



POLSKA

Warszawa 2013

Raport z badania Global Entrepreneurship Monitor – Polska 2012

Autorzy:

Anna Tarnawa (PARP) – rozdział 4

Dorota Węclawska (PARP) – rozdział 1, 5

dr Przemysław Zbierowski, prof. Mariusz Bratnicki (Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach) – rozdział 2, 3, 5

© Copyright by Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości

Raport został opracowany na podstawie danych z badania GEM 2012 przeprowadzonego przez Global Entrepreneurship Research Association.

W skład zespołu polskiego wchodzi:

Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości oraz Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach.

ISBN 978-83-7633-236-9

Wydanie I

Nakład 1000

Przygotowanie do druku, druk i oprawa:

Agencja Reklamowo-Wydawnicza A. Grzegorzcyk

Spis treści

1. Streszczenie	7
2. O badaniu GEM	9
2.1. Modele GEM	9
2.1.1. Rozumienie przedsiębiorczości w GEM	9
2.1.2. Model procesu przedsiębiorczości	9
2.1.3. Model rozwoju gospodarczego GEM	10
2.1.4. Fazy rozwoju gospodarczego	11
2.2. Całkowita przedsiębiorczość we wczesnym stadium (TEA – Total early-stage Entrepreneurial Activity)	12
2.3. Prowadzenie badań w GEM	12
2.3.1. APS	12
2.3.2. NES	12
3. Wyniki badania populacji dorosłych – APS	13
3.1. Postawy i percepcja przedsiębiorczości	13
3.2. Postawy przedsiębiorcze i percepcja przedsiębiorczości wśród kobiet i mężczyzn	17
3.3. Poziom przedsiębiorczości	18
3.4. Przedsiębiorczość wśród kobiet i mężczyzn	20
3.5. Motywy zakładania działalności gospodarczej	21
3.6. Motywacje kobiet i mężczyzn	23
3.7. Sektory zakładania działalności gospodarczej	24
3.8. Aspiracje wzrostu	25
3.9. Aspiracje wzrostu kobiet i mężczyzn	26
4. Uwarunkowania przedsiębiorczości – wyniki badania krajowych ekspertów przedsiębiorczości (NES)	28
4.1. Wstęp – o badaniu i uwagi techniczne	28
4.2. Stan obecny	29
4.2.1. Szanse na start	29
4.2.2. Rynek i polityka przedsiębiorczości	30
4.2.3. Innowacyjność	30
4.2.4. Potencjał wzrostu	31
4.2.5. Kultura i społeczeństwo	33
4.3. Zmiany względem poprzedniego roku	34
4.4. Podsumowanie	35
5. Relacje biznesowe	36
5.1. Wstęp – dlaczego współpraca jest ważna, formy współpracy	36
5.2. Podstawy teoretyczne	36
5.3. Dane APS	39
5.3.1. Relacje biznesowe – porównanie międzynarodowe	39
5.3.2. Zależności między relacjami biznesowymi a innymi zmiennymi na poziomie krajowym	44
5.3.3. Relacje biznesowe dojrzałych firm w Polsce	45
5.3.4. Relacje biznesowe start-upów w Polsce	48
5.4. Sieci biznesowe	50
5.4.1. Poziom współpracy w sieciach	51
5.4.2. Zależność między współpracą a aspiracjami przedsiębiorców	51
5.5. Dane NES	52
5.6. Podsumowanie i wnioski	53
6. Bibliografia	56



Szanowni Państwo,

Mam przyjemność przedstawić Państwu II edycję Raportu pt.: **Global Entrepreneurship Monitor – Polska 2012**. Powstał on w oparciu o wyniki badań zrealizowanych w ramach największego międzynarodowego projektu badawczego w obszarze przedsiębiorczości Global Entrepreneurship Monitor (GEM).

Ubiegły rok był kolejnym rokiem w 13-letniej historii GEMa, w którym odnotowano wzrost liczby krajów objętych badaniami do 69, co przekłada się na trzy czwarte populacji świata i prawie 90% globalnego produktu brutto. Polska brała udział w projekcie GEM w 2004 roku, ponownie – jako zespół tworzony przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości oraz Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach – dołączyła do grupy krajów uczestniczących w projekcie w 2011 roku.

Projekt GEM, w szczególności pozyskane dane nt. przedsiębiorczości, są wykorzystywane w badaniach wielu naukowców z całego świata. W 2012 również Komisja Europejska wyraziła zainteresowanie badaniami GEM, finansując część badań ilościowych i pozyskując dane do własnych analiz.

Tegoroczny Raport **Global Entrepreneurship Monitor – Polska 2012** przedstawia obraz stanu przedsiębiorczości w Polsce na tle innych krajów europejskich i Stanów Zjednoczonych w 2012 roku, jak i w zestawieniu z rokiem poprzednim. Opisuje intencje i motywacje Polaków do zakładania działalności gospodarczej i jej rozwoju. Przedstawia także uwarunkowania przedsiębiorczości w takich aspektach jak np. programy wsparcia dla rozwoju przedsiębiorczości, finansowanie działalności gospodarczej, transfer technologii, uwarunkowania kulturowe i społeczne czy przedsiębiorczość kobiet oraz młodych osób.

Ciekawym wątkiem, któremu poświęcony został osobny rozdział w Raporcie są relacje biznesowe, gdzie przyjrzeliśmy się współpracy zarówno przedsiębiorców we wczesnej fazie rozwoju, jak i dojrzałych podmiotów w zakresie bieżącego funkcjonowania oraz działalności innowacyjnej. Analizowaliśmy ten temat również ze względu na wiek czy płeć przedsiębiorcy.

Zarówno wnioski dotyczące relacji biznesowych, jak i pozostałe dane z Raportu dotyczące stanu przedsiębiorczości czy uwarunkowań jej rozwoju dostarczają wielu cennych informacji dla zrozumienia potrzeb obecnych i przyszłych przedsiębiorców. Dzięki tej wiedzy możliwe jest tworzenie polityki przedsiębiorczości, stanowiącej odpowiedź na konkretne wyzwania.

W imieniu autorów Raportów, innych osób zaangażowanych w realizację projektu GEM w PARP i na Uniwersytecie Ekonomicznym w Katowicach oraz własnym chciałabym wyrazić podziękowania wszystkim Ekspertom, którzy wzięli udział w Krajowym Badaniu Ekspertów (National Experts Survey) w 2012 r.

Zachęcam Państwa serdecznie do lektury Raportu.

Bożena Lublińska-Kasprzak
Prezes Polskiej Agencji
Rozwoju Przedsiębiorczości

1. Streszczenie

Stan przedsiębiorczości w Polsce nie jest idealny

Postawy przedsiębiorcze

Postawy przedsiębiorcze polskiego społeczeństwa są niejednoznaczne. Z jednej strony na tle Europy wypadamy dość pozytywnie pod względem chęci założenia firmy w najbliższych latach oraz bardzo dobrze oceniamy swoją wiedzę w zakresie prowadzenia firmy. Z drugiej strony w społeczeństwie brakuje umiejętności dostrzegania szansy biznesowej. Co więcej, odsetek osób, które potrafią ją dostrzec spadł na przestrzeni lat 2011-2012 o około 13 p.p. Polskie społeczeństwo na tle krajów europejskich charakteryzuje się też bardzo wysokim poziomem strachu przed porażką. Te niekorzystne wyniki pogłębiły się na przestrzeni lat 2011-2012.

Wizerunek przedsiębiorczości

Polacy, w porównaniu z resztą Europy dość dobrze postrzegają przedsiębiorców. Jedynie bardzo nisko oceniają poziom statusu społecznego przedsiębiorców. Należy też zauważyć, że percepcja przedsiębiorczości w latach 2011-2012 pogorszyła się. Może to się wiązać w pewnej mierze z wydarzeniami dotyczącymi rynku parabanków, szeroko opisywanymi w mediach, które miały miejsce mniej więcej w tym samym czasie, kiedy prowadzono badanie ankietowe.

Poziom przedsiębiorczości

Poziom przedsiębiorczości w Polsce wygląda różnie w zależności od etapu rozwoju firmy. Przedsiębiorczość we wczesnym stadium na tle Europy jest na średnim poziomie. Dość mało jest za to firm dojrzałych. Warto też odnotować, że w latach 2011-2012 odsetek obu grup wzrósł. Gorzej wypadamy natomiast pod względem odsetka przedsiębiorców zaprzestających działalności.

Motywacje

W Polsce mamy do czynienia z bardzo wysokim odsetkiem osób, które decydują się na założenie firmy z konieczności. Co więcej, ta sytuacja uległa pogłębieniu w latach 2011-2012, co można zapewne w dużej mierze przypisać pogorszeniu koniunktury gospodarczej. Przewaga firm zakładanych z konieczności skutkuje niższym poziomem ambicji rozwojowych, a co za tym idzie, może hamować tworzenie miejsc pracy i wartości dodanej przez firmy.



Nowe firmy w ujęciu sektorowym

Jeśli chodzi o sektory w jakich powstają nowe firmy, to Polska jest krajem bardzo specyficznym. Wyróżnia nas to, że zdecydowanie dominującym sektorem jest produkcja, a nie usługi, jak się to dzieje w innych krajach.

Ambicje wzrostu

Na tle innych krajów europejskich, polscy przedsiębiorcy wydają się mniej ambitni jeśli chodzi o rozwój ich firm. Ich deklaracje względem wzrostu zatrudnienia są dość ostrożne, w szczególności w przypadku zatrudnienia powyżej 10 pracowników w przeciągu 5 lat.

Rysunek 1. Bilans przedsiębiorczości w Polsce w 2012 roku

 <ul style="list-style-type: none">• Wysokie intencje przedsiębiorcze• Wysoka samoocena wiedzy biznesowej• Dobra ścieżka kariery	 <ul style="list-style-type: none">• Niskie umiejętności dostrzegania szansy biznesowej• Wysoki strach przed porażką• Niski status społeczny przedsiębiorców• Stosunkowo niewiele dojrzałych firm• Niski odsetek firm ambitnych• Wysoki odsetek zaprzestania działalności• Bardzo wysoki odsetek firm zakładanych z konieczności
---	---

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych *Global Entrepreneurship Monitor* 2012.

Kobiety wciąż w tyle

Potencjał przedsiębiorczości kobiet jest znaczący, choć z pewnych powodów nie jest realizowany. Panie dostrzegają szanse na rozpoczęcie działalności, są jednak w znaczącym stopniu ograniczane przez niską samoocenę kompetencji w zakresie przedsiębiorczości, strach przed niepowodzeniem. Skutkuje to wciąż znaczącą różnicą w podejmowaniu działalności gospodarczej przez kobiety i mężczyzn. Warto jednak zauważyć, że w przypadku przedsiębiorczości na wczesnym etapie różnica w latach 2011-2012 zmniejszyła się, a więc odsetek nowych firm zakładanych przez kobiety rośnie.

Współpraca – czy to się opłaca?

Po pierwsze, polscy przedsiębiorcy współpracują w zaskakująco dużym zakresie. Można jednak postawić hipotezę, że traktują oni współpracę jako zło konieczne. Zdają sobie sprawę, że bez niej nie są w stanie przetrwać, ale w momencie, gdy osiągną stabilniejszą pozycję na rynku zmniejszają natężenie współpracy.

Po drugie, współpraca idzie w parze z ambicją do szybkiego wzrostu, działalnością eksportową i zastosowaniem nowych technologii. Taki profil firmy potwierdza zatem większą dojrzałość biznesową właścicieli.

Czy uwarunkowania instytucjonalne sprzyjają przedsiębiorczości?

Nie ma jednoznacznej odpowiedzi na to pytanie. W niektórych aspektach otoczenie instytucjonalne działa bardzo dobrze i sprzyja rozwojowi przedsiębiorczości. W innych aspektach – wręcz przeciwnie. Najlepszym przykładem tego pierwszego obszaru jest otwartość i dynamika polskiego rynku, który został oceniony bardzo pozytywnie przez ekspertów biorących udział w badaniu. Piętą achillesową Polski pozostaje system edukacji, w szczególności na poziomie podstawowym i średnim, który w ich opinii nie sprzyja kreatywności, samodzielności i inicjatywie własnej.

Tabela 1. Wartości najważniejszych wskaźników badania w 2012 roku w Polsce

Intencje przedsiębiorcze	24,2%
Rozpoznawanie szansy	20,4%
Zdolności przedsiębiorcze	53,9%
Strach przed porażką	58,7%
Przedsiębiorczość jako dobra ścieżka kariery	67,9%
Wysoki status przedsiębiorczości	57,1%
Pozytywny wizerunek przedsiębiorczości w mediach	56,3%
TEA	9,4%
Dojrzałe firmy	5,8%
Zaprzestanie działalności	3,9%
Przedsiębiorczość z konieczności	40,7%
%TEA co najmniej 10 nowych miejsc pracy i wzrost zatrudnienia o co najmniej 50% w ciągu 5 lat	15,6%

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych *Global Entrepreneurship Monitor 2012*.

2. O badaniu GEM

Mimo że Globalny Monitor Przedsiębiorczości dynamicznie rozwija się od chwili powstania w 1997 roku i prowadzenia pierwszych badań w 1999 roku, rok 2012 był niewątpliwie dla projektu czasem szczególnym. Badaniami objęto aż 69 krajów, które skupiają 74% populacji świata i 87% światowego produktu brutto. Są to najwyższe wyniki w historii projektu, również próba badawcza – 198 tys. respondentów – była w 2012 roku rekordowa.

