica jest większa w przypadku mężczyzn (7 p.p.) niż kobiet (1 p.p.)²⁵.

Tabela 1.5. Postawy przedsiębiorcze kobiet i mężczyzn w Polsce na tle średniej dla Europy oraz grup państw według poziomu dochodu w 2024 r. (% kobiet/mężczyzn w wieku 18–64 l.)

Postawa	Poziom C	Poziom B	Poziom A	Europa	Polska
Dostrzeganie szans biznesowych					
– kobiety	61	54	50	46	74
– mężczyźni	61	55	55	50	74
Samoocena zdolności przedsiębiorczych					
– kobiety	65	56	47	47	47
– mężczyźni	74	65	61	59	48
Strach przed porażką					
– kobiety	54	49	51	54	55
– mężczyźni	49	45	46	47	54

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

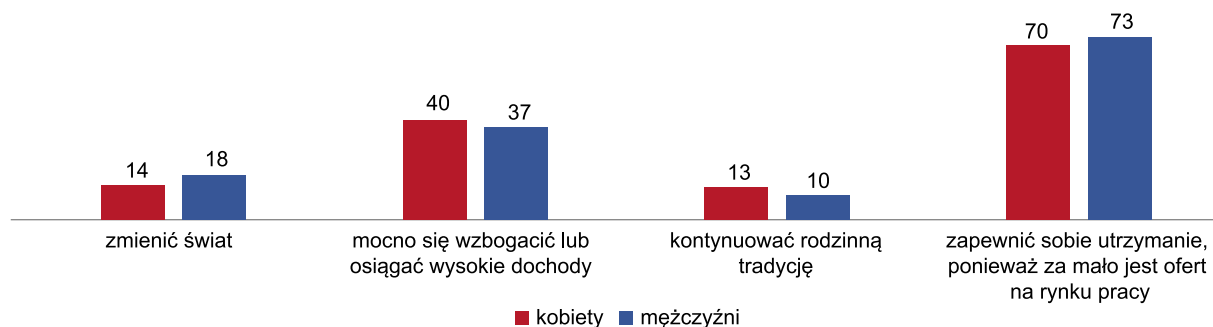
Motywy skłaniające kobiety i mężczyzn do zakładania firm

Wśród kobiet i mężczyzn w Polsce powody podejmowania działalności są bardzo podobne. Zauważalne różnice w motywacjach spowodowane są ogólną, nieznaczną luką płci w Polsce. Panowie nieznacznie częściej zakładają biznes z chęci zmiany świata oraz zapewniania sobie i swojej rodzinie utrzymania w obliczu niedostatku ofert pracy, natomiast panie nieznacznie częściej zakładają biznes dla mocnego wzbogacenia się i osiągnięcia wysokich dochodów oraz dla kontynuacji tradycji rodzinnej.

²⁴ Na uwagę wśród analizowanych krajów Europy zasługuje Chorwacja, w której 67% kobiet i 81% mężczyzn dostrzega u siebie zdolności przedsiębiorcze. We wszystkich krajach europejskich udział mężczyzn widzących swój potencjał przedsiębiorczy jest wyższy niż udział kobiet, przy czym w 9 krajach na 25 jest to różnica nie większa niż 10 p.p., a w trzech (Szwecja, Niemcy, Norwegia) – na poziomie 20–21 p.p.

²⁵ Krajami europejskimi z najniższymi udziałami osób, które przyznają, że nie założyłyby firmy z powodu obawy przed porażką są: Słowacja i Norwegia (odsetki wśród mężczyzn na poziomie odpowiednio: 36% i 39%, a wśród kobiet: 46% i 40%). We wszystkich krajach Europy – poza Polską, Grecją i Norwegią, gdzie kobiety i mężczyźni równie często odczuwają strach przed niepowodzeniem – udział kobiet z obawami przedsiębiorczymi jest wyższy niż udział mężczyzn.

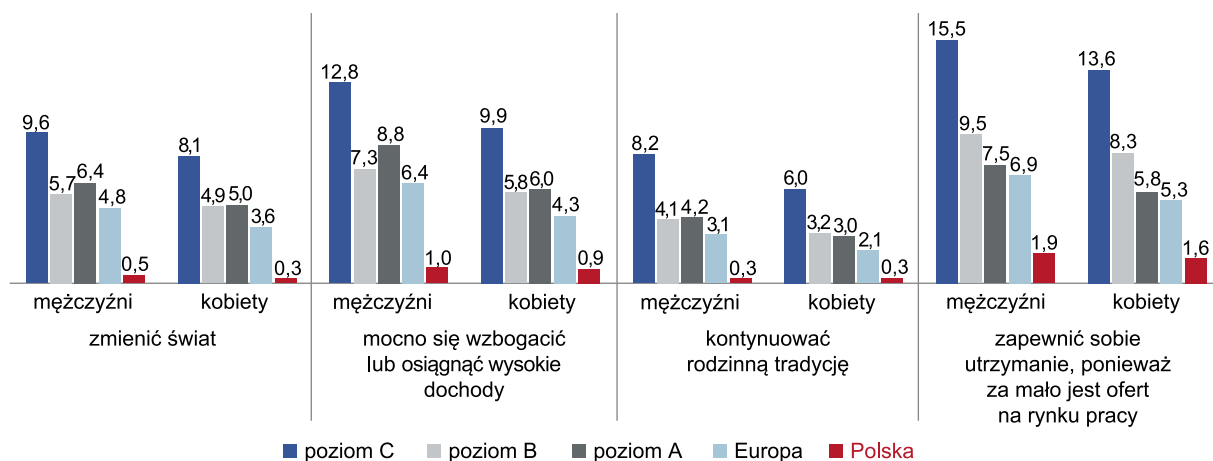
Wykres 1.19. Motywacje kobiet i mężczyzn do zakładania działalności gospodarczej w Polsce (% kobiet/mężczyzn prowadzących młode firmy – TEA)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Najczęstszym powodem zakładania działalności gospodarczej wskazywanym w 2024 r. przez kobiety i mężczyzn niezależnie od ich miejsca zamieszkania była potrzeba zapewnienia sobie utrzymania z powodu braku ofert pracy, a w drugiej kolejności – chęć wzbogacenia się. Przy tym wskazania na te powody są najwyższe w grupie państw najmniej zamożnych (poziom C) oraz wśród mężczyzn. Rzadziej wskazywano na czynnik altruistyczny (chęć zmiany świata) czy kontynuowanie tradycji rodzinnej. Struktura motywacji wskazywanej przez Polki i Polaków nie odbiega od tego schematu, jednocześnie wskazania dla poszczególnych powodów, które skłoniły ich do założenia firmy, są podobne.

Wykres 1.20. Motywacje kobiet i mężczyzn do zakładania działalności gospodarczej w Polsce na tle średniej dla Europy oraz grup państw według poziomu dochodu w 2024 r. (% kobiet/mężczyzn w wieku 18–64 l.)

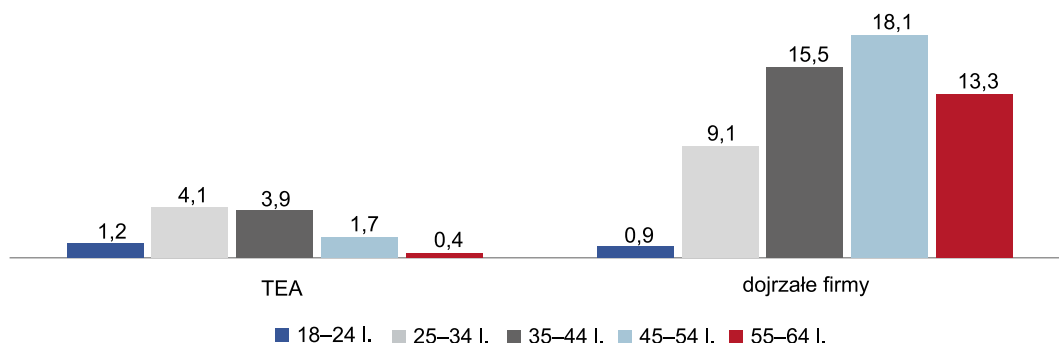


Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

1.6. Przedsiębiorczość w grupach wiekowych

W Polsce kolejny rok z rzędu występuje niekorzystna sytuacja w zakresie wczesnej przedsiębiorczości osób po osiągnięciu określonego wieku. **Najwyższy odsetek właścicieli młodych firm występuje w grupach wiekowych 25–34 l. (4,1%) oraz 35–44 l. (3,9%).** Wśród osób w wieku 45–54 l. wartość odsetka spada do 1,7%, a w grupie wiekowej 55–64 l. do 0,4%. **W przypadku dojrzałych firm** sytuacja jest nieco inna. **Najczęściej ich właścicielami są osoby między 45. a 54. r.ż.** (18,1% tych osób jest właścicielami dojrzałych firm), rzadziej są to osoby między 35. a 44. r.ż. (15,5%) i między 55. a 64. r.ż. (13,3%). Stosunkowo najmniej właścicieli dojrzałych firm jest w grupach młodszych: 25–34 l. (9,1%) i 18–25 l. (0,9%). **Wydaje się zatem, że niska aktywność przedsiębiorcza osób po 45. r.ż. w Polsce jest jedną z barier rozwojowych przedsiębiorczości.** Mimo że wiele osób po 45. r.ż. prowadzi już firmy, warto zastanowić się nad prowadzeniem działań aktywizujących w tej grupie wiekowej. Mogą one być skierowane nawet do osób już prowadzących działalność, a zdolnych prowadzić następną. Osoby te są bardzo wartościowe ze względu na doświadczenie i umiejętności.

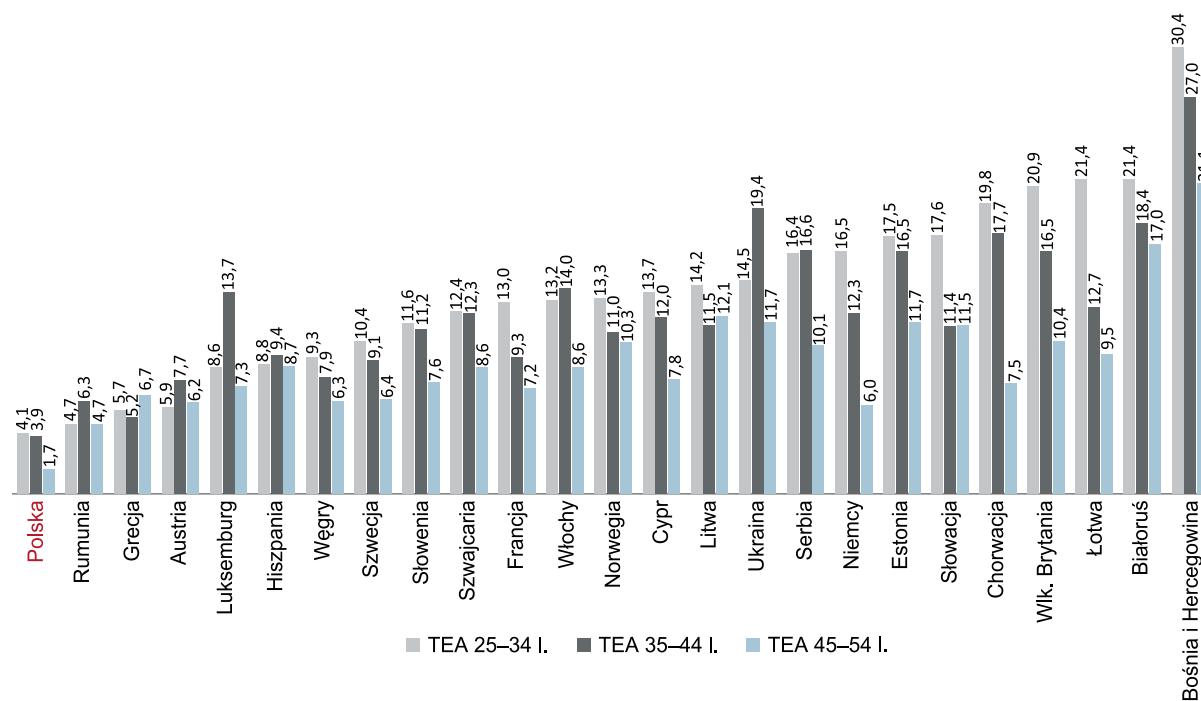
Wykres 1.21. Przedsiębiorczość w Polsce w grupach wiekowych w 2024 r. (% osób w wieku 18–64 l.)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Spadek przedsiębiorczości po 45. r.ż. jest zjawiskiem powszechnym, ale rzadko osiąga takie rozmiary jak w Polsce. Poziom wczesnej przedsiębiorczości (tj. udział osób prowadzących młode firmy) w Polsce we wszystkich grupach wiekowych jest najniższy w Europie, ale o ile w grupie 25–34 l. niewiele odstaje od kolejnych krajów o najniższym poziomie (Polska – 4,1%, Rumunia – 4,7%, Grecja – 5,7%, Austria – 5,9%), o tyle w grupie wiekowej 45–54 l. Polacy osiągają wynik prawie trzykrotnie niższy od kolejnego kraju (Polska – 1,7%, Rumunia 4,7%).

Wykres 1.22. Wczesna przedsiębiorczość w grupach wiekowych w państwach Europy (% osób dorosłych)



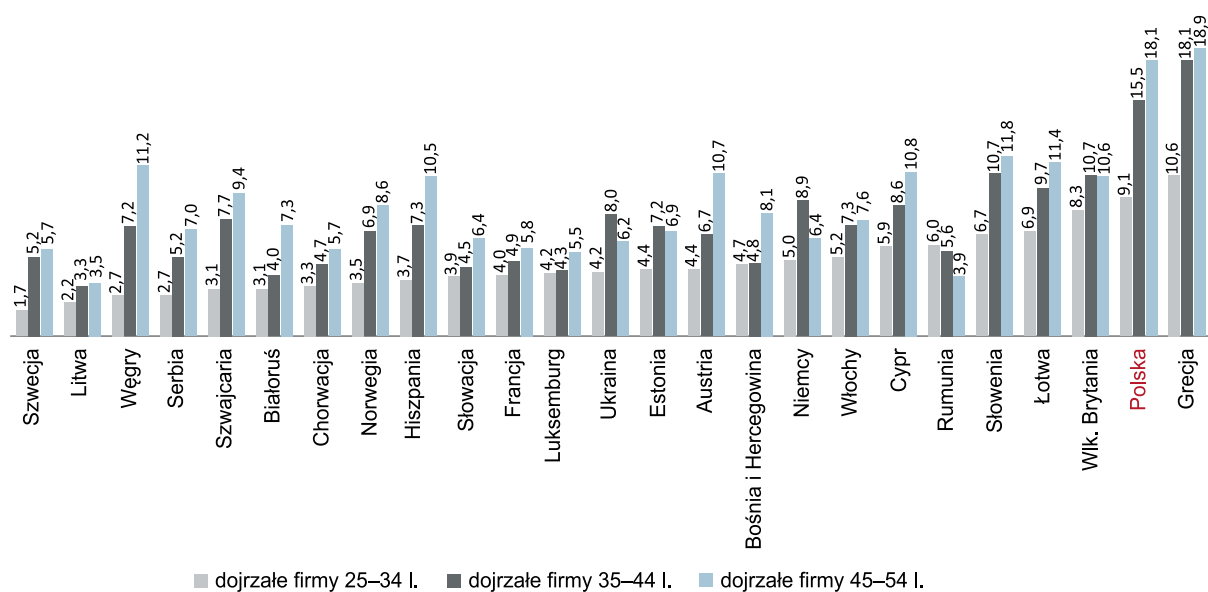
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Warto również odnotować bardzo niski wskaźnik wczesnej przedsiębiorczości wśród najmłodszych Polaków (18–25 l. – 1,2%). Nie jest to zjawisko występujące powszechnie. Kolejnymi europejskimi krajami z tak niskim wskaźnikiem młodych firm (TEA) wśród najmłodszych dorosłych są: Węgry (4,7%), Hiszpania (5,6%), Szwajcaria (5,9%) i Grecja (6,3%), ale nawet na Węgrzech wskaźnik ten jest czterokrotnie wyższy niż w Polsce. Są natomiast kraje, gdzie najmłodszy dorośli są najbardziej przedsiębiorczy ze wszystkich grup wiekowych. Do takich krajów należą: Luksemburg, Rumunia, Słowenia, Szwecja i Wielka Brytania. Polska ma zatem także w tym zakresie duży dystans do nadrobienia. Wiele w tym przypadku może zależeć od edukacji przedsiębiorczości. Analiza podstawy programowej przedmiotu „Biznes i zarządzanie” nauczanego w szkołach ponadpodstawowych, który zastąpił wcześniejszy przedmiot „Podstawy przedsiębiorczości” wskazuje, że treści odnoszące się do przedsiębiorczości nadal nie są dostatecznie rozwinięte.

Polska należy natomiast do krajów, w których poziom własności dojrzałych firm jest prawie najwyższy w Europie w niemal wszystkich grupach wiekowych. Dla mieszkańców w wieku

25–54 l. wyższe wyniki odnotowuje jedynie Grecja, a dla mieszkańców w wieku 55–64 l.: Grecja i Cypr. Najmłodszy Polacy pozostają jednak w tym zakresie w tyle za mieszkańcami innych krajów. W najmłodszej grupie jedynie co setny Polak posiada dojrzałą firmę. Najwyższe wyniki w tym zakresie odnotowują Grecja (12%) i Wielka Brytania (11%), choć trzeba przyznać, że istnieją kraje, gdzie najmłodszy dorośli w ogóle nie zarządzają dojrzałymi firmami (Słowenia i Węgry).

Wykres 1.23. Dojrzała przedsiębiorczość w grupach wiekowych w państwach Europy (% osób dorosłych)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

1.7. Stosunek przedsiębiorstw do zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialności społecznej

Świadomość społecznej i środowiskowej odpowiedzialności polskich przedsiębiorców jest niemal powszechna. Niezależnie od czasu funkcjonowania na rynku, **ok. 90% przedstawicieli firm deklaruje każdorazowe rozważanie skutków podejmowanych decyzji biznesowych dla społeczeństwa i/lub środowiska**²⁶. O ile w przypadku dojrzałych przedsiębiorców (działających na rynku co najmniej 3,5 roku) obserwuje się pewnego rodzaju nasycenie (kolejny rok z rzędu notowane udziały są właściwie stabilne), o tyle w grupie młodych przedsiębiorców (funkcjonujących na rynku co najwyżej 3,5 roku) widać pewne zmiany. **Kwestie środowiskowe są brane pod rozagę przez jeszcze większą grupę młodych przedsiębiorców – ponownie zwiększył się udział (z 89% w 2023 r. do 92% w 2024 r.) liczących się z kwestiami stricte środowiskowymi przy podejmowaniu decyzji o działaniach firmy**²⁷. Drugi rok z rzędu reprezentanci młodych firm częściej wskazywali na troskę o aspekty środowiskowe niż aspekty społeczne (kolejno: 92% i 87%)²⁸.

Polska zdecydowanie wyróżnia się na tle pozostałych biorących udział w badaniu krajów Europy. Nie tylko w obu analizowanych aspektach średnie dla Polski są wciąż znacznie wyższe niż średnie dla Europy, ale też Polska właściwie pozostaje liderem²⁹ w zakresie deklaracji odnoszących się do rozważania kwestii środowiskowych i społecznych podczas podejmowania decyzji biznesowych³⁰. W żadnym innym kraju Europy odsetek dotyczący tych kwestii nie osiągnął 90%.

²⁶ Przez społeczne skutki należy rozumieć m.in. wpływ na zdrowie, bezpieczeństwo, jakość warunków pracy, otwarte i niewykluczające środowisko pracy, dostęp do edukacji, mieszkalnictwo czy transport, natomiast skutki dla środowiska m.in. wpływ na zachowanie obszarów zielonych, redukcję gazów cieplarnianych i toksycznych, selektywną zbiórkę odpadów, racjonalne zużycie wody, elektryczności i paliw.

²⁷ W 2022 r. odsetek ten wyniósł 84%, a w 2021 r.: 85%.

²⁸ W grupie dojrzałych firm konsekwentnie od początku prowadzenia pomiaru (od 2021 r.) tendencja jest odwrotna – częściej rozważane są skutki społeczne niż środowiskowe, aczkolwiek nigdy ta różnica nie była spektakularnie duża (raczej na poziomie od 1 p.p. do 2 p.p.).

²⁹ Jedynie w grupie młodych przedsiębiorców w temacie rozważania społecznych skutków decyzji o 1 p.p. wyższy wynik notują Słowacy.

³⁰ Cypr wciąż notuje najniższe wyniki wśród krajów Europy biorących udział w badaniu, aczkolwiek obserwuje się znaczną zmianę w stosunku do 2023 r. Obecnie, niezależnie od aspektu (działania środowiskowe vs. społeczne) czy długości okresu działania na rynku (firma młoda vs. dojrzała), wyniki Cypru są w granicach 41–44%. W 2023 r. były na poziomie 12–16%.

Biorąc pod uwagę klasyfikację państw do grup ze względu na poziom dochodów, tendencja obserwowana w poprzednich latach jest niezmienna – niezależnie od czasu funkcjonowania firmy na rynku można stwierdzić, że wraz ze wzrostem zamożności krajów maleje udział przedsiębiorców rozważających skutki społeczne czy środowiskowe podejmowanych działań biznesowych.

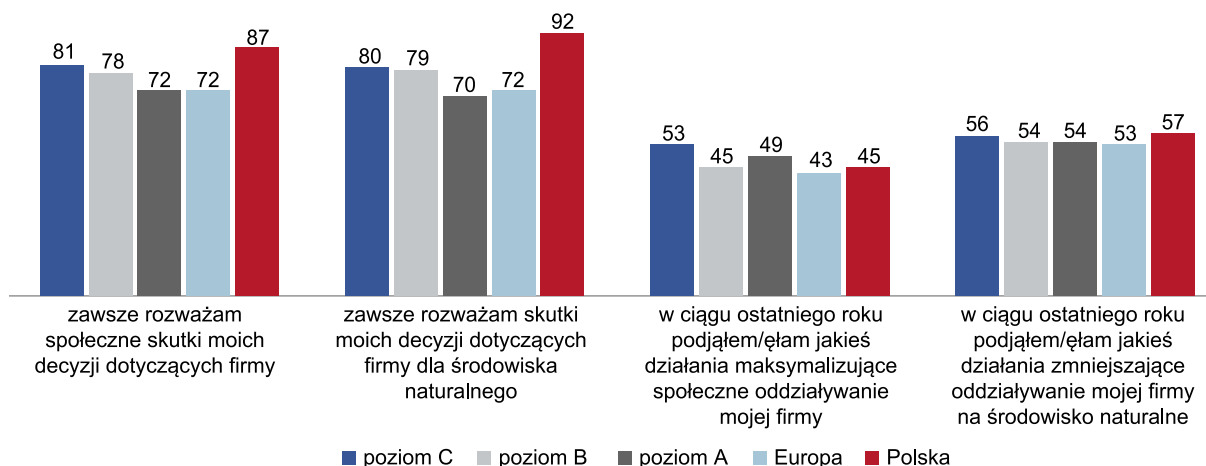
Z niemal powszechną deklaracją rozważania skutków działań biznesowych nie idzie w parze aktywne podejmowanie działań prospołecznych lub prośrodowiskowych – jest ono znacznie rzadziej deklarowane (działania prospołeczne przez 45% młodych firm i 77% firm dojrzałych; działania prośrodowiskowe przez 57% młodych firm i 65% firm dojrzałych). Wyniki obserwowane w 2022 r. niosły nadzieję na wzrost świadomości i poprawę aktywności, ale ani dane z 2023 r., ani najnowsze (z 2024 r.) nie wskazują na spektakularne zmiany „in plus”. **Patrząc na grupę przedsiębiorców działających na rynku krócej niż 3,5 roku, o ile poziom deklarujących minimalizację negatywnego wpływu firmy na środowisko naturalne znacząco się nie zmienił³¹, to ponownie wyraźnie zmalał udział młodych firm deklarujących działanie na rzecz społeczeństwa (do 45% vs. 52% w 2023 r., 60% w 2022 r. i 58% w 2021 r.). W grupie przedsiębiorców dłużej działających na rynku jest odwrotnie – już trzeci rok z rzędu odsetek przedsiębiorców maksymalizujących społeczne oddziaływanie firmy jest względnie stabilny (utrzymuje się na poziomie 76–77%), natomiast udział minimalizujących wpływ środowiskowy spadł do 65%, a więc do poziomu obserwowanego w 2021 roku³².** Przedsiębiorcy działający na rynku dłużej (ponad 3,5 roku) – podobnie jak w ubiegłych latach – częściej stawiają na działania prospołeczne niż prośrodowiskowe, jednocześnie w obu dziedzinach, wedle deklaracji, są bardziej aktywni niż młode firmy.

Jeżeli chodzi o deklaracje podejmowania przez przedsiębiorców jakichkolwiek działań prospołecznych w analizowanych krajach europejskich, wśród młodych firm liderami są przedsiębiorcy z Luksemburga (56%), a wśród dojrzałych – z Polski (77%). W grupie firm działających na rynku do 3,5 roku bardziej aktywni niż w pozostałych krajach Europy są również przedsiębiorcy z Bośni i Hercegowiny, Wielkiej Brytanii i Ukrainy (54–55%), a wśród działających dłużej niż 3,5 roku – Ukrainy (66%). W kwestii działań prośrodowiskowych, wśród firm krócej działających na rynku (do 3,5 roku), przodują przedsiębiorcy z Ukrainy oraz Bośni i Hercegowiny (kolejno: 69% i 65% wskazań). Wśród dojrzałych firm: z Bośni i Hercegowiny oraz ze Szwajcarii (kolejno: 76% i 73%).

³¹ Rok do roku odnotowuje się wzrost o 1 p.p.

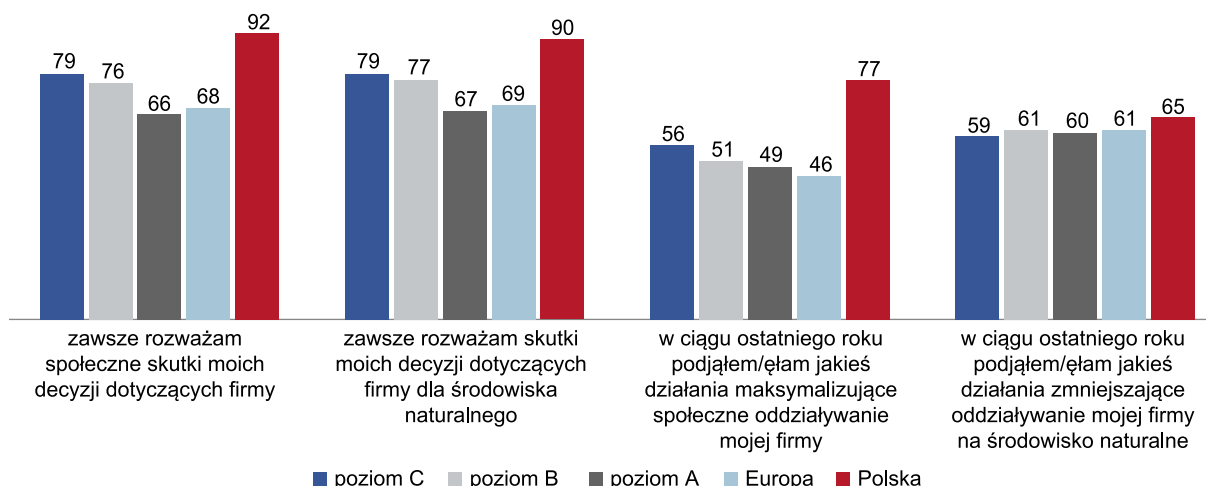
³² Po dwóch latach (2023 i 2022) notowania wyniku na poziomie 70%.

Wykres 1.24. Społeczna i środowiskowa odpowiedzialność w działaniach i przekonaniach osób prowadzących **młode firmy** w Polsce na tle średniej dla Europy oraz grup państw według poziomu dochodu w 2024 r. (% osób prowadzących młode firmy)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Wykres 1.25. Społeczna i środowiskowa odpowiedzialność w działaniach i przekonaniach osób prowadzących **dojrzałe firmy** w Polsce na tle średniej dla Europy oraz grup państw według poziomu dochodu w 2024 r. (% osób prowadzących dojrzałe firmy)

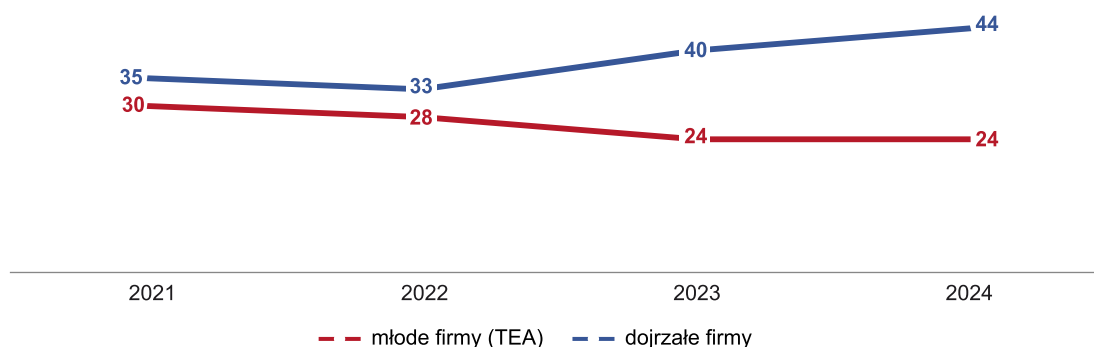


Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Do kwestii liczenia się z zagadnieniami społecznej odpowiedzialności i zrównoważonego rozwoju w działaniach biznesowych bardziej zasadniczo odnosi się deklaracja przedkładania wpływu społecznego czy środowiskowego ponad zyskowność i wzrost firmy. Zakłada

rezygnację z części zysku czy rozwoju firmy na rzecz czegoś, co może być abstrakcyjne i potencjalnie dopiero w przyszłości przynieść korzyść i to niekoniecznie bezpośrednio przedsiębiorcy. Odnosi się więc bardziej do postaw ideowych. **Deklarowaną skłonność do przedkładania celów społecznych i/lub środowiskowych ponad wzrost lub zyskowność własnej firmy odnotowano w przypadku niemal co czwartej młodej firmy (działającej co najwyżej 3,5 roku na rynku) i 44% firm dojrzałych (co najmniej 3,5 roku działalności) przedsiębiorców z Polski.** W przypadku młodych firm obserwowana od 2021 r. tendencja spadkowa zatrzymała się na wyniku obserwowanym w 2023 r., natomiast w przypadku dojrzałych firm nastąpiła zmiana – ponownie wzrósł odsetek przedsiębiorców gotowych do zrzeczenia się części własnych zysków w imię potrzeb społecznych/środowiskowych. Ten wzrost odpowiada za ponowne pogłębienie się dystansu między obiema grupami.

Wykres 1.26. Skłonność do przedkładania społecznego/środowiskowego wpływu działania firm w Polsce ponad ich zyskowność i wzrost (% młodych firm i % dojrzałych firm)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Jest to jedyny wskaźnik spośród analizowanych w tym podrozdziale, w przypadku którego dane opisujące polskich przedsiębiorców prezentują się gorzej od uśrednionego wyniku dla przedsiębiorców z analizowanych krajów Europy³³. **Średnio częściej niż co drugi przedsiębiorca w Europie w koszty prowadzenia działalności jest w stanie wliczyć konieczność działania na rzecz społeczeństwa i/lub środowiska (młode firmy: 54%, dojrzałe firmy: 51%).** Niezależnie od czasu prowadzenia działalności, przedsiębiorcy z Rumunii i Włoch

³³ Co więcej, Polska zajmuje ostatnie miejsce w rankingu krajów Europy biorących udział w badaniu w grupie młodych przedsiębiorców. W grupie dojrzałych przedsiębiorców, w której wynik dla Polski jest bliższy średniej dla Europy, zajmuje dziewiąte miejsce od końca.

zdecydowanie wybijają się na tle krajów europejskich pod względem deklaracji dotyczących większego dbania o kwestie środowiskowe i/lub społeczne niż własny zysk – odsetki w tych krajach wahają się między 74% a 79%.

Biorąc pod uwagę podział krajów na grupy dochodowe, zarówno wśród młodych, jak i wśród dojrzałych firm, średnia krajów reprezentujących poziom C (najniższa grupa dochodowa) przedstawiających działania środowiskowe/społeczne ponad zysk/rozwój firmy jest o kilkanaście punktów procentowych wyższa niż w przypadku poziomów A i B (poziom C: 70–72%, poziomy A i B: 52–59%). Przy tym w przypadku dojrzałych przedsiębiorstw jednoznacznie widać, że im niższa grupa dochodowa, tym wyższy odsetek wskazań (poziom C: 70%, poziom B: 59% i poziom A: 52%).

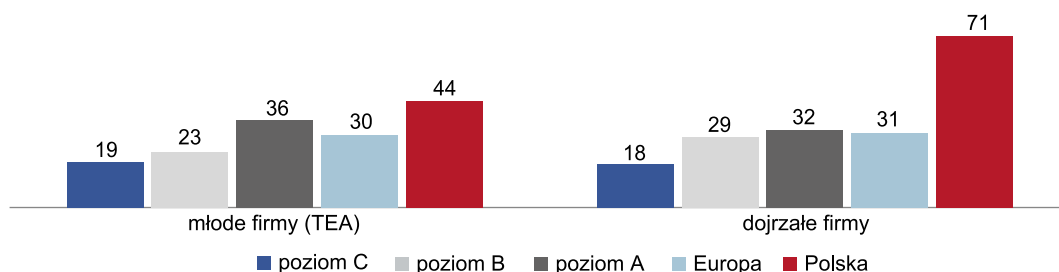
W badaniu GEM przedsiębiorcy pytani są o znajomość 17 Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ (tzw. SDGs – *Sustainable Development Goals*)³⁴. Obecnie **znajomość celów z Agendy 2030 na rzecz zrównoważonego rozwoju przyjętej przez ONZ deklaruje 44% polskich przedsiębiorców działających na rynku do 3,5 roku i 71% działających dłużej – powyżej 3,5 lat**³⁵. Średnia dla Polski jest wciąż zdecydowanie wyższa niż średnia dla krajów europejskich biorących udział w badaniu. W Europie średnio niemal co trzeci przedsiębiorca deklaruje znajomość SDGs (30% w przypadku firm będących na rynku do 3,5 roku i 32% w przypadku co najmniej 3,5 lat). W połowie krajów europejskich, w których zadano to pytanie, częściej na znajomość SDGs wskazywali dojrzały przedsiębiorcy niż młodzi, a w drugiej połowie siłą rzeczy odwrotnie – częściej młodzi niż dojrzały.

Jednoznacznie widać także, że wraz z przeciętnym dochodem rośnie udział przedsiębiorców deklarujących znajomość SDGs i to niezależnie od czasu funkcjonowania firmy na rynku.

³⁴ Pytanie opcjonalne wskazujące na deklarowaną ogólną znajomość Agendy bez możliwości oceny stopnia zaznajomienia z zapisami. W roku 2024 zostało uwzględnione przez: Austrię, Bośnię i Hercegowinę, Chile, Chiny, Chorwację, Cypr, Egipt, Ekwador, Estonię, Francję, Grecję, Hiszpanię, Indie, Jordanię, Kazachstan, Kostarykę, Koreę Płd., Litwę, Luksemburg, Łotwę, Maroko, Meksyk, Norwegię, Oman, Polskę, Rumunię, Serbię, Słowację, Słowenię, Szwajcarię, Tajlandię, Tajwan, Ukrainę, Węgry, Włochy, Zjednoczone Emiraty Arabskie.

³⁵ W przypadku dojrzałych firm obserwuje się więc dalszy wzrost świadomości istnienia 17 Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ (wcześniejsze wyniki to: 60% w 2022 r. i 67% w 2023 r.), a w przypadku młodych firm – spadek do podobnego poziomu jak obserwowany w 2022 r. (43% w 2022 r. i 47% w 2023 r.).

Wykres 1.27. Znajomość 17 Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ – Agenda 2030 na rzecz zrównoważonego rozwoju w Polsce na tle średniej dla Europy oraz grup państw według poziomu dochodu w 2024 r. (% młodych firm i % dojrzałych firm)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Mimo obserwowanych w 2024 r. rzadszych deklaracji dotyczących aktywności prospołecznej/prośrodowiskowej, wyniki badania GEM przedstawiają nieustannie pozytywny – na tle Europy – obraz polskiego przedsiębiorcy (przede wszystkim tego dojrzałego) świadomego istoty społecznego i środowiskowego oddziaływania biznesu oraz wciąż starającego się działać. Korzystając z danych, należy jednak zawsze pamiętać o deklaracyjnym wydźwięku pytań oraz subiektywnej ocenie faktycznych działań i poziomu zaangażowania.

1.8. Digitalizacja przedsiębiorstw

W ostatnich trzech edycjach badania GEM³⁶, przedsiębiorcy proszeni byli o refleksję na temat wykorzystywania technologii cyfrowych w celu sprzedaży produktów lub usług. Włączenie tego zagadnienia do badania w 2021 r. wywołane zostało przez pandemię COVID-19 (która spowodowała m.in. przyspieszenie transformacji cyfrowej gospodarki, w tym przedsiębiorstw), a samo pytanie było z nią jednoznacznie powiązane³⁷. Dziś – w nowej, rozszerzonej (i wciąż rozszerzającej się) rzeczywistości cyfrowej oraz po upływie pewnego już

³⁶ Patrz: Raport GEM Polska 2024, Raport GEM Polska 2023 i Raport GEM Polska 2022.

³⁷ Zmiany jakie następowały w niektórych firmach w zakresie digitalizacji z jednej strony mogły być bezpośrednio wywołane przez pandemię (np. wdrożenie rozwiązań wywołane lockdownami), a z drugiej pośrednio – rozwój rozwiązań technologii cyfrowej (który nabrał tempa w czasie pandemii) mógł przyspieszyć myślenie o możliwościach ich wykorzystania czy ich implementację w firmach (m.in. z powodu pojawienia się łatwej osiągalnych nowych możliwości czy niekiedy konieczności wprowadzania pewnych rozwiązań).

czasu – mniej zasadne zdaje się pytanie o powiązanie zmian technologicznych z pandemią COVID-19. Jednak ze względu na znaczenie digitalizacji w biznesie, w 2024 r. zdecydowano się pogłębić nieco to zagadnienie. W badaniu zapytano więc o znaczenie wykorzystania form komunikacji internetowej w codziennej działalności biznesowej³⁸ oraz o znaczenie wybranych narzędzi cyfrowych dla realizacji określonego modelu biznesowego i strategii firmy³⁹.