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

Globalny Monitor Przedsiębiorczości posiada trzy główne cele:

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

2.1. Modele GEM

Badania w ramach GEM są oparte na modelach teoretycznych stworzonych na bazie wieloletniego dorobku nauki o przedsiębiorczości. Dwa najważniejsze to model zależności istniejących w gospodarce, których efektem jest rozwój oraz model indywidualnego procesu przedsiębiorczego.

2.1.1. Rozumienie przedsiębiorczości w GEM

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

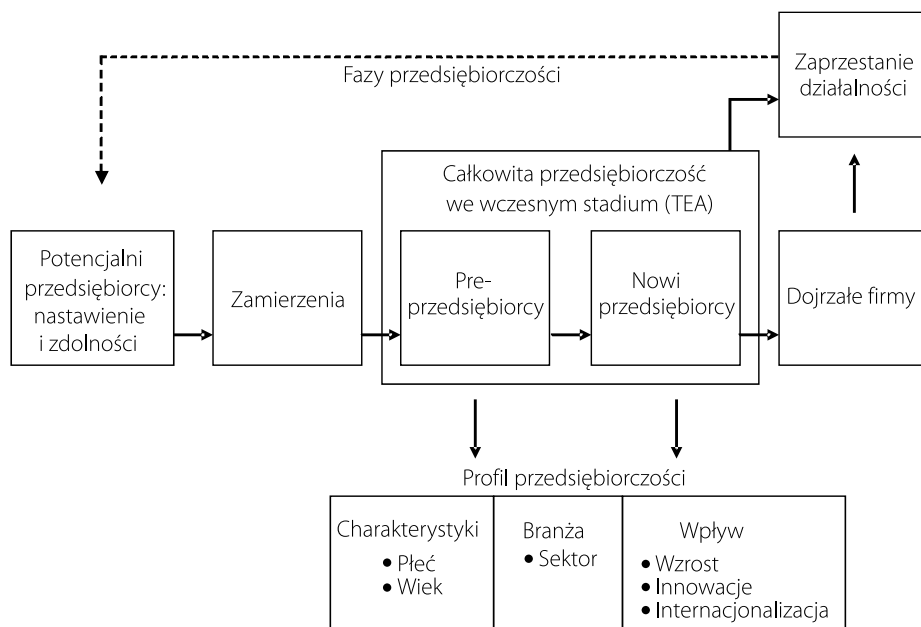
2.1.2. Model procesu przedsiębiorczości

W GEM istotne jest rozróżnienie na fazę, w której znajduje się przedsięwzięcie gospodarcze (Rysunek 2), przy czym analizą objęte są również fazy przed formalnym rozpoczęciem realizacji przedsięwzięcia, a uwaga skoncentrowana jest na wczesne etapy działalności. Jest to jeden z istotnych elementów odróżniających GEM od innych projektów badawczych w dziedzinie przedsiębiorczości, gdzie często bada się rejestrację nowych podmiotów na podstawie danych krajowych urzędów statystycznych, co nie pozwala na dogłębny wgląd w charakterystyki nowych przedsięwzięć.

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

- **preprzedsiębiorcy** (nascent entrepreneurs) to osoby, które nie założyły jeszcze działalności gospodarczej, ale mają taki zamiar oraz osoby, które już założyły działalność i znajdują się w jej wstępnej fazie, do 3 miesięcy od założenia. Za założenie działalności uznaje się wypłacanie wynagrodzeń przez trzy miesiące. Osoby te zaczynają już podejmować kroki zmierzające do założenia biznesu: poszukują wsparcia finansowego, dokonują planowania biznesu, ubiegają się o ochronę prawną swojej własności intelektualnej.
- **nowi przedsiębiorcy** to osoby, które założyły firmę między 3 a 42 miesiącami przed przeprowadzeniem badania. Okres trzech i pół roku uznaje się za krytyczny w działalności przedsiębiorczej. Jego przetrwanie świadczy o sukcesie pierwszego etapu, czyli założenia działalności i przejściu do kolejnego etapu, czyli zarządzania istniejącą firmą.
- **dojrzałe firmy** to te, które funkcjonują na rynku dłużej niż 42 miesiące (3,5 roku).

Rysunek 2. Model procesu przedsiębiorczości GEM



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

Obok faz, GEM w procesie przedsiębiorczości rozpoznaje również nastawienie i zdolności, które poprzedzają decyzję o założeniu działalności, a także przyczyny porzucenia działalności przez byłych przedsiębiorców, co jest istotne ze względu na kwestię ponownego zakładania biznesu przez niektórych z nich. Podejście polegające na poddawaniu badaniom i analizie osób a nie firm jest charakterystyczne dla GEM i pozwala na znacznie głębszy wgląd w naturę procesu przedsiębiorczości. Daje to rezultaty dwójakiego rodzaju. Pozwala na analizę procesu przedsiębiorczości w wielu układach, na przykład identyfikację ludzi o podobnym nastawieniu i charakterystykach. Z drugiej strony pozwala odkryć więcej różnic między krajami, otrzymujemy bowiem informacje nie tylko na temat liczby przedsiębiorców w danym kraju, ale również na temat różnic w ich nastawieniu i charakterystykach w poszczególnych fazach prowadzenia działalności.

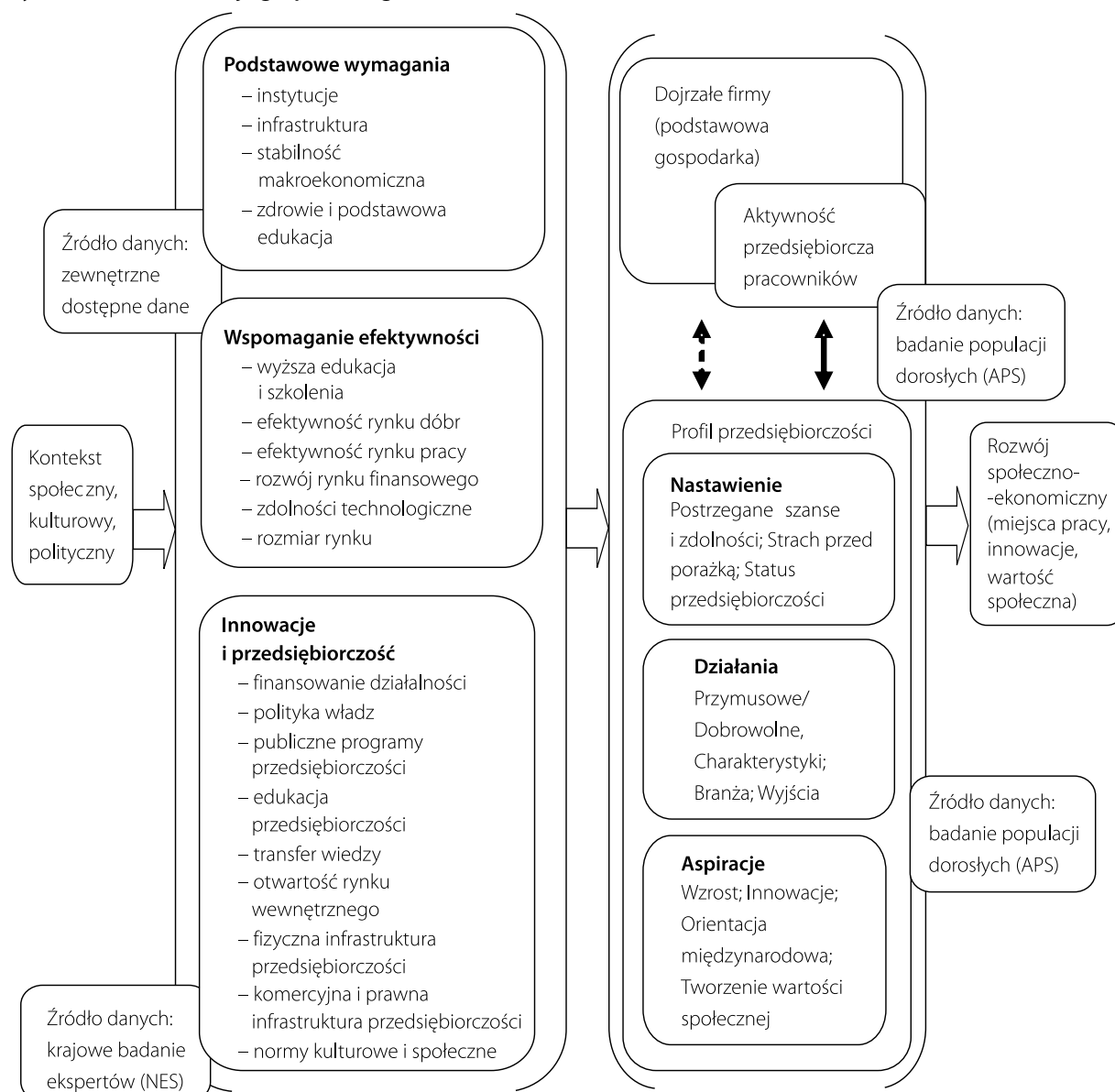
2.1.3. Model rozwoju gospodarczego GEM

Model rozwoju gospodarczego GEM opiera się na kilku istotnych założeniach. Po pierwsze, stan gospodarki jest silnie zależny od dynamicznego sektora przedsiębiorczości. Zależność ta zachodzi na wszystkich etapach rozwoju gospodarczego, może ona jednak przybierać różne nasilenie i charakter. Przedsiębiorczość z przymusu, szczególnie w gorzej rozwiniętych gospodarko regionach lub tych cierpiących na czasowy wzrost bezrobocia, może wspomagać gospodarkę w sytuacji, gdy opcje zatrudnienia są ograniczone. Bardziej rozwinięte gospodarki tworzą większą ilość szans przedsiębiorczych w wyniku swojego bogactwa i potencjału innowacyjnego, z drugiej jednak strony oferują one większą liczbę miejsc pracy dla osób, które mogłyby zostać przedsiębiorcami.

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

Model GEM (Rysunek 3) bazując na powyższych zależnościach społeczno-gospodarczych ukazuje jak przedsiębiorczość jest kształtowana przez czynniki na poziomie krajowym, zakłada również istnienie trzech podstawowych składników przedsiębiorczości: nastawienia, działań i aspiracji. Te trzy składniki występują w modelu w formie konglomeratu, który tworzy innowacje, wzrost gospodarczy i miejsca pracy, szczegółowe interakcje pomiędzy elementami modelu nie są natomiast analizowane. Zestaw czynników otoczenia krajowego początkowo składał się z dziewięciu pozycji, został on jednak powiększony w miarę prowadzenia badań. GEM dokonuje pomiaru czynników na poziomie krajowym za pomocą ankietowania ekspertów w zakresie przedsiębiorczości, natomiast składniki przedsiębiorczości mierzone są za pomocą badania populacji dorosłych. Zestawienie tych dwóch podejść pozwala na tworzenie danych zarówno na poziomie makro – dotyczącym krajów, jak i na poziomie mikro – dotyczącym poszczególnych jednostek.

Rysunek 3. Model rozwoju gospodarczego GEM



Źródło: Bosma N., Wennekers S., Amoros J.E., *Global Entrepreneurship Monitor 2011 Extended Report: Entrepreneurship and Entrepreneurial Employees Across the Globe*, London, GERA 2012, s. 12.

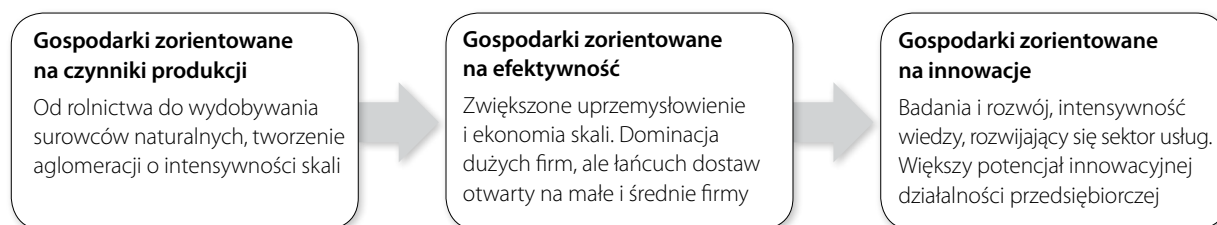
2.1.4. Fazy rozwoju gospodarczego

Nowością wprowadzoną w GEM w 2008 roku jest podział krajów według fazy rozwoju gospodarczego na trzy grupy: zorientowane na czynniki produkcji, zorientowane na efektywność i zorientowane na innowacje¹ (Rysunek 4). W **krajach w fazie zorientowania na czynniki produkcji** konkurencja odbywa się na poziomie czynników produkcji, takich jak praca czy zasoby naturalne. Cena jest głównym czynnikiem konkurencyjności przedsiębiorstw na rynku, produktywność jest niska, niskie są również koszty pracy. Kraje przechodzące do **zorientowania na efektywność**, wraz z rosnącymi kosztami pracy muszą tworzyć bardziej efektywne metody produkcji i podnosić jakość produktów i usług. Kraje **zorientowane na innowacje** mogą utrzymać wysokie wynagrodzenia i odpowiedni standard życia tylko wtedy, kiedy przedsiębiorstwa są w stanie konkurować w oparciu o nowe i wyspecjalizowane produkty i inne innowacyjne rozwiązania². **Polska w 2012 roku, podobnie jak w poprzednich latach, została zaliczona do gospodarek zorientowanych na efektywność.**

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

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

Rysunek 4. Charakterystyka trzech faz rozwoju gospodarczego



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

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

2.2. Całkowita przedsiębiorczość we wczesnym stadium (TEA – Total early-stage Entrepreneurial Activity)

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

TEA jest centralnym wskaźnikiem tworzonym w badaniach GEM. Oznacza on procent ludności w wieku produkcyjnym, która jest zaangażowana w zakładanie działalności gospodarczej lub prowadzenie nowej firmy. W modelu procesu przedsiębiorczości GEM do **całkowitej przedsiębiorczości we wczesnym stadium zalicza się preprzedsiębiorców i nowych przedsiębiorców**, nie zalicza się za to dojrzałych firm. Metodologia wyliczenia wskaźnika TEA jest dość złożona i opiera się na odpowiedziach na kilka pytań z kwestionariusza badania GEM dotyczących zamiarów oraz działań podejmowanych w zakresie zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej. Należy podkreślić, że wskaźnik TEA nie mierzy udziału ludności prowadzącej działalność gospodarczą, ale udział ludności zakładającej i prowadzącej ją we wczesnym stadium wśród populacji osób dorosłych. Jest w tym kontekście wskaźnikiem wyprzedzającym, pozwala na prognozowanie intensywności działalności gospodarczej w społeczeństwie.

2.3. Prowadzenie badań w GEM

Badania w projekcie GEM prowadzone są w dwóch częściach. Pierwsza z nich to typowo ilościowe badanie populacji dorosłych (*adult population survey – APS*) przeprowadzane na próbie osób w wieku produkcyjnym. Druga część badań – jakościowa – polega na zbieraniu opinii ekspertów krajowych (*national experts survey – NES*).

2.3.1. APS

Corocznie badanie populacji dorosłych przeprowadza się na próbie co najmniej 2000 osób w każdym kraju biorącym udział w projekcie. Badanie zazwyczaj przeprowadza się metodą CATI z uwzględnieniem wykorzystania przez gospodarstwa domowe w każdym kraju telefonii stacjonarnej oraz komórkowej. W badaniu APS dokonuje się pomiaru wskaźnika TEA, pozyskiwane są z niego również informacje na temat aspiracji i percepcji społeczeństwa w zakresie przedsiębiorczości, aspiracji wzrostowych przedsiębiorców, dążenia przez nich do internacjonalizacji, a także finansowania działalności gospodarczej. Wyniki tego badania zostały opisane w pierwszej części raportu (Rozdział 3).

2.3.2. NES

Badanie ekspertów krajowych dokonywane jest na próbie co najmniej 36 specjalistów z różnych dziedzin powiązanych bezpośrednio lub pośrednio z przedsiębiorczością. Celem tej części badania jest rozpoznanie ramowych czynników przedsiębiorczości w danym kraju. W każdym kraju wyboru grupy ekspertów dokonuje się w oparciu o te same kryteria, z których głównymi są rodzaj prowadzonej działalności (naukowiec, menedżer, polityk, itd.) oraz doświadczenie w prowadzeniu działalności przedsiębiorczej (przedsiębiorca – nieprzedsiębiorca). Wyniki tego badania opisywane są w drugiej części raportu (Rozdział 4).

3. Wyniki badania populacji dorosłych – APS

Badania prowadzone w ramach GEM, w szczególności badanie populacji dorosłych, pozwalają na porównanie profili badanych krajów w trzech wymiarach: postawach i percepcji przedsiębiorczości (na Rysunku 2: Potencjalni przedsiębiorcy i zamierzenia), działań przedsiębiorczych (na Rysunku 2: TEA i dojrzałe firmy) i przedsiębiorczych aspiracji. Postawy i percepcja przedsiębiorczości odzwierciedlają stopień, w jakim społeczeństwo odbiera i docenia przedsiębiorczość oraz jak odbierają to jednostki. W zakresie działalności przedsiębiorczej dokonuje się pomiaru zaangażowania ludzi w różne fazy zakładania i prowadzenia biznesu, rozpoznaje się również motywy podejmowania działalności takie jak dostrzeganie szans biznesowych czy przymus związany z brakiem lepszych alternatyw. W tej części badań dokonuje się również analizy wyjścia z prowadzenia działalności gospodarczej. Przedsiębiorcze aspiracje związane są z zamierzeniami przedsiębiorców w kilku kategoriach: wzrost i tworzenie miejsc pracy, ekspansja rynkowa, innowacyjność oraz internacjonalizacja. W większości porównań odniesiono wyniki dotyczące Polski do pozostałych krajów europejskich biorących udział w badaniu oraz USA.

3.1. Postawy i percepcja przedsiębiorczości

Indywidualny proces przedsiębiorczości zawsze zaczyna się od postaw i percepcji przedsiębiorczości przez jednostkę. Jest to jednak proces społeczny, uwarunkowany kulturowo i historycznie. Dlatego obok różnic jednostkowych można analizować różnice w tym zakresie między krajami. Pomimo faktu, że postawy i percepcja przedsiębiorczości nie są jedynymi determinantami sukcesu przedsiębiorcy uważa się, że wysiłki rządzących powinny być skierowane na tworzenie pozytywnego klimatu przedsiębiorczości, co przekłada się na percepcję i postawy indywidualne. Te z kolei, obok czynników społeczno-kulturowych kształtowane są również przez czynniki ekonomiczne, polityczno-prawne i technologiczne.

W zakresie postaw i percepcji przedsiębiorczości najbardziej istotnymi kategoriami poddawanymi badaniu są (Tabela 2):

- rozpoznawanie szans biznesowych,
- samoocena posiadania wiedzy i umiejętności niezbędnych w procesie wykorzystania szans biznesowych,
- strach przed niepowodzeniem w działalności przedsiębiorczej,
- zamiar rozpoczęcia działalności (intencje przedsiębiorcze).

GEM dokonuje również ilościowego pomiaru zmiennych kulturowych (obok pomiaru jakościowego w badaniu NES). Elementami kultury poddawanymi pomiarowi są (Tabela 3):

- dążenie do zrównania standardu życia w społeczeństwie,
- postrzeganie przedsiębiorczości jako dobrej ścieżki kariery,
- status społeczny przedsiębiorców,
- uwaga mediów poświęcana przedsiębiorczości.

W tabeli poniżej przedstawiono porównanie intencji przedsiębiorczych, rozpoznawania szansy, samooceny zdolności przedsiębiorczych oraz strachu przed porażką pomiędzy krajami (Tabela 2).

Tabela 2. Postawy przedsiębiorcze w krajach europejskich biorących udział badaniu oraz USA (%)

Kraj	Intencje przedsiębiorcze	Rozpoznawanie szansy	Zdolności przedsiębiorcze	Strach przed niepowodzeniem
Kraje zorientowane na czynniki produkcji	48,9	63,3	70,5	27,8
Kraje zorientowane na efektywność	29	41,5	52,4	36,6
Kraje zorientowane na innowacje	12,7	32,1	38,3	44,5
Austria	11,6	49,2	49,6	43,5
Belgia	10,7	33,3	37,1	45,7
Bośnia i Hercegowina	24,9	19,6	49,1	39,1
Chorwacja	23,6	17,2	44,1	46,3
Dania	8,4	44,4	31	42,1
Estonia	20,1	45,2	43,2	44,3
Finlandia	9,4	55,3	34,3	39,3

cd. tabeli 2

Kraj	Intencje przedsiębiorcze	Rozpoznawanie szansy	Zdolności przedsiębiorcze	Strach przed niepowodzeniem
Francja	18,9	37,5	35,7	46,7
Grecja	10,5	13	50	72,4
Hiszpania	12,1	13,9	50,4	51,6
Holandia	10,1	34,4	42,3	39,2
Irlandia	8	25,6	45,2	41,2
Litwa	19,4	30	39,8	45,6
Łotwa	26,9	33,1	43,6	38,1
Macedonia	29,1	30,8	55,1	44,9
Niemcy	8,9	36,2	37,1	49
Norwegia	6,7	64,4	34,4	35,6
Polska	24,2	20,4	53,9	58,7
Portugalia	16,2	16,2	46,8	52,5
Rosja	3,8	20,1	23,5	42,8
Rumunia	30,8	36,7	38,3	45,1
Słowacja	15,6	17,8	49,7	48
Słowenia	14,7	19,6	51,3	41,5
Szwajcaria	8,3	35,7	37,3	32,2
Szwecja	11,7	66,5	37	38,9
Turcja	18,8	39,9	49,4	34,5
USA	16,5	43,5	55,9	37,8
Węgry	15,3	11	39,8	45,9
Wielka Brytania	11,5	32,8	47,1	40,9
Włochy	11,8	19,8	30	56,6

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych *Global Entrepreneurship Monitor* 2012.

Intencje przedsiębiorcze mierzone są jako odsetek osób wśród ludności w wieku 18-64 lata, które w przeciągu trzech lat zamierzają założyć działalność gospodarczą. Intencje przedsiębiorcze wyraźnie maleją wraz z rozwojem gospodarczym – w krajach rozwiniętych mniej ludzi zamierza rozpocząć biznes. Średnia dla krajów zorientowanych na czynniki produkcji wynosi 49%, dla krajów zorientowanych na efektywność 29%, natomiast dla krajów zorientowanych na innowacje jedynie 13%. Polska z wynikiem 24% znajduje się poniżej średniej dla swojej grupy krajów, jednak jest to wynik dający nam piąte miejsce wśród krajów europejskich biorących udział w badaniu. Liderem jest Rumunia (30%). Najniższe wyniki zanotowano w Rosji (3%).

Dostrzeganie szansy biznesowej jest w GEM mierzone przez odsetek osób, które uważają, że w ich otoczeniu panują dobre warunki do rozpoczęcia działalności w przeciągu najbliższych 6 miesięcy. Podobnie jak intencje przedsiębiorcze, również ten wskaźnik spada wraz z rozwojem gospodarczym i wynosi średnio odpowiednio 63%, 42% i 32% dla krajów zorientowanych na czynniki produkcji, efektywność i innowacje. W Polsce wysokość tego wskaźnika jest na dość niskim poziomie – 20%, co daje nam 20 pozycję wśród badanych krajów europejskich. Zdecydowanymi liderami są Szwecja (67%) i Norwegia (64%). Najniższe wyniki osiągają Węgry (11%) i Grecja (13%).

Kolejnym elementem procesu przedsiębiorczości jest autoweryfikacja swoich umiejętności i wiedzy. Podobnie jak w poprzednich przypadkach samoocena wiedzy i umiejętności spada wraz z zaawansowaniem rozwoju gospodarczego, średnio wynosi ona odpowiednio 71%, 52% i 38% dla krajów zorientowanych na czynniki produkcji, efektywność i innowacje. Polacy oceniają swoją wiedzę i umiejętności dość wysoko – 54% deklaruje, że posiada je na poziomie wystarczającym do prowadzenia firmy, co daje nam trzecią pozycję wśród analizowanych krajów, za USA (56%) i Macedonią (55%). Najniżej swoją wiedzę oceniają Rosjanie (24%).

Istotnym czynnikiem ograniczającym poziom przedsiębiorczości na poziomie krajowym jest strach przed niepowodzeniem. Mimo rozpoznania i chęci wykorzystania szansy i pozytywnej oceny swoich możliwości niektóre osoby rezygnują z rozpoczęcia biznesu w obawie przed niepowodzeniem. Strach przed porażką jest tym większy im bardziej rozwinięty gospodarczo jest dany kraj, osiągając średnie wartości na poziomie odpowiednio 28%, 37% i 45% dla krajów zorientowanych na czynniki produkcji, efektywność i innowacje. W Polsce strach przed porażką utrzymuje się na skrajnie wysokim poziomie. Jedynym krajem, w którym więcej osób zaniechałoby rozpoczęcia działalności gospodarczej w obawie przed niepowodzeniem jest Grecja (72%), ale ze względu na trudną sytuację finansową tego kraju jest to przypadek wyjątkowy. Warto zauważyć, że strach przed niepowodzeniem jest silnie skorelowany z wymiarem kultury narodowej, jakim jest unikanie niepewności, rozumiany jako „stopień zagrożenia odczuwany przez członków danej kultury w obliczu sytuacji nowych, nieznanych lub niepewnych. Uczucie to wyraża się między

innymi stresem i potrzebą przewidywalności, która może być zaspokojona przez wszelkiego rodzaju prawa, przepisy i zwyczaje³. Większość krajów, gdzie wskaźnik strachu przed niepowodzeniem osiąga wysoki poziom to kraje unikające niepewności takie jak Grecja, Portugalia, Polska czy Hiszpania. Najniższy strach przed niepowodzeniem wśród analizowanych krajów występuje w Szwajcarii (32%).

W poniższej tabeli (Tabela 3) przedstawione są wyniki dla zmiennych kulturowych: dążenia do równości standardu życia, postrzegania przedsiębiorczości jako dobrej ścieżki kariery, statusu przedsiębiorców w społeczeństwie oraz obecności przedsiębiorczości w mediach. Pytania dotyczące zmiennych kulturowych są opcjonalne, dlatego wyniki nie są dostępne dla wszystkich krajów biorących udział w projekcie.