Dane dla Polski wskazują, że **bardziej doświadczeni w prowadzeniu firmy przedsiębiorcy** (działający na rynku co najmniej 3,5 roku) **najczęściej i zdecydowanie częściej niż młodzi przedsiębiorcy** (prowadzący biznes nie dłużej niż 3,5 roku) **w codziennych działaniach biznesowych stawiają na kontakt e-mailowy**. Niemal 60% z nich uważa, że wykorzystanie komunikacji mailowej w kontakcie z klientami bądź pracownikami jest bardzo ważne dla codziennego działania (w odniesieniu do 42% młodych przedsiębiorców, dla których jest to również najczęściej wskazywana forma komunikacji)⁴⁰, a blisko co drugi (49%) uważa za bardzo ważny e-mail marketing skierowany do klientów⁴¹ (co z kolei jest narzędziem najrzadziej wskazywanym przez młodych przedsiębiorców (26% wskazań)). Jeśli chodzi o młodych przedsiębiorców, niemal równie często co na bardzo duże znaczenie mailowego kontaktu z klientami lub pracownikami wskazują na znaczenie mediów społecznościowych, tj. Facebooka, Instagrama czy X/Twittera⁴² (kolejno: 42% i 41%⁴³). Można więc zauważyć, że dla przedsiębiorców będących krócej na rynku bardzo ważny dla codziennych działań jest bezpośredni kontakt z odbiorcą treści budujący relację poprzez zaangażowanie.

³⁸ Pytanie z kwestionariusza: Proszę powiedzieć, jak ważne jest wykorzystanie poszczególnych form komunikacji w Pani/a codziennej działalności biznesowej: bardzo ważne, raczej ważne czy nieważne. Aspekty, o które pytano, znajdują się na wykresie 1.28.

³⁹ Pytanie z kwestionariusza: Proszę powiedzieć, jak ważne dla realizacji Pani/a modelu biznesowego i strategii firmy są wymienione elementy. Proszę określić, czy są: bardzo ważne, raczej ważne czy nieważne. Aspekty, o które pytano, znajdują się na wykresie 1.29.

⁴⁰ Wśród młodych przedsiębiorców z Europy (z krajów uczestniczących w badaniu) najwyższy udział uważających mailowy kontakt z klientami bądź pracownikami za bardzo ważny odnotowano wśród Luksemburczyków (70% wskazań), a w grupie dojrzałych przedsiębiorców – wśród Chorwatów (77%).

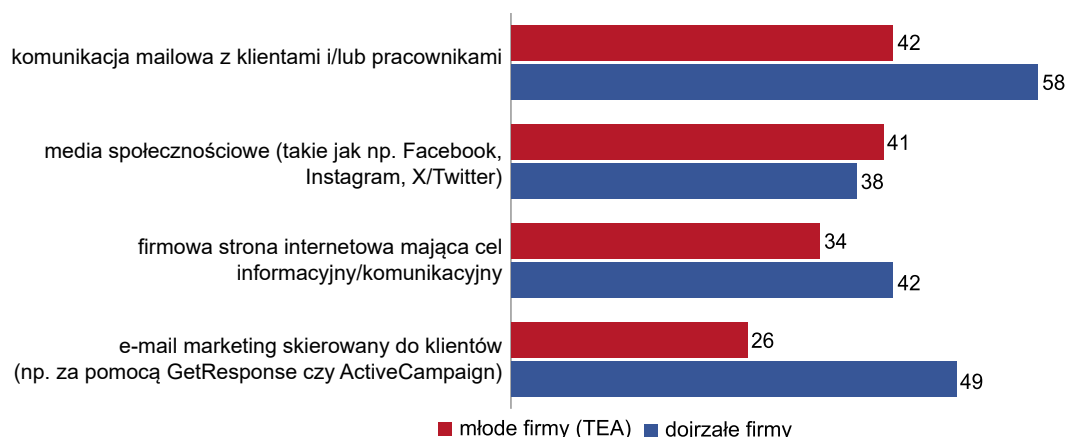
⁴¹ Wynik dla Polski jest najwyższym wśród analizowanych krajów Europy. Co więcej, w relatywnie niewielu krajach europejskich (4 na 25 biorących udział w badaniu, tj. Polska, Ukraina, Białoruś i Litwa) popularność poglądu o znacznej istotności e-mail marketingu wśród przedstawicieli dojrzałych firm jest wyższa niż wśród młodych firm.

⁴² W niemal wszystkich państwach Europy, które brały udział w badaniu odsetek postrzegających media społecznościowe za bardzo ważną formę komunikacji w codziennych działaniach firmy, jest wyższy wśród młodych przedsiębiorców niż wśród dojrzałych (w Estonii, Luksemburgu i na Łotwie jest on nawet ok. 1,8–2,3 razy wyższy). Wyjątek stanowi Ukraina (różnica niespełna 1 p.p. na korzyść dojrzałych przedsiębiorców).

⁴³ Wynik odnotowany dla młodych przedsiębiorców z Polski (41%) jest jednym z najniższych wśród krajów Europy biorących udział w badaniu. Jedynie niższy jest w: Austrii, Szwajcarii (po 36%) i w Niemczech (20%).

Mniej więcej co trzeci młody przedsiębiorca i 2 na 5 dojrzałych przedsiębiorców wierzy w duże znaczenie tradycyjnych stron internetowych, będących dla odbiorców źródłem informacji o działaniu firmy czy o produktach i/lub usługach.

Wykres 1.28. Znaczenie wybranych form komunikacji internetowej dla codziennej działalności biznesowej – postrzeganie danych form jako bardzo ważne (% młodych firm i % dojrzałych firm)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

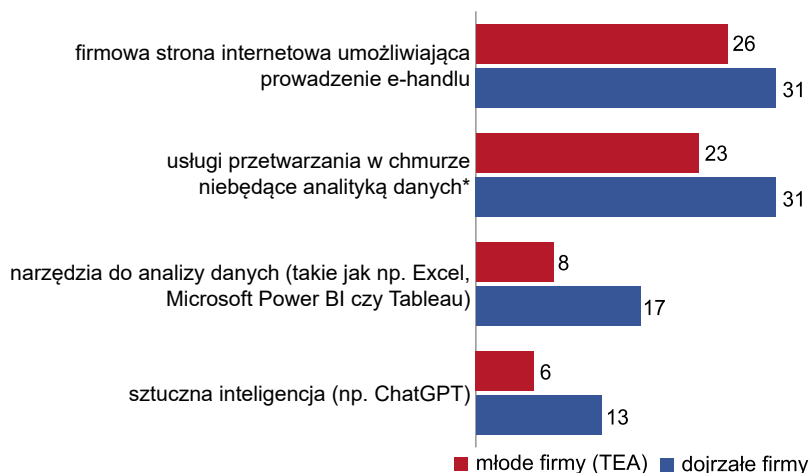
Niemal co trzeci dojrzały przedsiębiorca z Polski (prowadzący firmę co najmniej 3,5 roku) (31%) **i co czwarty młody przedsiębiorca** (będący na rynku nie więcej niż 3,5 roku) (26%) **postrzega posiadanie strony internetowej umożliwiającej podejmowanie działań e-handlowych jako bardzo ważne dla realizacji celów strategicznych firmy**⁴⁴. Podobny odsetek (kolejno: 31% i 23%) **za bardzo ważną uważa możliwość korzystania z usług przetwarzania w chmurze** (niebędących analityką danych)⁴⁵. Mniej więcej dwukrotnie częściej dojrzały przedsiębiorcy niż młodzi wskazywali na bardzo duże dla realizacji modelu

⁴⁴ W zdecydowanej większości krajów Europy (z wyjątkiem Polski i Niemiec) biorących udział w badaniu znacznie częściej to młodzi przedsiębiorcy za bardzo ważne uznali posiadanie strony internetowej umożliwiającej e-handel niż dojrzały – największa różnica w odsetkach występuje w przypadku Luksemburga (58% vs. 25%) i Grecji (52% vs. 30%).

⁴⁵ Również i w tej kwestii Polska (wraz z Chorwacją, Ukrainą, Słowacją, Węgrami, Łotwą, Austrią) jest w mniejszości krajów Europy (biorących udział w badaniu), w których przekonanie to jest bardziej popularne wśród dojrzałych niż młodych przedsiębiorców.

biznesowego czy strategii firmy znaczenie narzędzi do analizy danych (kolejno: 17% i 8%) czy narzędzi sztucznej inteligencji (kolejno: 13% i 6%)⁴⁶.

Wykres 1.29. Znaczenie wybranych narzędzi cyfrowych dla realizacji modelu biznesowego i strategii firmy – postrzeganie danych form jako bardzo ważne (% młodych i % dojrzałych firm)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

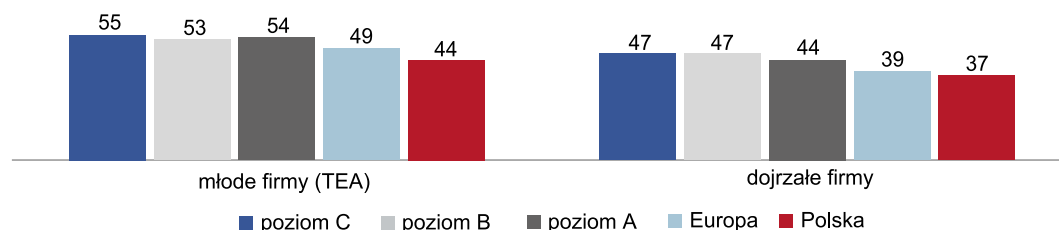
* tj. przechowywanie plików czy zarządzanie nimi (np. Dropbox), video konferencje (np. Zoom), zarządzanie pracą (np. Asana), księgowość (np. xero) czy zarządzanie relacjami z klientami (np. Salesforce).

Powyżej przedstawione elementy wskazują na istotność danych aspektów dla prowadzenia biznesu. Analizując otwartość polskich przedsiębiorców w zakresie digitalizacji, warto także zwrócić uwagę na spodziewane zwiększenie wykorzystania technologii cyfrowych w celach sprzedażowych w półroczu następującym po przeprowadzeniu badania. **Szczególnie obiecujący w tym zakresie wydają się dojrzały przedsiębiorcy (co najmniej 3,5 roku na rynku), w przypadku których udział otwartych (niezależnie od motywacji) na digitalizację przedsiębiorców wzrósł w stosunku do ubiegłej edycji aż o 17 p.p. (do poziomu 37% z 20% w 2023 r.; 15% w 2022 r. i 4% w 2021 r.).** Patrząc na młodych przedsiębiorców (działających na rynku do 3,5 roku), po kolejnych latach obserwowanego trendu wzrostowego (44% w 2023 r., 29% w 2022 r., 20% w 2021 r.) udział otwartych na digitalizację zatrzymał się na poziomie obserwowanym w 2023 r.

⁴⁶ Zarówno w przypadku postrzeganej ważności wykorzystania narzędzi do analizy danych, jak i w przypadku narzędzi AI, młodzi przedsiębiorcy z Polski najrzadziej (spośród krajów Europy biorących udział w badaniu) deklarują bardzo dużą istotność tych narzędzi dla realizacji modelu biznesowego i strategii firmy. Dodatkowo, raczej w przypadku większości z analizowanych krajów Europy to młodzi przedsiębiorcy częściej widzą potencjał istotności tych narzędzi niż dojrzały przedsiębiorcy – czego w Polsce się nie obserwuje.

Zarówno w przypadku właścicieli młodych, jak i dojrzałych firm, wynik dla Polski plasuje się poniżej średniej dla Europy. Mniejszy niż w Polsce odsetek firm działających do 3,5 roku mających plany zwiększenia wykorzystania technologii cyfrowej odnotowano w 6 (na 24 (bez Polski)) krajach Europy uczestniczących w tej edycji projektu i w 8 z grupy firm działających powyżej 3,5 roku.

Wykres 1.30. Przedsiębiorcy w Polsce na tle średniej dla Europy oraz grup państw według poziomu dochodu, którzy spodziewają się zwiększonego wykorzystania technologii cyfrowych w celu sprzedaży produktów lub usług w firmie w ciągu kolejnych 6 mies. (% młodych firm i % dojrzałych firm)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Polska zdecydowanie rozwija się, jeżeli chodzi o stosowanie technologii cyfrowych w sprzedaży produktów i/lub usług, jednak nadal jest przestrzeń na zmiany w tym zakresie. Mimo wciąż niższego udziału dojrzałych firm, które planują zwiększyć wykorzystanie technologii cyfrowych, wyraźnie widać w tej grupie wzrost świadomości co do konieczności podążania za tą potrzebą. Ta świadomość przejawia się także w relatywnie wysokich odsetkach postrzegania za bardzo ważne dla codziennego prowadzenia biznesu poszczególnych form komunikacji czy narzędzi cyfrowych włączonych do obserwacji w tegorocznej edycji badania.

1.9. AI w firmach – nadzieje i obawy

Jak wskazano w poprzednim rozdziale, **narzędzia sztucznej inteligencji są ważnym elementem realizacji modelu biznesowego i strategii niemal 19% przedsiębiorstw w Polsce (6% młodych firm i 13% dojrzałych)**⁴⁷. Przyjmując, że wskaźnik ten jest przybliżeniem faktycznego wykorzystywania narzędzi AI przez przedsiębiorstwa, sytuacja w Polsce jest

⁴⁷ Trzeba pamiętać, że ta sama osoba może być właścicielem dwóch lub więcej firm, w tym zarówno firmy młodej (działającej do 3,5 lat), jak i dojrzałej (ponad 3,5 roku).

znacząco różna od obserwowanej w większości pozostałych państw, które zrealizowały badania GEM w 2024 roku⁴⁸.

Po pierwsze, aktywność polskich przedsiębiorców w obszarze AI, szczególnie młodych firm, jest relatywnie niska. Wynik dla młodych firm (6%) plasuje nas na ostatnim miejscu w rankingu wszystkich 50 krajów, a na 11. w przypadku podmiotów dojrzałych (13%).

Najwyższe odsetki młodych przedsiębiorców, którzy przyznali, że AI jest bardzo ważne w ich modelu biznesowym i strategii, notowane są w Brazylii (60%), Zjednoczonych Emiratach Arabskich (58%) i na Kostaryce (47%). Przed Polską, która zamyka zestawienie, są: Serbia (13%), Szwajcaria (14%) oraz Austria i Węgry (po 15%). Jeśli chodzi o dojrzałe firmy, ranking otwierają: Arabia Saudyjska (56%) oraz – podobnie jak w przypadku młodych firm – Kostaryka (54%) i Zjednoczone Emiraty Arabskie (50%), po drugiej stronie zestawienia znajdują się Serbia (7%), Estonia (8%), Rumunia (9%) i Norwegia (10%).

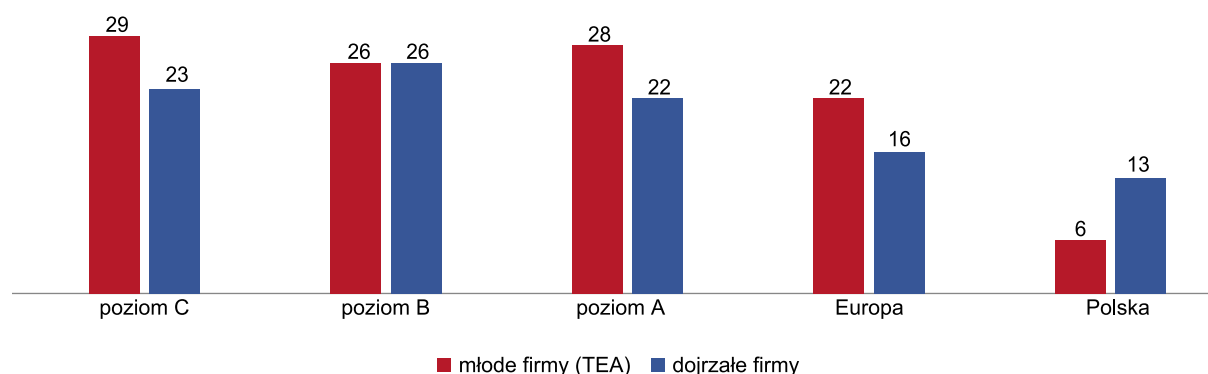
Po drugie, w Polsce dojrzałe firmy są znacznie bardziej otwarte na uwzględnianie AI w swoich modelach biznesowych niż młode (na 1 młodą firmę przypadają 2 dojrzałe, które się do tego przyznają). W większości państw jest odwrotnie⁴⁹, to młode firmy częściej posługują się AI niż dojrzałe.

Wyniki dla Polski odbiegają od średniej europejskiej, ale także od uśrednionych wyników państw najbogatszych (poziom A), średniozamożnych, do których należy nasz kraj (poziom B) czy relatywnie najmniej zamożnych (poziom C). Ogólnie poza grupą państw poziomu B, w której młode i dojrzałe firmy równie często przyznają, że AI jest kluczowym elementem ich modelu biznesowego, w państwach poziomu C oraz B, podobnie jak w Europie, to młode firmy są bardziej aktywne w korzystaniu z AI niż dojrzałe.

⁴⁸ Łącznie 50 państw, dane Korei Południowej nie zostały przyjęte.

⁴⁹ Tylko w 11 na 50 państw to dojrzałe firmy częściej niż młode uwzględniają AI w swoich modelach biznesowych i strategiach. Zaczynając od państw z największą różnicą, są to: Meksyk, Kazachstan, Arabia Saudyjska, Indie, Oman, Polska, Kostaryka, Białoruś, Ukraina, Gwatemala, Chorwacja.

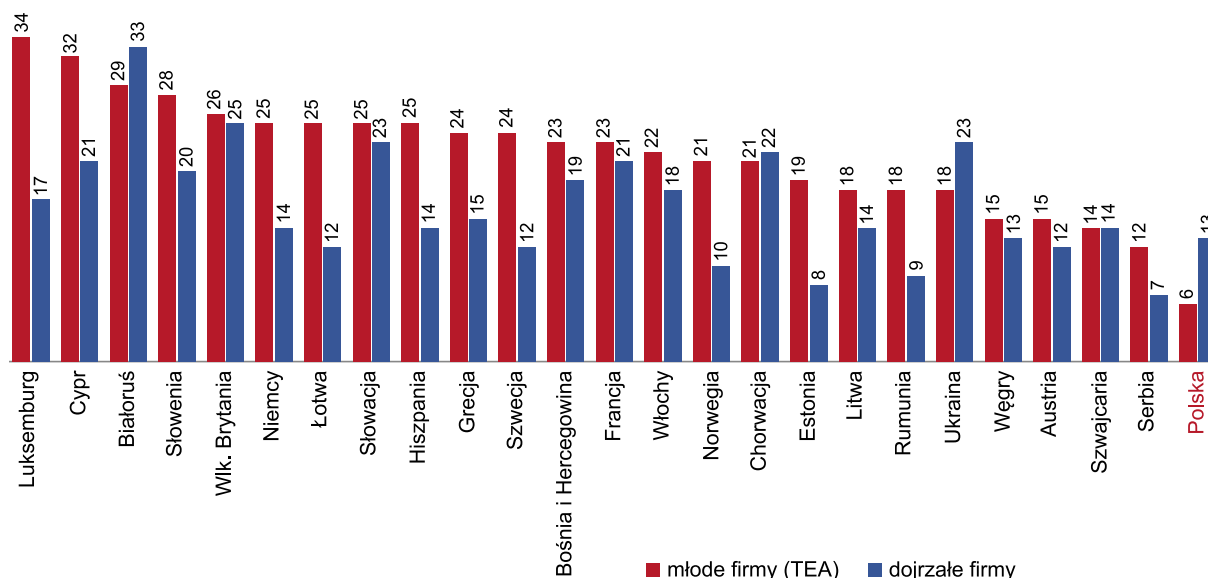
Wykres 1.31. Przedsiębiorcy w Polsce na tle średniej dla Europy oraz grup państw według poziomu dochodu, uznających narzędzia AI za bardzo ważne w realizacji ich modelu biznesowego i strategii (% młodych firm i % dojrzałych firm)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Dane dla 19 z 25 państw Europy potwierdzają wyżej odnotowany schemat większej otwartości młodych firm na AI niż dojrzałych. Najmocniej jest to widoczne w Luksemburgu, Szwecji, Norwegii, Łotwie, Estonii i Rumunii, gdzie na jedną dojrzałą firmę, uznającą narzędzia AI za bardzo ważne dla ich modelu biznesowego i strategii, przypadają dwie młode. Jedynie w czterech (Białoruś, Chorwacja, Ukraina i Polska) częściej AI stosują dojrzałe podmioty, a w dwóch (Wielka Brytania i Szwajcaria) aktywność obu grup jest taka sama. W czołówce krajów Europy, w których występuje najwyższy odsetek młodych przedsiębiorców, widzących bardzo duże znaczenie wykorzystania narzędzi AI dla realizacji ich modelu biznesowego i strategii, są: Luksemburg (34%), Białoruś (29%) i Słowenia (28%). Wśród dojrzałych przedsiębiorców najwyższe odsetki odnotowano w przypadku Białorusi (33%) i Wielkiej Brytanii (26%). Ranking dla grupy młodych firm zamyka wspomniana już Polska (6%), a dojrzałych – Serbia (7%).

Wykres 1.32. Udział firm w państwach Europy uznających AI za bardzo ważne w realizacji ich modelu biznesowego i strategii (% młodych firm i % dojrzałych firm)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Widać więc, że właściciele polskich przedsiębiorstw, szczególnie tych krócej działających na rynku, przyjmują bardziej zachowawcze podejście do AI niż ich koledzy z innych państw Europy i świata. Co więcej, nie wydaje się, że zmiana nadejdzie szybko. **Tylko 8% właścicieli młodych firm i 15% dojrzałych jest zdania, że narzędzia sztucznej inteligencji będą bardzo ważne dla realizacji modelu biznesowego i strategii ich firmy w ciągu najbliższych trzech lat.** Z jednej strony, oznacza to tylko niewielki wzrost w porównaniu ze stanem obecnym. Z drugiej, pewnym pocieszeniem niech będzie informacja, że dane dla znakomitej większości państw także nie pokazują huraoptyzmu, jeśli chodzi o bliską przyszłość, choć w nich obecny poziom zainteresowania AI jest wyższy niż w Polsce, więc możemy mieć efekt nasycenia tematem tej technologii.

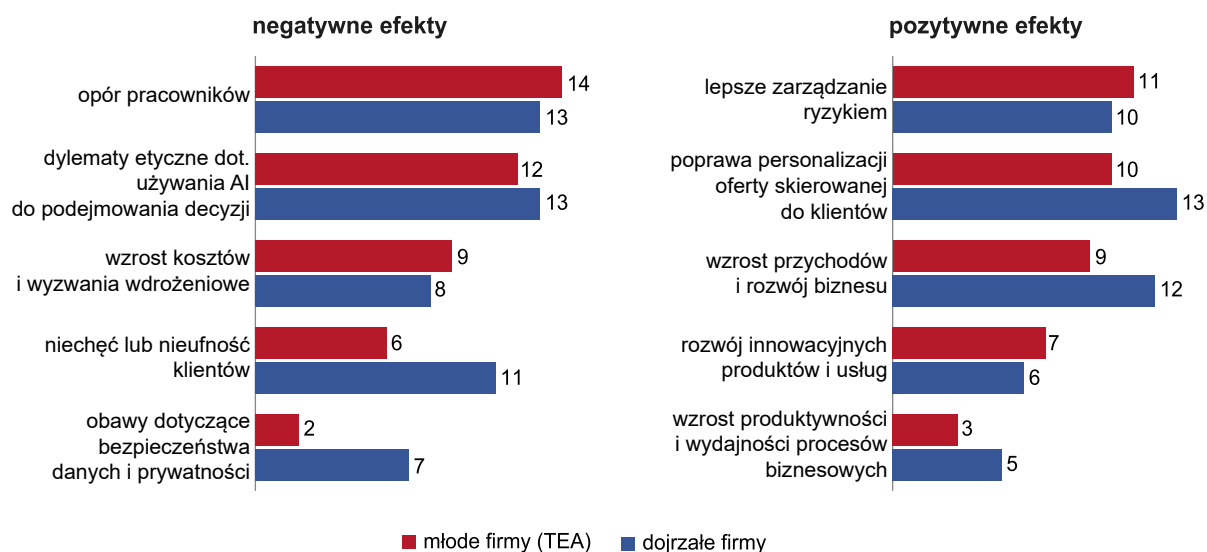
W analizie przyczyn tego zjawiska pomocne są informacje na temat oczekiwanych przez przedsiębiorców⁵⁰ pozytywnych i negatywnych skutków, jakie mogłyby wystąpić przy wdrażaniu AI w ich firmach. **Polscy przedsiębiorcy (młodzi i dojrzały) po stronie wyzwań wskazują najczęściej: opór pracowników (odpowiednio 14% i 13%) oraz dylematy etyczne**

⁵⁰ Ogółu, również tych, którzy nie uznają AI za kluczowy element swojego modelu biznesowego/strategii.

związane ze stosowaniem AI w procesach podejmowania decyzji (12% i 13%). Rządziej spodziewają się wzrostu kosztów i wyzwań związanych z samych wdrożeniem, niechęci ze strony klientów czy wyzwań związanych z bezpieczeństwem danych i ochroną prywatności. Przy tym warto odnotować, że dojrzałe firmy częściej niż młode obawiają się nieufności ze strony klientów czy wyzwań związanych z zabezpieczeniem danych, co może wynikać z faktu, że więcej ryzykują jako dłużej obecne na rynku i dysponujące szerszą infrastrukturą, systemami informatycznymi i kontaktami.

Jeśli chodzi o oczekiwane korzyści, właściciele młodych firm w Polsce mają nadzieję, że AI pomoże im w lepszym zarządzaniu ryzykiem (11%), personalizacji oferty skierowanej do klientów (10%) oraz przyczyni się do wzrostu przychodów i rozwoju biznesu (9%). Dojrzałe firmy wskazują na te same aspekty, przy czym w pierwszej kolejności na poprawę personalizacji oferty (13%). Mniej przedsiębiorców młodych i dojrzałych widzi w AI wsparcie w zakresie działalności innowacyjnej czy zwiększenia produktywności i wydajności procesów w firmie.

Wykres 1.33. Oczekiwania przedsiębiorców w Polsce dotyczące pozytywnych i negatywnych efektów, jakie mogłyby wystąpić przy wdrażaniu AI w ich firmach (% młodych/dojrzałych firm)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

W Europie struktura oczekiwanych wyzwań związanych z wdrażaniem AI w firmach jest nieco inna, dodatkowo poziom wskazań na każdy z nich jest wielokrotnie wyższy niż w Polsce. **Europejscy przedsiębiorcy obawiają się przede wszystkim wyzwań związanych**

z bezpieczeństwem danych (średnio 44% młodych firm i 42% dojrzałych wskazało na ten aspekt). Znaczna część młodych firm (42%) spodziewa się niechęci ze strony pracowników, wśród firm dojrzałych tylko (!) 25% wskazało na ten problem. W opinii tych drugich rozpoczęcie stosowania AI oznacza raczej wzrost kosztów, konieczność rozwiązywania dylematów etycznych związanych z wykorzystaniem AI w procesach decyzyjnych oraz zmierzania się z niechęcią klientów (po ok. 30%).

Trzeba zauważyć, że konieczność zapewnienia bezpieczeństwa danych i prywatności przy stosowaniu AI jest negatywnym aspektem tego procesu najczęściej wskazywanym przez przedsiębiorców we wszystkich grupach państw. Przy tym najwyższy odsetek młodych firm dostrzegających to wyzwanie jest w państwach najbogatszych (poziom A – 48%), a dojrzałych – w państwach średniozamożnych poziom B (49%).

Tabela 1.6. Oczekiwania przedsiębiorców w Polsce na tle średniej dla Europy oraz grup państw według poziomu dochodu dotyczące **negatywnych efektów**, jakie mogłyby wystąpić przy wdrażaniu AI w ich firmach (% młodych/dojrzałych firm)

	Obawy dotyczące bezpieczeństwa danych i prywatności	Wzrost kosztów i wyzwania wdrożeniowe	Opór pracowników	Dylematy etyczne dot. używania AI do podejmowania decyzji	Nieufność klientów
MŁODE FIRMY					
Poziom C	39	37	27	27	33
Poziom B	45	38	29	31	31
Poziom A	48	36	30	36	36
Europa	44	32	26	31	31
Polska	2	9	14	12	6
DOJRZAŁE FIRMY					
Poziom C	36	33	25	25	31
Poziom B	49	40	31	35	36
Poziom A	47	36	29	36	33
Europa	42	31	25	30	29
Polska	7	8	13	13	11

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Polscy przedsiębiorcy różnią się także od europejskich i należących do pozostałych grup w zakresie oczekiwanych korzyści z wdrożenia AI. Upatrują ich w poprawie zarządzania ryzykiem i personalizacji oferty skierowanej do klientów, podczas gdy ich koledzy mają nadzieję, że zastosowanie AI przełoży się na zwiększenie produktywności i wydajności, a następnie – rozwój innowacyjnych produktów i lepszą personalizację oferty.

Tabela 1.7. Oczekiwania przedsiębiorców w Polsce na tle średniej dla Europy i grup państw według dochodu, dotyczące **pozytywnych efektów**, jakie mogłyby wystąpić przy wdrażaniu AI w ich firmach (% młodych/dojrzałych firm)

	Poprawa personalizacji oferty skierowanej do klientów	Wzrost produktywności i wydajności procesów bizn.	Rozwój innowacyjnych produktów i usług	Lepsze zarządzanie ryzykiem	Wzrost przychodów i rozwój biznesu
MŁODE FIRMY					
Poziom C	50	51	51	41	50
Poziom B	51	53	51	47	51
Poziom A	47	53	47	40	46
Europa	42	47	43	36	40
Polska	10	3	7	11	9
DOJRZAŁE FIRMY					
Poziom C	41	43	44	36	45
Poziom B	49	50	49	43	47
Poziom A	39	43	41	35	35
Europa	34	38	36	31	32
Polska	13	5	6	10	12

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Podsumowując, polskie firmy, zwłaszcza młode (obecne na rynku do 3,5 roku), rzadziej niż europejskie opierają swoje modele biznesowe na narzędziach AI, co po części wynika z większych obaw o czynniki wewnętrzne niż technologiczne. Wydaje się też, że świadomość korzyści polskich firm nt. możliwości, jakie daje AI, jest niepełna, co przynajmniej na moment badania, czyli w 2024 r., stawiało polskie firmy raczej w roli ostrożnego obserwatora zmian, jakie niesie ta technologia. Natomiast, biorąc pod uwagę ogromne tempo zmian w obszarze AI oraz fakt, że blok poświęcony temu zagadnieniu w ramach badania GEM pozwala jedynie dotknąć tego zagadnienia, warto z wyciąganiem wniosków zaczekać na wyniki kolejnej edycji tego badania oraz śledzić inne źródła.

2. Eksperska ocena warunków funkcjonowania i rozwoju firm w Polsce

Istotnym elementem projektu GEM jest ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości. Dokonywana jest ona w badaniu jakościowym (ang. *National Expert Survey – NES*), w ramach którego minimum 36 ekspertów każdego z państw uczestniczących w danym cyklu badań, analizuje 13 obszarów⁵¹ istotnych dla funkcjonowania nowych i rozwijających się przedsiębiorstw. Należą do nich:

-
- A1 Finansowanie przedsiębiorczości:** czy jest wystarczająco dużo środków dla firm?
-
- A2 Łatwość dostępu do finansowania:** czy środki są łatwo dostępne?
-
- B1 Polityka rządu — wsparcie i znaczenie przedsiębiorczości:** czy polityka promuje i wspiera powstawanie i rozwój firm?
-
- B2 Polityka rządu — podatki i biurokracja:** czy nowe firmy nie są nadmiernie obciążone?
-
- C Rządowe programy przedsiębiorczości:** czy dostępne są odpowiednie programy wsparcia?
-
- D1 Edukacja przedsiębiorcza w szkole:** czy szkoły wprowadzają wiedzę nt. przedsiębiorczości, rozwijają umiejętności w tym kierunku?
-
- D2 Edukacja przedsiębiorcza po szkole:** czy uczelnie i inne podmioty dostarczają wiedzy nt. przedsiębiorczości, dostępne są kursy i szkolenia?
-
- E Transfer badań i rozwoju:** czy wyniki badań są łatwo wdrażane w biznesie?
-
- F Infrastruktura komercyjna:** czy dostępne są wysokiej jakości i przystępne cenowo usługi (np. prawne, księgowe)?
-

⁵¹ W każdym z obszarów znalazło się 3–8 stwierdzeń na temat, na który ekspert miał wyrazić opinię, używając skali od 0 do 10, gdzie 0 oznaczało zdecydowanie się nie zgadzam, a 10 – zdecydowanie się zgadzam. 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 też średnie dla danych grup – uzależniając to od kontekstu i możliwości ciekawego przedstawienia problemu. Wyniki dla Polski za rok 2024 zostały zestawione z wynikami dla gospodarek o wysokich dochodach, tj. poziomu A oraz dla krajów europejskich uczestniczących w badaniu (2024 r. – Austria, Białoruś, Bośnia i Hercegowina, Chorwacja, Cypr, Estonia, Francja, Grecja, Hiszpania, Litwa, Luksemburg, Łotwa, Niemcy, Norwegia, Polska, Rumunia, Serbia, Słowacja, Słowenia, Szwajcaria, Szwecja, Ukraina, Węgry, Wielka Brytania, Włochy).

G1	Łatwość wejścia na rynek – dynamika rynku: czy rynek jest wolny, otwarty na nowe przedsięwzięcia i rozwija się?
G2	Łatwość wejścia na rynek – regulacje: czy przepisy zachęcają do przedsiębiorczości, a nie ograniczają jej?
H	Infrastruktura fizyczna: czy jest dobrej jakości, dostępna i przystępna cenowo?
I	Normy społeczne i kulturowe: czy zachęcają do przedsiębiorczości i ją promują?

W niniejszym rozdziale przedstawiono wnioski z analizy wyników badania przeprowadzonego w połowie 2024 r. wśród 56 państw świata⁵², w tym w Polsce (z udziałem 38 ekspertów). Na jej potrzeby ww. obszary zostały pogrupowane w cztery bloki reprezentujące szersze kategorie, tj.:

- **Szanse na start:** edukacja i szkolenia w zakresie przedsiębiorczości, otwartość rynku, finansowanie, infrastruktura komercyjna, usługowa i techniczna.
- **Polityka i wsparcie publiczne:** priorytety polityki publicznej w zakresie przedsiębiorczości, obciążenia związane z podatkami i regulacjami administracyjnymi, wsparcie publiczne dla przedsiębiorstw.
- **Badania i rozwój:** badania i rozwój, transfer wiedzy i technologii.
- **Normy społeczno-kulturowe:** systemy wartości i normy społeczne.

Następnie przedstawiono wyniki Polski na tle pozostałych państw, mierzone syntetycznym wskaźnikiem przedsiębiorczości (NECI). Dodatkowo pod koniec rozdziału omówiono wyniki oceny eksperckiej **obszarów specjalnych, tj.: warunków do realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju Organizacji Narodów Zjednoczonych** (włączone do narzędzia w 2022 r.), **przedsiębiorczości kobiet** (na stałe od 2023 r.)⁵³ oraz po raz pierwszy – **sztucznej inteligencji**.

Ogólnie można powiedzieć, że w 2024 r. warunki do powstawania i rozwoju firm w Polsce nie były korzystne. Nie poprawiły się także w porównaniu z poprzednią edycją badania i wciąż wypadają przeciętnie w zestawieniu ze średnią dla państw Europy czy grupą krajów najbogatszych (poziom A). Aż jedenaście z trzynastu obszarów uzyskało ocenę niższą niż 5 na skali od 0 do 10, i tylko dwa – powyżej 5 (w tym jeden – nieznacznie). Najłbiej polscy eksperci ocenili obszary edukacji przedsiębiorczości oraz B+R.

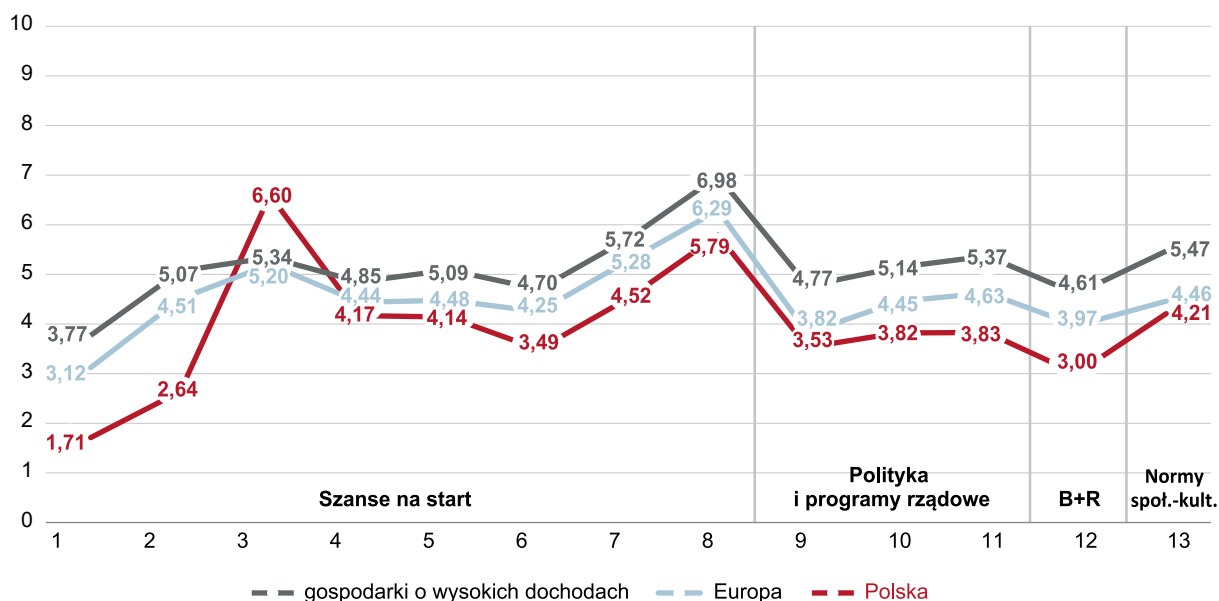
Zdecydowana większość obszarów składających się na uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości w Polsce uzyskała w 2024 r. nieco niższą ocenę niż rok wcześniej. Tylko jeden obszar – Polityka rządu: priorytety i polityka wsparcia przedsiębiorczości – został

⁵² Zestawienie państw biorących udział w badaniu GEM przedstawiono w Aneksie metodologicznym w Tabeli A.1.

⁵³ Obszar dotyczący przedsiębiorczości kobiet był też uwzględniany we wcześniejszych edycjach badania NES (np. w 2021 r.). Nie było to jednak badanie cykliczne i obejmowało inne stwierdzenia niż włączone do badania w 2023 r.

nieznacznie lepiej oceniony niż w 2023 r. Ocena dwóch obszarów – Poziom otwartości rynku: dynamika oraz Poziom otwartości rynku: obciążenia – nie zmieniła się w przeciągu ostatniego roku. Gdy oceny z 2024 r. porównamy z ocenami z 2020 r.⁵⁴, to tylko w przypadku dwóch obszarów są one obecnie wyższe – są to: Polityka rządu: przewidywalność i spójność stosowania podatków oraz Poziom otwartości rynku: obciążenia. W pozostałych obszarach ocena ekspertów była niższa.

Wykres 2.1. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości (2024 r.): Polska na tle państw o wysokich dochodach (poziom A) i Europy (średnie oceny dla poszczególnych obszarów)



1 – Edukacja przedsiębiorczości: poziom podstawowy i szkoły średnia; 2 – Edukacja przedsiębiorczości: szkolenia i kursy zawodowe, szkoły wyższe; 3 – Poziom otwartości rynku: dynamika; 4 – Poziom otwartości rynku: obciążenia; 5 – Finansowanie: wystarczająca ilość; 6 – Finansowanie: łatwość uzyskania; 7 – Dostęp do infrastruktury komercyjnej i usługowej; 8 – Dostęp do infrastruktury technicznej; 9 – Polityka rządu: priorytety i polityka wsparcia przedsiębiorczości; 10 – Polityka rządu: przewidywalność i spójność stosowania podatków, przepisy, licencje oraz wymogi biurokratyczne; 11 – Programy rządowe (publiczne) wspierające przedsiębiorczość; 12 – Badania i rozwój, transfer wiedzy; 13 – Normy kulturowe i społeczne

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

⁵⁴ W 2020 r. eksperci nie oceniali obszaru Finansowanie – łatwość uzyskania. Obszar ten dodano do badania NES w 2021 r.

W porównaniu do średnich wyników dla krajów europejskich i gospodarek o wysokich dochodach⁵⁵ (Wykres 2.1) polscy eksperci wyżej ocenili tylko jeden obszar – Dynamikę rynku (jego otwartość na nowe firmy). Relatywnie wysoko oceniono także obszar: Dostęp do infrastruktury technicznej, ale była to ocena nieco niższa niż w grupach odniesienia. W rezultacie te dwa najwyżej oceniane przez polskich ekspertów obszary można uznać za stymulatory rozwoju nowych przedsięwzięć w Polsce. Warto dodać, że ocena ta jest podobna do oceny z lat 2020–2023 – eksperci wtedy również najwyżej ocenili te sfery uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości. Pozostałe obszary uzyskały oceny niższe niż średnia w grupach krajów będących punktami odniesienia, a wśród nich **część można uznać wręcz za ograniczające rozwój przedsiębiorczości. To przede wszystkim: edukacja przedsiębiorczości (zarówno na poziomie podstawowym i szkoły średniej, jak i wyższym) i szkolenia, uwarunkowania w obszarze badań, rozwoju i transferu wiedzy, a także łatwość uzyskania finansowania.**

W dalszej części rozdziału zamieszczamy opis poszczególnych obszarów składających się na uwarunkowania przedsiębiorczości według GEM.

2.1. Szanse na start

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

⁵⁵ Zgodnie z klasyfikacją GEM – poziom A – gospodarki z poziomem PKB na mieszkańca przekraczającym 50 000 USD. W 2024 r. były to: Arabia Saudyjska, Austria, Bahrajn, Cypr, Francja, Hiszpania, Izrael, Japonia, Kanada, Katar, Korea Południowa, Litwa, Luksemburg, Niemcy, Norwegia, Słowenia, Stany Zjednoczone, Szwajcaria, Szwecja, Tajwan, Wielka Brytania, Włochy, Zjednoczone Emiraty Arabskie. Polska została zakwalifikowana do grupy krajów o średnich dochodach (poziom B – gospodarki z poziomem PKB na mieszkańca w przedziale 25 000–50 000 USD).

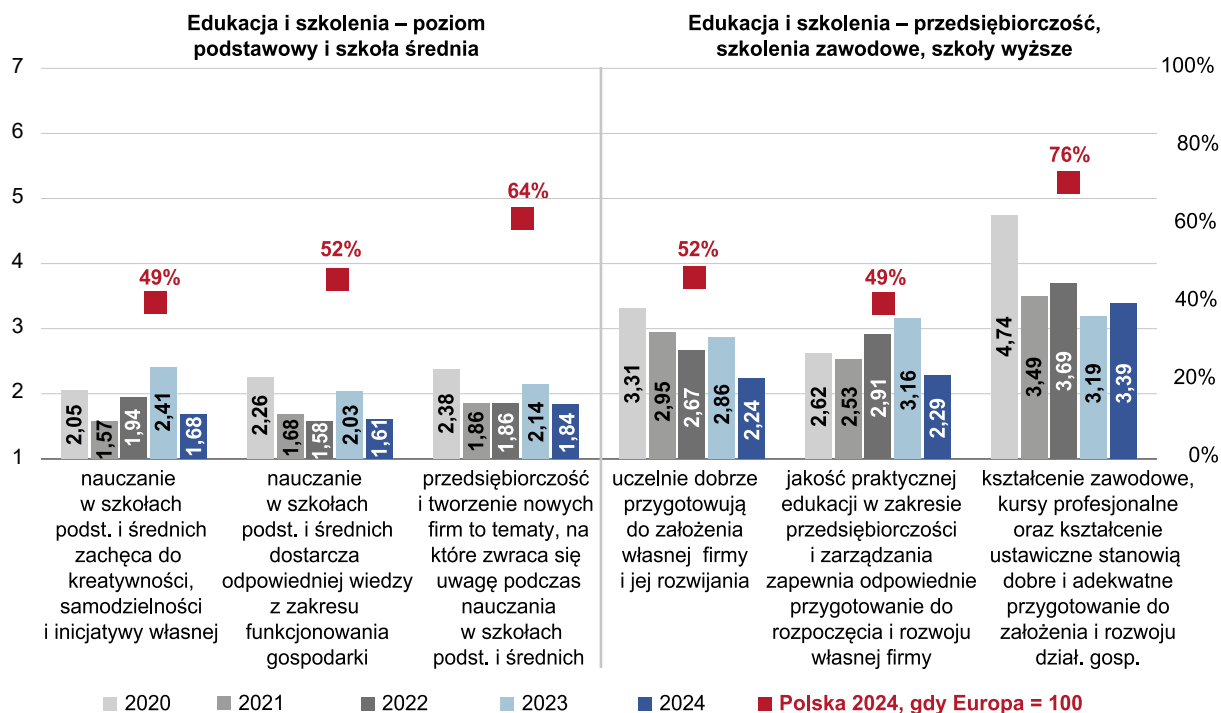
Edukacja i szkolenia w zakresie przedsiębiorczości

Blok pytań dotyczących edukacji i szkoleń składa się z dwóch obszarów. Pierwszy obejmuje stwierdzenia odnoszące się do nauczania przedsiębiorczości w szkołach podstawowych i średnich, drugi – pozyskanie niezbędnej wiedzy i przygotowania do założenia i prowadzenia własnej firmy podczas studiów oraz kształcenia ustawicznego.

Całościowo obszar Edukacji i szkoleń – poziom podstawowy został w 2024 r. oceniony na 1,7 pkt – nieco niżej niż w 2023 r. (2,2 pkt). Jednak była to ocena znacznie niższa niż przeciętnie w krajach Europy (55% oceny tych krajów) czy w gospodarkach o wysokich dochodach (45%). Trzeba zauważyć, że niska ocena obszaru związanego z edukacją i szkoleniami nie jest odosobniona. Również w Europie i państwach najzamożniejszych aspekt ten jest relatywnie najniżej oceniany w porównaniu z innymi obszarami stanowiącymi determinanty rozwoju przedsiębiorczości (Wykres 2.1). Jednak wynik dla Polski jest najniższy ze wszystkich w krajach uczestniczących w badaniu. W Europie najbardziej zadowoleni ze stanu edukacji przedsiębiorczości są eksperci z Litwy (5,6 pkt) oraz Łotwy (5,1 pkt).

Polscy eksperci bardzo nisko ocenili wszystkie stwierdzenia składające się na ten obszar: dostarczanie wiedzy z zakresu funkcjonowania gospodarki, zwracanie uwagi na przedsiębiorczość i tworzenie jej nowych form, a także zachęcanie do kreatywności, samodzielności i inicjatywy własnej. Ocena tych uwarunkowań jest też istotnie niższa niż przeciętnie w krajach europejskich (Wykres 2.2), co nie napawa optymizmem. Edukacja jest jednym z najważniejszych czynników wpływających na przedsiębiorczość – kształtowanie postaw i umiejętności potencjalnych przedsiębiorców, a także efektywność prowadzonej działalności gospodarczej.

Wykres 2.2. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – **Edukacja i szkolenia** w zakresie przedsiębiorczości w latach 2020–2024 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2024 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Jeśli chodzi o edukację przedsiębiorczości na poziomie szkolnictwa wyższego oraz kształcenia ustawicznego, najnowsza ocena jest mniej korzystna w porównaniu z poprzednimi latami – 2,6 pkt (59% średniej oceny badanych krajów europejskich i 52% oceny gospodarek o wysokich dochodach) (Wykres 2.1). W 2023 i 2022 r. ocena wynosiła 3,1 pkt, w 2021 – 2,9 pkt, a w 2020 – 3,5 pkt. Również ten obszar w 2024 r. uzyskał najniższą ocenę spośród wszystkich krajów uczestniczących w badaniu NES. W państwach Europy uwzględnionych w badaniu najwyższe oceny dotyczą Litwy (6,5 pkt), Szwajcarii (5,6 pkt) oraz Ukrainy (5,4 pkt).

Choć wszystkie składające się na ten obszar stwierdzenia są nisko oceniane przez polskich ekspertów i stanowią ograniczenie w rozwoju przedsiębiorczości, to w 2024 r. nieco lepiej niż w poprzednim roku ocenili oni stwierdzenie mówiące, że kształcenie zawodowe, kursy profesjonalne oraz kształcenie ustawiczne zapewniają odpowiednie przygotowanie do założenia i rozwoju działalności gospodarczej – 3,4 pkt (w 2023 r. – 3,2 pkt). Trzeba przy tym zaznaczyć, że w latach 2020–2022 ocena tego stwierdzenia była wyższa (w 2020 r. nawet 4,7). Pozostałe stwierdzenia – uczelnie dobrze przygotowują do założenia własnej firmy i jej rozwijania

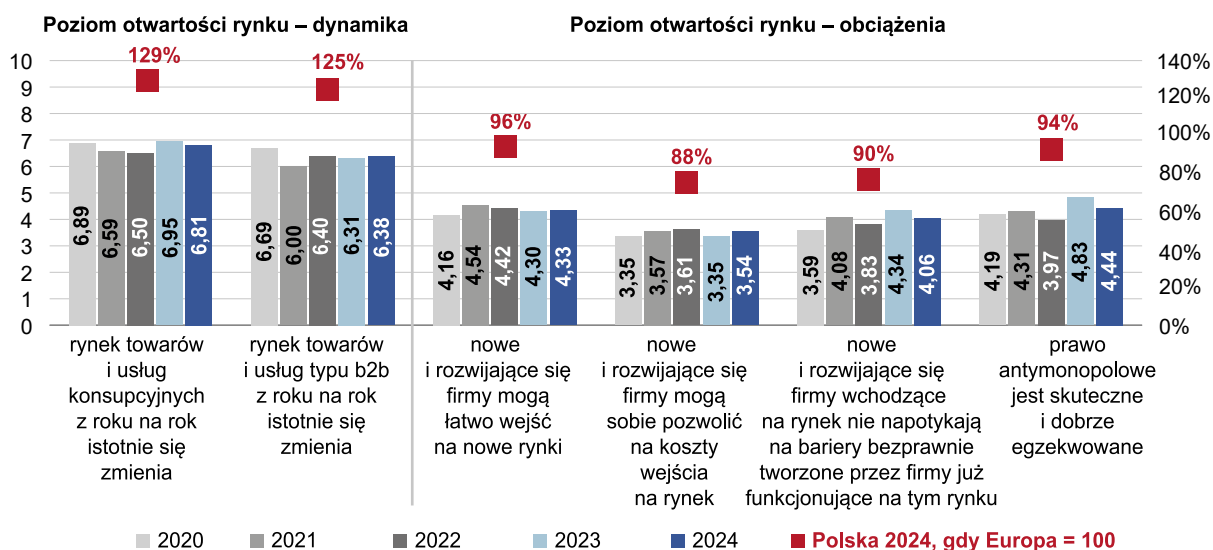
oraz jakość praktycznej edukacji w zakresie przedsiębiorczości i zarządzania zapewnia odpowiednie przygotowanie do rozpoczęcia i rozwoju własnej firmy – zostały ocenione niżej niż w poprzednich latach.

Otwartość rynku – dynamika i obciążenia

Otwartość rynku wewnętrznego to jeden z najlepiej od 14 lat ocenianych przez ekspertów obszarów składających się na uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości analizowane w GEM. W ubiegłym roku otwartość naszego rynku została oceniona średnio na 6,6 pkt – jest to wynik znacznie lepszy zarówno w porównaniu z badanymi państwami europejskimi (127% przeciętnej wartości dla tych krajów), jak i gospodarkami o wysokich dochodach (123%) (Wykres 2.1). Eksperci ocenili ten obszar na podobnym poziomie co w latach poprzednich. Była to też ocena najwyższa wśród badanych krajów Europy i jedna z najwyższych wśród wszystkich krajów objętych badaniem GEM. Najwyżej ten obszar ocenili eksperci z Korei Południowej (7,5 pkt), Indonezji (7,4) i Zjednoczonych Emiratów Arabskich (7,2).

Oba stwierdzenia składające się na obszar otwartości rynku zostały w 2024 r. ocenione przez polskich ekspertów podobnie jak w latach poprzednich (Wykres 2.3).

Wykres 2.3. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – **Poziom otwartości rynku** w latach 2020–2024 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2024 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Jeśli chodzi o kwestię możliwych obciążeń determinujących otwartość rynku (tj. koszty wejścia, bariery ze strony konkurencji, prawo antymonopolowe), według ekspertów mogą one stanowić pewien problem dla nowych i rozwijających się firm. Obszar ten uzyskał w 2024 r. średnią ocenę 4,2 pkt, podobnie jak w poprzedniej edycji, w 2022 r. – 4,0 pkt, w latach 2020–2021 – 3,9 pkt. Jest to też wynik nieco niższy w porównaniu ze średnią ocen dla badanych krajów europejskich (94% średniej oceny dla tych krajów) i gospodarek o wysokich dochodach (86%) (Wykres 2.1). Warto też dodać, że Polska w tym obszarze uzyskała taki sam wynik jak Francja i wyższy niż Hiszpania (4,0) czy Szwecja (3,2).

Analiza wyników oceny poszczególnych stwierdzeń składających się na ten obszar pokazuje, że **przeszkodą dla nowych firm mogą być w opinii polskich ekspertów koszty wejścia na rynek** (3,5 pkt – 88% oceny krajów europejskich) (Wykres 2.3).

Finansowanie

Na obszar Finansowanie składają się dwa bloki stwierdzeń – pierwszy dotyczy wystarczającej ilości środków finansowych dla nowych i rozwijających się firm, a drugi – łatwości ich pozyskania⁵⁶.

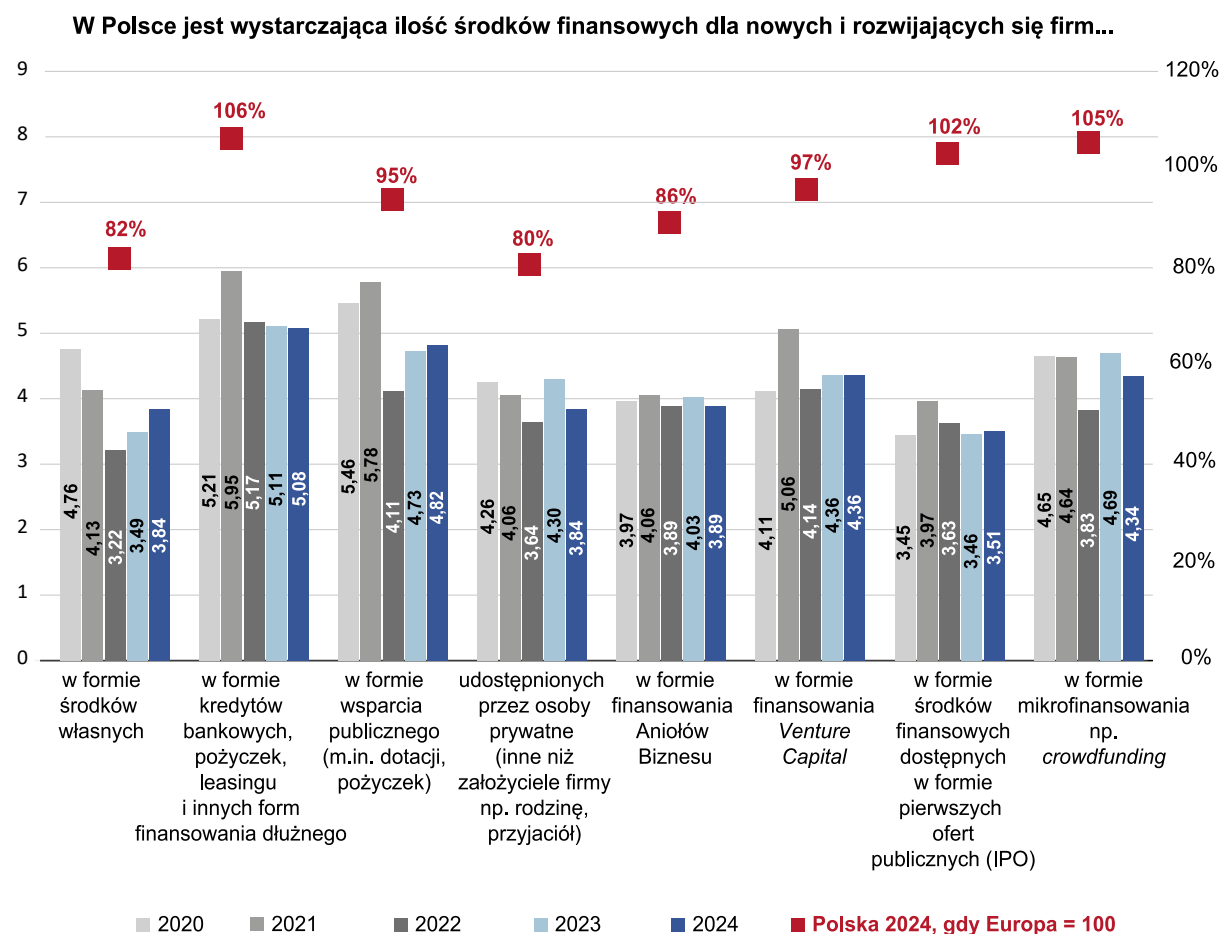
Blok zagadnień dotyczący wystarczającej ilości środków został oceniony średnio na 4,1 pkt, nieznacznie niżej niż w gospodarkach o wysokich dochodach i państwach Europy (81% oceny gospodarek najzamożniejszych i 92% europejskich) (Wykres 2.1). Była to też ocena nieco niższa niż w 2023 r. i latach 2020–2021 i nieznacznie wyższa niż w 2022 r. (2023 r. – 4,4 pkt, 2022 r. – 3,9 pkt, 2021 r. – 4,7 pkt, 2020 r. – 4,2 pkt). Krajami Europy, w których eksperci najwyżej ocenili ten obszar, są Litwa (6,2 pkt) i Szwajcaria (5,9 pkt). Natomiast niższe niż w Polsce oceny dotyczą m.in. Hiszpanii (3,9 pkt), Cypru (3,6 pkt), Bośni i Hercegowiny (3,4 pkt) oraz Białorusi (2,4 pkt).

Dwa spośród ośmiu stwierdzeń składających się na ten obszar zostały ocenione przez polskich ekspertów na poziomie nieco wyższym od średniej dla Europy. Dotyczą one dostępności finansowania dłużnego (5,1 pkt, 108% wartości średniej oceny dla państw Europy) oraz środków w formie mikrofinansowania (4,3 pkt, 105%), ale należy dodać, że oceny te są blisko wartości dla „ani się zgadzam, ani się nie zgadzam”, co można interpretować, że eksperci zarówno z Polski, jak i Europy nie mają wyrobionego zdania w tym obszarze.

⁵⁶ Blok ten został włączony do badania GEM w 2021 r.

Eksperti byli mniej zgodni co do tego, że w Polsce nowe i rozwijające się firmy mają wystarczające środki własne – 3,8 pkt (82% wartości średniej oceny dla krajów europejskich), co może stanowić barierę. Dostępność wsparcia publicznego (w postaci m.in. dotacji i pożyczek) została oceniona nieco lepiej – na 4,8 pkt (95% wartości średniej oceny dla krajów Europy), wyżej niż w latach 2022–2023, lecz nieco niżej niż w 2020 i 2021 r. Oceny pozostałych kategorii są nieco niższe – dotyczy to: wystarczającej ilości środków w formie finansowania *venture capital* (4,4 pkt, 97% wartości średniej oceny dla krajów Europy), środków udostępnionych przez osoby prywatne (3,8 pkt, 80%), finansowania aniołów biznesu (3,9 pkt, 86%) oraz środków finansowych dostępnych w formie pierwszych ofert publicznych (3,5 pkt, 102%) (Wykres 2.4).

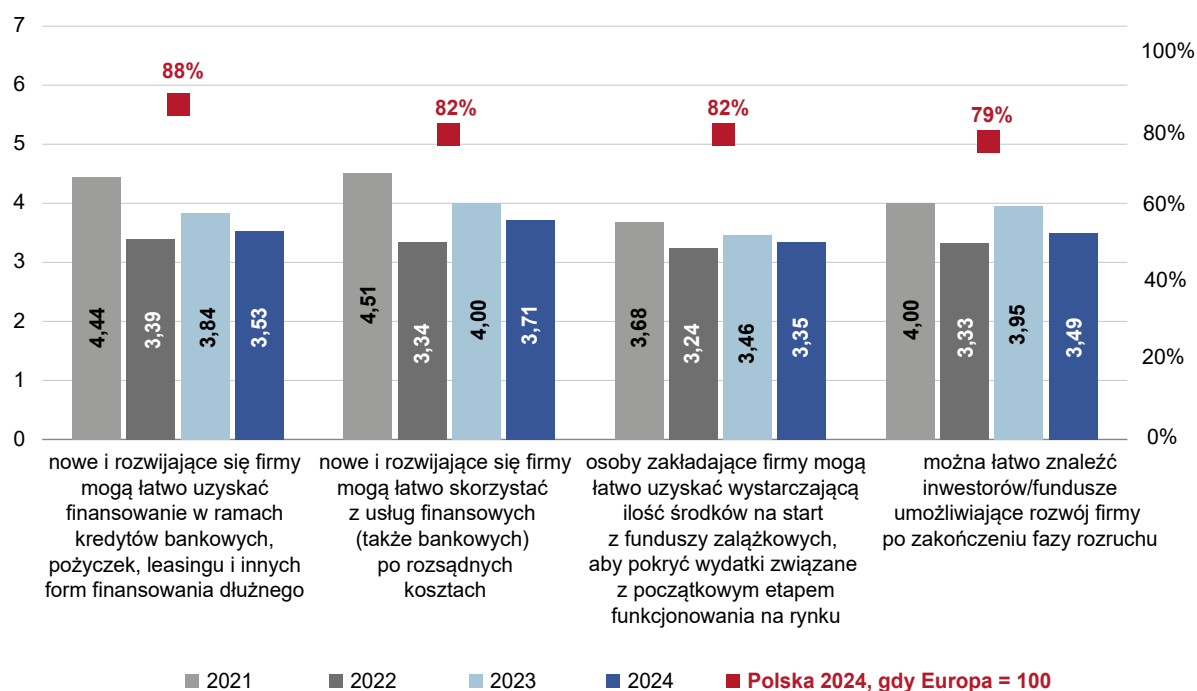
Wykres 2.4. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – **Finansowanie (wystarczająca ilość)** w latach 2020–2024 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2024 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Okazuje się, że jeśli chodzi o problem powszechnego braku środków finansowych na rozwój firm, większą barierą jest trudność ich pozyskania, a nie ilość. Blok stwierdzeń dotyczący łatwości pozyskania finansowania przez nowe i rozwijające się przedsiębiorstwa został oceniony w 2024 r. na 3,5 pkt (74% oceny gospodarek o wysokich dochodach i 82% europejskich) (Wykres 2.1). Ocena ekspertów była niższa niż w 2023 r. (3,8 pkt) i 2021 r. (4,1 pkt) i zbliżona do tej z 2022 r. (3,4 pkt). Ocena dla Polski była też w tym obszarze najniższa wśród krajów Europy. W tej grupie państw najwyższe oceny dotyczyły Litwy (6,0 pkt), Szwajcarii (5,4 pkt) i Francji (5,2 pkt).

Wykres 2.5. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – **Finansowanie (łatwość uzyskania)** w latach 2021–2024 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2024 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Relatywnie trudniej jest nowym i rozwijającym się firmom uzyskać środki na start z funduszy zaangażowanych (3,4 pkt, 82% średniej oceny dla krajów Europy) czy finansowania dłużnego (3,5 pkt, 88%). Ponadto osoby zakładające firmy mogą mieć trudności ze znalezieniem inwestorów umożliwiających rozwój po zakończeniu fazy rozruchu (3,5 pkt, 79%) czy skorzystaniem z usług finansowych po rozsądnych kosztach (3,7 pkt, 82%) (Wykres 2.5).

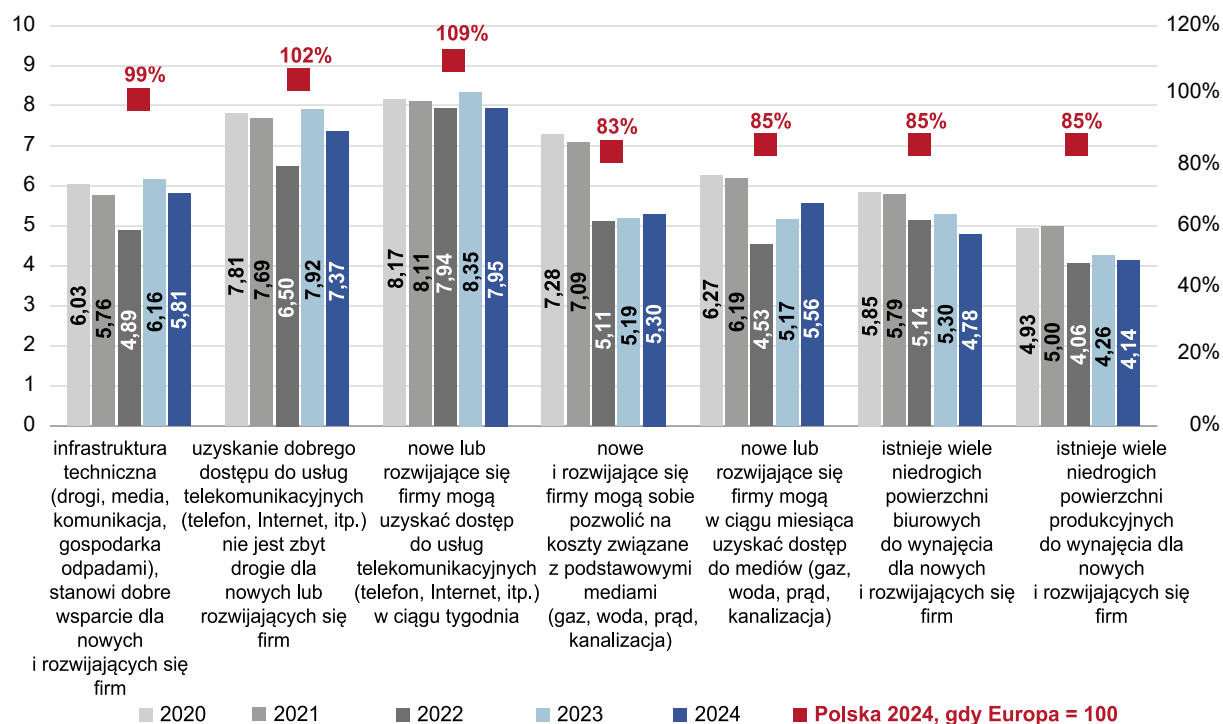
Infrastruktura techniczna i komercyjna

Infrastruktura techniczna to obszar, który w 2024 r. został przez ekspertów oceniony średnio na 5,8 pkt, słabiej niż w 2023 r. (5,9 pkt) i w latach 2020–2021 (2021 r. – 6,8 pkt, 2020 r. – 6,5 pkt), ale nieznacznie lepiej niż w 2022 r. (5,5 pkt). Ocena ta była też nieco niższa w porównaniu do oceny ekspertów z krajów odniesienia (83% oceny gospodarek o wysokich dochodach, 92% – krajów Europy) (Wykres 2.1). Polska uzyskała w tym obszarze nieznacznie wyższą ocenę niż Wielka Brytania (5,7 pkt), Niemcy (5,6 pkt), Włochy (5,4 pkt) czy Grecja (5,3 pkt), ale dzieli nas jeszcze spory dystans do krajów z najwyższą oceną – Litwy (8,2 pkt), Szwajcarii (7,9 pkt) czy Norwegii (7,7 pkt).

Wykres 2.6 przedstawia opinię ekspertów nt. stwierdzeń składających się na ten blok.

Polscy eksperci wysoko oceniają dostępność usług telekomunikacyjnych dla nowych i rozwijających się firm (8,0 pkt – 109% oceny badanych państw Europy) **czy ich ceny** (7,4 pkt – 102% oceny krajów europejskich). W 2024 r., w porównaniu do poprzedniego roku, nieznacznie poprawiła się ocena stwierdzenia dotyczącego dostępu do podstawowych mediów (gaz, woda, prąd, kanalizacja) – 5,6 (85% oceny krajów europejskich, 2023 r. – 5,2 pkt), choć cały czas jest ona na poziomie oceny „ani się zgadzam, ani się nie zgadzam” i była niższa niż w latach 2020–2021 (2021 r. – 6,2 pkt, 2020 r. – 6,3 pkt). Eksperti nieco lepiej niż w latach 2022–2023 ocenili też stwierdzenie związane z kosztami dostępu do mediów – 5,3 pkt (83% oceny krajów europejskich, 2023 r. – 5,2 pkt, 2022 r. – 5,1 pkt), choć była to ocena niższa niż w latach 2020–2021 (2021 r. – 7,1 pkt, 2020 r. – 7,3 pkt), na co wpływ miały wojna w Ukrainie i wzrost cen energii.

Wykres 2.6. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – **Infrastruktura techniczna** w latach 2020–2024 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2024 r.



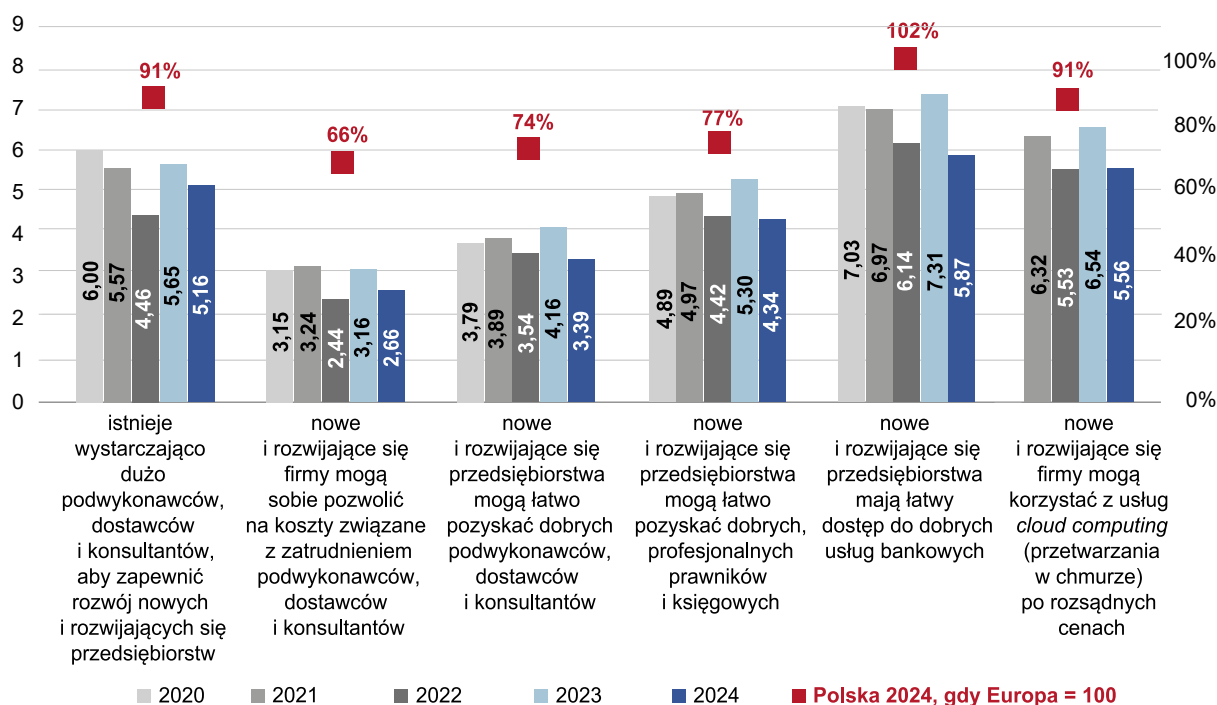
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Nieco niżej niż w 2023 r. eksperci ocenili stwierdzenia dotyczące: jakości infrastruktury technicznej (drogi, media, komunikacja, gospodarka odpadami) – 5,8 pkt (99% oceny krajów europejskich, 2023 r. – 6,2 pkt), dostępu nowych i rozwijających się firm do niedrogich powierzchni biurowych – 4,8 pkt (85% oceny krajów europejskich, 2023 r. – 5,3 pkt) oraz dostępu do niedrogich powierzchni produkcyjnych – 4,1 pkt (85% oceny krajów europejskich, 2023 r. – 4,3 pkt). Te trzy stwierdzenia zostały także niżej ocenione niż w latach 2020–2021.

Obszar dotyczący **Infrastruktury komercyjnej i usługowej** eksperci ocenili w 2024 r. niżej niż w 2023 r. – 4,5 pkt (79% oceny gospodarek o wysokich dochodach i 86% oceny krajów europejskich, 2023 r. – 5,4 pkt) (Wykres 2.1). Przy czym była to ocena nieco wyższa niż w 2022 r. (4,4 pkt) i nieco niższa niż w latach 2020–2021 (2021 r. – 5,1 pkt, 2020 r. – 4,9 pkt). Wśród krajów Europy niższe oceny w tym obszarze uzyskały tylko Ukraina (4,4 pkt), Chorwacja (4,3 pkt) oraz Bośnia i Hercegowina (4,0 pkt). Najwyższe oceny – podobnie jak w przypadku obszaru infrastruktura techniczna – przyznali eksperci ze Szwajcarii (6,9 pkt), Litwy (6,7 pkt) oraz Norwegii (6,6 pkt).

Analizując wyniki dla poszczególnych kategorii (Wykres 2.7), widzimy, że w opinii ekspertów w Polsce **ograniczeniem dla nowych i rozwijających się firm są koszty związane z zatrudnianiem podwykonawców, dostawców i konsultantów** (2,7 pkt, 66% oceny krajów europejskich) **oraz trudności z pozyskaniem dobrych podwykonawców, dostawców i konsultantów** (3,4 pkt, 74% oceny krajów europejskich). Nieco wyżej oceniane są takie aspekty jak **łatwość pozyskania dobrych, profesjonalnych prawników i księgowych** (4,3 pkt, 77% oceny krajów Europy), **liczba podwykonawców, dostawców i konsultantów, umożliwiającą zapewnienie rozwoju nowych i rozwijających się przedsiębiorstw** (5,2 pkt, 95%). **Najlepiej eksperci ocenili dostęp nowych i rozwijających się firm do dobrych usług bankowych** (dostęp do konta, rachunki bieżące, transakcje walutowe, akredytywa itp.) – 5,9 pkt (102% oceny krajów europejskich) **oraz koszty dostępu do usług *cloud computing*** (5,6 pkt, 91%). Jest to jednak ocena wyraźnie niższa niż w 2023 r.

Wykres 2.7. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – Infrastruktura komercyjna i usługowa w latach 2020–2024 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2024 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

2.2. Polityka i wsparcie publiczne

Ten blok składa się z trzech obszarów, w których eksperci oceniali stwierdzenia dotyczące polityki i działań administracji publicznej, skierowane do nowych i rozwijających się firm. Pierwszy obszar (I) dotyczy ogólnego podejścia władz do rozwoju firm, zarówno na poziomie centralnym, jak i regionalnym. W praktyce oznacza to weryfikację, czy nowe i rozwijające się przedsiębiorstwa znajdują istotne miejsce w polityce państwa na różnych szczeblach zarządzania (kraj, region). Drugi obszar tematyczny (II) dotyczy obciążeń fiskalnych i administracyjnych związanych z prowadzeniem działalności gospodarczej, a trzeci (III) obejmuje ocenę dostępności i efektywności programów publicznych wspierających rozwój firm.

Polityka publiczna w zakresie przedsiębiorczości (obszar I), w tym jej priorytety, to blok stwierdzeń oceniany przez polskich ekspertów średnio na 3,5 pkt (niżej niż przeciętna ocena dla badanych krajów europejskich – 92% i gospodarek o wysokich dochodach – 74%) (Wykres 2.1). Była to ocena wyższa niż w latach 2022–2023 r. (2023 r. – 3,4 pkt, 2022 r. – 2,7 pkt), taka sama jak w 2022 r., ale niższa niż w 2020 r. (4,3 pkt). Obszar ten najlepiej w 2024 r. ocenili eksperci z Litwy (6,1 pkt), a najslabiej z Białorusi (1,4 pkt). Ocena uwarunkowań w tym obszarze w Polsce była nieco wyższa od takich krajów jak Norwegia i Hiszpania (po 3,2 pkt) czy Szwecja (3,1 pkt).