Tabela 3. Percepcja przedsiębiorczości w krajach europejskich biorących udział badaniu oraz USA (%)

Kraj	Dążenie do równości standardu życia	Przedsiębiorczość jako dobra ścieżka kariery	Wysoki status przedsiębiorczości	Przedsiębiorczość w mediach
Kraje zorientowane na czynniki produkcji	59,3	75,8	80,1	67,8
Kraje zorientowane na efektywność	66	69,8	68,9	60
Kraje zorientowane na innowacje	64,7	55,2	70,3	56,1
Austria	b.d.	46,4	75,8	b.d.
Belgia	53,8	62,3	57,4	53,8
Bośnia i Hercegowina	91	80,9	72,3	39,4
Chorwacja	76,5	64,2	41,7	39,7
Dania	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
Estonia	55,8	54,8	62,5	41,5
Finlandia	65,9	45,1	83,4	68,4
Francja	54,1	64,5	76,8	41,1
Grecja	63,3	64,4	68,3	33,1
Hiszpania	71,9	63,6	63,7	47,3
Holandia	60,1	79,3	65,2	58,3
Irlandia	76,6	45,4	81,4	61,5
Litwa	64,3	63,1	52,9	37,3
Łotwa	51,2	59,7	53,3	53,3
Macedonia	71,9	69,6	66,7	64,1
Niemcy	62,6	48,9	76,4	49
Norwegia	73,9	50,4	79,5	59,3
Polska	68,9	67,9	57,1	56,3
Portugalia	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
Rosja	56,9	59,8	63,1	44,7
Rumunia	68,6	71,2	73,6	55,2
Słowacja	73,4	50,3	74,4	59,4
Słowenia	82,9	52,7	71,1	51,1
Szwajcaria	58,3	44,2	63,5	57,4
Szwecja	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
Turcja	77,1	67,1	76,1	57,5
USA	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
Węgry	67,6	41,5	74	29,3
Wielka Brytania	b.d.	49,8	76,7	47
Włochy	70,1	66,7	69,7	51,3

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych *Global Entrepreneurship Monitor* 2012.

Zmienne kulturowe mają istotny wpływ na podejmowanie działalności gospodarczej, tworzą bowiem pozytywny klimat dla tego rodzaju przedsięwzięć. Rozpoczęcie biznesu jest znacznie łatwiejsze w kraju, w którym przedsiębiorczość jest uznawana za dobrą ścieżkę kariery, gdzie przedsiębiorcom przypisuje się wysoki status społeczny i gdzie w mediach często obecne są przekazy tworzące pozytywny obraz przedsiębiorczości.

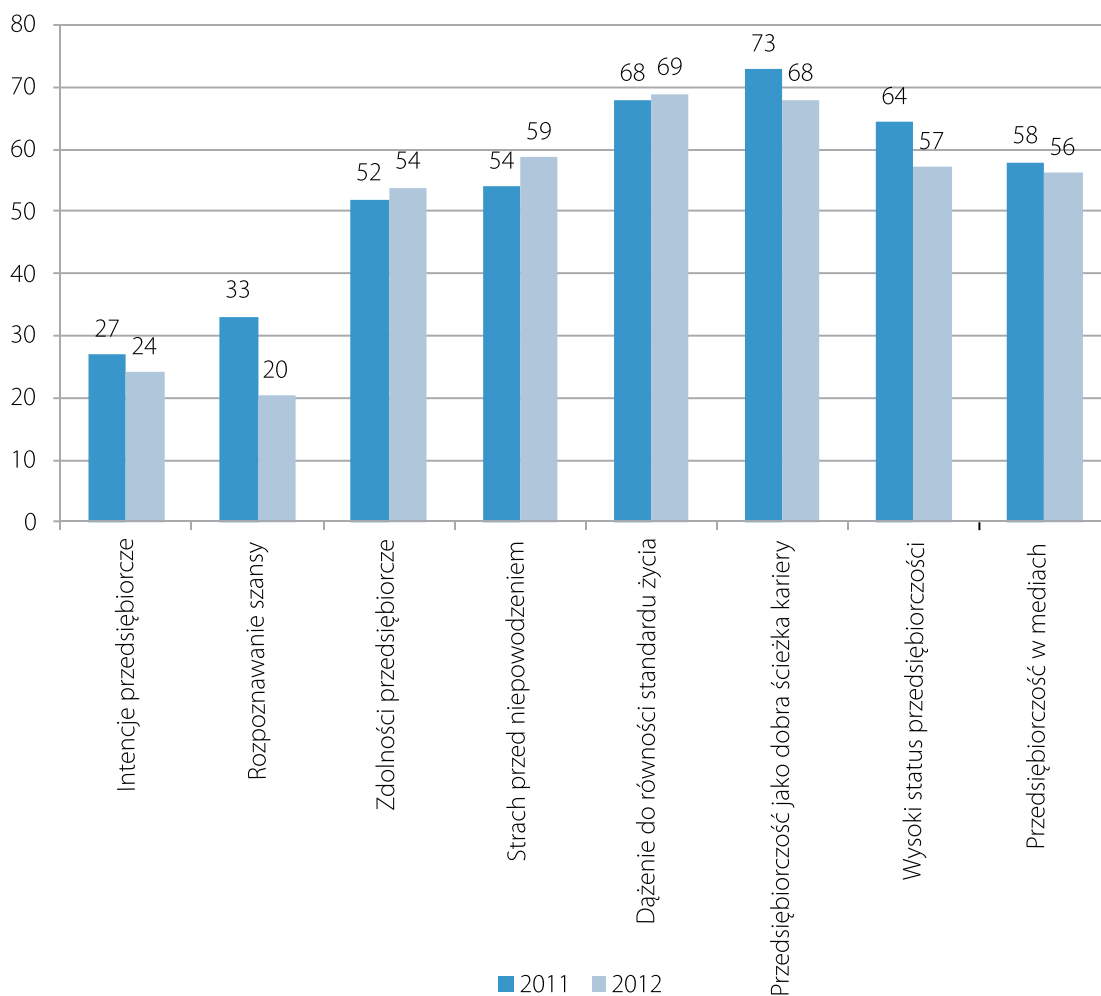
We wszystkich trzech wskaźnikach Polska mieści się w okolicach średniej dla krajów z grupy zorientowanej na efektywność lub poniżej tej średniej. Pod względem odbioru przedsiębiorczości jako dobrej ścieżki kariery z wynikiem 68%, Polska zajmuje piąte miejsce wśród badanych krajów europejskich i USA. Liderem jest Holandia (79%), a najniższy wynik zanotowano na Węgrzech (42%).

³ Hofstede G., *Kultury i organizacje*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2000, s. 180-181.

56% Polaków potwierdza pozytywny wizerunek przedsiębiorców w mediach, co daje nam dziewiątą pozycję wśród analizowanych krajów. Najlepszy wizerunek przedsiębiorców w mediach zanotowano w Finlandii (68%), a najgorszy na Węgrzech (29%). Znacznie niższy niż średnia dla grupy krajów zorientowanych na efektywność jest wynik Polski w zakresie przypisywania przedsiębiorcom wysokiego statusu społecznego (odpowiednio 69% i 57%). Wynik 57% daje Polsce czwarte miejsce od końca spośród badanych krajów europejskich i USA. Najwyższy status odnotowano w Finlandii (83%) i Irlandii (81%), a najniższy w Chorwacji (42%). Podobnie jak w przypadku innych zmiennych, kultura przedsiębiorczości mocniejsza jest w krajach słabiej rozwiniętych, wraz z rozwojem gospodarczym spada zainteresowanie przedsiębiorczością jako wyborem zawodowym oraz obecność przedsiębiorczości w mediach, natomiast status przedsiębiorczości jest najniższy w grupie krajów zorientowanych na efektywność.

W zakresie wyżej opisanych zmiennych dotyczących kultury, percepcji i postaw przedsiębiorczych zmiany myślenia i zachowania Polaków zmieniły się w pewnym stopniu między rokiem 2011 a 2012 (Wykres 1). Biorąc pod uwagę jedynie dwuletni okres analizy nie można mówić o zdecydowanych tendencjach, ale w przypadku niektórych czynników zmiany są znaczące. Największe zmiany między rokiem 2011 a 2012 zaszły w przypadku rozpoznawania szans, strachu przed niepowodzeniem, odbioru przedsiębiorczości jako dobrej ścieżki kariery oraz statusu przedsiębiorczości. Rozpoznawanie szansy spadło wśród Polaków najbardziej – w 2011 roku jedna trzecia osób dostrzegała wokół siebie szanse na zrobienie biznesu, w roku 2012 jest to tylko co piąta osoba. Strach przed niepowodzeniem wzrósł prawie o 5 p.p. O taką samą wartość spadł odbiór przedsiębiorczości jako dobrej ścieżki kariery, a o 7 p.p. spadł odsetek Polaków przypisujących wysoki status przedsiębiorczości. Ze zmianami tymi wiąże się również spadek intencji przedsiębiorczych, i choć obniżył się on tylko o niecałe 3 p.p. to wyniki takie mogą stanowić wyprzedzający sygnał spadku poziomu przedsiębiorczości w najbliższej przyszłości.

Wykres 1. Postawy i percepcja przedsiębiorczości w Polsce (%)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych *Global Entrepreneurship Monitor* 2011 i 2012.

3.2. Postawy przedsiębiorcze i percepcja przedsiębiorczości wśród kobiet i mężczyzn

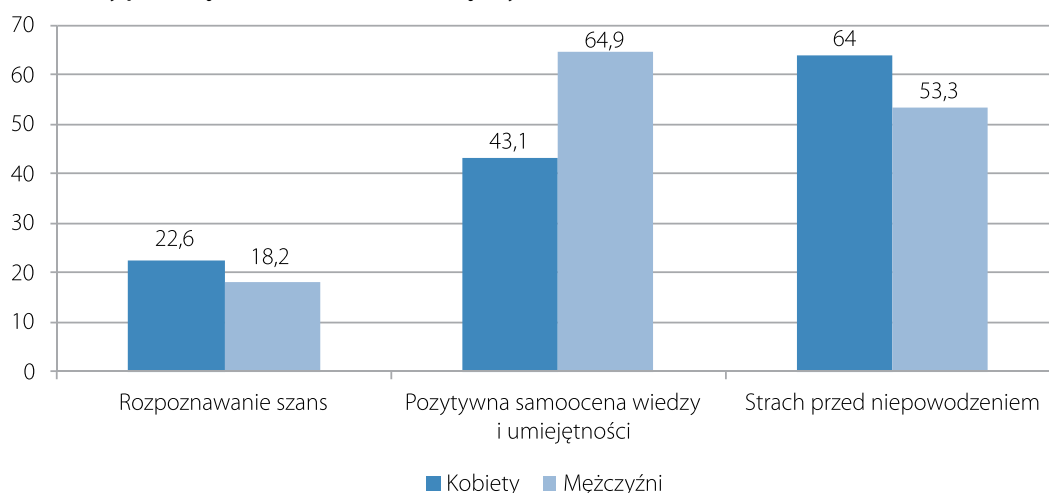
Postawy przedsiębiorcze różnią się w zależności od płci (Tabela 4, Wykres 2). Dotyczy to zarówno rozpoznawania szans, pozytywnej samooceny wiedzy i umiejętności w zakresie prowadzenia biznesu, jak i strachu przed porażką.

Tabela 4. Postawy przedsiębiorcze kobiet i mężczyzn w krajach europejskich biorących udział w badaniu oraz USA (%)

Kraj	Rozpoznawanie szansy – mężczyźni	Rozpoznawanie szansy – kobiety	Pozytywna samoocena – mężczyźni	Pozytywna samoocena – kobiety	Strach przed porażką – mężczyźni	Strach przed porażką – kobiety
Austria	53,1	45,2	57,7	41,6	38,1	49,0
Belgia	37,3	28,8	45,8	28,4	42,6	48,8
Bośnia i Hercegowina	21,8	17,3	58,5	39,6	35,5	42,8
Chorwacja	20,0	14,3	52,9	35,3	40,9	51,5
Dania	46,8	41,9	40,1	21,9	38,4	45,9
Estonia	50,7	40,1	52,1	34,9	37,3	50,7
Finlandia	54,3	56,5	40,3	28,2	31,8	47,0
Francja	39,2	35,8	42,3	29,3	45,3	48,1
Grecja	14,6	11,3	55,7	44,3	69,6	75,2
Hiszpania	15,8	11,9	56,4	44,2	48,1	55,1
Holandia	38,1	30,3	53,7	30,9	35,6	42,7
Irlandia	27,7	23,3	54,4	35,7	36,9	45,6
Litwa	31,0	29,1	50,2	30,4	39,6	51,2
Łotwa	31,7	34,4	49,8	37,7	30,7	45,1
Macedonia	32,3	29,2	64,2	45,7	44,2	45,6
Niemcy	39,3	33,0	44,9	29,3	44,7	53,4
Norwegia	70,8	57,2	45,3	23,1	34,3	36,9
Polska	18,2	22,6	64,9	43,1	53,3	64,0
Portugalia	18,4	14,0	53,6	40,2	47,7	57,1
Rosja	21,5	18,7	27,0	20,3	39,2	46,1
Rumunia	42,2	31,1	48,2	28,6	40,8	49,2
Słowacja	20,1	15,8	61,2	38,3	39,7	56,2
Słowenia	22,8	16,3	61,0	41,3	37,1	46,1
Szwajcaria	35,6	35,8	45,7	28,8	23,9	40,6
Szwecja	69,3	63,2	46,9	26,5	33,3	44,7
Turcja	43,7	35,5	61,5	36,9	30,8	38,2
USA	46,5	40,3	64,9	46,9	35,3	40,3
Węgry	10,9	11,0	50,2	29,8	43,5	48,1
Wielka Brytania	37,2	28,3	56,9	37,3	37,9	44,0
Włochy	22,1	17,4	35,2	24,8	54,8	58,5

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor 2012.