Jeżeli chodzi o poszczególne stwierdzenia składające się na ten obszar (Wykres 2.8), to dwa z nich zostały ocenione przez ekspertów lepiej niż w poprzednim roku, jedno – nieznacznie gorzej. **Najniżej zostało ocenione stwierdzenie mówiące, że polityka rządu (np. zamówienia publiczne) konsekwentnie sprzyja nowym przedsiębiorcom** (2,8 pkt, 79% oceny ekspertów z krajów europejskich). Jednak była to ocena nieco wyższa niż w latach 2022–2023 (2023 r. – 2,4 pkt, 2022 r. – 2,1 pkt). Podobnie jak w 2023 r. **niską ocenę uzyskało też stwierdzenie: wsparcie dla nowych i rozwijających się firm jest ważnym priorytetem dla polityki na szczeblu centralnym** (3,5 pkt, 88% oceny dla krajów europejskich). Relatywnie najwyżej zostało ocenione stwierdzenie mówiące, że wsparcie dla nowych i rozwijających się firm jest ważnym priorytetem dla polityki na szczeblu regionalnym – 4,3 pkt (108% oceny dla krajów Europy).

Nieco gorzej niż w 2023 r. eksperci ocenili **obszar związany z biurokracją i podatkami (obszar II)**. Jego ocena w 2024 r. wyniosła 3,8 pkt i stanowiła 86% wartości średniej oceny badanych państw europejskich i 74% – gospodarek o wysokich dochodach (2023 r. – 4,0 pkt) (Wykres 2.1). Najlepsze warunki do prowadzenia działalności gospodarczej, jeżeli chodzi

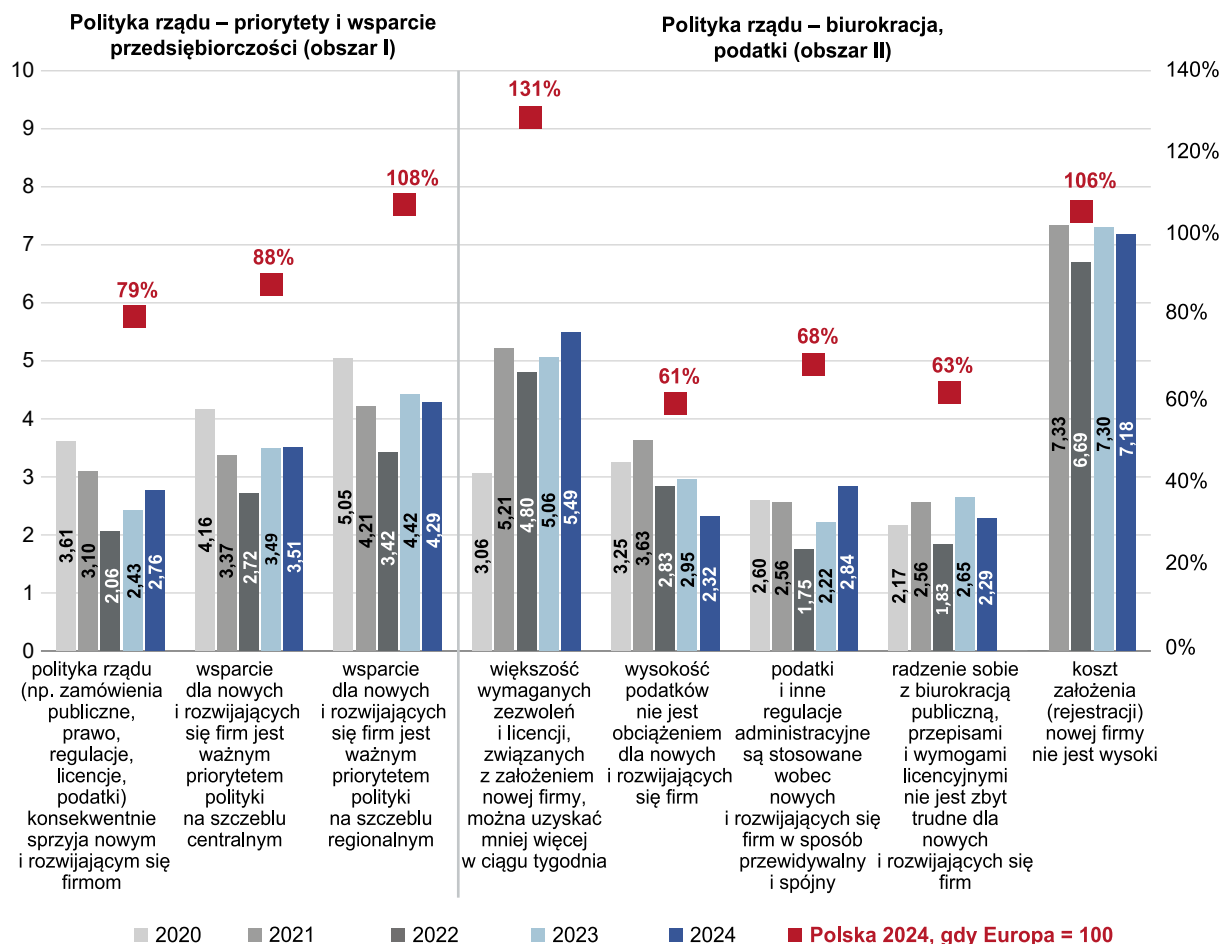
o obciążenia fiskalne i administracyjne są na Litwie (6,6 pkt) i w Szwajcarii (5,8). Najgorsze na Słowacji (2,9 pkt). Ocena tego obszaru przez polskich ekspertów była nieco wyższa niż m.in. w Hiszpanii (3,7 pkt) czy Włoszech (3,5 pkt).

Analiza poszczególnych kategorii składających się na obszar II (Wykres 2.8) pokazuje trzy sfery, które zdaniem ekspertów stanowią utrudnienie dla nowych i rozwijających się firm. Pierwsza z nich dotyczy **łatwości nowych i rozwijających się firm w radzeniu sobie z biurokracją publiczną, przepisami i wymogami licencyjnymi** (2,3 pkt, 63%). Druga – **wysokości podatków** (2,3 pkt, 61%). Trzecia natomiast – **stosowania podatków i innych regulacji administracyjnych w sposób przewidywalny i spójny** (2,8 pkt, 68% oceny państw Europy).

Lepiej niż przeciętnie w krajach Europy (choć na poziomie „ani się zgadzam, ani się nie zgadzam”) **oceniono stwierdzenie, że nowe firmy mogą uzyskać większość wymaganych zezwoleń i licencji mniej więcej w ciągu tygodnia** (5,5 pkt, 131% oceny krajów europejskich).

Według polskich ekspertów **koszty założenia (rejestracji) nowej firmy raczej nie są wysokie** (7,2 pkt, 106% oceny krajów europejskich). Jest to stosunkowo nowe stwierdzenie, dodane w 2021 r. Jego ocena była w latach 2021 i 2023 nieznacznie wyższa niż w 2024 r. (7,3 pkt), w 2022 r. wynosiła 6,7 pkt.

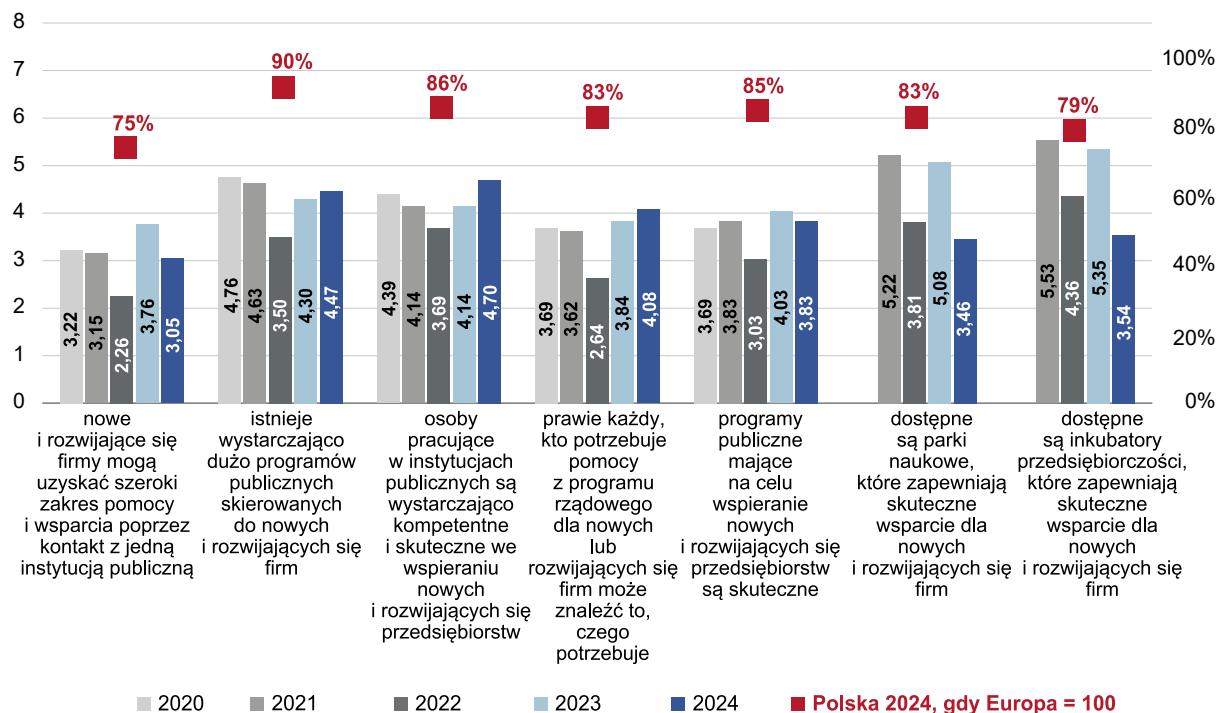
Wykres 2.8. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – **Polityka rządu (obszar I i II)** w latach 2020–2024 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2024 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Ocena obszaru **Programy rządowe (publiczne) wspierające przedsiębiorczość (obszar III)**, dotyczącego dostępności i efektywności publicznych programów mających na celu rozwój przedsiębiorczości nieznacznie spadła w 2024 r. w porównaniu do lat 2020–2021 i do 2023 r., ale była wyższa niż w 2022 r. (2024 r. – 3,8 pkt, 2023 r. – 4,4 pkt, 2022 r. – 3,4 pkt, 2021 – 4,3 pkt, 2020 – 4,1 pkt). W porównaniu do krajów odniesienia stanowiła ona 71% wartości średniej oceny gospodarek o wysokich dochodach i 83% średniej państw Europy (Wykres 2.1). Opinię ekspertów nt. poszczególnych stwierdzeń ocenianych w ramach tego bloku przedstawiono na Wykresie 2.9.

Wykres 2.9. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – **Programy rządowe (publiczne) wspierające przedsiębiorczość (obszar III)** w latach 2020–2024 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2024 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Utrudnieniem dla nowych i rozwijających się firm, w opinii polskich ekspertów, może być rozproszenie form wsparcia w wielu podmiotach publicznych – stwierdzenie o możliwości uzyskania szerokiego zakresu pomocy i wsparcia poprzez kontakt z jedną instytucją publiczną zostało ocenione jedynie na 3,1 pkt (75% średniej oceny państw europejskich). **Niżej niż w poprzednich latach oceniono też dostępność parków naukowych** (3,5 pkt, 83% średniej oceny państw europejskich) **i inkubatorów przedsiębiorczości, zapewniających skuteczne wsparcie dla nowych i rozwijających się firm** (3,5 pkt, 79%)⁵⁷. Ekspert nie są też przekonani co do skuteczności programów publicznych mających na celu wspieranie nowych i rozwijających się przedsiębiorstw (3,8 pkt, 87%).

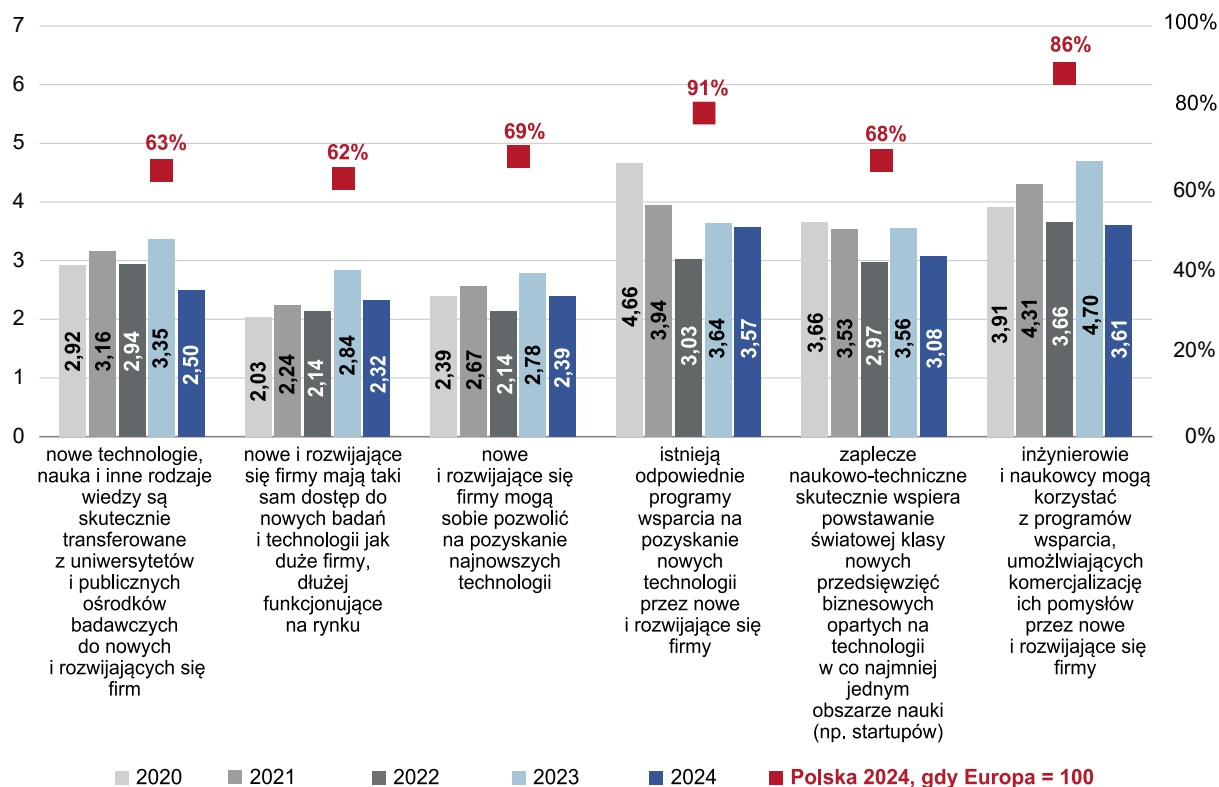
⁵⁷ Stwierdzenia te dodano w 2021 r. W poprzednich latach eksperci oceniali jedno stwierdzenie dotyczące zarówno parków naukowych, jak i inkubatorów przedsiębiorczości: „W Polsce parki naukowe i inkubatory przedsiębiorczości zapewniają skuteczne wsparcie dla nowych i rozwijających się firm”.

Nieco lepszą niż w 2023 r. ocenę uzyskały stwierdzenia dotyczące wystarczających kompetencji i skuteczności osób pracujących w instytucjach publicznych do wspierania nowych i rozwijających się przedsiębiorstw (4,7 pkt, 86%), oraz mówiące, że istnieje wystarczająco dużo programów publicznych skierowanych do młodych i rozwijających się firm (4,5 pkt, 90%) oraz że prawie każdy, kto potrzebuje pomocy z programu publicznego dla nowych i rozwijających się firm, może znaleźć to, czego potrzebuje (4,1 pkt, 83% oceny krajów europejskich).

2.3. Badania i rozwój, transfer wiedzy i technologii

W tym bloku poruszane są tematy związane ze skutecznym transferowaniem technologii, wiedzy z uczelni i publicznych ośrodków badawczych do nowych i rozwijających się firm, pozyskiwaniem nowych technologii, dostępem do badań i technologii, a także z ofertą odpowiednich programów wsparcia. **W 2024 r. średnia ocena tego obszaru przez ekspertów była wciąż niska (3,0 pkt)** – niższa niż w 2023 r. i w latach 2020–2021 (2023 r. – 3,5 pkt, 2022 r. – 2,8 pkt, 2021 i 2020 – 3,3 pkt). Jest to też wynik niższy od średniej oceny gospodarek o wysokich dochodach (stanowiła 65% przeciętnej oceny dla tych krajów) i dla badanych państw europejskich (76%) (Wykres 2.1). Polska uzyskała jedną z niższych ocen tego obszaru wśród badanych krajów Europy – gorzej oceniono go w Słowacji oraz Bośni i Hercegowinie (po 2,5 pkt) i Białorusi (2,2 pkt).

Wykres 2.10. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – **Badania i rozwój, transfer wiedzy i technologii** w latach 2020–2024 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2024 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Wszystkie stwierdzenia składające się na opisywany obszar zostały w 2024 r. ocenione niżej niż w poprzednim roku (Wykres 2.10). Oceny ekspertów wskazują na istnienie barier w podejmowaniu działalności badawczo-rozwojowej przez nowe i rozwijające się firmy.

Przeszkodą jest nierównowaga małych firm w dostępie do nowych badań w porównaniu z dużymi, dłużej funkcjonującymi na rynku (2,3 pkt, 62%). Nowe i rozwijające się polskie firmy, w opinii ekspertów, nie mogą sobie pozwolić na pozyskanie najnowszych technologii (2,4 pkt, 69%). Problemem jest także transfer wiedzy, technologii z uniwersytetów i ośrodków naukowych do firm (2,5 pkt, 63%). Niską ocenę uzyskały też stwierdzenia: zaplecze naukowo-techniczne skutecznie wspiera powstawanie światowej klasy nowych przedsięwzięć biznesowych opartych na technologii w co najmniej jednym obszarze nauki (3,1 pkt, 68%), istnieją odpowiednie programy wsparcia na pozyskanie nowych technologii przez nowe i rozwijające się firmy (3,4 pkt, 91%) oraz inżynierowie i naukowcy mogą korzystać z programów wsparcia, umożliwiających komercjalizację ich pomysłów poprzez nowe i rozwijające się firmy (3,6 pkt, 86% średniej oceny gospodarek Europy).

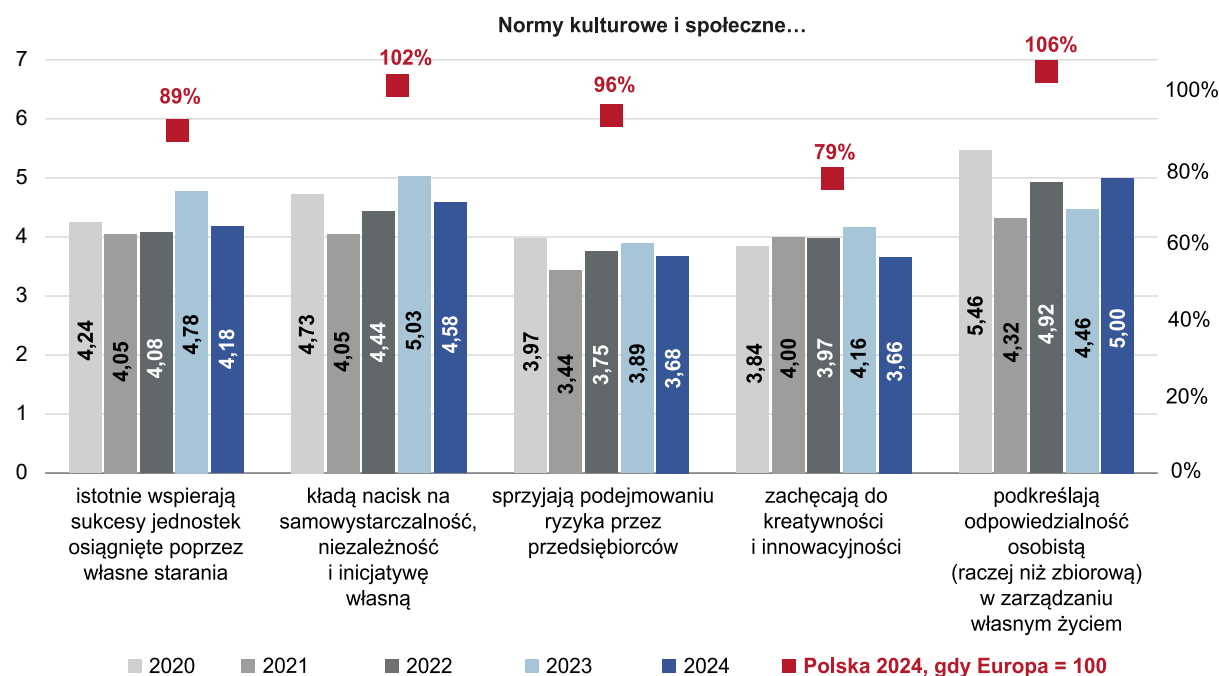
Mimo że w ostatnich latach wiele uwagi poświęca się współpracy nauki z biznesem, powstało szereg inicjatyw promujących tego typu działania (choćby dotacje z funduszy europejskich), a nakłady wewnętrzne na B+R rosną (wg danych GUS nakłady krajowe brutto na działalność B+R w 2023 r. wyniosły 53,1 mld zł i wzrosły o 18,8% w porównaniu z 2022 r.⁵⁸), to jednak oceny ekspertów wskazują, że działania te nie są jeszcze wystarczające. Stworzenie odpowiednich warunków do szybkiego rozwoju sektora B+R cały czas pozostaje jednym z największych wyzwań państwa.

2.4. 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 4,2 pkt.** Jest ona niższa niż w gospodarkach o wysokich dochodach (77% średniej oceny dla tych krajów) i objętych badaniem państwach Europy (94%) (Wykres 2.1). Jednocześnie w 2024 r. odnotowano nieznaczny spadek oceny ekspertów w porównaniu z 2023 r., kiedy wynosiła ona 4,5 pkt. Państwa europejskie, w których najlepiej oceniane są uwarunkowania kulturowe do podejmowania i rozwoju działań przedsiębiorczych, to Estonia (7,4 pkt), Litwa (6,8 pkt) i Szwajcaria (5,7 pkt). Ocena tego obszaru w Polsce była wyższa niż np. w Niemczech (4,0 pkt), Austrii czy Luksemburgu (4,8 pkt).

⁵⁸ Działalność badawcza i rozwojowa w Polsce w 2023 roku. Informacja sygnałna, GUS 2024.

Wykres 2.11. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – **Normy kulturowe i społeczne** w latach 2020–2024 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2024 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Najlepiej ocenione stwierdzenia w tym bloku (Wykres 2.11) **dotyczą norm kulturowych i społecznych w kontekście podkreślania odpowiedzialności osobistej w zarządzaniu własnym życiem** (5,0 pkt, 106% średniej oceny badanych państw europejskich), **nacisku na samowystarczalność i inicjatywę własną** (4,6 pkt, 102%), **istotnego znaczenia norm kulturowych we wspieraniu indywidualnych sukcesów osiągniętych poprzez własne starania** (4,2 pkt, 89%). Niżej oceniono stwierdzenie, że normy kulturowe zachęcają do kreatywności i innowacyjności (3,7 pkt, 79% przeciętnej oceny państw Europy) oraz mówiące o tym, że normy kulturowe i społeczne w Polsce sprzyjają podejmowaniu ryzyka przez przedsiębiorców (3,7 pkt, 96%). Dość niska ocena tych dwóch stwierdzeń może oznaczać, że według ekspertów skłonność polskich przedsiębiorców do angażowania się w bardziej ryzykowne przedsięwzięcia, jakimi są np. projekty innowacyjne, może być hamowana przez te uwarunkowania.

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

Porównanie poszczególnych gospodarek pod względem zewnętrznych uwarunkowań mogących wpływać na przedsiębiorczość umożliwia **Krajowy Wskaźnik Uwarunkowań Przedsiębiorczości (NECI – National Entrepreneurship Context Index)** wprowadzony do badania GEM w 2019 r.⁵⁹. Jest on wyliczany na podstawie danych z badania eksperckiego dotyczącego uwarunkowań przedsiębiorczości (*National Expert Survey – NES*). Wskaźnik ten ma pomóc w pomiarze i ocenie łatwości zakładania i rozwijania działalności gospodarczej w krajach uczestniczących w badaniu. Im wyższy wskaźnik ma dany kraj, tym lepsze panują w nim warunki do rozwoju przedsiębiorczości.

Polska z wynikiem 4,0 pkt, zajmuje 21. miejsce wśród 25 państw Europy objętych badaniem w 2024 r. (Wykres 2.12). W porównaniu z 2023 r. wartość wskaźnika NECI dla naszego kraju nieznacznie spadła (2023 r. – 4,2 pkt), ale była nieco wyższa niż w 2022 r. (3,8 pkt). Gdy pod uwagę weźmiemy wszystkie 56 gospodarek uwzględnionych w 2024 r. w badaniu NES, to Polska zajmuje 46. pozycję. Świadczy to o tym, że nadal konieczne jest podejmowanie wysiłków zmierzających do poprawy warunków dla rozwoju przedsiębiorczości w naszym kraju.

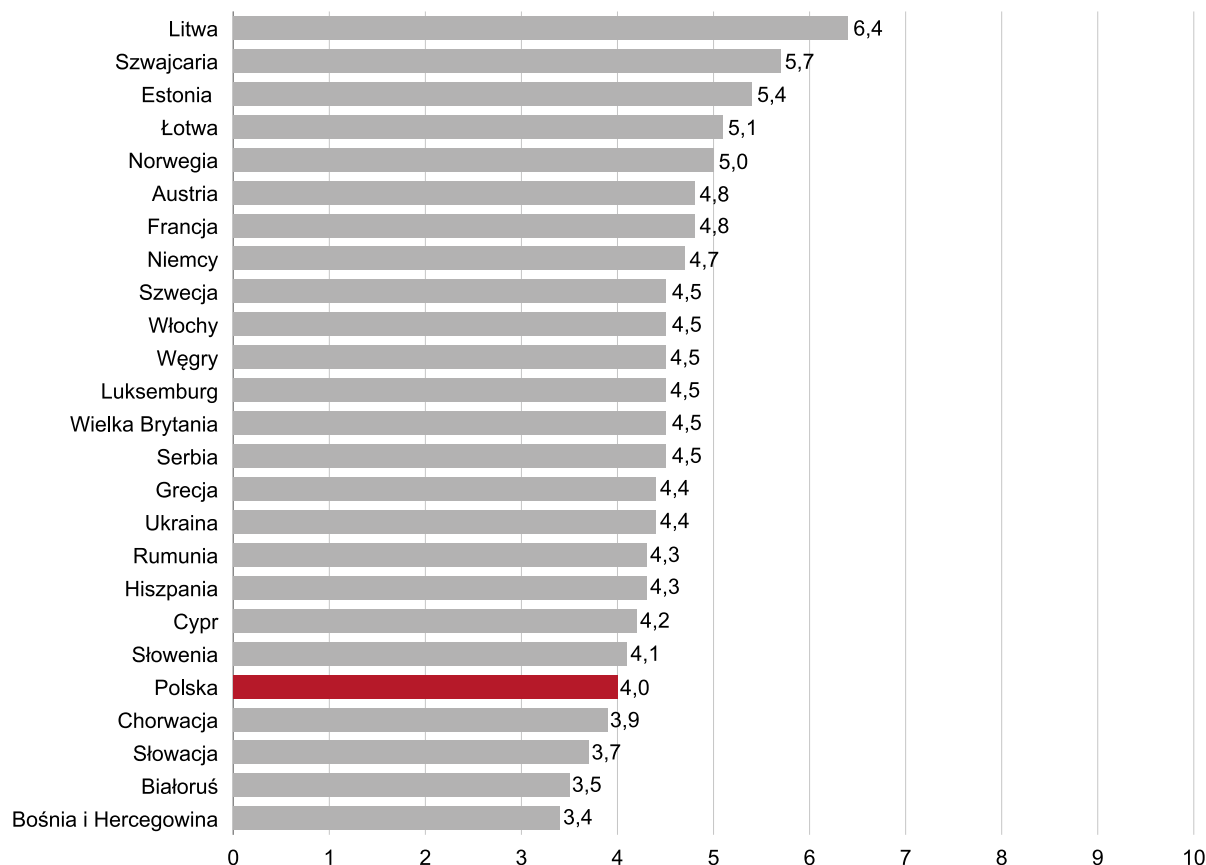
Krajem o najwyższej wartości wskaźnika NECI w 2024 r. wśród państw europejskich jest Litwa – 6,4 pkt. Wysoko w rankingu znalazły się także takie kraje jak Szwajcaria (5,7 pkt), Estonia (5,4 pkt) i Łotwa (5,1 pkt). Zbliżone do Polski wartości wskaźnika wśród krajów Europy obserwujemy w Słowenii (4,1 pkt) oraz Chorwacji (3,9 pkt).

Natomiast gdy pod uwagę weźmiemy wszystkie kraje objęte badaniem GEM, to najwyższą wartość wskaźnika NECI w 2024 r. osiągnęły Zjednoczone Emiraty Arabskie (7,1 pkt), Litwa

⁵⁹ NECI – National Entrepreneurship Context Index. Po raz pierwszy dane dotyczące wskaźnika opublikowano w raporcie „Global Entrepreneurship Monitor – Global Report 2018/2019”. W 2019 r. zmieniono podejście metodologiczne do wyliczeń dotyczących wskaźnika i wykorzystano skalę ocen od 0 do 10, gdzie 0 oznacza zdecydowanie się nie zgadzam, a 10 – zdecydowanie się zgadzam (wcześniej była to skala od 1 do 9).

(6,4 pkt), Tajwan i Arabia Saudyjska (po 6,3 pkt). Najniżej w rankingu znajdują się: Bośnia i Hercegowina (3,4), Wenezuela i Białoruś (po 3,5 pkt).

Wykres 2.12. Krajowy Wskaźnik Uwarunkowań Przedsiębiorczości w Polsce i w państwach Europy objętych badaniem NES w 2024 r. (pkt)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

2.6. Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ

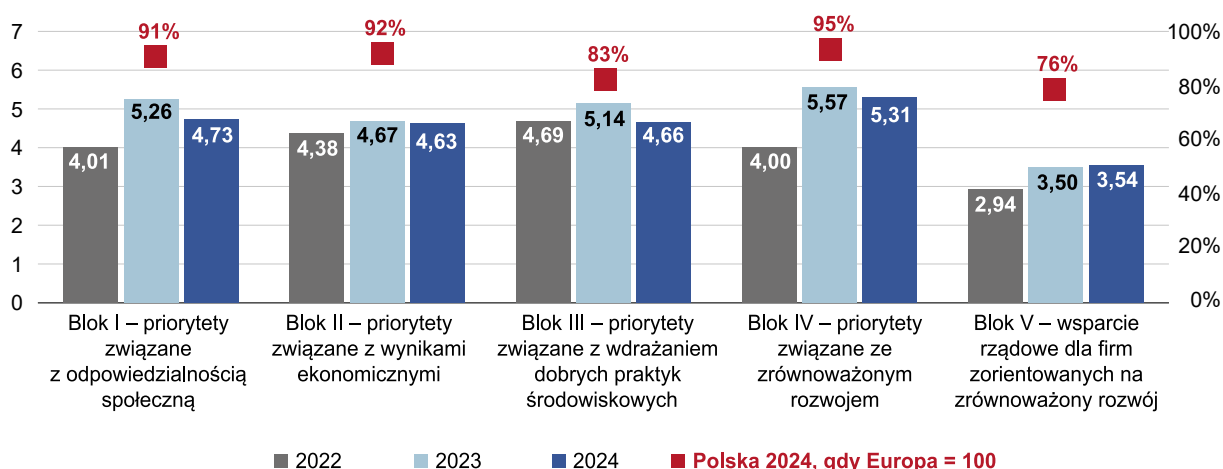
W 2022 r. w badaniu NES dodano nowe pytania dotyczące postrzegania przez ekspertów postępów w realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju Organizacji Narodów Zjednoczonych (SDG)⁶⁰. Ocenie ekspertów podlega 13 stwierdzeń pogrupowanych w 5 bloków tematycznych.

⁶⁰ 17 celów dotyczących ograniczenia ubóstwa, ochrony środowiska i zapewnienia ogólnego dobrobytu dla wszystkich ludzi na świecie przyjętych przez Zgromadzenie Ogólne ONZ 25.09.2015 r. (Rezolucja Zgromadzenia Ogólnego A/RES/70/1: Agenda na Rzecz Zrównoważonego Rozwoju 2030).

Cztery z nich dotyczą postrzegania priorytetów nowych i rozwijających się firm związanych z: odpowiedzialnością społeczną (I), wynikami ekonomicznymi (II), wdrażaniem dobrych praktyk środowiskowych (III), zrównoważonym rozwojem (IV). Ostatni blok dotyczy postrzegania wsparcia rządowego dla firm zorientowanych na zrównoważony rozwój (V).

Bloki I–IV zostały ocenione w 2024 r. średnio nieznacznie niżej niż w roku poprzednim, ale na ogół lepiej niż w 2022 r. (Wykres 2.13). Blok piąty dotyczący wsparcia dla firm w analizowanym obszarze został oceniony na podobnym poziomie co w 2023 r.

Wykres 2.13. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – realizacja Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ – średnie oceny dla poszczególnych bloków pytań w latach 2022–2024 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2024 r.



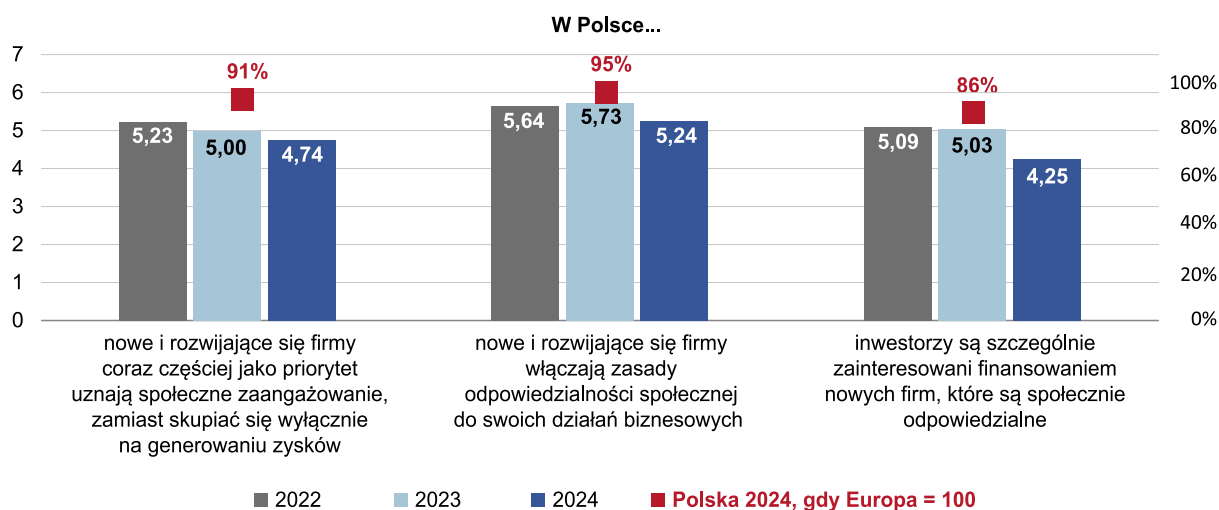
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Blok I – postrzeganie priorytetów nowych i rozwijających się firm związanych z odpowiedzialnością społeczną – został przez ekspertów oceniony średnio na 4,7 pkt (91% przeciętnej oceny badanych krajów Europy), niżej niż w 2023 r. (5,3 pkt) (Wykres 2.13). Państwa europejskie, w których eksperci najwyżej ocenili ten obszar, to Norwegia (6,7 pkt), Litwa i Austria (po 6,6 pkt). Najniższe oceny dotyczą Białorusi (3,5 pkt), Bośni i Hercegowiny oraz Rumunii (po 3,9 pkt).

Biorąc pod uwagę wszystkie oceniane wymiary uwarunkowań związanych z realizacją celów SDG, Polscy eksperci najbardziej zgadzają się co do tego, że nowe i rozwijające się firmy włączają zasady odpowiedzialności społecznej do swoich działań biznesowych

(5,2 pkt) i jest to wynik bliski średniej europejskiej (95%). Nieco niższą ocenę uzyskały stwierdzenia mówiące, że nowe i rozwijające się firmy coraz częściej jako priorytet uznają społeczne zaangażowanie, zamiast skupiać się wyłącznie na generowaniu zysków (4,7 pkt, 91%) oraz że inwestorzy są szczególnie zainteresowani finansowaniem nowych firm, które są społecznie odpowiedzialne (4,3 pkt, 86%) (Wykres 2.14).

Wykres 2.14. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – realizacja Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ: Blok I – priorytety związane z odpowiedzialnością społeczną w latach 2022–2024 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2024 r.



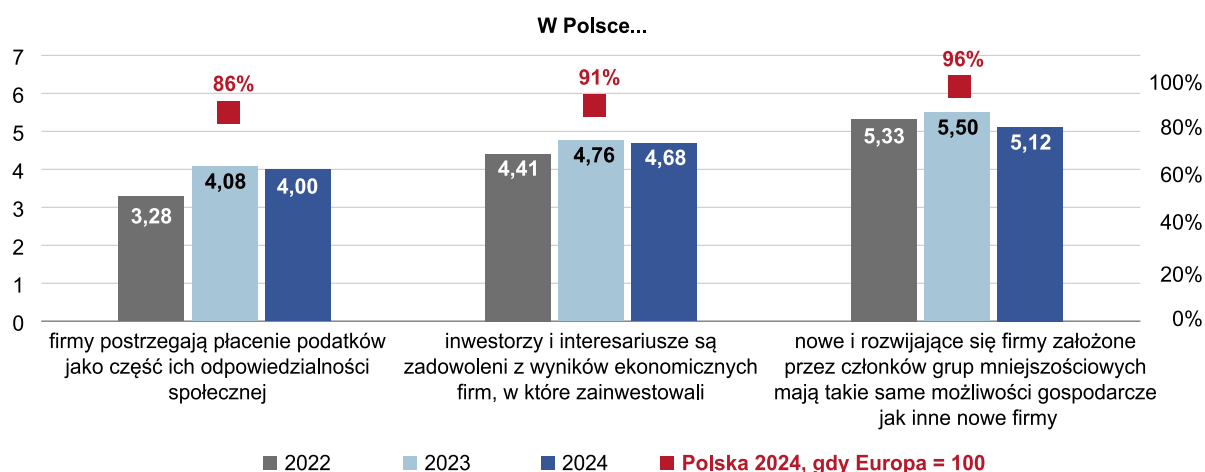
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Blok II dotyczący postrzegania priorytetów związanych z wynikami finansowymi nowych i rozwijających się firm uzyskał średnią ocenę na poziomie 4,6 pkt (92% przeciętnej oceny dla krajów Europy), zbliżoną do tej z 2023 r. (4,7 pkt) (Wykres 2.13). Niższą niż Polska ocenę uzyskały takie państwa europejskie jak: Cypr (4,0 pkt), Chorwacja oraz Bośnia i Hercegowina (po 4,3 pkt). Natomiast najwyższe oceny uzyskały Litwa (7,0 pkt), Estonia (6,6 pkt) i Szwajcaria (6,1 pkt).

Eksperti z Polski raczej nie podzielają opinii, że firmy traktują płacenie podatków jako część ich odpowiedzialności społecznej (4,0 pkt, 86% średniej oceny krajów europejskich). Nieco bardziej optymistyczni są za to, jeśli chodzi o postrzeganie inwestorów i interesariuszy jako osób zadowolonych z wyników ekonomicznych firm, w które zainwestowali (4,7 pkt, 91%). **Na poziomie zbliżonym do średniej dla badanych krajów Europy oceniono stwierdzenie,**

że firmy założone przez członków grup mniejszościowych mają takie same możliwości gospodarcze jak inne nowe firmy (5,1 pkt, 96%) (Wykres 2.15).

Wykres 2.15. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – realizacja Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ: Blok II – priorytety związane z wynikami finansowymi firm w latach 2022–2024 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2024 r.

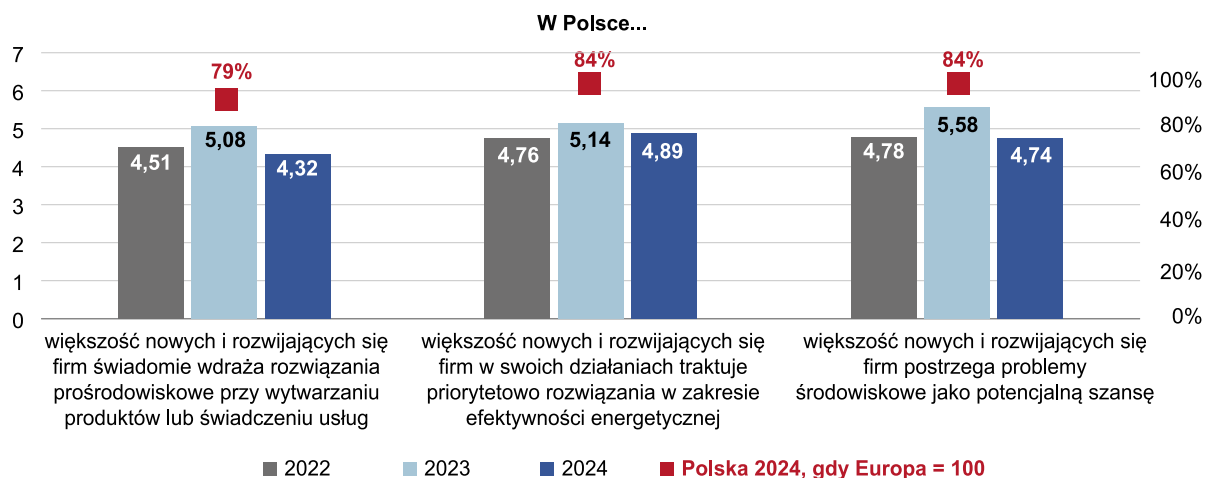


Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Blok III dotyczący postrzegania priorytetów nowych i rozwijających się firm związanych z wdrażaniem dobrych praktyk środowiskowych został oceniony w Polsce na 4,7 pkt (2023 r. – 5,1 pkt). Jest to też ocena niższa niż w krajach Europy – stanowi 83% przeciętnej oceny dla tej grupy krajów (Wykres 2.13). Wśród państw europejskich najwyższe oceny od swoich ekspertów uzyskały Litwa (7,1 pkt), Norwegia (7,0 pkt) i Szwajcaria (6,8 pkt), najniższe zaś Białoruś (3,4 pkt) oraz Bośnia i Hercegowina (4,3 pkt).

Najniżej w tym bloku pytań eksperci z Polski ocenili stwierdzenie dotyczące świadomego wdrażania rozwiązań prośrodowiskowych przy wytwarzaniu produktów lub świadczeniu usług przez nowe i rozwijające się firmy – 4,3 pkt (79% średniej oceny dla badanych krajów Europy). Stwierdzenie mówiące o priorytetowym traktowaniu rozwiązań w zakresie efektywności energetycznej oceniono na 4,9 pkt (84%), a postrzeganie problemów środowiskowych jako potencjalną szansę – na 4,7 pkt (84%) (Wykres 2.16).

Wykres 2.16. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – realizacja Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ: Blok III – priorytety związane z wdrażaniem dobrych praktyk środowiskowych w latach 2022–2024 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2024 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Blok IV obejmował dwa stwierdzenia dotyczące stosunku społeczeństwa do zrównoważonego rozwoju oraz faktycznych działań firm w tym obszarze. Eksperci z Polski ocenili go średnio na 5,3 pkt, co jest poziomem bliskim europejskiego (95% średniej tych krajów) i nieco niższym niż w poprzedniej edycji (5,6 pkt) (Wykres 2.13). Trzeba zauważyć, że wynik Polski jest wyższy niż w 12 krajach Europy w tym m.in. Węgier (5,0 pkt), Chorwacji (4,9 pkt) i Słowacji (4,8 pkt). Najniższa ocena dotyczy Białorusi (3,1 pkt). Najlepiej ten blok pytań oceniono w Szwecji (7,9 pkt), Norwegii (7,4 pkt) i Austrii (7,3 pkt).

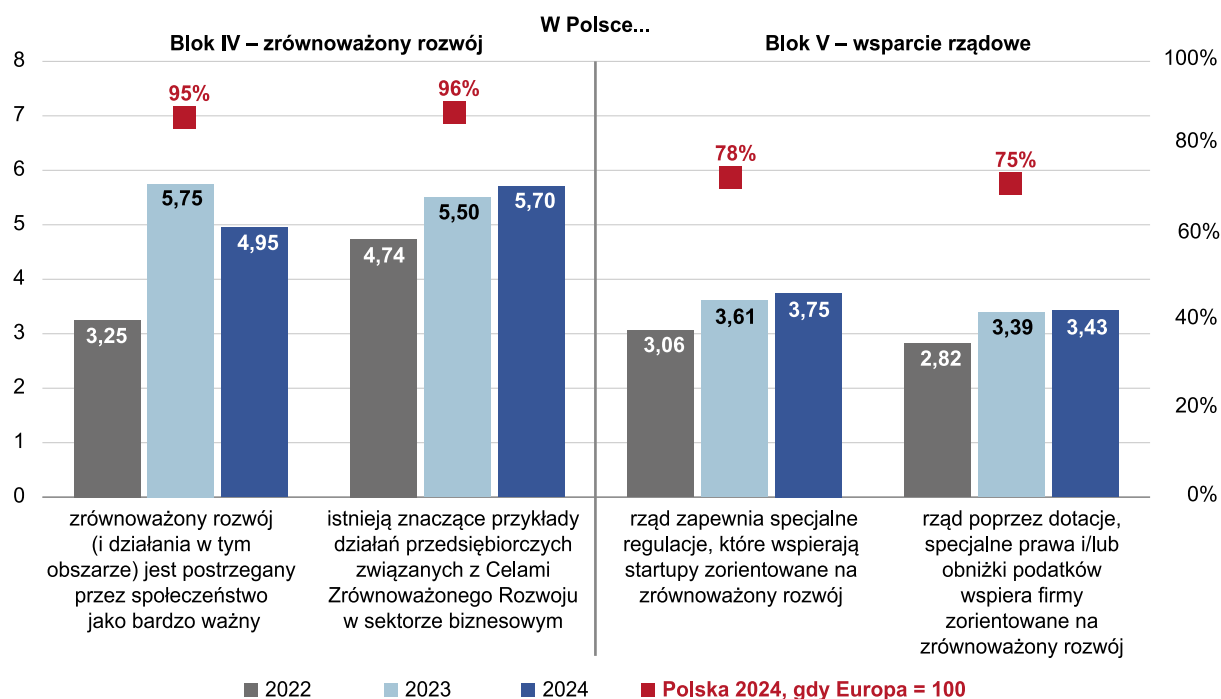
Eksperci w Polsce są bardziej zgodni co do tego, że w sektorze biznesowym są znaczące przykłady działań związanych z Celami Zrównoważonego Rozwoju 5,7 pkt (96%) niż że nasze społeczeństwo postrzega zrównoważony rozwój i działania w jego obszarze jako ważne – 5,0 pkt (95% oceny badanych krajów Europy) (Wykres 2.17).

Blok V – priorytety związane ze wsparciem rządowym firm zorientowanych na zrównoważony rozwój został nisko oceniony przez ekspertów – średnia ocena obu stwierdzeń na niego się składających to 3,5 pkt i jest to wynik niższy niż w krajach Europy (76% średniej oceny). Należy tu dodać, że choć ocena tego obszaru nie zmieniła się w porównaniu z rokiem poprzedni, to jest nieco wyższa niż w 2022 r. (2,9 pkt) (Wykres 2.13). Wśród uwzględnionych w badaniu krajów europejskich niższe niż Polska oceny tego obszaru

dotyczą Słowacji (3,3 pkt), Bośni i Hercegowiny (3,2 pkt) oraz Białorusi (1,8 pkt). Najwyżej zaś ten blok pytań ocenili eksperci z Norwegii (6,5 pkt), Francji i Litwy (po 6,3 pkt).

W opinii polskich ekspertów **rząd wciąż nie zapewnia specjalnych regulacji wspierających startupy zorientowane na zrównoważony rozwój (3,8 pkt, 78%)**, choć trzeba tu dodać, że w 2024 r. ocena tego stwierdzenia była wyższa niż w poprzednich dwóch latach. **Nie wspiera też firm zorientowanych na zrównoważony rozwój poprzez dotacje, specjalne prawa czy obniżki podatków (3,4 pkt, 75%)** (Wykres 2.17).

Wykres 2.17. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – realizacja Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ: Blok IV – priorytety związane ze zrównoważonym rozwojem, Blok V – priorytety związane ze wsparciem rządowym firm zorientowanych na zrównoważony rozwój w latach 2022–2024 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2024 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

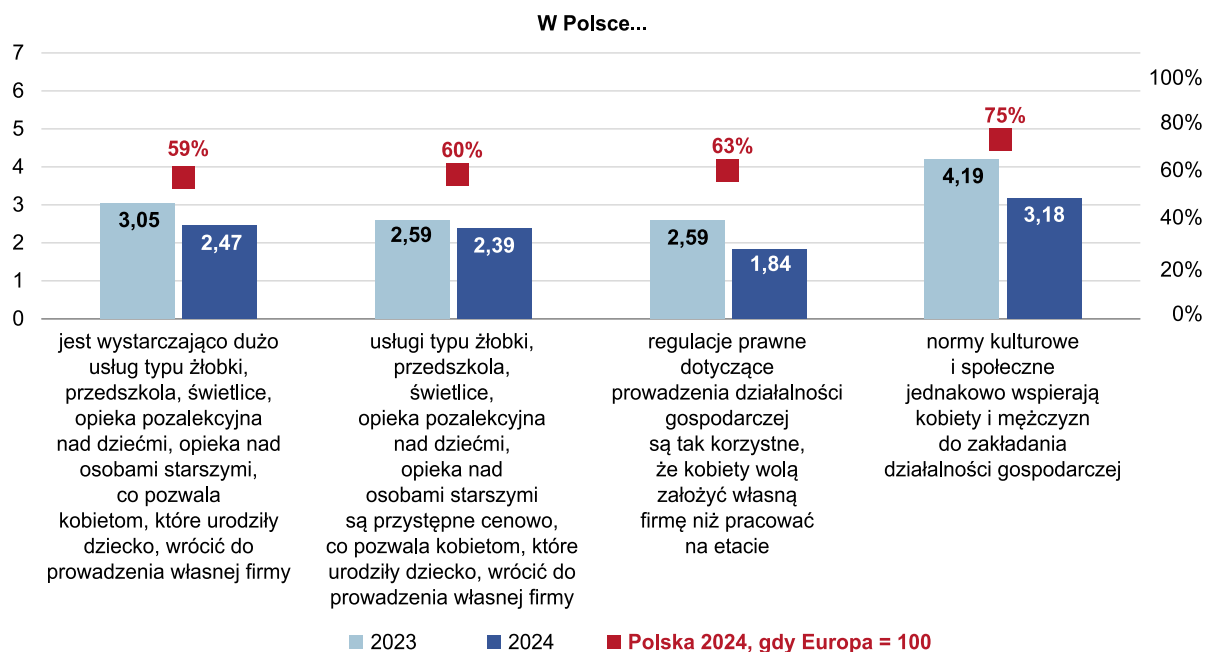
2.7. Przedsiębiorczość kobiet

Tegoroczna edycja badania NES obejmowała także temat uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości kobiet. Eksperci oceniali osiem stwierdzeń składających się na dwa obszary. Pierwszy z nich odnosi się do postrzegania uwarunkowań w postaci usług opiekuńczo-edukacyjnych, regulacji i norm kulturowych, drugi – do dostępności finansowania i dostępu do rynku kobiet w porównaniu z mężczyznami, którzy prowadzą działalność gospodarczą. Oceny polskich ekspertów są w przypadku obu obszarów niższe niż w gospodarkach najbardziej zamożnych (poziom A) i krajach europejskich biorących udział w badaniu.

Obszar dotyczący postrzegania poziomu wsparcia przedsiębiorczości kobiet w aspekcie dostępności usług, regulacji i norm kulturowych został w Polsce oceniony średnio na 2,5 pkt w skali 0–10, co stanowi najniższy wynik spośród wszystkich 56 krajów uczestniczących w badaniu GEM w 2024 r. Ocena dla Polski stanowiła 57% średniej oceny dla gospodarek o wysokich dochodach i 64% – dla krajów Europy. Była też niższa niż w 2023 r. (3,1 pkt). Wśród państw Europy ten blok stwierdzeń został najlepiej oceniony na Litwie (6,0 pkt), w Szwecji (5,9 pkt) i Norwegii (5,2 pkt), wśród wszystkich badanych krajów – w Zjednoczonych Emiratach Arabskich (6,8 pkt).

Ocena czterech stwierdzeń składających się na ten obszar wskazuje, że mogą one ograniczać przedsiębiorczość kobiet w Polsce. Eksperci relatywnie najwyżej ocenili stwierdzenie odnoszące się do tego, że normy kulturowe i społeczne jednakowo wspierają kobiety i mężczyzn do zakładania działalności gospodarczej – 3,2 pkt (75% średniej oceny dla krajów Europy) (Wykres 2.18). Była to jednak ocena niższa niż w 2023 r. (4,2 pkt). Niską ocenę uzyskały stwierdzenia dotyczące dostępności i przystępności cenowej usług typu żłobki, przedszkola, świetlice, opieka pozalekcyjna nad dziećmi, opieka nad osobami starszymi, co pozwala kobietom pełniącym funkcje opiekuńcze, wrócić do prowadzenia własnej firmy (odpowiednio 2,5 pkt i 2,4 pkt na 10). Zdaniem ekspertów z Polski, ograniczeniem dla zakładania i rozwoju przedsiębiorstw przez kobiety są także regulacje prawne dotyczące prowadzenia działalności gospodarczej. Nie zgadzają się oni ze stwierdzeniem, że są one tak korzystne, że kobiety wolą założyć własną firmę niż pracować na etacie. Obszar ten uzyskał bardzo niską ocenę 1,4 pkt (2023 r. – 2,6 pkt).

Wykres 2.18. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – przedsiębiorczość kobiet – **postrzeganie poziomu wsparcia przedsiębiorczości kobiet w aspekcie usług, regulacji i norm kulturowych** w latach 2023–2024 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2024 r.

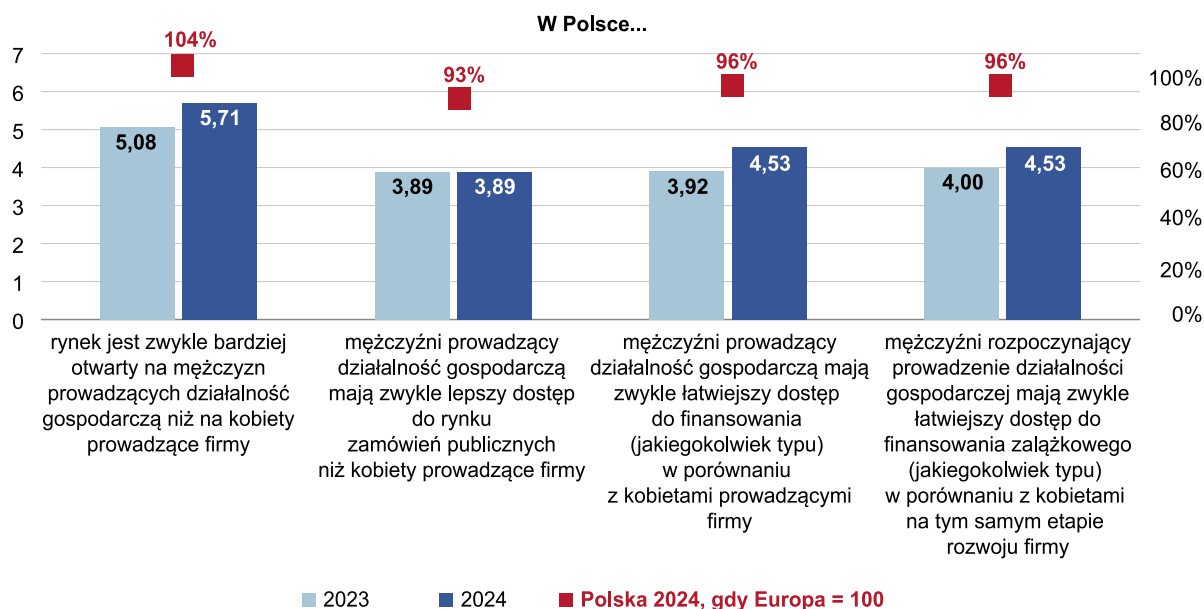


Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Drugi z obszarów odnoszący się do dostępności zasobów (finansowania i rynku) dla kobiet w porównaniu z mężczyznami w rozwijaniu działalności przedsiębiorczej polscy eksperci ocenili średnio wyżej niż pierwszy, bo na 4,6 pkt. Jest to wynik zbliżony do oceny dla krajów Europy (96%) i tylko nieco niższy niż w gospodarkach o wysokich dochodach (90%). Jest on jednak też blisko poziomu „ani się zgadzam ani się nie zgadzam”, co sugeruje, że zarówno eksperci z Polski, jak też innych krajów mieli trudność z oceną poszczególnych stwierdzeń.

Polscy eksperci nie mają wyrobionego zdania odnośnie do stwierdzenia mówiącego, że rynek jest zwykle bardziej otwarty na mężczyzn prowadzących działalność gospodarczą lub ją rozpoczynających niż na kobiety prowadzące firmy – ocena 5,7 pkt (104% średniej oceny krajów Europy) (Wykres 2.19). Trudności w ocenie dotyczą też dwóch stwierdzeń odnoszących się do łatwiejszego dostępu mężczyzn do finansowania, w tym załączkowego, które uzyskały w 2024 r. po 4,5 pkt (96% oceny dla państw europejskich). Jednak ze względu na poziom tego wyniku nie można powiedzieć, że dostęp mężczyzn do finansowania jest w Polsce łatwiejszy.

Wykres 2.19. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – **przedsiębiorczość kobiet – postrzeganie dostępności zasobów (takich jak dostęp do finansowania i rynku) dla kobiet w porównaniu z mężczyznami w rozwijaniu działalności przedsiębiorczej w latach 2023–2024 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2024 r.**



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

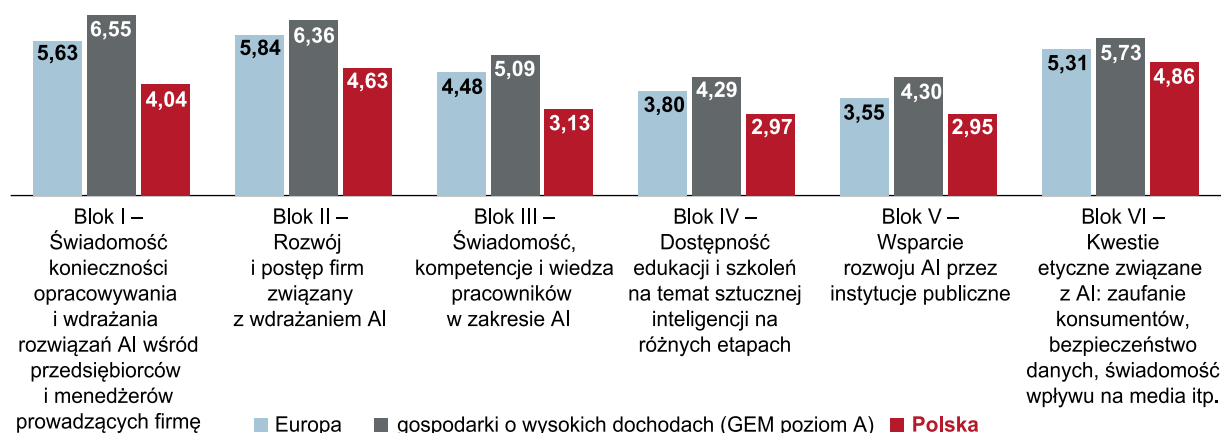
2.8. Sztuczna inteligencja a przedsiębiorczość

Tegoroczna edycja badania NES obejmowała także temat specjalny dotyczący sztucznej inteligencji (AI). Ekspertki oceniali czternaście stwierdzeń składających się na sześć bloków tematycznych odnoszących się do:

- świadomości konieczności opracowywania i wdrażania rozwiązań AI wśród przedsiębiorców i menedżerów prowadzących firmę (I),
- rozwoju i postępu firm związanego z wdrażaniem AI (II),
- świadomości, kompetencji i wiedzy pracowników w zakresie AI (III),
- dostępności edukacji i szkoleń na temat AI na różnych etapach (IV),
- wsparcia rozwoju AI przez instytucje publiczne (V),
- kwestii etycznych związanych z AI, jak zaufanie konsumentów, bezpieczeństwo danych, świadomość wpływu na media (VI).

Średnie oceny ekspertów dla poszczególnych bloków pytań są w Polsce niższe niż przeciętnie w krajach europejskich i gospodarkach o wysokich dochodach (Wykres 2.20). Dwa bloki pytań: szósty dotyczący etyki, zaufania i bezpieczeństwa danych oraz drugi dotyczący rozwoju i postępu firm związanego z wdrażaniem AI zostały ocenione przez polskich ekspertów średnio relatywnie lepiej niż pozostałe, choć jest to ocena zbliżona do poziomemu 5 – „ani się zgadzam ani się nie zgadzam”. Niskie wyniki Polski na tle innych krajów uczestniczących w badaniu NES świadczą o konieczności podjęcia odpowiednich działań, jeżeli chcemy, aby Polska była konkurencyjna w obszarze sztucznej inteligencji. Krajami, w których zgodnie z opinią ich ekspertów istnieją najlepsze warunki do rozwoju sztucznej inteligencji, są Litwa, Zjednoczone Emiraty Arabskie, Tajwan, Korea Południowa i Łotwa.

Wykres 2.20. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości – sztuczna inteligencja a przedsiębiorczość. Polska w porównaniu z gospodarkami o wysokich dochodach i krajami europejskimi w 2024 r. (średnie oceny dla poszczególnych bloków pytań)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

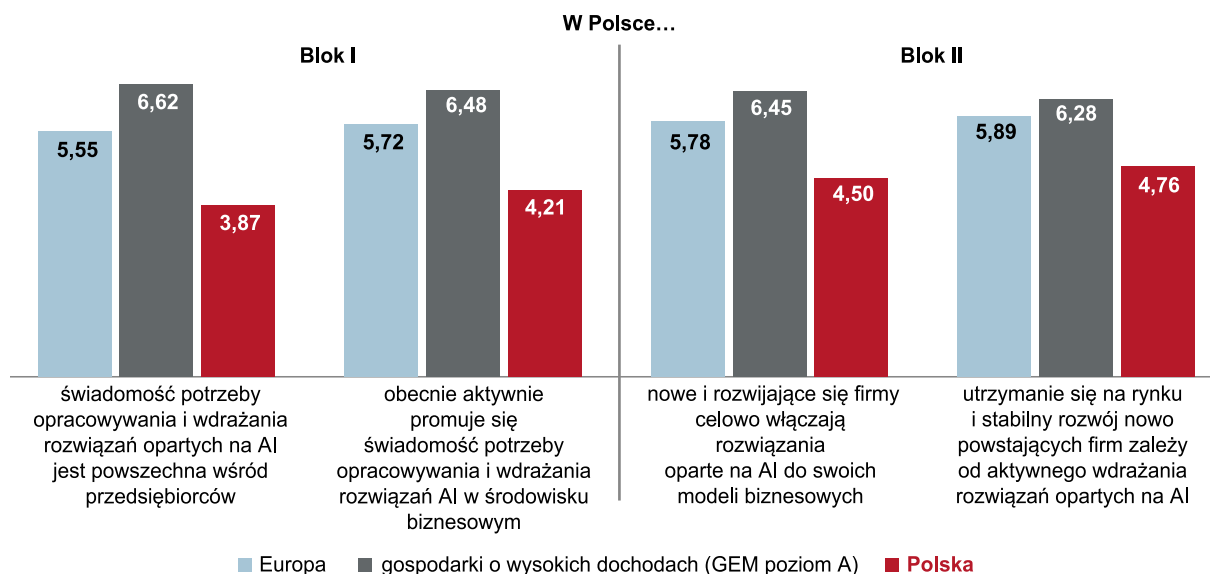
Blok I – zdaniem ekspertów w Polsce nie wszyscy przedsiębiorcy mają świadomość konieczności opracowywania i wdrażania rozwiązań AI wśród przedsiębiorców i menedżerów prowadzących firmę – średnia ocena to 4,0 pkt w skali 0-10 (72% przeciętnej oceny badanych krajów Europy, 62% – gospodarek najbardziej zamożnych – poziom A) (Wykres 2.20). Jest to jedna z najniższych ocen wśród badanych krajów Europy (niższa dotyczy tylko Bośni i Hercegowiny – 3,6 pkt). Najlepiej ten obszar oceniono na Litwie (7,4 pkt), w Szwajcarii (7,0 pkt) i Norwegii (6,0 pkt), a wśród wszystkich krajów uczestniczących w badaniu – na Tajwanie (7,9 pkt), w Zjednoczonych Emiratach Arabskich (7,7 pkt) i w Arabii Saudyjskiej (7,5 pkt).

Spośród dwóch stwierdzeń składających się na ten blok Polscy eksperci relatywnie lepiej ocenili aktywną promocję świadomości potrzeby opracowywania i wdrażania rozwiązań AI w środowisku biznesowym (4,2 pkt, 74% średniej oceny dla krajów Europy, 65% gospodarek o wysokich dochodach). Niższe oceny uzyskało stwierdzenie mówiące, że świadomość potrzeby opracowywania i wdrażania rozwiązań opartych na AI jest powszechna wśród przedsiębiorców (3,9 pkt, odpowiednio 70% i 58%) (Wykres 2.21).

Blok II – Rozwój i postęp firm związany z wdrażaniem AI – został oceniony średnio na 4,6 pkt, co stanowiło 79% przeciętnej oceny badanych krajów Europy i 73% gospodarek o wysokich dochodach (Wykres 2.20). W przypadku tego obszaru ocena dla Polski była też jedną z najniższych wśród państw uwzględnionych w badaniu. W Europie, jak i wśród wszystkich badanych krajów niższą ocenę miała Białoruś (4,5 pkt) oraz Bośnia i Hercegowina (4,1 pkt). Natomiast najwyższe oceny uzyskały Łotwa (8,0 pkt), Tajwan (7,4 pkt) i Zjednoczone Emiraty Arabskie (7,3 pkt).

Stwierdzenie mówiące, że nowe i rozwijające się firmy celowo włączają rozwiązania oparte na AI do swoich modeli biznesowych, polscy eksperci ocenili średnio na 4,5 pkt (78% średniej oceny dla krajów Europy, 70% dla gospodarek poziomu A). Podobnie oceniono stwierdzenie, że utrzymanie się na rynku i stabilny rozwój nowo powstających firm zależy od aktywnego wdrażania rozwiązań opartych na AI (4,8 pkt, odpowiednio 81% i 76%) (Wykres 2.21).

Wykres 2.21. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości – sztuczna inteligencja a przedsiębiorczość: Blok I – Świadomość konieczności opracowywania i wdrażania rozwiązań AI wśród przedsiębiorców i menedżerów prowadzących firmę, Blok II – Rozwój i postęp firm związany z wdrażaniem AI. Polska w porównaniu z krajami europejskimi i gospodarkami o wysokich dochodach w 2024 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Blok III – Świadomość, kompetencje i wiedza pracowników w zakresie AI – uzyskał 3,1 pkt, co stanowiło 70% oceny badanych krajów Europy i 61% gospodarek o wysokich dochodach (Wykres 2.20). Tu też ocena Polski była jedną z niższych wśród wszystkich państw uwzględnionych w badaniu – słabszy wynik dotyczy tylko Bośni i Hercegowiny (3,0 pkt). Najwyższą ocenę uzyskały Zjednoczone Emiraty Arabskie (7,1 pkt), Łotwa (6,9 pkt) i Litwa (6,6 pkt).

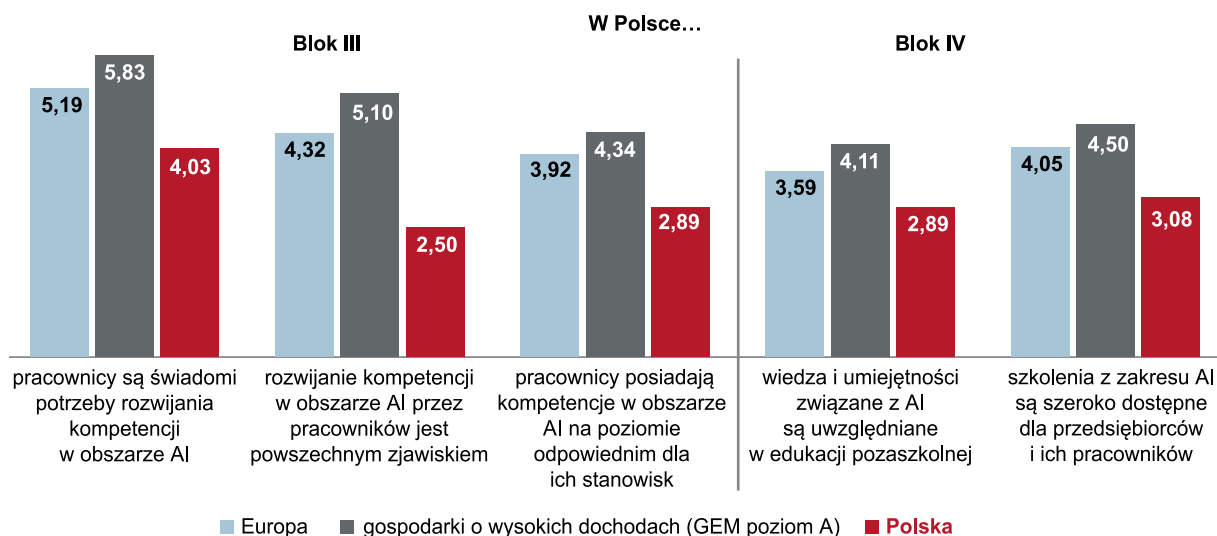
Analiza poszczególnych stwierdzeń w tym bloku pokazuje, że polscy eksperci nie zgadzają się co do tego, że rozwijanie kompetencji w obszarze AI przez pracowników jest powszechnym zjawiskiem (2,5 pkt, 58% średniej europejskiej, 49% – dla gospodarek o wysokich dochodach) oraz że pracownicy posiadają kompetencje w obszarze AI na poziomie odpowiednim dla ich stanowisk (2,9 pkt, odpowiednio 74% i 64%). Relatywnie lepiej ocenili stwierdzenie mówiące, że pracownicy są świadomi potrzeby rozwijania kompetencji w obszarze AI – 4,0 pkt, odpowiednio 78% i 69% (Wykres 2.22).

Blok IV – Dostępność edukacji i szkoleń na temat sztucznej inteligencji na różnych etapach

– **uzyskał ocenę 3,0 pkt** (78% oceny krajów europejskich i 69% gospodarek o wysokich dochodach) (Wykres 2.20). Krajami, w których najwyżej oceniono ten blok pytań, są Łotwa (6,9 pkt), Zjednoczone Emiraty Arabskie (6,7 pkt) oraz Korea Południowa (6,2 pkt). Wśród państw Europy niższy od Polski wynik dotyczy Cypru (2,8 pkt), Rumunii (2,7 pkt) oraz Bośni i Hercegowiny (2,2 pkt).

Eksperti z Polski nie zgadzają się ze stwierdzeniami mówiącymi, że wiedza i umiejętności związane z AI są uwzględniane w edukacji pozaszkolnej (2,9 pkt, 80% średniej oceny dla państw europejskich, 70% – dla gospodarek poziomu A) oraz, że szkolenia z zakresu AI są szeroko dostępne dla przedsiębiorców i ich pracowników (3,1 pkt, odpowiednio 76% i 68%) (Wykres 2.22).

Wykres 2.22. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości – **sztuczna inteligencja a przedsiębiorczość: Blok III – Świadomość, kompetencje i wiedza pracowników w zakresie AI, Blok IV – Dostępność edukacji i szkoleń na temat AI na różnych etapach.** Polska w porównaniu z krajami europejskimi i gospodarkami o wysokich dochodach w 2024 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Blok V – Wsparcie rozwoju AI przez instytucje publiczne – uzyskał w Polsce ocenę 3,0 pkt (83% przeciętnej oceny badanych krajów Europy, 69% gospodarek o wysokich dochodach) (Wykres 2.20). Wśród państw europejskich niższe oceny od Polski uzyskały: Rumunia

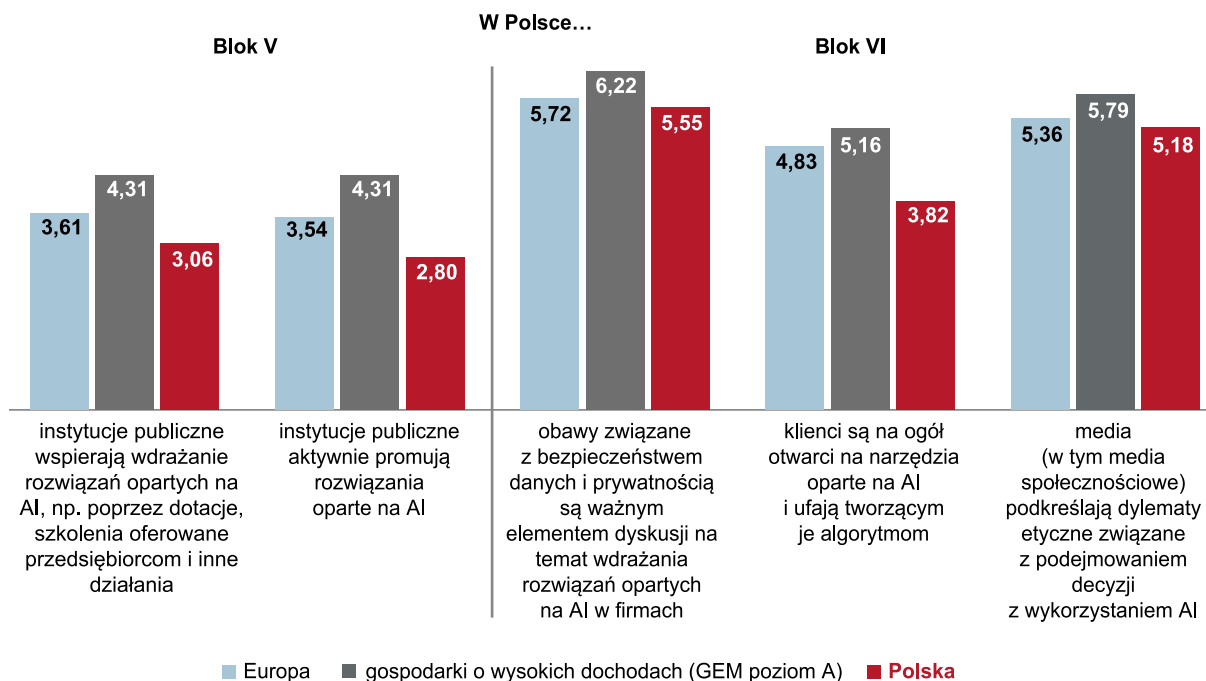
(2,8 pkt), Słowacja (2,5 pkt), Cypr (2,2 pkt), Bośnia i Hercegowina (1,6 pkt) oraz Białoruś (0,8 pkt), najwyższe zaś Łotwa (6,6 pkt) i Litwa (5,5 pkt). Biorąc pod uwagę wszystkie kraje uczestniczące w badaniu NES, wysoki wynik dotyczy także Zjednoczonych Emiratów Arabskich (7,3 pkt) oraz Korei Południowej (6,1 pkt).

W Polsce eksperci nie zgadzają się z dwoma stwierdzeniami składającymi się na ten blok: instytucje publiczne wspierają wdrażanie rozwiązań opartych na AI, np. poprzez dotacje, szkolenia oferowane przedsiębiorcom i inne działania (3,1 pkt, 85% średniej oceny dla państw europejskich, 71% – dla gospodarek poziomu A) oraz instytucje publiczne aktywnie promują rozwiązania oparte na AI (2,8 pkt, odpowiednio 79% i 65%) (Wykres 2.23).

Blok VI – Kwestie etyczne związanej z AI: zaufanie konsumentów, bezpieczeństwo danych, świadomość wpływu na media – został oceniony relatywnie wysoko, bo średnio na 4,9 pkt (92% oceny krajów europejskich i 85% gospodarek o wysokich dochodach) (Wykres 2.20). Jednocześnie wynik zarówno dla Polski, jak i dla znacznej grupy krajów uczestniczących w badaniu NES jest na poziomie odpowiedzi „ani się zgadzam, ani się nie zgadzam”. Nie dotyczy to takich krajów jak Łotwa i Zjednoczone Emiraty Arabskie (po 7,1 pkt), Tajwan (6,6 pkt) czy Litwa (6,5), dla których ocena jest na poziomie „zgadzam się”. A także Bośni i Hercegowiny (3,1 pkt) oraz Wenezueli (3,8 pkt) – ocena na poziomie „nie zgadzam się”.