Wykres 2. Postawy przedsiębiorcze wśród kobiet i mężczyzn w Polsce (%)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor 2012.

Wśród krajów europejskich biorących udział w badaniu i USA, Polska jest krajem, w którym występuje największa różnica na korzyść kobiet w zakresie rozpoznawania szans przedsiębiorczych. Wśród mężczyzn wskaźnik ten wynosi 18%, a wśród kobiet – 23%. Przewaga kobiet w rozpoznawaniu szans biznesowych ma miejsce również na Łotwie i na Węgrzech, w Finlandii oraz w Szwajcarii. W większości krajów to jednak mężczyźni częściej dostrzegają okazję do rozpoczęcia działalności gospodarczej. Największe różnice na korzyść mężczyzn występują w krajach, w których ogólnie dużo osób widzi szansę na otwarcie biznesu – w Norwegii, Rumunii i Estonii.

Zupełnie inaczej kształtuje się sytuacja w Polsce w zakresie pozytywnej samooceny wiedzy i umiejętności niezbędnych do prowadzenia działalności gospodarczej. Różnica na korzyść mężczyzn jest w Polsce jedną z najwyższych w Europie (22 p.p.). Wśród mężczyzn 65% respondentów ocenia pozytywnie swoją wiedzę i umiejętności, wśród kobiet jedynie 43%. Jeszcze większe dysproporcje w tym zakresie występują w Turcji, Słowacji, Holandii i Norwegii, najmniejsze – w Rosji, ale należy pamiętać, że w przypadku tego kraju niska jest samoocena umiejętności zarówno wśród mężczyzn, jak i wśród kobiet.

Oprócz tego, że w Polsce strach przed niepowodzeniem jest na wysokim poziomie, znaczna jest również różnica między poziomem tego zjawiska wśród kobiet i mężczyzn. Wśród kobiet strach przed niepowodzeniem odczuwa 64% respondentów, wśród mężczyzn 53%. Wśród kobiet Europy i USA bardziej niż Polki niepowodzenia boją się jedynie Greczynki, wśród mężczyzn – Włosi i Grecy. We wszystkich analizowanych krajach kobiety bardziej obawiają się niepowodzenia niż mężczyźni. Największe różnice występują w Szwajcarii, Słowacji i Finlandii, najmniejsze w Macedonii, Norwegii i Francji. Wśród krajów pozaeuropejskich są i takie, gdzie mężczyźni odczuwają większy strach przed niepowodzeniem. Największa różnica na korzyść kobiet występuje w Pakistanie, gdzie 21% pań odczuwa strach przed niepowodzeniem w porównaniu do 34% panów.

3.3. Poziom przedsiębiorczości

Według modelu GEM wynikiem postaw i percepcji przedsiębiorczości jest decyzja o podjęciu działalności przedsiębiorczej. W tabeli poniżej przedstawiono dane dotyczące tego, jaki odsetek dorosłych zakłada, prowadzi, a także zaprzestaje prowadzenia działalności gospodarczej (Tabela 5).

Tabela 5. Poziom aktywności przedsiębiorczej w krajach europejskich biorących udział badaniu oraz USA⁴(%)

Kraj	Preprzedsiębiorcy	Nowe firmy	TEA	Dojrzałe firmy	Zaprzestanie działalności
Kraje zorientowane na czynniki produkcji	11,9	12,7	23,7	11,4	13,2
Kraje zorientowane na efektywność	7,8	5,6	13,1	7,8	4,5
Kraje zorientowane na innowacje	4,2	3	7,1	6,7	2,7
Austria	6,6	3,4	9,6	7,6	3,6
Belgia	3,3	2	5,2	5,1	2,4
Bośnia i Hercegowina	4,5	3,4	7,8	6	7,2
Chorwacja	6,4	1,9	8,3	3,1	4,2
Dania	3,1	2,4	5,4	3,5	1,3
Estonia	9,5	5,1	14,3	7,2	4
Finlandia	3,5	2,7	6	8	2
Francja	3,7	1,5	5,2	3,2	2
Grecja	3,8	2,8	6,5	12,3	4,4
Hiszpania	3,4	2,5	5,7	8,7	2,1
Holandia	4,1	6,3	10,3	9,5	2,2
Irlandia	3,9	2,3	6,2	8,3	1,7
Litwa	3,2	3,6	6,7	8,2	2,2
Łotwa	8,7	4,8	13,4	7,9	3,4
Macedonia	3,7	3,3	7	6,7	3,9
Niemcy	3,5	2,2	5,3	5	1,9
Norwegia	3,7	3,2	6,8	5,8	1,5
Polska	4,8	4,6	9,4	5,8	3,9
Portugalia	4,3	3,6	7,7	6,2	3
Rosja	2,7	1,8	4,3	2,1	1
Rumunia	5,5	3,8	9,2	3,9	3,8
Słowacja	6,7	3,9	10,2	6,4	4,7
Słowenia	3	2,5	5,4	5,8	1,6

⁴ Definicje poszczególnych kategorii przedsiębiorców podane są na stronie 9.

cd. tabeli 5

Kraj	Preprzedsiębiorcy	Nowe firmy	TEA	Dojrzałe firmy	Zaprzestanie działalności
Szwajcaria	2,9	3	5,9	8,4	2
Szwecja	4,6	1,9	6,4	5,3	1,9
Turcja	7,3	5,4	12,2	8,7	5,2
USA	8,9	4,1	12,8	8,6	4,5
Węgry	5,8	3,6	9,2	8,1	3,8
Wielka Brytania	5,3	3,7	9	6,2	1,7
Włochy	2,5	1,9	4,3	3,3	2,4

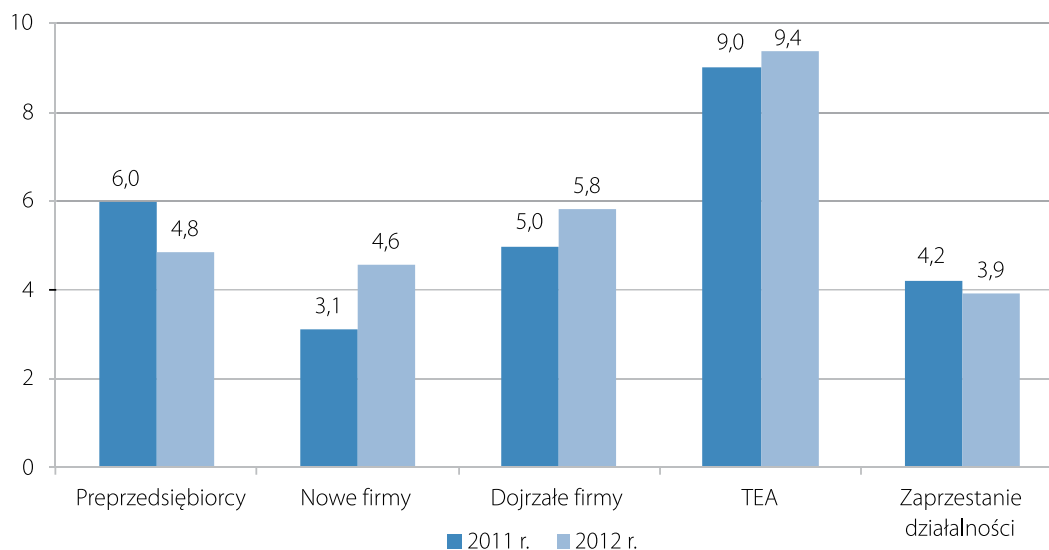
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych *Global Entrepreneurship Monitor* 2012.

W zakresie głównego wskaźnika GEM – TEA (por. 2.2) Polska osiąga wartość znacznie poniżej średniej dla krajów zorientowanych na efektywność (odpowiednio 9,4% i 13,1%). Z tym wynikiem Polska plasuje się na ósmej pozycji wśród analizowanych krajów. Najwyższą wartość wskaźnika TEA odnotowano w Estonii (14,3%), a najniższą we Włoszech i Rosji (po 4,3%).

Jeśli chodzi o liczbę dojrzałych firm Polska – z odsetkiem 5,8% – znajduje się dopiero na dziewiętnastej pozycji wśród objętych badaniem krajów europejskich i USA. Najwyższy odsetek dojrzałych firm odnotowano w Grecji (12%), a najniższy w Rosji (2,1%). Podobnie jak w przypadku wskaźnika TEA, również dla dojrzałych firm wynik spada z rozwojem gospodarczym, choć tempo tego spadku jest wolniejsze, osiągając średnie 11,4%, 7,8% i 6,7% dojrzałych przedsiębiorców wśród dorosłych mieszkańców kraju odpowiednio w krajach zorientowanych na czynniki produkcji, efektywność i innowacje.

Wskaźnik zaprzestania działalności w Polsce kształtuje się na średnim poziomie względem innych krajów zorientowanych na efektywność – 3,9% wobec 4,5%. Należy przy tym zaznaczyć, że w przypadku 1,5% respondentów działalność gospodarcza była kontynuowana mimo odejścia z niej respondenta (najczęściej zapewne przez wspólnika albo osobę, której sprzedano działalność), w przypadku 2,4% respondentów działalność nie była kontynuowana. Taki odsetek zaprzestania działalności daje Polsce ósme miejsce wśród analizowanych krajów. Najniższy odsetek odnotowano w Rosji (1%), ale należy pamiętać, że w tym kraju zarówno TEA jak i odsetek dojrzałych firm są na niskim poziomie. Najwięcej osób zaprzestało działalności w Bośni i Hercegowinie (7,2%). Liczba przedsiębiorców, którzy zaprzestali prowadzenia działalności gospodarczej zmniejsza się wraz z rozwojem gospodarczym, osiągając najniższą średnią dla krajów zorientowanych na innowacje.

Wykres 3. Poziom przedsiębiorczości w Polsce w latach 2011 i 2012 (%)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych *Global Entrepreneurship Monitor* 2011 i 2012.

W porównaniu z 2011 r., w roku 2012 w Polsce w zależności od fazy działalności zmiany zaszły w różnych kierunkach (Wykres 3). Odsetek preprzedsiębiorców spadł z 6% do 4,8%, wzrósł natomiast odsetek nowych firm (z 3,1% do 4,6%), dojrzałych firm (z 5% do 5,8%) oraz TEA (z 9% do 9,4%). Odsetek preprzedsiębiorców rzędu 4,8% może w przyszłym roku pozwolić utrzymać się liczbie nowych firm na podobnym co w roku 2012 poziomie. Należy wziąć pod uwagę, że firmy w tym okresie są najbardziej narażone na niepowodzenie. Również dość wysoki odsetek nowych firm pozwoli utrzymać na podobnym poziomie wskaźnik dojrzałych

firm. Optymistyczne w tym zakresie jest również zmniejszenie wartości wskaźnika wycofywania się firm z działalności (z 4,2% do 3,9%) mimo obecnego w Europie spowolnienia gospodarczego. W związku ze spadkiem wskaźnika mierzącego postawy przedsiębiorcze można jednak oczekiwać spadku poziomu preprzesiębiorczości, co w horyzoncie 2-3 lat może negatywnie wpłynąć na pozostałe wskaźniki przedsiębiorczości.

3.4. Przedsiębiorczość wśród kobiet i mężczyzn

W zakresie przedsiębiorczości kobiet i mężczyzn istnieją znaczące różnice między krajami. Warto przeanalizować jak różnią się w tym zakresie kraje europejskie (Tabela 6).