W tym bloku najwyżej oceniono stwierdzenia: obawy związane z bezpieczeństwem danych i prywatnością są ważnym elementem dyskusji na temat wdrażania rozwiązań opartych na AI w firmach (5,6 pkt, 97% średniej oceny dla państw europejskich, 89% – dla gospodarek o wysokich dochodach) oraz media (w tym media społecznościowe) podkreślają dylematy etyczne związane z podejmowaniem decyzji z wykorzystaniem AI (5,2 pkt, odpowiednio 97% i 89%). Natomiast raczej nie ma zgody co do tego, że klienci są na ogół otwarci na narzędzia oparte na AI i ufają tworzącym je algorytmom (3,8 pkt, odpowiednio 79% i 74%) (Wykres 2.23).

Wykres 2.23. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości – **Sztuczna inteligencja a przedsiębiorczość: Blok V – Wsparcie rozwoju AI przez instytucje publiczne, Blok VI – Kwestie etyczne związane z AI: zaufanie konsumentów, bezpieczeństwo danych, świadomość wpływu na media.** Polska w porównaniu z krajami europejskimi i gospodarkami o wysokich dochodach w 2024 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

2.9. Podsumowanie

Analiza opinii pozyskanych od ekspertów w badaniu NES pokazuje, że **w 2024 r. w Polsce – w porównaniu do poprzednich czterech lat – nie nastąpiła poprawa uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości. Ocena z 2024 r. była nieco słabsza niż w 2023 r. i w latach 2020-2021 i nieco lepsza niż z 2022 r.** Świadczy o tym wartość Krajowego Wskaźnika Uwarunkowań Przedsiębiorczości (NECI), która dla Polski w 2024 r. wynosiła 4,0 pkt, w latach 2020–2021 oraz 2023 r. – 4,2 pkt, a w 2022 r. – 3,8 pkt. Wartość tego wskaźnika jest jednak wciąż stosunkowo niska i pokazuje, że Polska ma jeszcze dużo do zrobienia w zakresie poprawy warunków sprzyjających powstawaniu i rozwojowi firm.

W 2024 r., podobnie jak w poprzednim roku, tylko jeden z obszarów – otwartość rynku wewnętrznego – został oceniony przez polskich ekspertów znacznie lepiej niż średnio w krajach Europy. Relatywnie wysoko oceniono też dostęp do infrastruktury technicznej, ale była to ocena nieco niższa od przeciętnej w tych krajach. Poprawy natomiast wymagają przede wszystkim edukacja przedsiębiorczości (zarówno na poziomie podstawowym i średnim, jak i na etapie uczelni i kształcenia zawodowego), obszary związane z B+R i transferem wiedzy czy łatwością uzyskania finansowania, polityka wspierania przedsiębiorczości, kwestia biurokracji i podatków oraz dostępności i efektywności programów publicznych wspierających rozwój firm.

Eksperci nieco niżej niż rok wcześniej ocenili stwierdzenia odnoszące się do postępów w realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju Organizacji Narodów Zjednoczonych. Była to jednak ocena wyższa niż w 2022 r. Wyniki pokazują, że nadal poprawy wymaga obszar rządowego wsparcia firm zorientowanych na zrównoważony rozwój, choć był to jedyny z pięciu bloków składających się na ten obszar, którego ocena w 2024 r. nie była niższa niż w poprzednim roku.

Wyniki badania NES pokazują też, że niezbędne jest wsparcie przedsiębiorczości kobiet, zwłaszcza w aspekcie dostępności i przystępności cenowej usług (takich jak opieka nad dziećmi, seniorami), regulacji prawnych dotyczących prowadzenia działalności gospodarczej, jak i norm kulturowych i społecznych, które powinny jednakowo wspierać kobiety i mężczyzn w zakładaniu działalności gospodarczej.

Powinno się też podjąć odpowiednie działania, aby zwiększyć konkurencyjność Polski związaną z rozwojem sztucznej inteligencji. Ocena wszystkich stwierdzeń składających się na ten obszar była niższa niż przeciętna dla krajów Europy. Wyniki wskazują na konieczność wsparcia rozwoju kompetencji pracowników w obszarze AI, uwzględnienie nauczania wiedzy i umiejętności związanych z AI w edukacji pozaszkolnej oraz zwiększenie dostępności szkoleń. Instytucje publiczne powinny także aktywnie promować rozwiązania oparte na AI oraz wspierać je np. przez dotacje, szkolenia i inne działania.

Pozyskana w badaniu NES opinia ekspertów na temat polskiego ekosystemu przedsiębiorczości pokazuje, że cały czas niezbędne jest podejmowanie działań wspierających tworzenie i rozwój firm w Polsce.

3. Temat specjalny – Startupy w Polsce

Na całym świecie rośnie liczba osób niechętnych do zakładania działalności gospodarczej z powodu strachu przed bankructwem. Raport GEM 2024/2025 Global Report – Entrepreneurship Reality Check⁶¹ wskazuje na rosnącą obawę przed porażką wśród osób dostrzegających okazje biznesowe w swoim otoczeniu (49% w 2024 r. vs. 44% w 2019 r.) i potrzebę silniejszych niż dotychczas systemów wsparcia (pomoc finansowa, szkolenia, mentoring), aby go zmniejszyć.

Trend wybierania bezpiecznych miejsc pracy na etacie zamiast ryzykownego przedsięwzięcia, jakim jest prowadzenie działalności gospodarczej, obserwowany jest w wielu krajach, w tym w Polsce. Do grona ryzykowanych przedsięwzięć biznesowych zaliczają się również wszelkie inicjatywy startupowe, które w ramach badania GEM w Polsce próbuje się identyfikować⁶².

Kolejna edycja badania GEM w Polsce pokazuje, że mimo iż pojęcie startup w przestrzeni publicznej funkcjonuje już od wielu lat (startupom dedykowane są różne programy na poziomie regionalnym, krajowym, międzynarodowym, poświęcane są specjalne konferencje, wydarzenia), to jednoznaczne rozumienie tego, czym jest startup⁶³, nie jest oczywiste. Niemal 20% Polaków (w wieku 18–64 l.) nie potrafiło wybrać z puli zaproponowanych w badaniu cech charakteryzujących w ich opinii startupy (tj. młoda, technologiczna, działająca w obszarze IT/ICT, niezarabiająca na siebie, nastawiona na innowacje) – odpowiedzieli „nie wiem”. **Najwięcej osób (71%) postrzega startupy jako firmy działające w obszarze IT/ICT.** Startupy niezmiennie są więc kojarzone z branżą informatyczną i komunikacyjną. Aż 68% respondentów uważa, że startupy to firmy technologiczne. Wynika to z powszechnej percepcji, że wiele startupów działa w sektorze technologicznym, wykorzystując nowoczesne technologie w swoich produktach i usługach.

⁶¹ GEM (Global Entrepreneurship Monitor) (2025). Global Entrepreneurship Monitor 2024/2025 Global Report: Entrepreneurship Reality Check. London: GEM.

⁶² Na próbie objętej badaniem (8 tys. osób dorosłych), w sposób autorski badane jest rozumienie pojęcia „startup” wśród społeczeństwa, jak również przeprowadzana jest pogłębiona analiza zagadnienia, obejmująca osoby zaangażowane w działalność biznesową.

⁶³ Wyniki są zbliżone do obserwowanych w 2023 r.

Trzech na pięciu respondentów uważa, że startupy to młode firmy – są więc one często kojarzone z nowo powstałymi przedsiębiorstwami, które znajdują się na początkowym etapie rozwoju. **Niewiele mniej respondentów (59%) twierdzi, że startupy są nastawione na innowacje, wprowadzają na rynek nowe i znacząco ulepszone rozwiązania. Blisko połowa respondentów (46%) uważa, że startupy korzystają z finansowania zewnętrznego.** Jest to istotny aspekt, ponieważ wiele startupów faktycznie poszukuje zewnętrznych inwestorów, aby rozwijać swoje produkty i usługi.

Podsumowując – długość funkcjonowania firmy na rynku (firma młoda) i obszar działalności (IT/ICT) to najbardziej charakterystyczne cechy startupów według dorosłych Polaków. Innowacje, technologie to kolejne atrybuty startupów. Korzystanie z finansowania zewnętrznego – to cecha rzadziej kojarzona z działalnością startupów.

W niniejszym opracowaniu omówiono cztery zasadnicze kwestie:

- rozumienie pojęcia startup przez właścicieli startupów oraz właścicieli pozostałych biznesów;
- charakterystykę osób prowadzących firmy, w tym ekonometryczną analizę charakterystyk działalności typu startup vs. pozostałe rodzaje działalności;
- czynniki utrudniające rozwój firm w opinii właścicieli startupów i pozostałych firm oraz czynniki, które mogą powstrzymywać ludzi przed założeniem firmy typu startup;
- uwarunkowania rozwoju startupów w opinii ekspertów.

Analizy dokonano w oparciu o dane z badania przeprowadzonego w 2024 r. w ramach GEM, na grupie 8001 osób w wieku 18-64 lata, z której wyodrębniono podgrupę⁶⁴ respondentów będących właścicielami działających na rynku przedsiębiorstw oraz będących w trakcie zakładania firmy (łącznie N = 1250). Z tego podzbioru na podstawie pytania *Czy uważa Pan/*

⁶⁴ Wyodrębniona baza do analizy zadeklarowanych startupów i pozostałych firm (N = 1250), na podstawie pytań q21=1 | q23=1 | q62=1 | q63=1; 1=tak.

q21 – Czy samodzielnie lub we współpracy z innymi osobami – próbuje Pan(i) założyć nową firmę, włączając w to samozatrudnienie lub sprzedaż wyrobów albo usług?

q23 – Czy w ciągu 12 miesięcy podjęła Pan(i) jakiekolwiek działania, żeby założyć firmę, takie jak poszukiwanie sprzętu, znalezienie siedziby, tworzenie zespołu pracowników, opracowanie biznes planu, zebranie środków finansowych, które byłyby pomocne w rozpoczęciu działalności?

q62 – Czy aktualnie jest Pan(i) – samodzielnie lub z innymi osobami – właścicielem/właścicielką firmy, którą pomaga Pan(i) zarządzać, samozatrudnioną/ym lub oferuje Pan(i) towary albo usługi innym podmiotom?

q63 – Czy aktualnie jest Pan(i) – samodzielnie lub z innymi osobami – właścicielem/ką firmy, którą pomaga Pan(i) zarządzać w ramach Pana/i głównego miejsca zatrudnienia na rzecz obecnego pracodawcy?

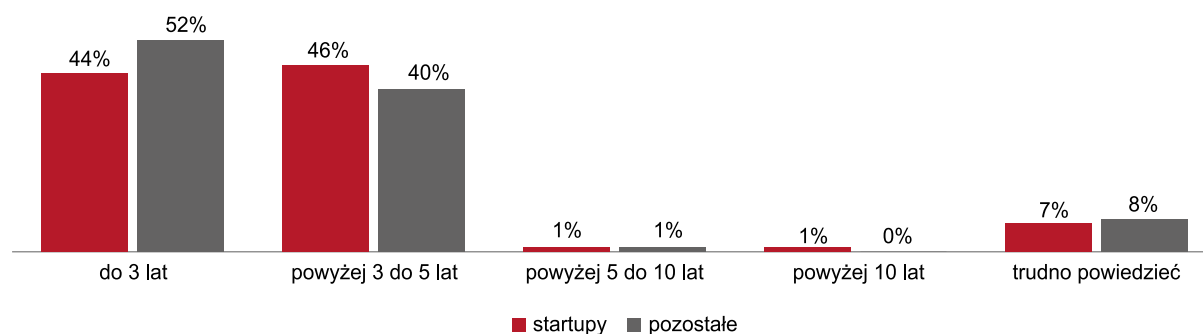
Pani swój biznes za startup? wyodrębniono osoby, które uważają, że prowadzą działalność typu startup (Ns = 202) oraz pozostałe⁶⁵ (Np = 975)⁶⁶.

3.1. Rozumienie pojęcia startup przez właścicieli startupów oraz pozostałych biznesów

Osoby zaangażowane w działalność biznesową – niezależnie od fazy rozwoju procesu przedsiębiorczego, na którym się znajdują – definiują startupy podobnie jak ogół społeczeństwa, jednak kładą większy nacisk na wiek podmiotu i nastawienie na innowację. Wśród nich znacznie mniejszy odsetek osób udziela odpowiedzi „nie wiem”. **Respondenci, którzy uważają, że prowadzona przez nich działalność gospodarcza jest startupem, na ogół wskazują, że startup to młoda (91%) i nastawiona na innowacje (92%) firma.**

Badani przedsiębiorcy, niezależnie czy zadeklarowali się jako startupy czy nie, podobnie jak ogół społeczeństwa **uważają, że młoda firma to taka, która działa na rynku do 3 lat (44% startupy vs. 52% pozostałe) lub do 5 lat (odpowiednio: 46%; 40%).**

Wykres 3.1. Co to znaczy młoda firma? – opinia właścicieli startupów i pozostałych firm



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM, Ns = 183, Np = 892.

⁶⁵ Na potrzeby opracowania określone także jako pozostałe firmy/biznesy.

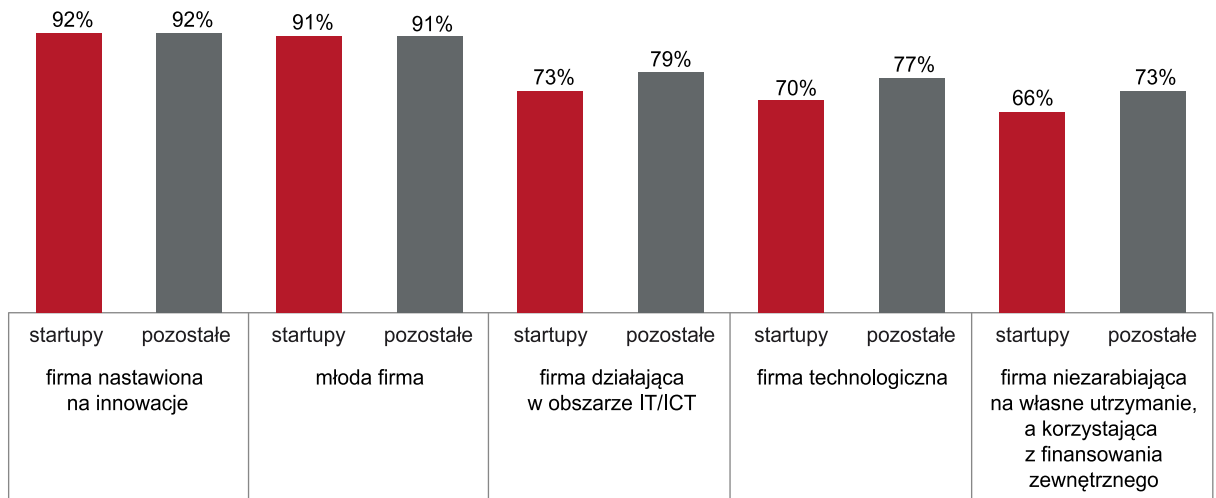
⁶⁶ Łącznie 1177. Różnica 73 obserwacji to kwestia braków danych lub odmowy odpowiedzi na pytanie:

Czy uważa Pan/Pani swój biznes za startup? Obserwacje wykluczono na potrzeby analizy.

W prezentowanych w niniejszym rozdziale zestawieniach, liczebności przy różnych pytaniach mogą nieznacznie się różnić – o ile nie wskazano inaczej, wynika to z odmów odpowiedzi i wówczas podana n-ka odnosi się tylko do tych, którzy na dane pytanie odpowiedzieli.

W kwestiach przypisywania startupom cech takich jak: firma technologiczna, działająca w obszarze IT/ICT oraz firma niezarabiająca na własne utrzymanie, a korzystająca z finansowania zewnętrznego, zdania właścicieli startupów i pozostałych firm były podzielone. Wydaje się uzasadnione, że potrzeba korzystania z finansowania zewnętrznego może być uzależniona od etapu rozwoju danego podmiotu, a także od specyfiki przedsięwzięcia. Jedne podmioty będą potrzebowały wsparcia na początkowym etapie rozwoju, a dla innych taka pomoc finansowa może być kluczowa w momencie zwiększania skali działalności.

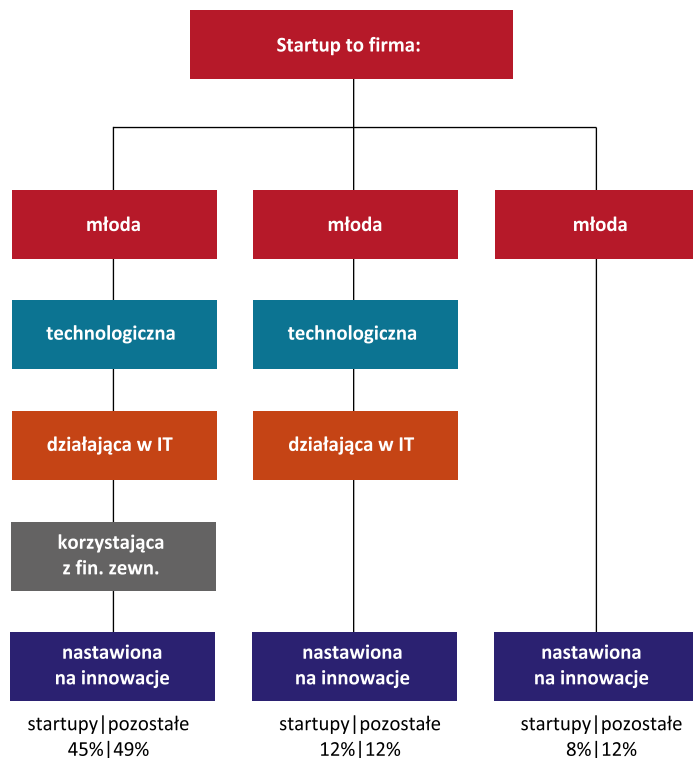
Wykres 3.2. Co to jest startup? – opinia właścicieli startupów i pozostałych firm



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM, Ns = 201, Np = 975; na wykresie uwzględnione tylko odpowiedzi „tak”, pominięte odpowiedzi „nie”, „nie wiem”.

Przedstawiciele startupów prawie równie często (45%) co przedstawiciele pozostałych firm (49%) definiowali startup szeroko – przez wszystkie cechy możliwe do wyboru (młoda, technologiczna, działająca w IT/ICT, korzystająca z finansowania zewnętrznego, nastawiona na innowacje). Zdecydowanie rzadziej właściciele obu grup postrzegali startupy jako wyłącznie młode, innowacyjne firmy z obszaru IT/ICT (po 12% wskazań) lub po prostu firmy młode innowacyjne (odpowiednio 8% i 12%).

Schemat 3.1. Zestawy cech startupów najczęściej wskazane przez respondentów, którzy swoją działalność określają jako startup vs. pozostali respondenci prowadzący biznesy



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM 2024, Ns = 201, Np = 975.

3.2. Charakterystyka osób oraz ich przedsięwzięć

Kim są osoby działające w formule startup? Kto zakłada startupy w Polsce?

Wśród osób dorosłych zaangażowanych w prowadzenie działalności typu startup w Polsce w 2024 r. większość stanowili mężczyźni (52% vs. 48% kobiety). Poza drobnymi różnicami obserwowanymi w poszczególnych przedziałach wiekowych te dwie grupy nie różnią się istotnie.

Średnia wieku kobiet vs. mężczyzn prowadzących startupy i pozostałe firmy jest niemal na tym samym poziomie – 44 lata. Minimalny wiek właścicieli startupów jest nieco wyższy niż osób prowadzących pozostałe firmy (odpowiednio: 23 i 21 lat), a w grupie kobiet

w startupach nawet 25 lat. 81% firm niebędących startupami jest „w rękach” osób powyżej 35. r.ż., w przypadku startupów jest to jeszcze wyższy odsetek – 84%. **Pozyskane dane wskazują, że ogólnie wiek nie jest kryterium ograniczającym działalność startupową, ale w porównaniu z wynikami z 2023 r. spadł odsetek młodych osób, próbujących swoich sił w prowadzeniu tego typu działalności⁶⁷.**

Tabela 3.1. Wiek przedsiębiorców w podziale na płeć – startupy vs. pozostałe firmy

Rodzaj biznesu	Płeć	18–24	25–34	35–44	45–54	55–64	Średnia	Max	Min
Startupy	kobiety, Nsk = 97	0%	15%	29%	39%	16%	45	64	25
	mężczyźni, Nsm = 105	2%	14%	39%	29%	16%	43	64	23
Pozostałe	kobiety, Npk = 468	1%	18%	33%	28%	19%	44	64	22
	mężczyźni, Npm = 507	1%	17%	33%	31%	18%	44	64	21
Razem	kobiety + mężczyźni	1%	17%	33%	30%	18%	44	64	21

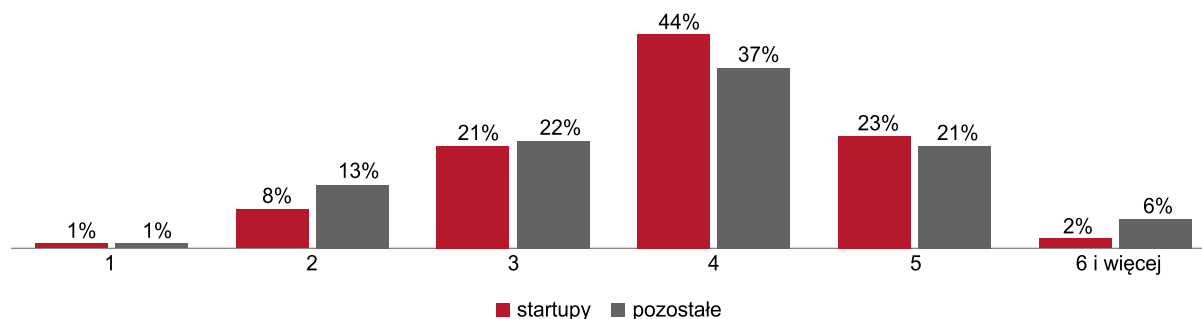
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Wyniki analizy wielkości gospodarstw domowych osób działających w formule startup vs. pozostałe firmy wskazują na brak istotnych różnic między tymi dwiema grupami. **Największy odsetek osób zajmujący się przedsiębiorczością żyje w 4-osobowych gospodarstwach domowych.** Największe różnice dotyczące przedstawicieli startupów vs. pozostałych firm możemy zaobserwować w 2-osobowych gospodarstwach domowych oraz w 4-osobowych. Poniższe wyniki wskazują, że **2-osobowe gospodarstwa domowe ogólnie charakteryzują się niższą przedsiębiorczością niż 4-osobowe** i jednocześnie w ramach gospodarstw 2-osobowych mniejszą skłonnością do podejmowania ryzykownych przedsięwzięć (rozwijania startupów). Dwuosobowe gospodarstwo domowe to najprawdopodobniej dwójka dorosłych osób lub coraz częściej: rodzic i dziecko, lub druga osoba, która jest osobą zależną. W przypadku dwóch osób dorosłych (relatywnie młodych osób) możemy mieć do czynienia ze zrównoważonym podejściem do pracy: praca tak, ale nie w nadgodzinach, co może wykluczać prowadzenie własnego biznesu (tym bardziej startupu). Z kolei gospodarstwo domowe typu: rodzic + dziecko

⁶⁷ W grupie startupów spadek udziału kobiet w najniższej grupie wiekowej (18–34) – obecnie 0%, było 2%. W grupie mężczyzn – bez zmian (2%). Wyraźnie niższe odsetki kobiet i mężczyzn, w grupie wiekowej (25–34), w 2024 w porównaniu do wyników z 2023 r.: kobiety 15% vs. 28%; mężczyźni 14% vs. 32%.

raczej stawia na stabilny i pewny dochód, czemu również nie sprzyja prowadzenie biznesu, zwłaszcza o charakterze startupowym.

Wykres 3.3. Wielkość gospodarstwa domowego wg liczby osób w gospodarstwie – startupy vs. pozostałe firmy



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM, Ns = 201, Np = 975.

W przypadku gospodarstw 4-osobowych mamy do czynienia z silną grupą dojrzałych wiekiem przedsiębiorców – 86% osób z tych gospodarstw prowadzących pozostałe firmy jest w wieku powyżej 35 lat, w przypadku startupów aż 92% osób ma powyżej 35 lat.

Niemal wszyscy zaangażowani w jakąś działalność biznesową mają status samozatrudnionego (startupy – 86%, pozostałe – 94%). Nieliczni pracują na pełny lub niepełny etat (startupy – 10%, pozostałe – 5%). Pozostałe opcje statusu (emeryt, gospodyni domowa, student, niepracujący) są na marginalnym poziomie⁶⁸.

Zarówno wśród działalności typu startup, jak i pozostałych biznesów, najpopularniejszą formą prawną prowadzonych działalności jest jednoosobowa działalność gospodarcza (po około 70%), 1/4 osób zaangażowanych w biznes prowadzi spółkę z o.o., a co 14. osoba jest właścicielem/współwłaścicielem spółki cywilnej.

⁶⁸ P-wartość jest mniejsza niż 0,05 co oznacza, że istnieją statystycznie istotne różnice w statusie zawodowym między grupą startupów a pozostałymi firmami.

Analiza charakterystyk sprzyjających działalności typu startup vs. pozostałe rodzaje działalności

Ogólne założenia

Wielość definicji i tym samym problem z jednoznacznym określeniem cech modelowego startupu wymusza korzystanie z bardziej zaawansowanych metod statystycznych niż tylko analiza częstości. W dalszej części opracowania, w celu zbadania cech charakterystycznych dla zadeklarowanych startupów i pozostałych firm wykorzystano model logistyczny. Regresja logistyczna pozwala ocenić wpływ wielu różnych cech na szanse zajścia jakiegoś zdarzenia. W modelu przyjęto zmienną dychotomiczną, gdzie: 1 – oznacza zadeklarowany startup i 0 – pozostałe biznesy.

Do zbudowania modelu wykorzystano zmienne z kwestionariusza, które służą prezentacji ogólnej charakterystyki działalności biznesowej, przy czym niektóre z nich (w teorii) powinny cechować w szczególności startupy. Obszary, których dotyczyły zmienne:

- płeć,
- wiek firmy (mierzony w latach, od momentu gdy założyciele firmy otrzymali po raz pierwszy w ramach tej firmy pensję, zyski lub wynagrodzenie),
- motywacje/powody/inspiracje założenia firmy,
- wyróżniające aspekty konkurowania firmy na tle innych firm,
- źródła finansowania,
- rynek docelowy, klienci z kraju, zagranicy, świata,
- etapy rozwoju przedsięwzięcia biznesowego,
- atuty firmy,
- nowość wprowadzanych produktów i usług,
- nowość stosowanych technologii i metod pracy,
- współpraca,
- stosowanie technologii cyfrowych,
- działania mające na celu zmniejszenie negatywnego oddziaływania na środowisko, znajomość celów zrównoważonego rozwoju,
- podejście do zaufania,
- wykorzystywanie AI, strony internetowej jako narzędzia do prowadzenia e-handlu, narzędzi do analizy danych, usługi przetwarzania w chmurze, video konferencje, zarządzanie pracą (np. Asana), zarządzanie relacjami z klientami (np. Salesforce).

Podczas tworzenia modelu okazało się, że znalazło się w nim wiele nieistotnych zmiennych, które w kolejnych krokach usuwano, a model wyliczano od nowa.

Wyniki modelu⁶⁹

Z analizy modelu wynika, że spośród blisko 100 zmiennych, jedynie pięć (Tabela 3.2) miało istotny wpływ na to, czy mamy do czynienia ze startupem czy też z tradycyjnym biznesem⁷⁰.

Cechami, które z najwyższym prawdopodobieństwem określają startup są: relatywnie wczesny etap działalności, wykorzystanie najnowszych technologii oraz otwartość na kwestie środowiskowe i społeczne.

Należy zauważyć, że badanie jest jedynie wycinkiem rzeczywistości. Próba zdeklarowanych startupów ($n = 202$) była zdecydowanie mniej liczna niż w poprzednich latach i znacznie odbiegała liczebnością od firm pozostałych ($n = 975$), co miało wpływ na uzyskane wyniki modelu⁷¹.

⁶⁹ Wyniki testów i wartość logarytmu wiarygodności oraz pseudo-R² dla modelu:

- Model ten charakteryzuje się umiarkowanymi współczynnikami R², co oznacza, że inne zmienne mogą również wpływać na zmienną zależną. Wynoszą one 0,075 dla R² Coxa Snella oraz 0,129 dla R² Nagelkerkego.
- Za pomocą testu Hosmera-Lemeshowa sprawdzono, czy model jest jednakowo dobrze dopasowany do całego zbioru danych, P-value w teście było większe od 0,05, więc nie było podstaw do odrzucenia H₀. Jest to pozytywny wniosek, wskazujący na poprawność modelu.
- Wyniki testu Hosmera-Lemeshowa: Chi-kwadrat = 6,011; df = 7; Istotność = 0,538.
- Na podstawie tabeli klasyfikacji – model poprawnie zaklasyfikował 86% obserwacji (procent poprawnych klasyfikacji dla pozostałych firm: 99%, dla startupów: 18%).

⁷⁰ Cztery statystycznie istotne, a jedna statystycznie nieistotna, ale znacznie poprawiająca wyniki i uwzględniona w modelu. Stosowana w SPSS metoda selekcji zmiennych pozwala na pozostawieniu w modelu zmiennych, które nie są statystycznie istotne, ale poprawiają ogólną jakość modelu.

⁷¹ Ostatecznie w modelu zostały tylko zmienne prezentowane w Tabeli 3.2.

Tabela 3.2. Wyniki estymacji i wnioski

Lp.	Opis zmiennych	B	Exp (B)*	Większa szansa wystąpienia danego zdarzenia w grupie startupów/ pozostałych firm
1.	Na jakim etapie rozwoju jest przedsięwzięcie biznesowe? – 1. Wstępna koncepcja produktu/usługi i tworzenie założeń modelu biznesowego; 2. Praca nad produktem/usługą – prototypowanie; 3. Wejście z produktem/usługą na rynek; 4. Umacnianie pozycji na rynku; 5. Stabilizacja firmy i przyjętego modelu biznesowego; 6. Dalszy rozwój i ekspansja na rynku Współczynnik B (ujemny) sugeruje, że wraz z przechodzeniem firmy na kolejne etapy rozwoju (od 1 do 6) prawdopodobieństwo bycia startupem maleje. Wraz z przechodzeniem firmy na kolejne etapy rozwoju (od 1 do 6) prawdopodobieństwo bycia startupem maleje.	-0,247	0,781	startupy/ pozostałe
2.	Od jak dawna dostępne są na rynku technologie czy procedury stosowane w działalności Pana(i) firmy? – krócej niż rok Współczynnik B (dodatni) sugeruje, że firmy, które korzystają z technologii lub procedur dostępnych krócej niż rok, mają znacznie wyższe prawdopodobieństwo bycia startupami. Mamy 7,8 raza większą szansę, że firmy, które korzystają z technologii lub procedur dostępnych na rynku krócej niż rok są startupami.	2,059	7,841	startupy
3.	Od jak dawna dostępne są na rynku technologie czy procedury stosowane w działalności Pana(i) firmy? – od 1 roku do 5 lat Współczynnik B (dodatni) sugeruje, że firmy, które korzystają z technologii lub procedur dostępnych od 1 roku do 5 lat, mają wyższe prawdopodobieństwo bycia startupami. Mamy 4,6 raza większą szansę, że firmy, które korzystają z technologii lub procedur dostępnych na rynku od 1 roku do 5 lat są startupami.	1,518	4,562	startupy
4.	Rozwój gospodarki o obiegu zamkniętym to właściwa odpowiedź na aktualne wyzwania środowiskowe Współczynnik B (dodatni) sugeruje, że firmy popierające rozwój gospodarki o obiegu zamkniętym mają wyższe prawdopodobieństwo bycia startupami. Osoby, które uważają, że rozwój gospodarki o obiegu zamkniętym to właściwa odpowiedź na aktualne wyzwania środowiskowe, podejmując decyzje dot. przyszłości firmy mają o 60% większe szanse być w grupie startupów.	0,487	1,627	startupy
5.	Podejmując decyzje dotyczące przyszłości swojej firmy zawsze biorę pod uwagę ich skutki dla środowiska naturalnego Współczynnik B sugeruje, że firmy, które biorą pod uwagę skutki dla środowiska, mają wyższe prawdopodobieństwo bycia startupami. Osoby, które podejmując decyzje dot. przyszłości firmy zawsze biorą pod uwagę ich skutki dla środowiska naturalnego mają o 30% większe szanse być w grupie startupów. [Zmienna ta była nieistotna statystycznie, ale pozostawiono ją z uwagi na znaczny wpływ na parametry modelu i prawdopodobny wpływ na parametry innych zmiennych]	0,257	1,293	startupy
6.	Stała	-4,07	0,017	

Źródło: opracowanie własne z wykorzystaniem pakietu SPSS.

*Jeżeli $\text{Exp}(B) > 1$, to w pierwszej grupie zajście zdarzenia jest bardziej prawdopodobne. Jeżeli $\text{Exp}(B) < 1$, to w drugiej grupie zajście zdarzenia jest bardziej prawdopodobne. Jeżeli $\text{Exp}(B) = 1$, to w obu klasach obserwacji zdarzenie jest tak samo prawdopodobne.

Etapy rozwoju przedsięwzięcia biznesowego

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

1. Wstępna koncepcja produktu/usługi i tworzenie założeń modelu biznesowego
2. Praca nad produktem/usługą – prototypowanie
3. Wejście z produktem/usługą na rynek
4. Umacnianie pozycji na rynku
5. Stabilizacja firmy i przyjętego modelu biznesowego
6. Dalszy rozwój i ekspansja na rynku

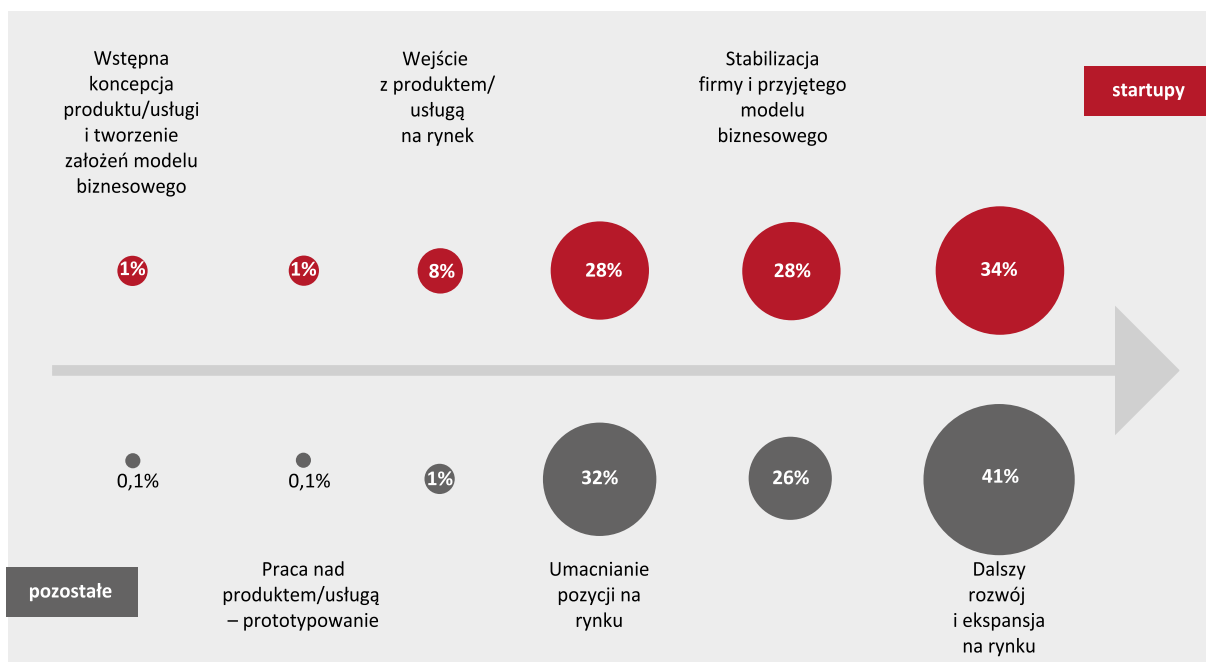
Wyniki badania GEM wskazują, że etap rozwoju, na jakim jest dane przedsięwzięcie biznesowe (startupy vs. pozostałe firmy), to jedno z podstawowych kryteriów różnicujących obie te grupy.

W 2024 r. najwięcej startupów było na etapie umacniania pozycji na rynku (28%), stabilizacji firmy i przyjętego modelu biznesowego (28%) oraz dalszego rozwoju i ekspansji na rynku (34%). Znikomy odsetek startupów był na etapie wstępnej koncepcji produktu/usługi i tworzenia założeń modelu biznesowego (1%) czy pracy nad produktem/usługą (1%).

W grupie pozostałych firm największa koncentracja była na ostatnim etapie, tj. dalszy rozwój i ekspansja na rynku (41%) oraz na etapie umacniania pozycji na rynku (32%). Znaczny odsetek pozostałych firm stanowiły również podmioty na etapie stabilizacji firmy i przyjętego modelu biznesowego (26%). Wstępna koncepcja produktu, tworzenie założeń, prototypowanie czy wchodzenie na rynek to etapy, które w 2024 r. praktycznie nie dotyczyły pozostałych firm.

Z jednej strony, taki obraz wskazuje na pewną dojrzałość rynkową analizowanych firm – funkcjonowanie na rynku od kilku lat, z drugiej – na niewielki odsetek nowych podmiotów pracujących nad nowym produktem i mierzących się z wejściem na rynek.

Biorąc pod uwagę wyniki badania z lat 2022 i 2023 w tym zakresie, w grupie startupów nastąpił znaczny spadek udziału podmiotów na trzech pierwszych etapach, co można interpretować jako pewnego rodzaju stagnację. **Niemal brak nowych podmiotów i prac nad nowymi produktami czy usługami jest bardzo niepokojącym sygnałem dla gospodarki** i trudno go nie łączyć z ogólnym trendem światowym opisywanym w raporcie GEM Global, wskazującym na coraz większy brak aktywności w zakładaniu firm z obawy przed jej upadkiem.

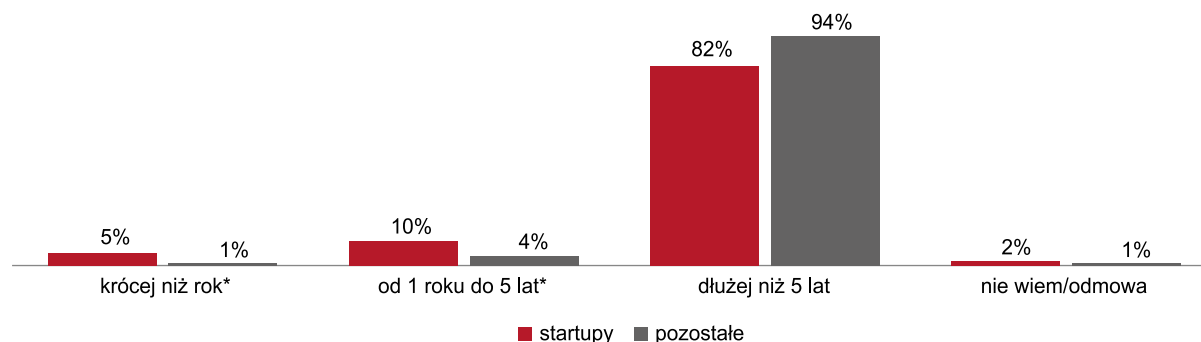
Schemat 3.2. Etapy rozwoju przedsięwzięcia biznesowego – startupy vs. pozostałe firmy

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM, Ns = 195, Np = 941.

Nowość stosowanych technologii w działalności biznesowej

W modelu znalazły się zmienne odnoszące się do stosowanych technologii, tj. wykorzystania przez podmioty technologii dostępnych na rynku przez określony czas – od krócej niż rok do ponad 5 lat. **Startupy są ponad dwa razy bardziej aktywne we wdrażaniu nowszych technologii (dostępnych do 5 lat), podczas gdy pozostałe firmy stosują częściej sprawdzone rozwiązania.** Przy tym wysoki odsetek startupów (82%) korzystających z technologii stosowanych ponad 5 lat sugeruje, że i one sięgają po pewne rozwiązania.

Wykres 3.4. Dostępność na rynku technologii czy procedur stosowanych przez firmy (czas w latach) – startupy vs. pozostałe firmy



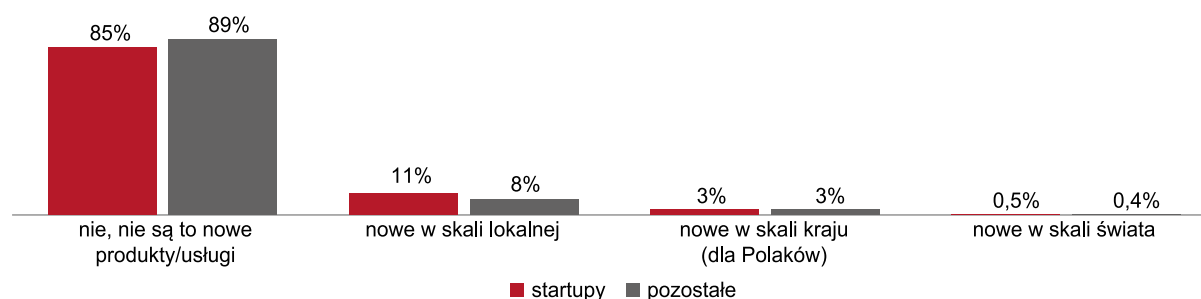
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM, Ns = 202, Np = 975; *(gwiazdką) oznaczone zostały zmienne statystycznie istotne.

Technologie stosowane do wytwarzania produktów czy usług mają przełożenie na oferowane przez firmę produkty/usługi. Można zauważyć, że wykorzystywanie technologii znanych na rynku dłużej niż 5 lat implikuje oferowanie produktów, które są określane jako „nienowe”. 85% startupów i 89% pozostałych firm wskazuje, że oferuje produkty/usługi, które nie są nowe na rynku.

Tylko 11% startupów i 8% pozostałych firm oferuje produkty czy usługi nowe na skalę lokalną, a jeszcze mniejszy odsetek (3% startupów i 3% pozostałych biznesów) – na skalę Polski.

Zarówno w przypadku startupów, jak i pozostałych firm, wyniki w zakresie nowości oferowanych produktów/usług przedstawiają się niezbyt korzystnie w kontekście innowacyjności tych przedsięwzięć.

Wykres 3.5. Innowacyjność oferowanych produktów/usług – startupy vs. pozostałe firmy



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM, Ns = 202, Np = 975.

Cele Zrównoważonego Rozwoju – ogólne podejście

Poszukując cech odróżniających grupę startupów od pozostałych firm, zdecydowano o włączeniu do modelu zmiennych (i poddaniu weryfikacji), które w sposób ogólny poruszały kwestie dotyczące Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ. Z grupy zmiennych odnoszących się do trzech głównych wymiarów zrównoważonego rozwoju – społecznego, środowiskowego i gospodarczego – środowiskowy został uwzględniony w modelu jako cecha nieco różnicująca startupy od pozostałych firm.

Ogólnie, jeśli chodzi o znajomość⁷² założeń Agendy 2030, nie ma istotnych różnic.

Zdecydowana większość przedstawicieli startupów (64%) i pozostałych firm (61%) deklaruje, że zna Cele Zrównoważonego Rozwoju. Po 1/3 reprezentantów startupów i pozostałych firm nie zna założeń dokumentu przyjętego w 2015 r. przez państwa członkowskie ONZ. Około 6-7% nie wie, czy zna te cele.

Pogłębieniem tematu w tym zakresie jest pytanie odnoszące się do przełożenia znajomości idei Agendy 2030 na realne działania czy implementację w danej firmie: „Czy którykolwiek z celów jest priorytetem i czy został dla niego opracowany zestaw działań lub mierzalnych wskaźników w firmie?”. Odpowiedzi na tak postawione pytanie dają wynik w przybliżeniu – **50% (tak)/50% (nie), co wskazuje, że znajomość celów nie musi przekładać się na skwantyfikowane działania.**

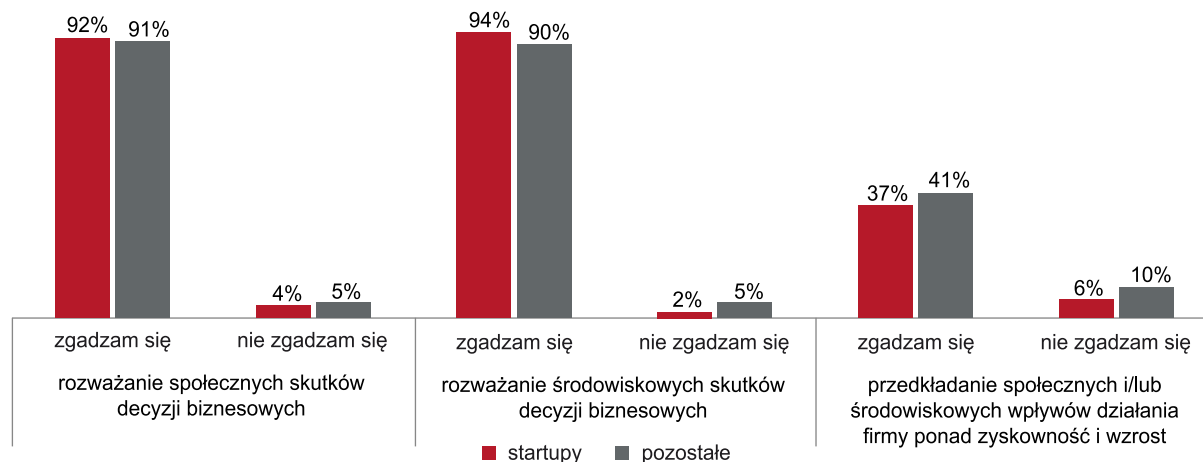
Wydaje się, że niezależnie od znajomości dokumentów przyjętych na poziomie międzynarodowym, kwestie dotyczące środowiska i społeczeństwa mogą być uwzględniane w działalności biznesowej. Właściciele biznesów, zarządzając firmą i podejmując decyzje, manifestują swoje misje biznesowe, priorytety, a nawet strategię, które to mają przełożenie na przedsiębiorstwo, ale również na wspomniane środowisko czy społeczeństwo.

Zarówno przedstawiciele startupów, jak i pozostałych firm w zdecydowanej większości (sumarycznie ponad 90% wskazań) „zdecydowanie” lub „raczej zdecydowanie” zgadzają się ze stwierdzeniem, że podejmują decyzje dotyczące przyszłości firmy, uwzględniając społeczne skutki takie jak zdrowie, bezpieczeństwo, jakość warunków pracy, otwarte i niewykluczające

⁷² Pytano: Czy zna Pan/Pani 17 Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ – z Agendy 2030 na rzecz zrównoważonego rozwoju – opublikowanych w 2015 roku? (możliwe odp.: tak, nie, nie wiem, odmowa).

środowisko pracy, dostęp do edukacji, mieszkalnictwo czy transport. Obie grupy wykazują podobne podejście do tego aspektu.

Wykres 3.6. Rozważanie społecznych⁷³ i środowiskowych⁷⁴ skutków decyzji biznesowych oraz przedkładanie ich ponad zyskowność i wzrost⁷⁵ – startupy vs. pozostałe firmy



Możliwe odpowiedzi: zdecydowanie się zgadzam, raczej się zgadzam, ani się zgadzam, ani się nie zgadzam, raczej się nie zgadzam, zdecydowanie się nie zgadzam – na wykresie zsumowane: zdecydowanie się zgadzam i raczej się zgadzam oraz raczej się nie zgadzam i zdecydowanie się nie zgadzam.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM, Ns = 202, Np = 975.

Uwzględnianie skutków decyzji biznesowych dla środowiska naturalnego przy ich podejmowaniu jest istotne zarówno dla właścicieli startupów, jak i pozostałych firm – choć tych zdecydowanych większy odsetek jest wśród startupów. **Ponad 94% startupów (i nieco mniej pozostałych firm), podejmując decyzje biznesowe bierze pod uwagę ich skutki dla środowiska naturalnego**, jak np. wpływ na zachowanie obszarów zielonych, redukcję gazów cieplarnianych i toksycznych, selektywną zbiórkę odpadów, racjonalne zużycie wody, energii i paliw.

⁷³ Pytanie: Proszę powiedzieć, w jakim stopniu zgadza się Pan/Pani z następującym stwierdzeniem: Podejmując decyzje dotyczące przyszłości swojej firmy, zawsze bierze Pan/Pani pod uwagę ich społeczne skutki, jak np. wpływ na zdrowie, bezpieczeństwo, jakość warunków pracy, otwarte i niewykluczające środowisko pracy, dostęp do edukacji, mieszkalnictwo czy transport.

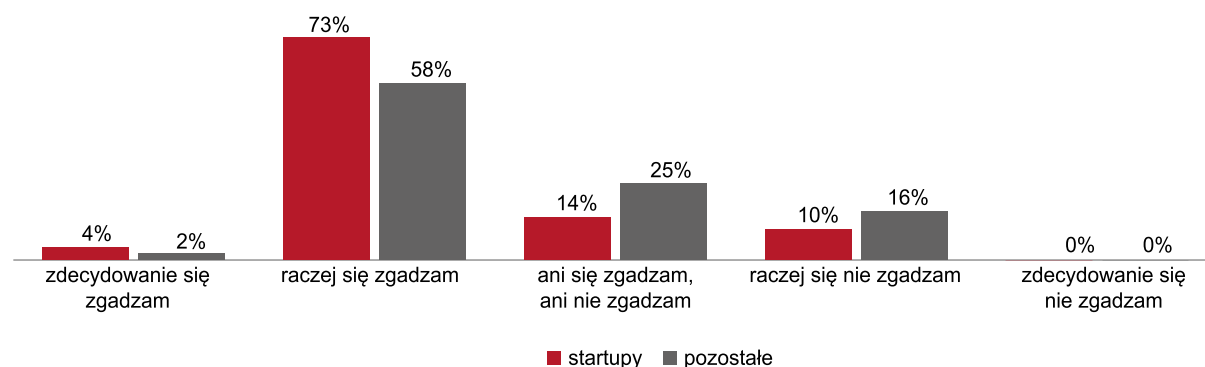
⁷⁴ Pytanie: Proszę powiedzieć, w jakim stopniu zgadza się Pan/Pani z następującym stwierdzeniem: Podejmując decyzje dotyczące przyszłości swojej firmy, zawsze bierze Pan/Pani pod uwagę ich skutki dla środowiska naturalnego, jak np.: wpływ na zachowanie obszarów zielonych, redukcję gazów cieplarnianych i toksycznych, selektywną zbiórkę odpadów, racjonalne zużycie wody, elektryczności energii elektrycznej i paliw.

⁷⁵ Pytanie: Proszę powiedzieć, w jakim stopniu zgadza się Pan/Pani z następującym stwierdzeniem: Przedkłada Pan/Pani społeczny i/lub środowiskowy wpływ działania swojej firmy ponad jej zyskowność i wzrost.

Przedkładanie społecznych i środowiskowych wpływów działania firmy ponad zyskowność i wzrost różnicuje startupy i pozostałe firmy. Przedstawiciele startupów są bardziej neutralni w tej kwestii (57% wskazuje na środkową odpowiedź – ani się zgadzam, ani się nie zgadzam), podczas gdy przedstawiciele pozostałych firm wykazują nieco rzadziej taką niezdecydowaną postawę (49% – ani się zgadzam, ani się nie zgadzam).

Nieco bardziej specyficznym obszarem, ale wciąż związanym z wymiarem środowiskowym, jest koncepcja gospodarki o obiegu zamkniętym, z którą identyfikuje się istotnie większy odsetek właścicieli startupów niż pozostałych firm.

Wykres 3.7. Rozwój gospodarki o obiegu zamkniętym jako właściwa odpowiedź na aktualne wyzwania środowiskowe⁷⁶ – startupy vs. pozostałe firmy



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM, Ns = 202, Np = 975.

Podsumowując, zarówno większość startupów, jak i pozostałych firm podejmuje decyzje dotyczące przyszłości firmy uwzględniając ich społeczne skutki. Wynika z tego, że odpowiedzialność społeczna jest ważnym aspektem działalności gospodarczej dla obu grup. Podobnie prezentują się opinie w przypadku środowiskowych skutków. Świadomość ekologiczna jest wyraźnie obecna w obu grupach przedsiębiorców. W kwestii wyższości wartości społecznych czy środowiskowych nad zyskownością, większość startupów jest neutralna, podczas gdy pozostałe firmy są bardziej skłonne do uwzględniania tych wpływów. Wskazuje to na drobne różnice w podejściu do odpowiedzialności społecznej, choć na podstawie badania trudno wyjaśnić przyczynę tego zjawiska.

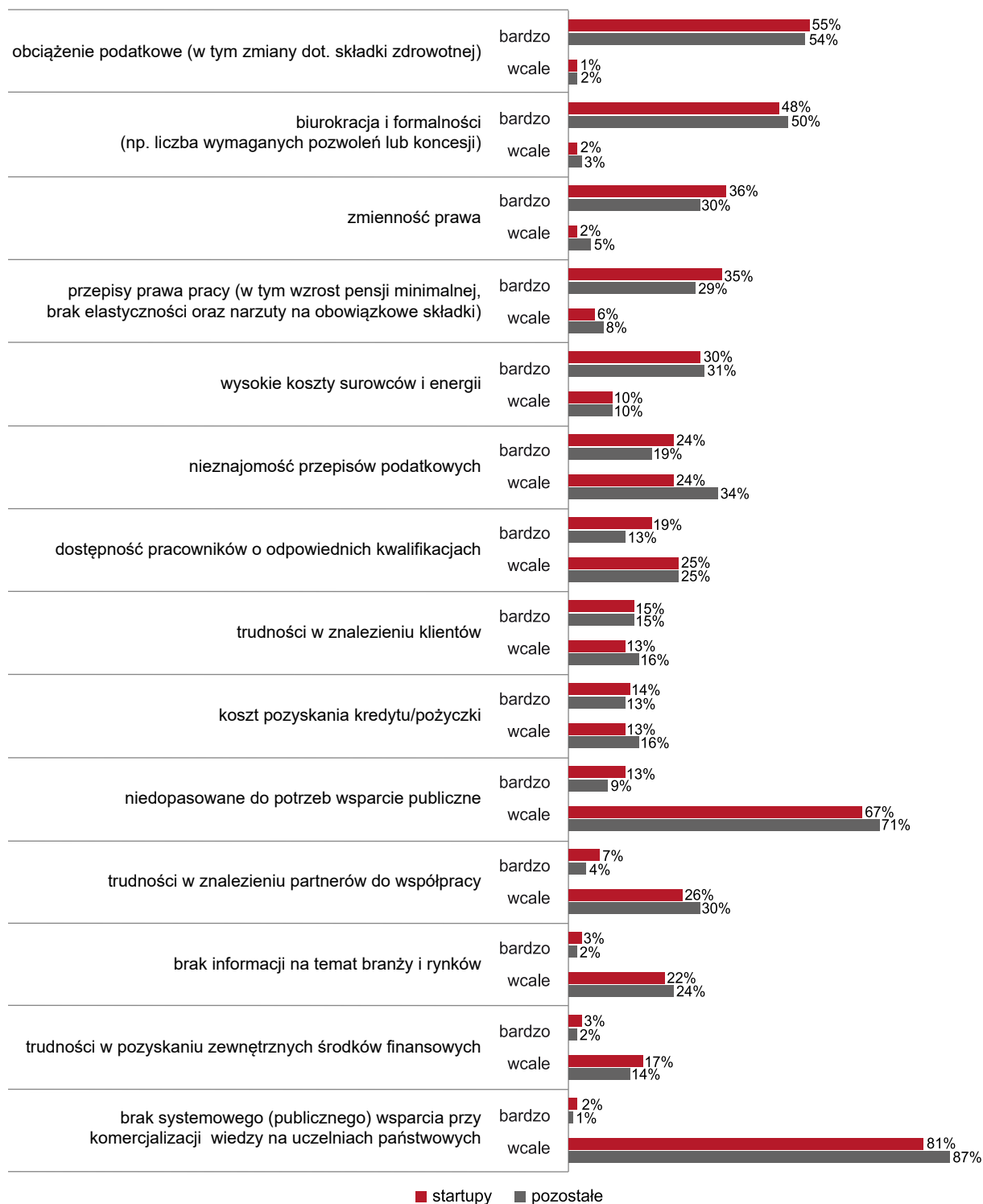
⁷⁶ Pytanie: Rozwój gospodarki o obiegu zamkniętym to – w Pani/Pana opinii – właściwa odpowiedź na aktualne wyzwania środowiskowe.

Czynniki utrudniające rozwój firm w opinii właścicieli startupów i pozostałych firm

Analiza pokazuje, że zarówno właściciele i współwłaściciele startupów, jak i pozostałych firm napotykają na szereg podobnych barier utrudniających rozwój. **Największe problemy, które wskazywali w 2024 r. przedstawiciele obu grup, to obciążenia podatkowe i biurokracja.** Ponadto zmienność prawa oraz przepisy prawa pracy (w tym wzrost pensji minimalnej, brak elastyczności prawa oraz obowiązkowe składki) są również uważane za istotne czynniki ograniczające rozwój. Z kolei mniej doskwierają: niedopasowanie wsparcia publicznego do potrzeb firm oraz brak systemowego wsparcia przy komercjalizacji wiedzy. Mimo wielu podobieństw, zauważalne są także różnice w percepcji pewnych problemów, takich jak dostępność pracowników o odpowiednich kwalifikacjach⁷⁷ – startupy 19% vs. pozostałe 13%, czy nieznamość przepisów podatkowych⁷⁸ – startupy 24% vs. pozostałe 34%.

⁷⁷ Czynniki bardzo istotny.

⁷⁸ Czynniki nieistotny.

Wykres 3.8. Czynniki utrudniające rozwój prowadzonych firm – startupy vs. pozostałe firmy

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM, Ns = 202, Np = 974.

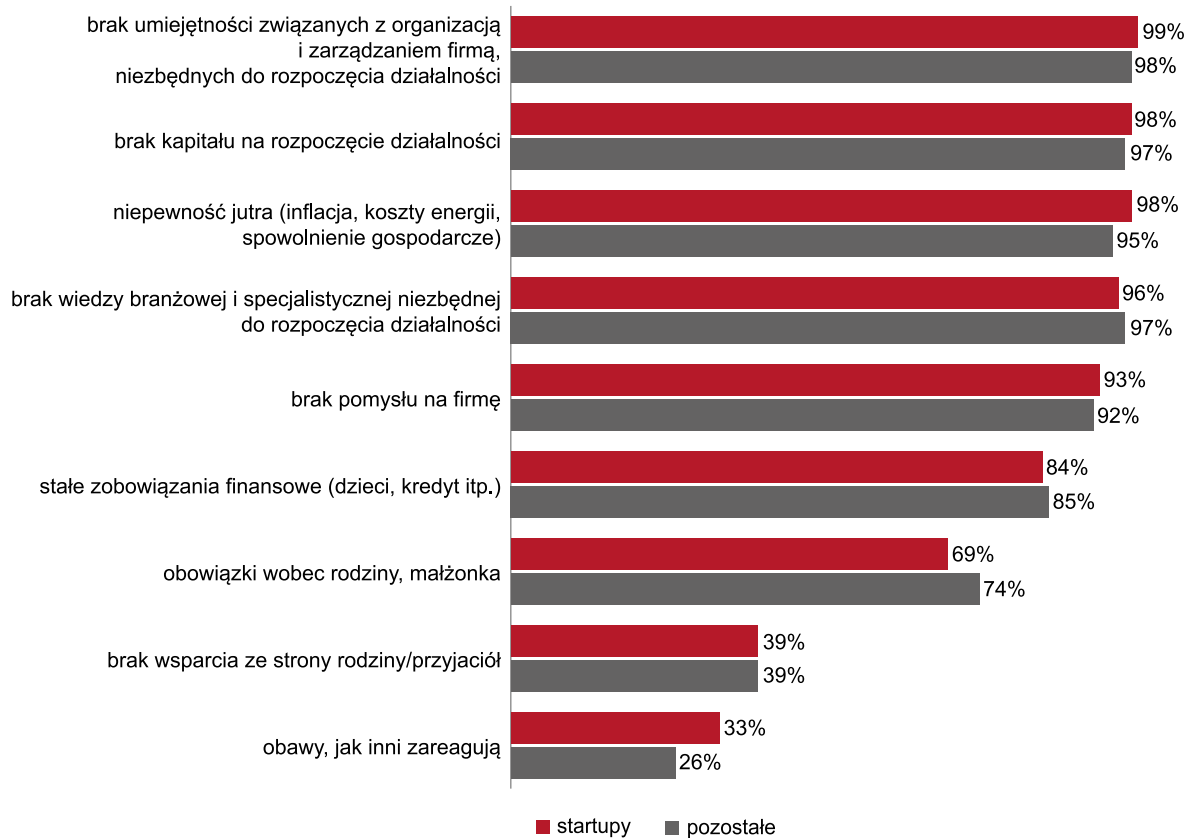
Czynniki, które mogą powstrzymywać ludzi przed założeniem firmy typu startup – w opinii samych startupów i pozostałych firm

Wyniki badania GEM wskazują, że perspektywa zarówno właścicieli startupów, jak i pozostałych firm, w odniesieniu do czynników, które mogą powstrzymywać ludzi przed zakładaniem działalności typu startup jest bardzo podobna. **Najczęściej wymieniane przeszkody**, zarówno przez startupy, jak i pozostałe firmy, **to brak umiejętności organizacji i zarządzania firmą niezbędnych do rozpoczęcia działalności, brak kapitału początkowego oraz niepewność gospodarcza, które są wskazywane przez ponad 95% respondentów.**

Ponad 90% przedsiębiorców wskazało na brak specjalistycznej wiedzy oraz pomysłu na firmę. Warto także zauważyć, że **stałe zobowiązania finansowe (kredyty, dzieci)** oraz **obowiązki rodzinne** również mogą mieć wpływ na decyzję o założeniu startupu – takie przekonanie jest częstsze wśród przedstawicieli pozostałych firm, gdzie aż 74% badanych wskazuje to jako barierę.

Co ciekawe, **czynniki społeczne**, takie jak **brak wsparcia ze strony rodziny i przyjaciół**, a tym bardziej **obawa o reakcje otoczenia**, stanowią według badanych firm znacznie mniejszą barierę zakładania działalności startupowej (odpowiednio 40% i 30%).

Wykres 3.9. Czynniki, które mogą powstrzymywać ludzi przed założeniem firmy typu startup – startupy vs. pozostałe firmy (zsumowane odpowiedzi – „bardzo duże znaczenie” i „średnie znaczenie”)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM 2024, Ns = 202, Np = 975.

Podsumowując, największymi wyzwaniami w powstawaniu startupów według danych z połowy 2024 r. są: brak wystarczającej wiedzy biznesowej (ogólnej i branżowej/specjalistycznej), brak środków finansowych oraz niepewność jutra związana zarówno z sytuacją makroekonomiczną, jak i kosztami prowadzenia działalności. Rozwiązania wspierające edukację przedsiębiorczą oraz dostęp do kapitału mogą odgrywać kluczową rolę w zwiększeniu liczby startupów na rynku.

3.3. Ekspercka ocena uwarunkowań rozwoju startupów w Polsce

Poniżej prezentowane są wyniki badania jakościowego (NES)⁷⁹ z 2024 r., w którym 37 ekspertów z obszarów istotnych dla rozwoju przedsiębiorczości dokonało oceny funkcjonowania ekosystemu startupów⁸⁰.

Opinie ekspertów na temat potrzeby działań szkoleniowo-doradczych dla firm w kontekście współpracy ze startupami wykazują tendencję rosnącą. W 2019 r. były na poziomie 6,94 pkt w skali 0-10, w 2023 r. osiągały 7,68 pkt oraz 7,65 w 2024 r. Można wnioskować, że takie działania są coraz częściej uznawane za istotne.

W ocenie ekspertów rośnie wpływ startupów na rozwój gospodarki (6,39 pkt w 2019 r., 6,62 pkt w 2023 r., 7,11 pkt w 2024 r.).

Opinie na temat dostępności przestrzeni coworkingowej dla startupów, po osiągnięciu szczytu w 2023 r. na poziomie 6,42 pkt, spadają do 4,72 pkt w 2024 r., co może świadczyć o problemach z dostępnością takich miejsc w ostatnich latach lub ograniczeniach w możliwości korzystania z już istniejących.

Przyjmując 2019 r. za punkt odniesienia (5,69 pkt), oceny w zakresie dostępu startupów do platform umożliwiających networking oraz wsparcie mentorskie w kolejnych latach były relatywnie dobre. Dopiero w 2024 r. ocena spadła do 4,14 pkt.

Finansowanie ze strony funduszy *Seed Capital/Venture Capital* jest postrzegane przez ekspertów jako niewystarczające. W 2024 r. wskaźnik wyniósł 3,56 pkt wobec 4,69 pkt w 2019 r., co może oznaczać zmniejszenie dostępności kapitału inwestycyjnego dla startupów lub zbyt małą skalę działania tego typu instytucji.

⁷⁹ Szczegóły patrz Aneks metodologiczny.

⁸⁰ Szersze opracowanie dotyczące ogólnej oceny uwarunkowań rozwoju firm w Polsce zamieszczone jest w rozdziale 2.

Przejrzystość zasad programów publicznych właściwie od 2020 r. oceniania jest przez ekspertów coraz gorzej (z wyjątkiem roku 2023, kiedy odnotowano jeden z wyższych wyników analizowanego okresu – 4,67 pkt), osiągając w 2024 r. wartość 3,54 pkt.

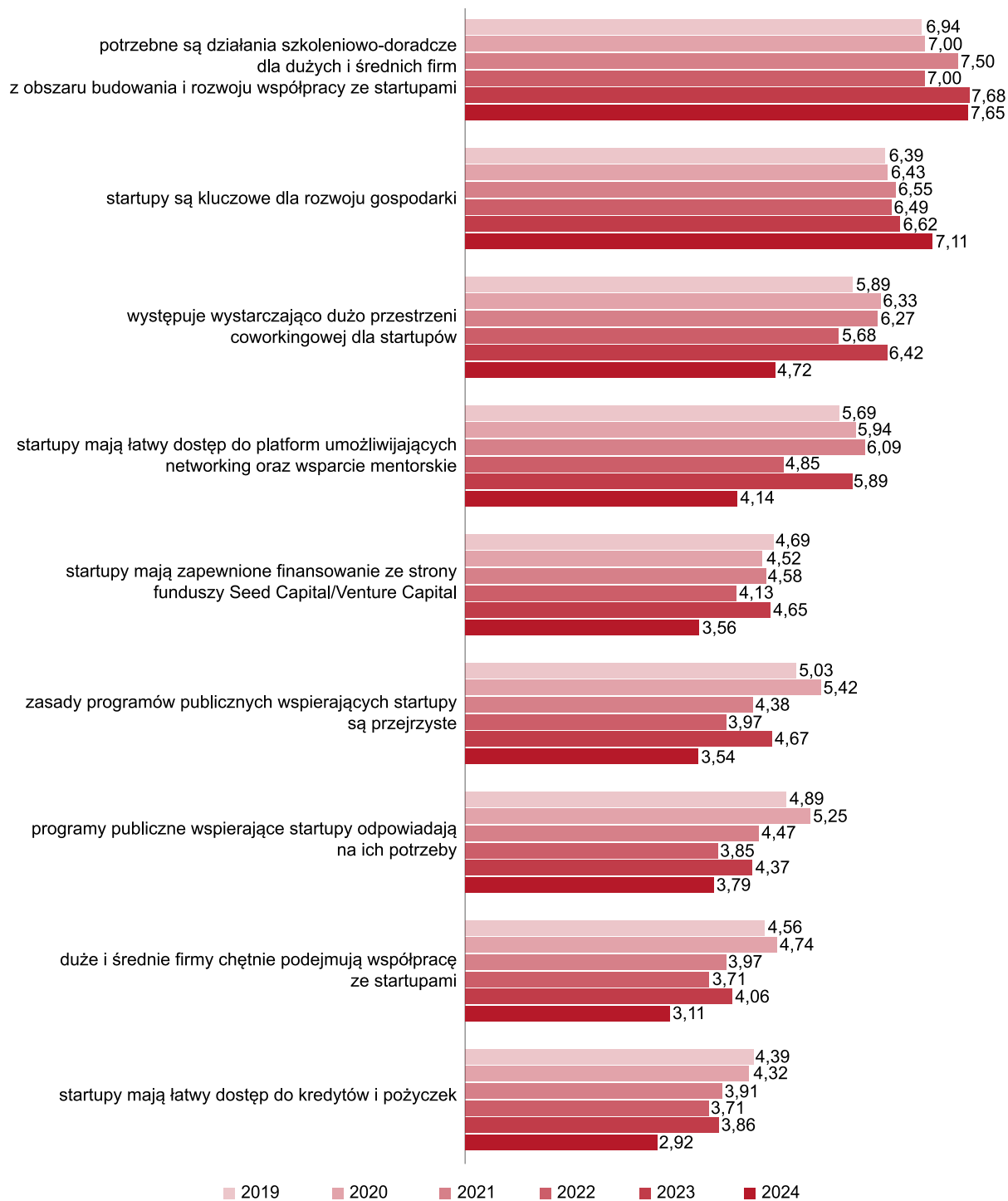
Oceny dopasowania programów publicznych do potrzeb startupów w ostatnich latach były różne, ale widać tendencję spadkową – wynik 3,79 pkt w 2024 r. sugeruje, że programy te coraz mniej odpowiadają na potrzeby startupów.

Oceny ekspertów wskazują na rosnącą niechęć dużych i średnich firm do współpracy ze startupami, z wartością 3,11 pkt w 2024 r. vs. 4,56 pkt w 2019 r.

W zakresie dostępu startupów do kredytów i pożyczek ekspercka ocena 2,92 pkt wskazuje na trudności i jednocześnie wyzwania finansowe dla startupów związane z dostępem do tradycyjnych źródeł finansowania.

Podsumowując, zdaniem ekspertów rok 2024 charakteryzował się ograniczonymi możliwościami rozwoju startupów, mimo że wzrosło uznanie ich wpływu na gospodarkę. Ograniczony dostęp do przestrzeni coworkingowej, spadająca dostępność platform networkingowych i mentorskich mogą utrudniać efektywne funkcjonowanie wsparcia w zakresie infrastruktury. Programy publiczne cechowały się relatywnie niską przejrzystością oraz ograniczoną zgodnością z potrzebami startupów, a średnie i duże przedsiębiorstwa wykazywały mniejszą skłonność do współpracy. Ponadto, dostęp do tradycyjnych form finansowania, takich jak kredyty i pożyczki, pozostawał wyzwaniem, co dodatkowo mogło utrudniać skalowanie działalności młodych firm.

Wykres 3.10. Średnie oceny ekspertów odnośnie do poszczególnych stwierdzeń opisujących ekosystem startupów w latach 2019–2024



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

3.4. Podsumowanie

Badanie GEM, przeprowadzone na reprezentatywnej próbie 8000 dorosłych Polaków, wzbogacone o blok pytań o tematyce startupowej, ukazuje, jak społeczeństwo rozumie pojęcie startupu — najczęściej postrzegany jest on jako firma: **działająca w obszarze IT (71%), technologiczna (67%), młoda (60%), nastawiona na innowacje (59%), korzystająca z finansowania zewnętrznego (46%)**. Młodość, czyli czas funkcjonowania takiego podmiotu na rynku, według społeczeństwa, określana jest najczęściej jako do 3 lat (56%) i do 5 lat (39%). Wyobrażenia te nie do końca pokrywają się rzeczywistością. **Analiza danych pozyskanych od osób zaangażowanych w prowadzenie działalności typu startup pokazuje, że nie ma istotnych różnic, jeśli chodzi o długość funkcjonowania na rynku podmiotów zadeklarowanych jako startupy względem pozostałych firm** (co oznacza, że wśród zadeklarowanych startupów są firmy, które funkcjonują znacznie dłużej niż 5 lat, a wśród pozostałych również takie, które funkcjonują krócej niż 5 lat). Również obszar działalności jest mocno rozproszony – **i nie można na podstawie niniejszego badania potwierdzić, że startupy to głównie firmy technologiczne, działające w obszarze IT i nastawione na innowacje**.

Wśród osób dorosłych zaangażowanych w prowadzenie działalności typu startup większość stanowili mężczyźni (52%), nieco mniej było kobiet (48%). 84% właścicieli startupów było w wieku powyżej 35. r.ż. Ogólnie jednak, dane z 2024 r. wskazują, że zarówno wiek, jak i płeć właścicieli startupów vs. pozostałych firm nie jest kryterium istotnie różnicującym te grupy.

Najczęściej w działalność typu startup zaangażowane są osoby z 3-, 4-, 5-osobowych gospodarstw domowych, ze statusem samozatrudnionego, działając w jednoosobowej działalności gospodarczej. Wśród pozostałych firm tendencja jest podobna – choć właściciele startupów pochodzą nieco częściej (44% vs. 37%) z 4-osobowych gospodarstw domowych, a z kolei właściciele pozostałych firm – częściej działają w jednoosobowej działalności gospodarczej (94% vs. 86%).

Etap rozwoju, na jakim jest dane przedsięwzięcie biznesowe (startupy vs. pozostałe firmy), to jedno z podstawowych kryteriów różnicujących obie te grupy. **Największy odsetek startupów jest na etapie rozwoju i ekspansji na rynku (34%) oraz na etapie stabilizacji firmy i przyjętego modelu biznesowego (28%)**, co potwierdza dobre osadzenie tych podmiotów na rynku i jednocześnie sygnalizuje, że zbyt mało jest podmiotów rozpoczynających

działalność, będących na etapach wstępnych koncepcji tworzenia modelu biznesowego czy prototypowania. Z kolei pozostałe firmy są głównie na ostatnim etapie, tj. dalszy rozwój i ekspansja na rynku (41%) oraz na etapie umacniania pozycji na rynku (32%). Wstępna koncepcja produktu, tworzenie założeń, prototypowanie czy wchodzenie na rynek to etapy, które praktycznie nie zostały wskazane przez właścicieli pozostałych firm.

Startupy charakteryzują się większą skłonnością niż pozostałe firmy do wykorzystywania najnowszych (dostępnych krócej niż rok) technologii (5% vs. 1%) oraz w przypadku technologii dostępnych od roku do 5 lat (10% vs. 4%). Trzeba zauważyć jednak, że nie są to bardzo duże różnice. Korzystanie z nowych technologii przekłada się na innowacyjność oferowanych produktów/usług – w tym obszarze nieco korzystniej, konsekwentnie wypadają również startupy, oferując produkty nowe w skali świata (0,5% vs. 0,4%) czy produkty nowe w skali lokalnej (11% vs. 8%).

Ponad 90% startupów, jak i przedstawicieli pozostałych firm, podejmując decyzje dotyczące przyszłości firmy uwzględnia ich społeczne i środowiskowe skutki. Mniej jednoznacznie prezentują się wyniki, w sytuacji gdy właściciele pytani są o wyższość wartości społecznych czy środowiskowych nad zysk firmy. Wówczas większość (57%) startupów jest neutralna (ani się zgadza, ani się nie zgadza ze stwierdzeniem, że przedkłada społeczny i/lub środowiskowy wpływ działania swojej firmy ponad jej zyskowność i wzrost), a 1/3 w tych decyzjach raczej będzie uwzględniała aspekt społeczny i/lub środowiskowy ponad zysk. Wśród pozostałych firm jest nieco mniejsze niezdecydowanie (49%), jeśli chodzi o kwestię wyboru – zysk czy kwestie społeczne/środowiskowe – pozostałe firmy częściej (41% vs. 37%) postawią na kwestie społeczne/środowiskowe niż na zysk firmy.

Kluczową barierą powstrzymującą ludzi przed założeniem firmy typu startup, wskazywaną przez przedstawicieli startupów jest brak kapitału. Dla niemal 70% przedsiębiorców jest to czynnik o bardzo dużym znaczeniu, a dla pozostałych 30% ma przynajmniej średnie znaczenie. **Analiza wskazuje również, że istnieje szereg czynników mocno ze sobą skorelowanych: brak wiedzy i umiejętności zarządzania firmą, brak wiedzy branżowej i specjalistycznej niezbędnej do rozpoczęcia działalności oraz brak pomysłu na firmę.**

Z kolei czynnikami, które utrudniają rozwój przedsiębiorstw, według przedstawicieli wszystkich firm (startupów i pozostałych) są przede wszystkim obciążenia podatkowe, biurokracja i formalności. W dalszej kolejności wskazywano również na zmienność prawa

oraz przepisy prawa pracy (w tym wzrost pensji minimalnej, brak elastyczności oraz narzuty na obowiązkowe składki), które nie sprzyjają rozwojowi firm, szczególnie gdy jest i tak już ograniczona dostępność pracowników o odpowiednich kwalifikacjach.