Tabela 6. Poziom aktywności przedsiębiorczej mężczyzn i kobiet w krajach europejskich objętych badaniem i USA (%)

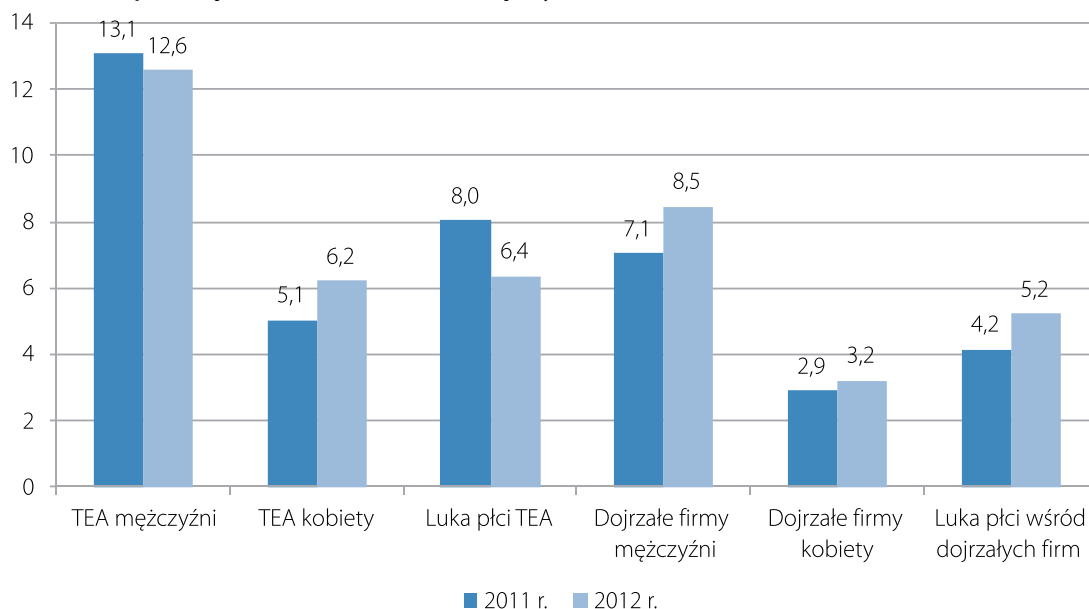
Kraj	TEA mężczyźni	TEA kobiety	Dojrzałe firmy mężczyźni	Dojrzałe firmy kobiety
Austria	11,0	8,1	9,3	5,9
Belgia	7,7	2,6	6,7	3,5
Bośnia i Hercegowina	10,4	5,1	7,7	4,3
Chorwacja	11,8	4,9	3,7	2,5
Dania	7,6	3,1	4,8	2,1
Estonia	19,1	9,7	10,6	4,2
Finlandia	7,8	4,1	11,7	4,3
Francja	6,4	4,0	4,3	2,2
Grecja	8,6	4,4	17,7	6,8
Hiszpania	7,4	4,0	11,1	6,4
Holandia	13,9	6,7	13,0	5,9
Irlandia	8,3	4,0	11,8	4,7
Litwa	9,4	4,2	12,4	4,4
Łotwa	18,9	8,2	10,2	5,8
Macedonia	9,4	4,5	9,2	4,2
Niemcy	7,2	3,5	5,9	4,0
Norwegia	9,8	3,6	7,7	3,8
Polska	12,6	6,2	8,5	3,2
Portugalia	9,3	6,2	8,8	3,7
Rosja	5,4	3,4	2,2	2,0
Rumunia	13,2	5,3	6,0	1,9
Słowacja	13,7	6,7	9,2	3,6
Słowenia	8,1	2,6	8,5	2,9
Szwajcaria	6,4	5,5	9,8	7,1
Szwecja	8,0	4,8	7,3	3,1
Turcja	17,5	6,9	14,6	2,7
USA	15,2	10,5	10,5	6,7
Węgry	12,8	5,8	12,0	4,3
Wielka Brytania	11,6	6,3	8,8	3,5
Włochy	5,7	2,9	5,0	1,6

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych *Global Entrepreneurship Monitor* 2012.

Największe różnice między przedsiębiorczością na wczesnym etapie wśród mężczyzn i kobiet występują w Europie na Łotwie i w Turcji. W pierwszym przypadku TEA wśród mężczyzn wynosi 18,9%, a wśród kobiet – 8,2%, w drugim odpowiednio 17,5% i 8,2%. Na drugim biegunie jest Szwajcaria, gdzie luka płci wynosi tylko jeden p.p. (6,4%-5,5%). Polska jest krajem o stosunkowo wysokiej luce wynoszącej 6,4 p.p. Przedsiębiorczość we wczesnym stadium wynosi wśród mężczyzn 12,6%, wśród kobiet 6,2%. Podobnie sytuacja przedstawia się w przypadku właścicieli i właścicielek dojrzałych firm. Luka płci w Polsce wynosi w tym przypadku 5,3 p.p., przedsiębiorczość kobiet jest na poziomie 3,2%, a wśród mężczyzn 8,5%. Największa luka występuje w Turcji (12 p.p.) i Grecji (11 p.p.), najmniejsza w Rosji (0,2 p.p.), należy jednak pamiętać o ogólnie bardzo niskim poziomie przedsiębiorczości w tym kraju.

Zestawienie wyników GEM z 2011 i 2012 roku pozwala uchwycić zmiany w poziomie przedsiębiorczości wśród kobiet i mężczyzn (Wykres 4).

Wykres 4. Poziom przedsiębiorczości wśród kobiet i mężczyzn w Polsce w latach 2011 i 2012 (w %)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych *Global Entrepreneurship Monitor* 2011 i 2012.

O ile w Polsce można mówić o zmniejszeniu „gender gap” w zakresie przedsiębiorczości we wczesnym stadium, o tyle luka w przypadku właścicieli dojrzałych firm się powiększyła. TEA wśród mężczyzn spadło w Polsce w okresie 2011-2012 z 13,1% do 12,6%, wśród kobiet zaś wzrosło z 5,1% do 6,2%. Można zatem powiedzieć, że ogólny wzrost TEA w Polsce zawdzięczamy kobietom, które zrekompensowały spadek przedsiębiorczości wśród mężczyzn. Luka między kobietami i mężczyznami w zakresie wczesnej przedsiębiorczości TEA zmniejszyła się zatem o 1,6 p.p. (z 8,0% do 6,4%).

Odsetek właścicieli dojrzałych firm wśród mężczyzn wzrósł z 7,1% do 8,5%, podczas gdy wśród kobiet tylko z 2,9% do 3,2%, co spowodowało, że luka rozszerzyła się z 4,2 do 5,2 p.p. Determinowane jest to ciągle znaczącą luką w TEA. Przewaga mężczyzn, którzy po 3,5 roku prowadzenia działalności przechodzą z TEA do dojrzałych firm powoduje powiększanie luki w tej drugiej kategorii. Utrzymanie tego trendu można spodziewać się również w najbliższej przyszłości, gdyż luka w TEA mimo zmniejszenia dalej jest duża.

3.5. Motywy zakładania działalności gospodarczej

Jak już wspomniano funkcjonujący do 2010 roku w GEM dychotomiczny podział na przedsiębiorczość związaną z wykorzystaniem szansy i przedsiębiorczość z konieczności zastąpiony został nieco bardziej rozbudowanym modelem uwzględniającym motywacje mieszane i przejściowe, warto jednak przeanalizować motywacje skrajne – dążenie do wykorzystania szansy powiązane z dążeniem do podniesienia standardu swojego życia przez wzrost dochodu lub niezależności oraz przedsiębiorczość z konieczności, podejmowaną w obliczu niemożliwości znalezienia pożądanego zatrudnienia (Tabela 7). Do pierwszego typu motywacji zaliczane są osoby, które jednoznacznie deklarują, że motywacją do rozpoczęcia działalności jest chęć wykorzystania dostrzeżonej szansy, a także twierdzą, że motywuje ich większa niezależność oraz wzrost dochodów osobistych. Do drugiej kategorii zaliczane są osoby, które stwierdzają, że rozpoczynają działalność gospodarczą ponieważ lepsze alternatywy zatrudnienia nie są dla nich dostępne. W tabeli przedstawiono odsetek osób zaliczanych do TEA, które podejmują działalność z powodu określonej motywacji.

Tabela 7. Poziom przedsiębiorczości opartej na szansie i podejmowanej z konieczności w krajach europejskich (%)⁵

Kraj	Szansa związana z poprawą standardu życia (% TEA)	Konieczność (% TEA)
Austria	38,2	10,8
Belgia	61,6	17,9
Bośnia i Hercegowina	20,1	58,3
Chorwacja	35,7	34,2
Dania	70,7	8,2
Estonia	49,1	18,2

⁵ W tabeli nie uwzględniono motywacji mieszanej.

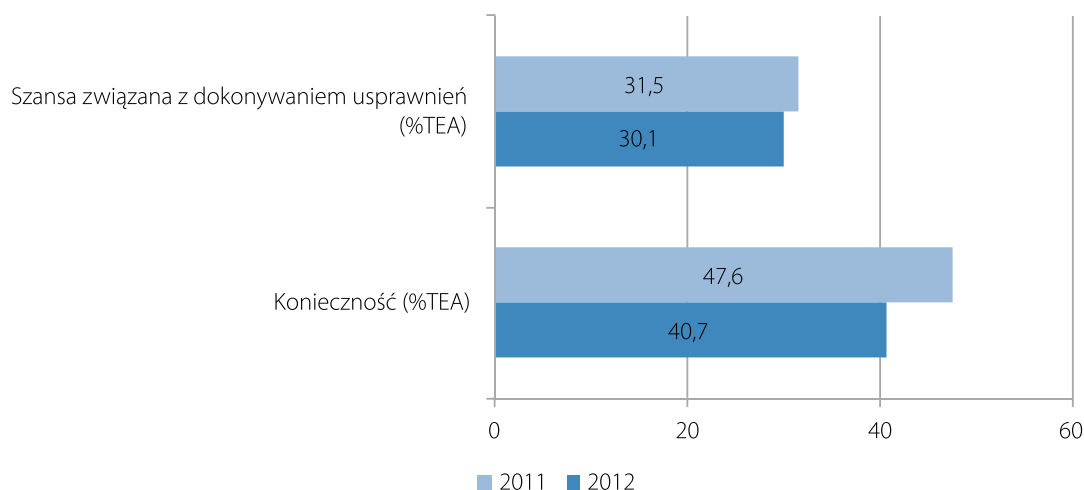
cd. tabeli 7

Kraj	Szansa związana z poprawą standardu życia (% TEA)	Konieczność (% TEA)
Finlandia	59,9	17,1
Francja	58,9	18,1
Grecja	32,1	29,9
Hiszpania	32,5	25,6
Holandia	66,4	8,4
Irlandia	40,5	28,1
Litwa	51,5	24,6
Łotwa	46,0	25,3
Macedonia	28,7	52,0
Niemcy	50,7	21,7
Norwegia	69,6	7,4
Polska	30,1	40,7
Portugalia	53,1	17,9
Rosja	31,4	36,4
Rumunia	37,7	24,2
Słowacja	42,9	35,6
Słowenia	64,0	7,4
Szwajcaria	57,5	18,1
Szwecja	48,6	6,8
Turcja	54,6	30,9
USA	59,5	21,4
Węgry	35,3	31,1
Wielka Brytania	42,6	18,3
Włochy	22,3	15,7

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych *Global Entrepreneurship Monitor* 2012.

Polska jest jednym z krajów o bardziej niekorzystnej strukturze przedsiębiorczości pod względem motywacji. Z konieczności podejmowanych jest 41% przedsięwzięć w ramach TEA, z chęci wykorzystania szansy jedynie 30%. Przewaga konieczności nad szansą występuje poza Polską jeszcze tylko w Bośni i Hercegowinie (20% – 58%), Macedonii (29% – 52%) i Rosji (31% – 36%). Może to w znaczący sposób ograniczać potencjał wzrostu tak podejmowanych przedsięwzięć. Liderami w pozytywnej motywacji przedsiębiorczości są Duńczycy (71% – 8%) i Norwegowie (70% – 7%). Najniższy udział przedsiębiorczości z konieczności występuje w Szwecji (7%), ale niższy jest tam również poziom przedsiębiorczości podejmowanej w celu wykorzystania szansy (49%).

Wykres 5. Poziom przedsiębiorczości opartej na szansie i podejmowanej z konieczności w Polsce w latach 2011-2012 (%)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych *Global Entrepreneurship Monitor* 2011 i 2012.

Zmiany, jakie zaszły między 2011 a 2012 rokiem w zakresie motywacji przedsiębiorczości w Polsce są jedynie częściowo pozytywne (Wykres 5). Spadł udział aktywności przedsiębiorczej podejmowanej z konieczności w TEA (z 48% do 41%). Niestety zmniejszył się również, choć nieznacznie, udział przedsiębiorczości podejmowanej w celu wykorzystania dostrzeżonej szansy (z 32% do 30%), a struktura motywacji cały czas jest niekorzystna.. Może to w przyszłości powodować słabsze przekładanie się TEA na liczbę dojrzałych firm, a także hamować tworzenie miejsc pracy i wartości dodanej przez zakładane firmy.

3.6. Motywacje kobiet i mężczyzn

Między kobietami i mężczyznami rozpoczynającymi działalność gospodarczą istnieją również różnice w motywacji (Tabela 8). W tabeli przedstawiono dane dla kobiet i mężczyzn w wieku 18-64 lata, którzy rozpoczynają działalność gospodarczą (czyli zostali zaliczeni do wskaźnika TEA) w podziale na tych, którzy kierują się szansą lub koniecznością. W przeciwieństwie do wcześniej przedstawionych wyników w tabeli zaprezentowano odsetek dorosłych kobiet lub mężczyzn, którzy zaliczeni są do TEA oraz podejmują działalność z powodu określonej motywacji.

Tabela 8. Motywacje kobiet i mężczyzn w krajach europejskich i USA (%)

Kraj	Mężczyźni szansa	Kobiety szansa	Mężczyźni konieczność	Kobiety konieczność
Austria	9,2	6,4	0,9	1,2
Belgia	5,7	2,3	1,5	0,4
Bośnia i Hercegowina	4,4	1,8	6,0	3,1
Chorwacja	7,8	3,0	3,9	1,8
Dania	6,9	2,7	0,6	0,3
Estonia	15,2	7,8	3,5	1,8
Finlandia	6,0	2,8	1,2	0,9
Francja	5,2	3,2	1,0	0,9
Grecja	6,5	2,6	2,2	1,7
Hiszpania	5,5	2,7	1,7	1,2
Holandia	11,8	5,5	1,3	0,4
Irlandia	5,9	2,8	2,4	1,1
Litwa	6,6	3,2	2,6	0,8
Łotwa	13,8	5,8	4,6	2,2
Macedonia	4,8	1,6	4,4	2,8
Niemcy	5,5	2,8	1,5	0,8
Norwegia	9,1	2,9	0,6	0,4
Polska	6,1	3,9	5,5	2,1
Portugalia	7,1	4,2	1,8	1,0
Rosja	3,3	2,2	2,0	1,2
Rumunia	9,3	4,6	3,8	0,7
Słowacja	8,7	4,2	4,9	2,4
Słowenia	7,3	2,3	0,6	0,2
Szwajcaria	4,8	4,1	1,3	0,9
Szwecja	6,8	4,3	0,6	0,3
Turcja	11,9	4,4	5,3	2,3
USA	11,6	7,8	3,3	2,2
Węgry	9,0	3,3	3,6	2,2
Wielka Brytania	9,6	4,7	1,8	1,5
Włochy	3,8	2,4	1,2	0,1

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych *Global Entrepreneurship Monitor* 2012.

Różnice w ogólnym poziomie przedsiębiorczości we wczesnym stadium zostały już wcześniej opisane, podobnie – ogólny poziom przedsiębiorczości podejmowanej z myślą o wykorzystaniu szansy i z konieczności. Ciekawe jest natomiast porównanie stosunku przedsiębiorczości opartej na szansie do przedsiębiorczości z konieczności dla kobiet i mężczyzn. W Europie największa różnica w motywacjach kobiet i mężczyzn występuje w Norwegii. Przedsiębiorczość z myślą o wykorzystaniu szansy podejmuje tam 2,9% kobiet i 9,1% mężczyzn, przedsiębiorczość z konieczności 0,4% kobiet i 0,6% mężczyzn, co oznacza, że dla mężczyzn stosunek przedsiębiorczości opartej na szansie do przedsiębiorczości z konieczności jest 2,2 razy większy niż dla kobiet. Należy jednak zaznaczyć, że przedsiębiorczość z konieczności jest w Norwegii zjawiskiem rzadkim, co może w pewnym stopniu wypaczać wyniki badań.

Sytuacja w Polsce jest odmienna od tej w Norwegii i Grecji. W Polsce przedsiębiorczość z myślą o wykorzystaniu szansy podejmuje 3,9% kobiet i 6,1% mężczyzn, a z konieczności 2,1% kobiet i 5,5% mężczyzn. Oznacza to, że w porównaniu z mężczyznami kobiety stosunkowo rzadko podejmują działalność gospodarczą z konieczności. W Polsce podobny odsetek kobiet i mężczyzn decyduje się na założenie własnej firmy widząc w tym szansę. Z konieczności działalność podejmuje znacznie więcej mężczyzn. Wyższy ogólny wskaźnik TEA w przypadku mężczyzn jest wynikiem tego zjawiska.

3.7. Sektory zakładania działalności gospodarczej

GEM wyróżnia cztery kategorie sektorów: sektor wydobywczy, produkcyjny, usługi skierowane do biznesu oraz usługi skierowane do klientów indywidualnych. Kraje europejskie w znaczącym stopniu różnią się między sobą pod względem skali przedsiębiorczości w poszczególnych sektorach (Tabela 9).

Tabela 9. Wczesna przedsiębiorczość TEA w rozbiciu na poszczególne sektory gospodarki w krajach europejskich i USA(%)

Kraj	Wydobycie	Produkcja	Usługi b2b	Usługi b2c
Austria	1,6	11,4	40,1	46,8
Belgia	3,0	26,2	22,6	48,2
Bośnia i Hercegowina	22,4	33,1	6,4	38,1
Chorwacja	13,1	18,0	26,7	42,2
Dania	3,3	20,1	34,3	42,3
Estonia	6,3	29,1	26,5	38,1
Finlandia	15,7	19,5	27,9	36,9
Francja	5,3	17,2	33,4	44,1
Grecja	3,5	19,8	24,5	52,2
Hiszpania	3,8	18,4	25,7	52,2
Holandia	3,7	25,4	28,0	42,9
Irlandia	5,1	19,4	34,8	40,7
Litwa	9,3	26,3	28,8	35,6
Łotwa	10,9	35,7	16,9	36,6
Macedonia	9,5	25,3	11,7	53,6
Niemcy	0,8	14,8	30,5	54,0
Norwegia	9,0	24,1	33,1	33,8
Polska	6,7	41,3	18,1	33,9
Portugalia	5,1	26,2	23,8	44,9
Rosja	8,2	34,5	8,9	48,4
Rumunia	17,7	21,2	17,3	43,9
Słowacja	3,8	25,3	32,4	38,5
Słowenia	3,8	28,3	41,8	26,1
Szwajcaria	4,5	15,8	33,6	46,1
Szwecja	9,5	14,1	38,2	38,1
Turcja	5,5	28,4	16,3	49,8
USA	3,6	21,9	33,2	41,3
Węgry	12,2	26,2	23,4	38,2
Wielka Brytania	2,4	23,0	33,0	41,6
Włochy	7,7	24,5	24,9	42,8

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych *Global Entrepreneurship Monitor* 2012.

Polska w zakresie rozpoczynanej działalności jest wśród krajów europejskich gospodarką najbardziej nastawioną na produkcję. 41% firm jest zakładanych lub prowadzonych we wczesnym stadium w branżach produkcyjnych. Następnym krajem – Łotwa ma wynik o ponad 5,5 p.p. niższy. Najmniej firm produkcyjnych powstaje w Austrii (11%). Wskaźnik Polski w tym zakresie może być wynikiem z jednej strony odporności gospodarki na kryzys, z drugiej jednak strony wskazuje na niekorzystną strukturę rozpoczynanych działalności⁶. Można jednak zaobserwować w tym zakresie tendencję spadku udziału firm działających w branżach produkcyjnych (z 47% w 2011 r. do 41% w 2012 r.) głównie na korzyść branż wydobywczych i usług b2c (Wykres 6).

Pod względem udziału przedsiębiorców rozpoczynających działalność w sektorze usług skierowanych do konsumentów Polska osiąga niski wynik na poziomie 34%. Niższy udział tego typu usług występuje jedynie w Norwegii (34%) i Słowenii (26%). Najwyższy jest natomiast w Niemczech (54%) i Macedonii (54%). W Polsce w okresie 2011-2012 nastąpił jednak znaczący wzrost udziału firm działających w tym sektorze z 28% do 34%.

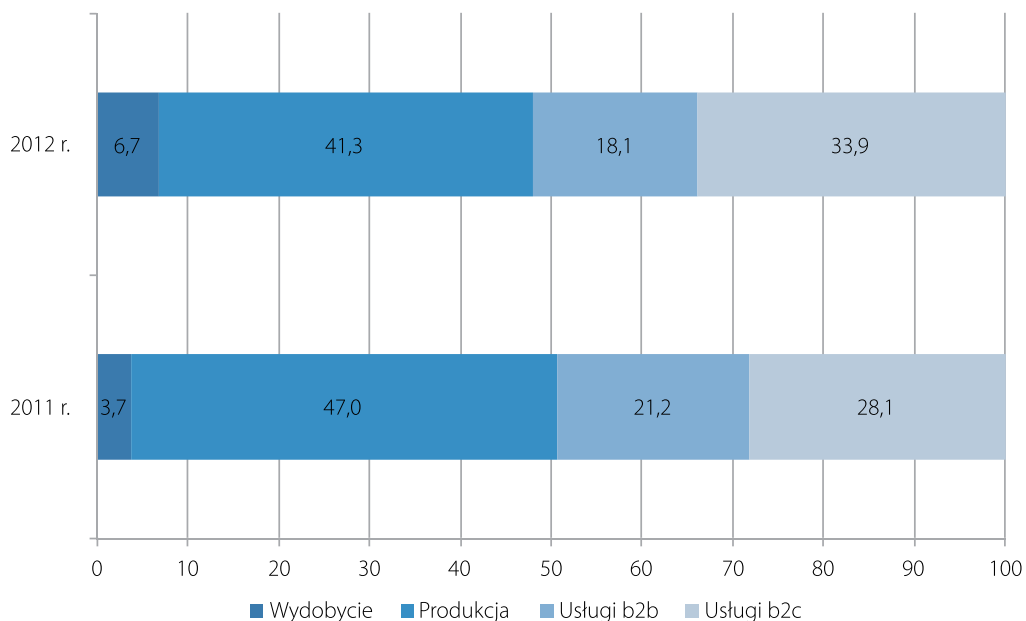
Wskaźnikiem świadczącym o wysokim jakościowym poziomie rozwoju gospodarczego jest udział usług w rozpoczynaniu działalności gospodarczej skierowanych do biznesu. W Europie największą firm działających w tym sektorze występuje w Słowenii (42%), należy jednak zwrócić uwagę na ogólnie niski poziom wskaźnika TEA w tym kraju – na poziomie 5,4%. Krajami o bardzo wysokim udziale firm świadczących usługi b2b są również Austria (40%) i Szwecja (38%). W Polsce wskaźnik ten jest na dość niskim

⁶ Ogólnie uważa się, że gospodarka powinna transformować się z nastawienia na produkcję w kierunku nastawienia na usługi, które niosą za sobą innowacje.

poziomie (18%), w porównaniu z poprzednim rokiem dodatkowo odnotowano jego spadek o ponad 3 p.p. Krajami o najniższym udziale przedsiębiorców rozpoczynających działalność w sektorze usług 2b2 są Bośnia i Hercegowina (6%) i Rosja (9%).

Udział przedsiębiorców, którzy rozpoczynają i prowadzą działalność do 3,5 roku (TEA) w sektorze wydobywczym jest w Polsce dość wysoki i wynosi 7%. Liderem w tym zakresie w Europie jest Bośnia i Hercegowina (22%), najniższy udział występuje w Niemczech (1%). Niskie oparcie na wydobywaniu występuje w krajach ogólnie wyżej rozwiniętych i nastawionych na innowacje, wyższy udział w krajach o niższym poziomie rozwoju (Rumunia, Bośnia i Hercegowina, Chorwacja, Węgry, Łotwa, Macedonia, Litwa, Rosja) oraz w krajach o znaczących bogactwach naturalnych (Finlandia, Szwecja, Norwegia, Rosja). Co interesujące, udział firm zakładanych w sektorach wydobywczym w Polsce znacząco wzrósł w okresie 2011-2012 (z 4% do 7%) (Wykres 6). Może być to związane z przygotowaniem inwestycji w wydobywanie gazu łupkowego.

Wykres 6. TEA w rozbiciu na sektory w latach 2011–2012, dane dla Polski (w %)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych *Global Entrepreneurship Monitor* 2011 i 2012.

3.8. Aspiracje wzrostu

W GEM istnieje kilka zmiennych dotyczących aspiracji rozwoju nowo powstałych firm. Między innymi jako miarę wzrostu używa się deklaracji co do tworzenia nowych miejsc pracy w ciągu kolejnych 5 lat (Tabela 10).

Tabela 10. Aspiracje wzrostu nowych firm w Europie i USA (%)

Kraj	%TEA – co najmniej 5 nowych miejsc pracy w ciągu 5 lat	%TEA – co najmniej 10 nowych miejsc pracy i wzrost zatrudnienia o co najmniej 50% w ciągu 5 lat
Austria	13,0	7,6
Belgia	24,5	16,9
Bośnia i Hercegowina	33,4	19,4
Chorwacja	29,7	22,7
Dania	31,8	17,7
Estonia	38,0	24,2
Finlandia	19,9	14,1
Francja	25,5	21,9
Grecja	14,0	7,6
Hiszpania	12,8	6,2
Holandia	18,3	8,7
Irlandia	32,7	25,9
Litwa	50,0	35,1
Łotwa	52,8	40,1
Macedonia	32,4	18,6
Niemcy	25,9	21,7

cd. tabeli 10

Kraj	%TEA – co najmniej 5 nowych miejsc pracy w ciągu 5 lat	%TEA – co najmniej 10 nowych miejsc pracy i wzrost zatrudnienia o co najmniej 50% w ciągu 5 lat
Norwegia	17,0	8,9
Polska	29,8	15,6
Portugalia	26,2	16,1
Rosja	29,0	19,7
Rumunia	48,6	35,6
Słowacja	33,7	19,7
Słowenia	25,3	19,2
Szwajcaria	14,9	8,6
Szwecja	16,6	9,7
Turcja	43,4	31,1
USA	30,5	21,1
Węgry	33,5	22,6
Wielka Brytania	30,6	17,4
Włochy	17,0	6,5

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych *Global Entrepreneurship Monitor* 2012.