Na te podstawowe czynniki nakłada się uniwersalny problem dostrzegany przez respondentów podczas badania przeprowadzonego w połowie 2024 r. – **niepewność gospodarcza związana z inflacją, kosztami energii i spowolnieniem gospodarczym.**

Eksperska ocena ekosystemu startupów w Polsce wskazuje, że niezmiennie od sześciu edycji badania uznawane są one za bardzo istotne dla rozwoju polskiej gospodarki – z tendencją rosnącą. Wskazano na potrzebę działań szkoleniowo-doradczych w zakresie umiejętności budowania współpracy między dużymi i średnimi firmami a startupami.

Rok 2024 przyniósł szereg niższych ocen ekspertów dotyczących sytuacji startupów (m.in. w zakresie: dostępności przestrzeni coworkingowej dla startupów, platform networkingowych i wsparcia mentorskiego, finansowania ze strony funduszy *seed/venture capital*, łatwego dostępu do kredytów i pożyczek). Oznacza to konieczność zintensyfikowania działań wspierających rozwój startupów.

Aneks metodologiczny

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) to największy i najdłużej prowadzony międzynarodowy projekt badawczy w zakresie przedsiębiorczości, który koncentruje się na przedsiębiorczości we wczesnym stadium działalności. Jego główne cele to: 1) pomiar różnic w postawach, aktywności i aspiracjach przedsiębiorczych między państwami, 2) identyfikacja czynników kształtujących charakter i poziom aktywności przedsiębiorczej, oraz 3) formułowanie wniosków istotnych dla polityki społeczno-gospodarczej, w tym wspierania przedsiębiorczości.

Projekt powstał w 1997 r. z inicjatywy naukowców z Babson College (USA) oraz London Business School (Wielka Brytania). Pierwsze badania zostały przeprowadzone w 1999 r. w 10 krajach, a kolejne edycje pozwoliły zgromadzić dane z ponad 120 państw. Za realizację badań odpowiadają krajowe zespoły badawcze, które składają się z przedstawicieli uczelni oraz czasem instytucji wspierających przedsiębiorczość. Cały proces zbierania i przetwarzania danych jest ściśle monitorowany przez centralny zespół metodologów GEM. Z uwagi na dobrowolny charakter udziału w projekcie skład państw uczestniczących w nim zmienia się nieznacznie co roku, oscylując wokół liczby 50.

Badania GEM realizowane są co roku według jednolitej metodologii i obejmują: badanie ludności przeprowadzane na reprezentatywnej próbie min. 2000 osób w wieku 18–64 l. w każdym z krajów (*Adult Population Survey – APS*) oraz badanie jakościowe z udziałem min. 36 krajowych ekspertów z obszarów istotnych dla działalności przedsiębiorstw (*National Expert Survey – NES*).

W ramach GEM co roku publikowany jest raport międzynarodowy na temat przedsiębiorczości we wszystkich państwach uczestniczących w danym cyklu badawczym, tzw. *GEM Global Report*. Dodatkowo, ukazują się raporty tematyczne, koncentrujące się m.in. na przedsiębiorczości kobiet, zrównoważonego rozwoju, przedsiębiorczości w regionach Europy czy wykorzystaniu danych GEM w polityce publicznej⁸¹.

⁸¹ <https://gemconsortium.org/>

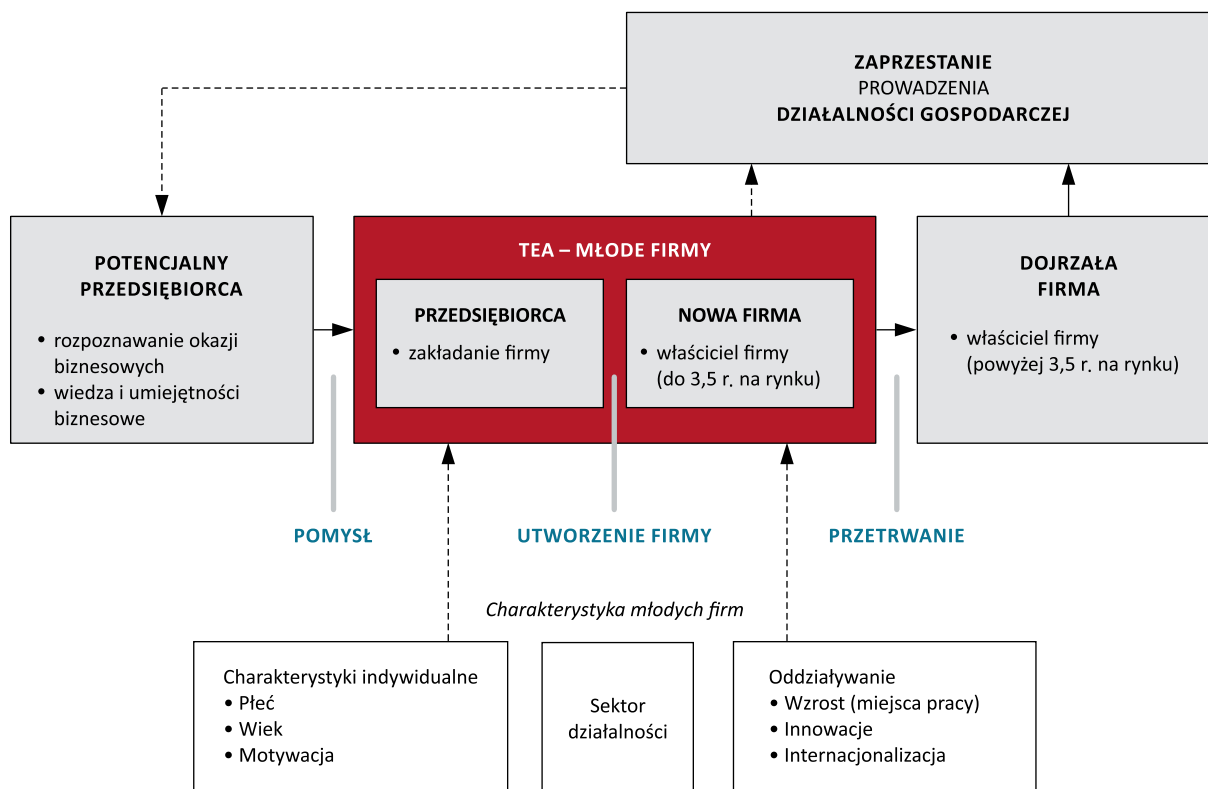
Polskę w ramach GEM od 2011 r. reprezentują Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości oraz Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach.

Założenia teoretyczne GEM

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

Model procesu przedsiębiorczego

Podejście do procesu przedsiębiorczego przyjęte w GEM polega na identyfikowaniu w badaniu ludności osób będących na różnych etapach prowadzenia działalności gospodarczej (Rysunek A.1) – w trakcie oceny okazji biznesowych i własnych umiejętności bądź organizowania i zakładania biznesu (firmy w organizacji – do 3 mies. na rynku), prowadzenia nowych firmy (do 3,5 roku), dojrzałych (ponad 3,5 roku na rynku) lub wycofywania się z działalności. Jest to jeden z istotnych elementów odróżniających GEM od innych projektów badawczych w dziedzinie przedsiębiorczości, w których często bada się zarejestrowane podmioty gospodarcze, także na podstawie danych z krajowych urzędów statystycznych. Warto podkreślić, że badanie osób, a nie firm, pozwala na znacznie głębszy wgląd w naturę procesu przedsiębiorczości. Daje to rezultaty dwojakiego rodzaju. Umożliwia analizę procesu przedsiębiorczości w wielu układach, na przykład identyfikację ludzi o podobnym nastawieniu i charakterystykach. Pozwala też odkryć więcej różnic między państwami. Otrzymujemy bowiem informacje nie tylko na temat liczby przedsiębiorców w danym kraju, ale również na temat różnic w ich motywacjach, aspiracjach i charakterystykach w poszczególnych fazach prowadzenia działalności.

Rysunek A.1. Model procesu przedsiębiorczego GEM

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

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

- **Firmy w organizacji** (*nascent*) – mierzone jako odsetek populacji dorosłych w wieku produkcyjnym (18–64 l.) będących na etapie zakładania i organizowania firm, w których okres wypłacania właścicielom wynagrodzeń nie przekracza trzech miesięcy.
- **Nowe firmy** (*new businesses*) – odsetek populacji dorosłych (18–64 l.) będących właścicielami lub współwłaścicielami firm, w których wynagrodzenia są wypłacane ponad 3 mies., ale nie dłużej niż 42 mies. Okres 3,5 roku uznaje się za krytyczny w działalności przedsiębiorczej. Jego przetrwanie świadczy o sukcesie pierwszego etapu – założenia działalności i przejściu do kolejnego etapu, czyli zarządzania istniejącą firmą.
- **Młode firmy** – TEA (*Total early-stage Entrepreneurial Activity*) – całkowita przedsiębiorczość we wczesnym stadium – odsetek populacji dorosłych w wieku produkcyjnym (18–64 l.), którzy są zaangażowani w zakładanie działalności gospodarczej lub prowadzenie nowej firmy (wypłacającej wynagrodzenia właścicielom do 3,5 roku).

Do TEA zalicza się firmy w organizacji i nowych przedsiębiorców, nie zalicza się natomiast firm dojrzałych. 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.

- **Dojrzałe firmy** (*established business owners*) – odsetek populacji dorosłych (18–64 l.), prowadzących firmy dłużej niż 42 miesiące (tj. ponad 3,5 roku wypłacających wynagrodzenie).
- **Zaprzestający prowadzenia biznesu** – osoby, które w ciągu 12 mies. poprzedzających realizację badania wycofały się z prowadzenia działalności i sprzedały/przekazały firmę innemu podmiotowi/osobie, pozostawiając firmę na rynku, lub ją zlikwidowały.

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

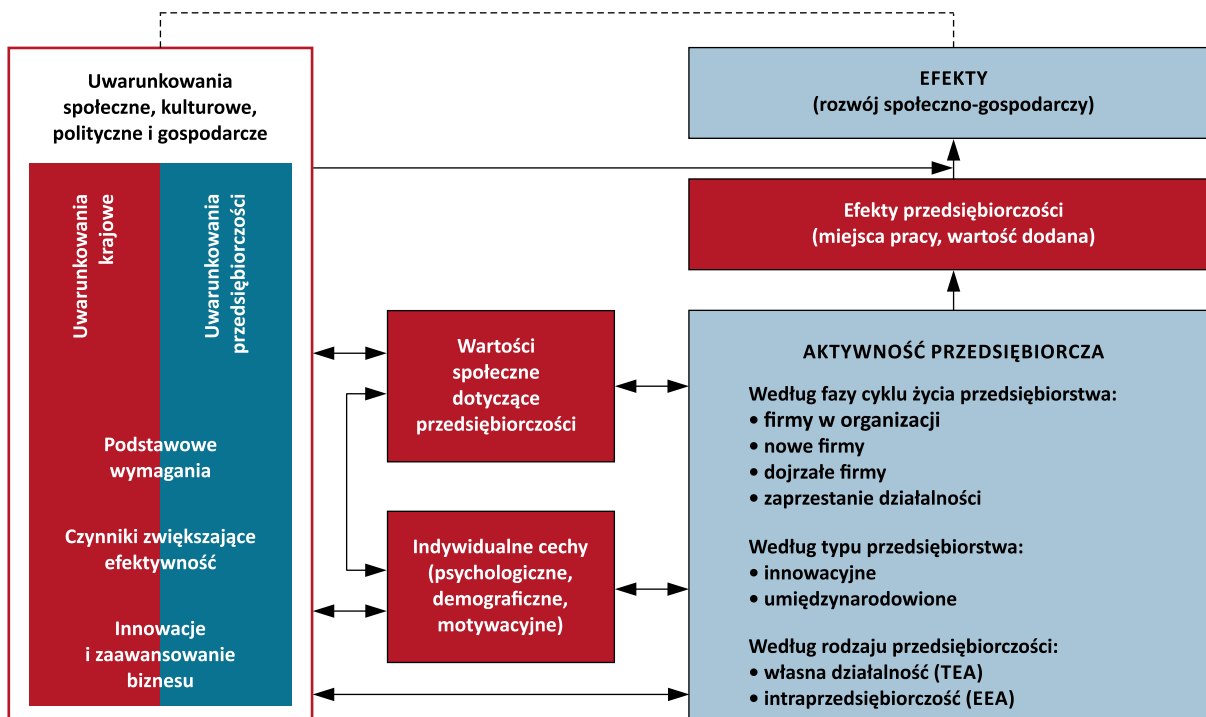
Model koncepcyjny

Model koncepcyjny GEM odnosi się do przedsiębiorczości jako kluczowego elementu rozwoju gospodarczego. Opiera się on na dwóch istotnych założeniach. Pierwsze stanowi o tym, że stan gospodarki jest silnie uzależniony od osób angażujących się w działalność gospodarczą. Zależność ta zachodzi na wszystkich etapach rozwoju gospodarczego, może ona jednak przybierać różne nasilenie i mieć różny charakter. Przedsiębiorczość z przymusu, szczególnie w regionach słabiej rozwiniętych gospodarczo lub cierpiących na czasowy wzrost bezrobocia, może wspomagać gospodarkę w sytuacji, gdy opcje zatrudnienia są ograniczone. Bardziej rozwinięte gospodarki w wyniku swojego bogactwa, potencjału innowacyjnego i technologicznego oraz dojrzałości systemu instytucjonalnego tworzą więcej okazji biznesowych, oferując większą liczbę miejsc pracy dla osób, które mogłyby alternatywnie zostać przedsiębiorcami.

Po drugie, potencjał przedsiębiorczy gospodarki jest oparty na jednostkach obdarzonych zdolnością i motywacją do rozpoczęcia działalności gospodarczej i może być wzmocniony przez pozytywny społeczny odbiór przedsiębiorczości. Przedsiębiorczość o wysokim

potencjałe wzrostu jest też głównym czynnikiem tworzenia nowych miejsc pracy, a konkurencyjność jest stymulowana przez firmy innowacyjne i podejmujące działalność poza granicami kraju.

Rysunek A.2. Model koncepcyjny GEM



Źródło: N. Bosma, D. Kelley, *Global Entrepreneurship Monitor 2018/2019 Global Report*, GERA 2019, s. 15.

Państwa uczestniczące w GEM w 2024 r.

W 2024 r. badania GEM zostały przeprowadzone w 56 państwach, przy czym badanie jakościowe (NES) zrealizowano we wszystkich krajach, a ilościowe (APS) w 51. Na potrzeby analiz w niniejszym raporcie⁸² państwa przypisano do trzech grup dochodowych⁸³, co przedstawia Tabela A.1. Nazwy państw europejskich (w liczbie 25) zostały w niej pogrubione.

⁸² Także w raporcie międzynarodowym GEM (Global Entrepreneurship Monitor 2024/2025 Global Report: Entrepreneurship Reality Check. London: GEM).

⁸³ Według PKB na mieszkańca (PPP, Int\$), dostępnego na stronie Banku Światowego https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.PP.CD?most_recent_value_desc=true

Tabela A.1. Klasyfikacja państw uczestniczących w GEM w 2024 r. według poziomu PKB w przeliczeniu na mieszkańca danego kraju (wg PPP)

Poziom A > 50 000 Int\$	Poziom B 25 000–50 000 Int\$	Poziom C < 25 000 Int\$
Arabia Saudyjska Austria Bahrajn* Cypr Francja Hiszpania Izrael Japonia* Kanada Katar Litwa Luksemburg Niemcy Norwegia Republika Korei Słowenia Stany Zjednoczone Szwajcaria Szwecja Tajwan Wielka Brytania Włochy Zjednoczone Emiraty Arabskie	Argentyna Białoruś Chile Chorwacja Estonia Grecja Kazachstan Kostaryka Łotwa Meksyk Oman Polska Portoryko Rumunia Serbia Słowacja Urugwaj* Wenezuela Węgry	Armenia Bośnia i Hercegowina Brazylia Chiny Egipt Ekwador Gwatemala Indie Indonezja* Jordania Maroko Republika Południowej Afryki* Tajlandia Ukraina

*wyłącznie badanie jakościowe (NES)

Prowadzenie badań w GEM

Cykl badawczy GEM obejmuje badanie ilościowe ludności w wieku produkcyjnym (*Adult Population Survey – APS*) oraz badanie jakościowe w formie eksperckiej oceny uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości (*National Experts Survey – NES*).

Badanie ilościowe ludności (APS) – badanie ilościowe przeprowadzane co roku na reprezentatywnej próbie min. 2000 osób w wieku 18–64 l. w każdym kraju uczestniczącym w projekcie. W badaniu APS dokonuje się pomiaru społecznej percepcji przedsiębiorczości, intencji przedsiębiorczych, poziomu aktywności gospodarczej, aspiracji rozwojowych, a także powodów założenia działalności i wycofywania się z niej. Od 2021 r. badanie obejmuje tematykę zrównoważonego rozwoju i przedsiębiorczości kobiet, a od 2024 r. – sztucznej inteligencji.

W Polsce badanie ilościowe od 2011 r. realizowane jest co roku na losowej, reprezentatywnej ogólnopolskiej próbie ludności w wieku 18–64 l. techniką CATI. Populację generalną stanowią zarówno osoby aktywne, jak i nieaktywne zawodowo we wskazanym wieku. Z próby wyłączone są jedynie osoby odwiedzające Polskę, osoby nie posługujące się j. polskim w stopniu umożliwiającym przeprowadzenie badania, rezydenci instytucji penitencjarnych oraz instytucji opieki na osobami z problemami psychicznymi oraz żołnierze. Do 2016 r. było to 2000 wywiadów rocznie. Od 2017 r. próba wynosi 8000 z uwagi na zamysł uchwycenia grupy startupów i zdobycia wiedzy na ich temat poprzez dedykowany temu tematowi blok pytań⁸⁴. W 2024 r. badanie było realizowane w okresie od 12 lipca do 27 sierpnia.

Badanie jakościowe (NES) – 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. Należą do nich m.in. finansowanie działalności gospodarczej, polityka rządu i programy publiczne, edukacja, transfer B+R, dostęp do usług prawnych i księgowych, otwartość rynku, normy społeczno-kulturowe, od 2021 r. – zrównoważony rozwój i przedsiębiorczość kobiet, a od 2023 r. – uwarunkowania dotyczące sztucznej inteligencji. W każdym kraju wyboru grupy ekspertów dokonuje się na podstawie tych samych kryteriów, z których głównymi są specjalizacja (odpowiadająca ww. obszarom), rodzaj prowadzonej działalności (naukowiec, przedsiębiorca, pracownik administracji, polityk, dziennikarz itp.) oraz doświadczenie w prowadzeniu działalności przedsiębiorczej (przedsiębiorca – nie-przedsiębiorca).

W Polsce badanie jakościowe co roku realizowane jest na co najmniej 36 celowo dobranych ekspertach⁸⁵. Scenariusz wywiadu stosowany w badaniu NES w Polsce od 2017 r. zawiera dodatkowy blok pytań poświęconych uwarunkowaniom rozwoju startupów. W 2024 r. badanie zostało zrealizowane metodą CAWI na 38 ekspertach w okresie od 6 maja do 1 lipca.

⁸⁴ Wywiady każdego roku realizowane są techniką CATI. Cały proces pozyskiwania danych jest kilkakrotnie weryfikowany przez PARP oraz zespół metodologów GEM.

⁸⁵ Badanie od 2011 r. realizowane jest techniką CAWI, koordynuje je zespół PARP, a baza wynikowa weryfikowana jest przez zespół metodologów GEM.

Wybrane wskaźniki GEM

Firmy w organizacji (*nascent*) – mierzone jako odsetek populacji dorosłych w wieku produkcyjnym (18–64 l.) będących na etapie zakładania i organizowania firm, w których okres wypłacania właścicielom wynagrodzeń nie przekracza trzech miesięcy.

Nowe firmy (*new businesses*) – odsetek populacji dorosłych (18–64 l.) będących właścicielami lub współwłaścicielami firm, w których wynagrodzenia są wypłacane ponad 3 mies., ale nie dłużej niż 42 mies. Okres 3,5 roku uznaje się za krytyczny w działalności przedsiębiorczej. Jego przetrwanie świadczy o sukcesie pierwszego etapu – założenia działalności i przejściu do kolejnego etapu, czyli zarządzania istniejącą firmą.

Młode firmy – TEA (*Total early-stage Entrepreneurial Activity*) – całkowita przedsiębiorczość we wczesnym stadium – odsetek populacji dorosłych w wieku produkcyjnym (18–64 l.), którzy są zaangażowani w zakładanie działalności gospodarczej lub prowadzenie nowej firmy (wypłacającej wynagrodzenia właścicielom do 3,5 roku). Do TEA zalicza się firmy w organizacji i nowych przedsiębiorców, nie zalicza się natomiast firm dojrzałych⁸⁶. 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.

Dojrzałe firmy (*established business owners*) – odsetek populacji dorosłych (18–64 l.) prowadzących firmy dłużej niż 42 mies. (tj. ponad 3,5 roku wypłacających wynagrodzenie).

Zaprzestający prowadzenia biznesu – osoby, które w ciągu 12 mies. poprzedzających realizację badania wycofały się z prowadzenia działalności i sprzedały/przekazały firmę innemu podmiotowi/osobie, pozostawiając firmę na rynku, lub ją zlikwidowały.

Intencje przedsiębiorcze – odsetek populacji dorosłych (18–64 l.), którzy nie są zaangażowani w prowadzenie działalności gospodarczej i planują założyć firmę w ciągu 3 lat.

⁸⁶ Metodologia obliczania wskaźnika TEA jest 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.

Samoocena umiejętności przedsiębiorczych – odsetek populacji dorosłych (18–64 l.), którzy uważają, że mają wiedzę, umiejętności i doświadczenie niezbędne do założenia działalności.

Strach przed porażką – odsetek populacji dorosłych (18–64 l.), którzy dostrzegają szanse biznesowe w otoczeniu, ale nie decydują się na założenie działalności z powodu obawy przed niepowodzeniem. Dla kobiet/mężczyzn – liczony jako odsetek dorosłych kobiet/mężczyzn (18–64 l.) niezależnie od tego jak postrzegają swoje otoczenie.

Motywacje do założenia działalności (zmienić świat, mocno się wzbogacić lub osiągać wysokie dochody, kontynuować rodzinną tradycję, zapewnić sobie utrzymanie, ponieważ za mało jest ofert na rynku pracy) – odsetek TEA (młodych firm), które wskazały na dany motyw.

Status społeczny przedsiębiorcy – odsetek osób dorosłych (18–64 l.) uważających, że przedsiębiorcom, którzy odnieśli sukces, należy się uznanie.

Atrakcyjność prowadzenia działalności gospodarczej – odsetek populacji dorosłych (18–64 l.), którzy uważają, że prowadzenie firmy jest dobrą opcją na życie zawodowe.

Przedsiębiorczość w mediach – odsetek osób dorosłych (18–64 l.), które dostrzegają pozytywne treści na temat przedsiębiorców w mediach publicznych i Internecie.

Łatwość założenia firmy – odsetek osób dorosłych (18–64 l.) uważających, że założenie firmy jest proste.

Pozytywna ocena otoczenia (dostrzeganie szans biznesowych) – odsetek osób dorosłych (18–64 l.), które uważają, że w ich otoczeniu będą korzystne warunki do założenia firmy w ciągu kolejnych 6 miesięcy.

NECI – wskaźnik syntetyczny opisujący stan otoczenia przedsiębiorstw w danym kraju, na który składają się oceny 13 obszarów (tzw. EFC *Entrepreneurial Framework Conditions*) od dostępności finansowania, przez edukację, infrastrukturę, politykę publiczną i regulacje po transfer wiedzy i normy kulturowo-społeczne. Jest obliczany jako prosta średnia 13 zmiennych reprezentujących EFC, które zostały zmierzone za pomocą zestawu stwierdzeń ocenianych na 11-stopniowej skali Likerta i podsumowane poprzez analizę czynnikową (metoda głównych składowych).

Spis tabel

Tabela 1.1. Społeczna percepcja przedsiębiorczości w państwach Europy w 2024 r. (% osób w wieku 18–64 l.).....	22
Tabela 1.2. Przyczyny wycofania się z działalności gospodarczej w Polsce w latach 2019–2024 (% osób, które zaprzestały prowadzenia działalności w okresie 12 mies. poprzedzających realizację badania)	36
Tabela 1.3. Motywacje do zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej w Europie w 2024 r. (% osób prowadzących młode firmy – TEA)	39
Tabela 1.4. Poziom aktywności przedsiębiorczej wśród kobiet i mężczyzn w Polsce w latach 2011–2024 (% osób prowadzących młode/dojrzałe firmy wśród kobiet/mężczyzn w wieku 18–64 l.).....	40
Tabela 1.5. Postawy przedsiębiorcze kobiet i mężczyzn w Polsce na tle średniej dla Europy oraz grup państw według poziomu dochodu w 2024 r. (% kobiet i mężczyzn w wieku 18–64 l.).....	45
Tabela 1.6. Oczekiwania przedsiębiorców w Polsce na tle średniej dla Europy oraz grup państw według poziomu dochodu dotyczące negatywnych efektów, jakie mogłyby wystąpić przy wdrażaniu AI w ich firmach (% młodych/dojrzałych firm)	64
Tabela 1.7. Oczekiwania przedsiębiorców w Polsce na tle średniej dla Europy i grup państw według dochodu, dotyczące pozytywnych efektów, jakie mogłyby wystąpić przy wdrażaniu AI w ich firmach (% młodych/dojrzałych firm)	65
Tabela 3.1. Wiek przedsiębiorców w podziale na płeć – startupy vs. pozostałe firmy	109
Tabela 3.2. Wyniki estymacji i wnioski	113
Tabela A.1. Klasyfikacja państw uczestniczących w GEM w 2024 r. według poziomu PKB w przeliczeniu na mieszkańca danego kraju (wg PPP)	135

Spis wykresów

Wykres 1.1. Percepcja przedsiębiorczości w polskim społeczeństwie w latach 2011–2024.....	20
Wykres 1.2. Społeczna percepcja przedsiębiorczości w Polsce na tle średniej dla Europy* oraz grup państw według poziomu dochodu w 2024 r.....	21
Wykres 1.3. Odsetek osób w wieku 18–64 l. oceniających, że założenie w Polsce firmy jest proste	24
Wykres 1.4. Odsetek osób w wieku 18–64 l. w Polsce na tle średniej dla Europy oraz grup państw według poziomu dochodu, którzy w badaniu przeprowadzonym w 2024 r. wyrazili opinię, że łatwo jest założyć firmę	25

Wykres 1.5. Postawy przedsiębiorcze w Polsce na tle średniej dla Europy oraz grup państw według poziomu dochodu w 2024 r. (% osób w wieku 18–64 l.).....	27
Wykres 1.6. Postawy przedsiębiorcze w Polsce w latach 2011–2024 (% osób w wieku 18–64 l.).....	28
Wykres 1.7. Aktywność przedsiębiorcza w Polsce w latach 2011–2024 (% osób w wieku 18–64 l.).....	31
Wykres 1.8. Poziom aktywności przedsiębiorczej w Polsce na tle średniej dla Europy oraz grup państw według poziomu dochodu w 2024 r. (% osób w wieku 18–64 l.).....	32
Wykres 1.9. Poziom aktywności przedsiębiorczej w Europie w 2024 r. – osoby prowadzące młode i dojrzałe firmy (% osób w wieku 18–64 l.)	33
Wykres 1.10. Rezygnacja z prowadzenia biznesu w Polsce na tle średniej dla Europy oraz grup państw według poziomu dochodu – osoby, które w badaniu w 2024 r. zadeklarowały, że w ciągu ostatnich 12 miesięcy wycofały się z prowadzenia biznesu (% osób w wieku 18–64 l.).....	34
Wykres 1.11. Rezygnacja z prowadzenia biznesu w Polsce w latach 2018-2024 (% osób w wieku 18–64 l.).....	34
Wykres 1.12. Przyczyny rezygnacji z prowadzenia biznesu w Polsce na tle średniej dla Europy w roku 2024 (% osób odchodzących z biznesu).....	35
Wykres 1.13. Motywacje do zakładania działalności gospodarczej w Polsce na tle średniej dla Europy oraz grup państw według poziomu dochodu w 2024 r. (% osób prowadzących młode firmy – TEA)	37
Wykres 1.14. Zmiany motywów zakładania działalności gospodarczej w Polsce w latach 2019–2024 (% osób prowadzących młode firmy – TEA)	38
Wykres 1.15. Bezwzględna luka płci wśród właścicieli młodych i dojrzałych firm w Polsce w latach 2011–2024 (p.p.)	41
Wykres 1.16. Udział osób prowadzących młode firmy w Europie w 2024 r. w podziale na płeć (% kobiet/mężczyzn w wieku 18–64 l.)	42
Wykres 1.17. Udział osób prowadzących dojrzałe firmy w Europie w 2024 r. w podziale na płeć (% kobiet/mężczyzn w wieku 18–64 l.)	43
Wykres 1.18. Postawy Polek i Polaków względem przedsiębiorczości (% osób w wieku 18–64 l.).....	44
Wykres 1.19. Motywacje kobiet i mężczyzn do zakładania działalności gospodarczej w Polsce (% osób prowadzących młode firmy – TEA).....	46

Wykres 1.20. Motywacje kobiet i mężczyzn do zakładania działalności gospodarczej w Polsce w 2024 r. (% kobiet/mężczyzn w wieku 18–64 l.)	46
Wykres 1.21. Przedsiębiorczość w Polsce w grupach wiekowych w 2024 r. (% osób w wieku 18–64 l.)	47
Wykres 1.22. Wczesna przedsiębiorczość w grupach wiekowych w państwach Europy (% osób dorosłych)	48
Wykres 1.23. Dojrzała przedsiębiorczość w grupach wiekowych w państwach Europy (% osób dorosłych)	49
Wykres 1.24. Społeczna i środowiskowa odpowiedzialność w działaniach i przekonaniach osób prowadzących młode firmy w Polsce na tle średniej dla Europy oraz grup państw według poziomu dochodu w 2024 r. (% osób prowadzących młode firmy)	52
Wykres 1.25. Społeczna i środowiskowa odpowiedzialność w działaniach i przekonaniach osób prowadzących dojrzałe firmy w Polsce na tle średniej dla Europy oraz grup państw według poziomu dochodu w 2024 r. (% osób prowadzących dojrzałe firmy)	52
Wykres 1.26. Skłonność do przedkładania społecznego/środowiskowego wpływu działania firm w Polsce ponad ich zyskowność i wzrost (% młodych firm i % dojrzałych firm)	53
Wykres 1.27. Znajomość 17 Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ – Agenda 2030 na rzecz zrównoważonego rozwoju w Polsce na tle średniej dla Europy oraz grup państw według poziomu dochodu w 2024 r. (% młodych firm i % dojrzałych firm)	55
Wykres 1.28. Znaczenie wybranych form komunikacji internetowej dla codziennej działalności biznesowej – postrzeganie danych form jako bardzo ważne (% młodych firm i % dojrzałych firm)	57
Wykres 1.29. Znaczenie wybranych narzędzi cyfrowych dla realizacji modelu biznesowego i strategii firmy – postrzeganie danych form jako bardzo ważne (% młodych i % dojrzałych firm)	58
Wykres 1.30. Przedsiębiorcy w Polsce na tle średniej dla Europy oraz grup państw według poziomu dochodu, którzy spodziewają się zwiększonego wykorzystania technologii cyfrowych w celu sprzedaży produktów lub usług w firmie w ciągu kolejnych 6 mies. (% młodych firm i % dojrzałych firm)	59
Wykres 1.31. Przedsiębiorcy w Polsce na tle średniej dla Europy oraz grup państw według poziomu dochodu, uznających narzędzia AI za bardzo ważne w realizacji ich modelu biznesowego i strategii (% młodych firm i % dojrzałych firm)	61

Wykres 1.32. Udział firm w państwach Europy uznających AI za bardzo ważne w realizacji ich modelu biznesowego i strategii (% młodych firm i % dojrzałych firm)	62
Wykres 1.33. Oczekiwania przedsiębiorców w Polsce dotyczące pozytywnych i negatywnych efektów, jakie mogłyby wystąpić przy wdrażaniu AI w ich firmach (% młodych/dojrzałych firm)	63
Wykres 2.1. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości (2024 r.): Polska na tle państw o wysokich dochodach (poziom A) i Europy (średnie oceny dla poszczególnych obszarów)	68
Wykres 2.2. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – Edukacja i szkolenia w zakresie przedsiębiorczości w latach 2020–2024 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2024 r.	71
Wykres 2.3. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – Poziom otwartości rynku w latach 2020–2024 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2024 r.....	72
Wykres 2.4. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – Finansowanie (wystarczająca ilość) w latach 2020–2024 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2024 r.	74
Wykres 2.5. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – Finansowanie (łatwość uzyskania) w latach 2021–2024 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2024 r.....	75
Wykres 2.6. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – Infrastruktura techniczna w latach 2020–2024 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2024 r.	77
Wykres 2.7. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – Infrastruktura komercyjna i usługowa w latach 2020–2024 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2024 r.....	78
Wykres 2.8. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – Polityka rządu (obszar I i II) w latach 2020–2024 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2024 r.	81
Wykres 2.9. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – Programy rządowe (publiczne) wspierające przedsiębiorczość (obszar III) w latach 2020–2024 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2024 r.....	82
Wykres 2.10. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – Badania i rozwój, transfer wiedzy i technologii w latach 2020–2024 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2024 r.....	84
Wykres 2.11. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – Normy kulturowe i społeczne w latach 2020–2024 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2024 r.....	86
Wykres 2.12. Krajowy Wskaźnik Uwarunkowań Przedsiębiorczości w Polsce i w państwach Europy objętych badaniem NES w 2024 r. (pkt).....	88

Wykres 2.13. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – realizacja Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ – średnie oceny dla poszczególnych bloków pytań w latach 2022–2024 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2024 r.	89
Wykres 2.14. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – realizacja Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ: Blok I – priorytety związane z odpowiedzialnością społeczną w latach 2022–2024 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2024 r.	90
Wykres 2.15. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – realizacja Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ: Blok II – priorytety związane z wynikami finansowymi firm w latach 2022–2024 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2024 r.	91
Wykres 2.16. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – realizacja Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ: Blok III – priorytety związane z wdrażaniem dobrych praktyk środowiskowych w latach 2022–2024 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2024 r.	92
Wykres 2.17. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – realizacja Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ: Blok IV – priorytety związane ze zrównoważonym rozwojem, Blok V – priorytety związane ze wsparciem rządowym firm zorientowanych na zrównoważony rozwój w latach 2022–2024 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2024 r.	93
Wykres 2.18. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – przedsiębiorczość kobiet – postrzeganie poziomu wsparcia przedsiębiorczości kobiet w aspekcie usług, regulacji i norm kulturowych w latach 2023–2024 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2024 r.	95
Wykres 2.19. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – przedsiębiorczość kobiet – postrzeganie dostępności zasobów (takich jak dostęp do finansowania i rynku) dla kobiet w porównaniu z mężczyznami w rozwijaniu działalności przedsiębiorczej w latach 2023–2024 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2024 r.	96
Wykres 2.20. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości – sztuczna inteligencja a przedsiębiorczość. Polska w porównaniu z gospodarkami o wysokich dochodach i krajami europejskimi w 2024 r. (średnie oceny dla poszczególnych bloków pytań).	97
Wykres 2.21. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości – sztuczna inteligencja a przedsiębiorczość: Blok I – Świadomość konieczności opracowywania i wdrażania rozwiązań AI wśród przedsiębiorców i menedżerów prowadzących firmę, Blok II – Rozwój i postęp firm związany z wdrażaniem AI. Polska w porównaniu z krajami europejskimi i gospodarkami o wysokich dochodach w 2024 r.	99

Wykres 2.22. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości – sztuczna inteligencja a przedsiębiorczość: Blok III – Świadomość, kompetencje i wiedza pracowników w zakresie AI, Blok IV – Dostępność edukacji i szkoleń na temat AI na różnych etapach. Polska w porównaniu z krajami europejskimi i gospodarkami o wysokich dochodach w 2024 r.....	100
Wykres 2.23. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości – Sztuczna inteligencja a przedsiębiorczość: Blok V – Wsparcie rozwoju AI przez instytucje publiczne, Blok VI – Kwestie etyczne związane z AI: zaufanie konsumentów, bezpieczeństwo danych, świadomość wpływu na media. Polska w porównaniu z krajami europejskimi i gospodarkami o wysokich dochodach w 2024 r.	102
Wykres 3.1. Co to znaczy młoda firma? – opinia właścicieli startupów i pozostałych firm.....	106
Wykres 3.2. Co to jest startup? – opinia właścicieli startupów i pozostałych firm.....	107
Wykres 3.3. Wielkość gospodarstwa domowego wg liczby osób w gospodarstwie – startupy vs. pozostałe firmy.....	110
Wykres 3.4. Dostępność na rynku technologii czy procedur stosowanych przez firmy (czas w latach) – startupy vs. pozostałe firmy	116
Wykres 3.5. Innowacyjność oferowanych produktów/usług – startupy vs. pozostałe firmy	116
Wykres 3.6. Rozważanie społecznych i środowiskowych skutków decyzji biznesowych oraz przedkładanie ich ponad zyskowość i wzrost – startupy vs. pozostałe firmy.....	118
Wykres 3.7. Rozwój gospodarki o obiegu zamkniętym jako właściwa odpowiedź na aktualne wyzwania środowiskowe – startupy vs. pozostałe firmy.....	119
Wykres 3.8. Czynniki utrudniające rozwój prowadzonych firm – startupy vs. pozostałe firmy.....	121
Wykres 3.9. Czynniki, które mogą powstrzymywać ludzi przed założeniem firmy typu startup – startupy vs. pozostałe firmy (zsumowane odpowiedzi – „bardzo duże znaczenie” i „średnie znaczenie”).....	123
Wykres 3.10. Średnie oceny ekspertów odnośnie do poszczególnych stwierdzeń opisujących ekosystem startupów w latach 2019–2024	126

Spis rysunków

Rysunek 1.1. Model procesu przedsiębiorczego GEM w Polsce wraz ze wskaźnikami za 2024 vs. 2011 r. dot. udziałów osób planujących założyć działalność gospodarczą lub prowadzących ją określony czas w populacji osób w wieku 16–64 l.	31
---	----

Rysunek A.1. Model procesu przedsiębiorczego GEM..... 132

Rysunek A.2. Model koncepcyjny GEM..... 134

Spis schematów

Schemat 3.1. Zestawy cech startupów najczęściej wskazane przez respondentów, którzy swoją działalność określają jako startup vs. pozostali respondenci prowadzący biznesy..... 108

Schemat 3.2. Etapy rozwoju przedsięwzięcia biznesowego – startupy vs. pozostałe firmy 115



www.parp.gov.pl