Przedsiębiorcy w Polsce mają aspiracje wzrostu na średnim poziomie – prawie 30% z nich deklaruje stworzenie co najmniej 5 miejsc pracy, a połowa z tej grupy (16%) deklaruje stworzenie 10 miejsc pracy i wzrost zatrudnienia przynajmniej o połowę w ciągu kolejnych 5 lat. Najwyższy potencjał wzrostu posiadają nowo powstałe firmy na Łotwie, Litwie i w Rumunii. W przypadku Łotwy ponad połowa przedsiębiorców we wczesnym stadium deklaruje, że stworzy w ciągu pięciu lat co najmniej 5 miejsc pracy, dwóch na pięciu przedsiębiorców deklaruje, że stworzy w tym czasie co najmniej 10 nowych miejsc pracy i zwiększy zatrudnienie o więcej niż 50%. Krajami o najniższych aspiracjach wzrostu przedsiębiorców są Hiszpania, Austria, Grecja i Szwajcaria. W przypadku Hiszpanii jedynie 6% przedsiębiorców deklaruje, że stworzy co najmniej 10 miejsc pracy. Obie zmienne wzrostu są ze sobą ściśle powiązane, choć stopień tej zależności jest różny w zależności od kraju. W krajach takich jak Niemcy czy Francja różnica między odsetkiem przedsiębiorców deklarujących stworzenie 5 i 10 miejsc pracy jest niewielka. Tworzy się w ten sposób pewnego rodzaju luka – większość osób zakładających działalność (w obu przypadkach około 75%) zamierza stworzyć poniżej 5 miejsc pracy w ciągu najbliższych 5 lat, natomiast około 22% przedsiębiorców zamierza stworzyć co najmniej 10 miejsc pracy w tym okresie. W Polsce sytuacja jest odmienna – odsetek osób zamierzających stworzyć co najmniej 5 miejsc pracy jest niemal dwukrotnie wyższy od tych zamierzających stworzyć co najmniej 10 miejsc pracy. Jeszcze większa różnica w tym zakresie występuje w Hiszpanii, Włoszech i Holandii. Wskazuje to po pierwsze na wyższy potencjał wzrostu firm niemieckich i francuskich, a po drugie na istnienie dwóch rozdzielnych typów zakładanych firm – przedsiębiorstw o niskim potencjale wzrostu, zwanych czasem „lifestylowymi” oraz firm o wysokim potencjale wzrostu, które są przedsiębiorcze w pełnym tego słowa znaczeniu.

3.9. Aspiracje wzrostu kobiet i mężczyzn

Kobiety i mężczyźni zakładający działalność gospodarczą różnią się również aspiracjami wzrostu (Tabela 11).

Tabela 11. Aspiracje wzrostu kobiet i mężczyzn w Polsce

	Kobiety	Mężczyźni
Deklarowana liczba nowych miejsc pracy w ciągu 5 lat (średnia)	5,5	8,3
Deklarowany procentowy wzrost zatrudnienia w ciągu 5 lat (średnia)	908%	1380%
Stworzenie jakichkolwiek miejsc pracy (%)	83,3%	77,8%
Więcej niż 5 miejsc pracy w ciągu 5 lat (%)	21,2%	34,1%
Wzrost powyżej 10 osób i powyżej 50% (%)	11,0%	17,9%
Wzrost powyżej 19 miejsc pracy w ciągu 5 lat (%)	4,7%	13,4%

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych *Global Entrepreneurship Monitor* 2012.

W zakresie aspiracji wzrostowych dostępnych jest w GEM kilka zmiennych. Ich analiza pozwala uzyskać pełny obraz aspiracji przedsiębiorców w zakresie tworzenia miejsc pracy i rozwoju przedsiębiorstwa. Jeśli chodzi o średnią deklarowanych nowych miejsc pracy to kobiety deklarują ich 5,5, a mężczyźni 8,3 w ciągu kolejnych pięciu lat. Kobiety oczekują więc średnio dziewięciokrotnego wzrostu swojej firmy, mężczyźni prawie czternastokrotnego. Pozwala to wyciągnąć wniosek o większych aspiracjach wzrostowych mężczyzn, jednak wnikliwa analiza pozostałych zmiennych daje głębszy wgląd w zagadnienie. Okazuje się, że wśród mężczyzn większy jest odsetek przedsiębiorców, którzy nie deklarują żadnego wzrostu (wśród nich są również ci, którzy

deklarują likwidację miejsc pracy bądź likwidację całej firmy) – 22%, wśród kobiet odsetek ten wynosi 17%. W przypadku kolejnych zmiennych to jednak mężczyźni deklarują szybszy wzrost, dzieje się tak w przypadku tworzenia co najmniej 5 miejsc pracy (kobiety 21%, mężczyźni 34%), tworzenia co najmniej 10 miejsc pracy i wzrostu o co najmniej 50% (kobiety 11%, mężczyźni 18%) oraz tworzenia 20 lub więcej miejsc pracy (kobiety 5%, mężczyźni 13%).

W zakresie aspiracji wzrostu kobiet i mężczyzn można zatem wyciągnąć ogólny wniosek, że mężczyźni mają wyższe aspiracje wzrostu, ale większy odsetek kobiet niż mężczyzn deklaruje jakikolwiek wzrost. Im bardziej agresywne deklaracje wzrostu, tym większa różnica między kobietami i mężczyznami na korzyść mężczyzn.

Podsumowanie

Podsumowując, postawy przedsiębiorcze polskiego społeczeństwa są niejednoznaczne. Z jednej strony na tle Europy wypadamy dość pozytywnie pod względem chęci założenia firmy w najbliższych latach oraz bardzo dobrze oceniamy swoją wiedzę w zakresie prowadzenia firmy. Z drugiej strony w społeczeństwie brakuje umiejętności dostrzegania szansy biznesowej. Co więcej, odsetek osób, które potrafią ją dostrzec spadł na przestrzeni lat 2011-2012 o około 13 p.p. Polskie społeczeństwo na tle krajów europejskich charakteryzuje się też bardzo wysokim poziomem strachu przed porażką. Te niekorzystne wyniki pogłębiły się na przestrzeni lat 2011-2012.

Polacy, w porównaniu z resztą Europy dość dobrze postrzegają przedsiębiorców. Jedynie bardzo nisko oceniają poziom statusu społecznego przedsiębiorców. Należy też zauważyć, że percepcja przedsiębiorczości w latach 2011-2012 pogorszyła się. Może to się wiązać w pewnej mierze z aferami dotyczącymi rynku parabanków, szeroko opisywanymi w mediach, które wybuchły mniej więcej w tym samym czasie kiedy prowadzono badanie ankietowe.

Poziom przedsiębiorczości w Polsce wygląda różnie w zależności od etapu rozwoju firmy. Przedsiębiorczość we wczesnym stadium na tle Europy jest na średnim poziomie. Dość mało jest za to firm dojrzałych. Warto też odnotować, że w latach 2011-2012 odsetek obu grup wzrósł. Dość negatywnie wypadamy pod względem odsetka przedsiębiorców zaprzestających działalności.

W Polsce mamy do czynienia z bardzo wysokim odsetkiem osób, które decydują się na założenie firmy z konieczności. Co więcej, ta sytuacja uległa pogorszeniu w latach 2011-2012, co można za pewne w dużej mierze przypisać pogorszeniu koniunktury gospodarczej. Przewaga firm zakładanych z konieczności skutkuje niższym poziomem ambicji rozwojowych, a co za tym idzie, może hamować tworzenie miejsc pracy i wartości dodanej przez firmy.

Jeśli chodzi o sektory w jakich powstają nowe firmy, to Polska jest krajem bardzo specyficznym. Wyróżnia nas to, że zdecydowanie dominującym sektorem jest produkcja, a nie usługi, jak się to dzieje w innych krajach.

Polskich nowych przedsiębiorców nie można też nazwać zbyt ambitnymi, jeśli chodzi o rozwój ich firm. Są raczej w końcówce rankingu krajów Europy, szczególnie jeśli chodzi o bardziej dynamiczny wzrost pod względem zatrudnienia.

Analizując różnice między kobietami i mężczyznami rozpoczynającymi i prowadzącymi działalność gospodarczą można zaobserwować kilka różnic:

- Polska jest jednym z nielicznych krajów europejskich, w których kobiety częściej dostrzegają szanse na rozpoczęcie działalności gospodarczej niż mężczyźni,
- kobiety w Polsce dużo gorzej niż mężczyźni oceniają swoją wiedzę i umiejętności w zakresie zakładania i prowadzenia biznesu,
- strach przed niepowodzeniem jest czynnikiem hamującym przedsiębiorczość w dużo większym stopniu wśród pań niż wśród panów,
- różnica płci w zakresie zakładania nowych firm jest w Polsce bardzo duża, ale powoli się zmniejsza,
- różnica płci wśród właścicieli dojrzałych firm jest również znacząca (i powiększa się),
- kobiety w Polsce rzadziej niż mężczyźni podejmują działalność gospodarczą z konieczności,
- podejmowanie działalności przedsiębiorczej z myślą o wykorzystaniu szansy biznesowej jest w Polsce na bardziej zbliżonym poziomie,
- mężczyźni mają wyższe średnie aspiracje wzrostu,
- kobiety mają aspiracje wzrostu bardziej „spłaszczone” – więcej kobiet niż mężczyzn deklaruje tworzenie jakichkolwiek miejsc pracy,
- mężczyźni mają aspiracje wzrostu bardziej „agresywne” – więcej mężczyzn niż kobiet deklaruje bardzo szybki wzrost.

Z powyższych porównań wyłania się obraz, który wskazuje na znaczący potencjał przedsiębiorczości kobiet, który z pewnych powodów nie jest realizowany. Panie dostrzegają szanse na rozpoczęcie działalności, są jednak w znaczącym stopniu ograniczane przez niską samoocenę kompetencji w zakresie przedsiębiorczości, strach przed niepowodzeniem. Skutkuje to wciąż znaczącą różnicą w podejmowaniu działalności gospodarczej przez kobiety i mężczyzn.

4. Uwarunkowania przedsiębiorczości – wyniki badania krajowych ekspertów przedsiębiorczości (NES)

4.1. Wstęp – o badaniu i uwagi techniczne

W niniejszym rozdziale przedstawiono ekspercką ocenę uwarunkowań powstawania i rozwoju przedsiębiorczości w Polsce. Ocena ta została dokonana przy wykorzystaniu badania jakościowego (*National Experts Survey* – NES), w którym wzięło udział 36 ekspertów z Polski w następujących dziedzinach: finansowanie, polityka rządu, programy rządowe, edukacja i szkolenia, transfer R&D, infrastruktura usługowa, otwartość rynku, infrastruktura fizyczna oraz normy społeczne i kulturowe.

Badanie było realizowane przy wykorzystaniu kwestionariusza internetowego. Zadaniem każdego z ekspertów była ocena stwierdzeń odnoszących się do 19 obszarów⁷.

W każdym z obszarów znalazło się 5-9 stwierdzeń, do których ekspert miał się ustosunkować, używając skali: zdecydowanie się zgadzam – 5 pkt, raczej się zgadzam – 4 pkt, ani się zgadzam, ani się nie zgadzam – 3 pkt, raczej się nie zgadzam – 2 pkt, zdecydowanie się nie zgadzam – 1 pkt. Ponieważ 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 ekspertów⁸. Im wyższą wartość osiągnęła średnia, tym lepiej oceniono dany aspekt. W dalszej kolejności poszczególne stwierdzenia zagregowano do obszarów, które wymieniono powyżej i dla nich również policzono średnie. W poniższej analizie wyników zastosowano zarówno średnie wyniki dla poszczególnych stwierdzeń, jak średnie dla danych grup – uzależniając to od kontekstu i możliwości ciekawego przedstawienia problemu.

Dodatkowo wyniki dla Polski zostały zestawione z uśrednionymi wynikami dla krajów o gospodarkach zorientowanych na innowacje. Chociaż Polska jest sklasyfikowana w grupie gospodarek zorientowanych na efektywność, to zdecydowano się na porównanie naszego kraju do gospodarek, w grupie których chcielibyśmy się znaleźć. Takie porównanie ma swoje konsekwencje. Mianowicie, należy pamiętać, że przedsiębiorczość, szczególnie rozumiana jako liczba nowo powstałych podmiotów w krajach o gospodarkach zorientowanych na innowacje jest na niższym poziomie niż w pozostałych grupach (gospodarkach nastawionych na efektywność czy też czynniki produkcji).

Z uwagi na wielość obszarów objętych badaniem NES postanowiono pogrupować je w pięć bloków reprezentujących szersze kategorie uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości, tj.:

- I. **szanse na start:** percepcja możliwości otwarcia biznesu, otwartość rynku – dynamika i obciążenia (bariery wejścia i funkcjonowania na nim), edukacja przedsiębiorczości – poziom podstawowy i średni oraz poziom uczelni wyższych i kształcenie ustawiczne, zdolności/wiedza do założenia firmy;
- II. **rynek i politykę przedsiębiorczości:** polityka rządu – priorytety i wsparcie przedsiębiorczości oraz obciążenia związane z podatkami i regulacjami administracyjnymi, programy rządowe (publiczne) wspierające przedsiębiorczość, infrastruktura komercyjna i usługowa oraz techniczna otoczenia biznesu, dostępność finansowania;
- III. **innowacyjność:** zainteresowanie innowacjami ze strony przedsiębiorców i konsumentów, badania, rozwój i transfer technologii (również przepływ wiedzy), prawo własności intelektualnej;
- IV. **potencjał wzrostu:** wspieranie przedsiębiorczości kobiet, wspieranie przedsiębiorstw o wysokim potencjale wzrostu, przedsiębiorczość młodzieży (14-20 lat) i młodych ludzi (21-34 lata);
- V. **normy kulturowo-społeczne:** systemy wartości i normy społeczne, społeczny wizerunek przedsiębiorcy.

Bardziej rozwinięty opis poszczególnych obszarów badania NES został przedstawiony w raporcie *Global Entrepreneurship Monitor – Polska 2011*.

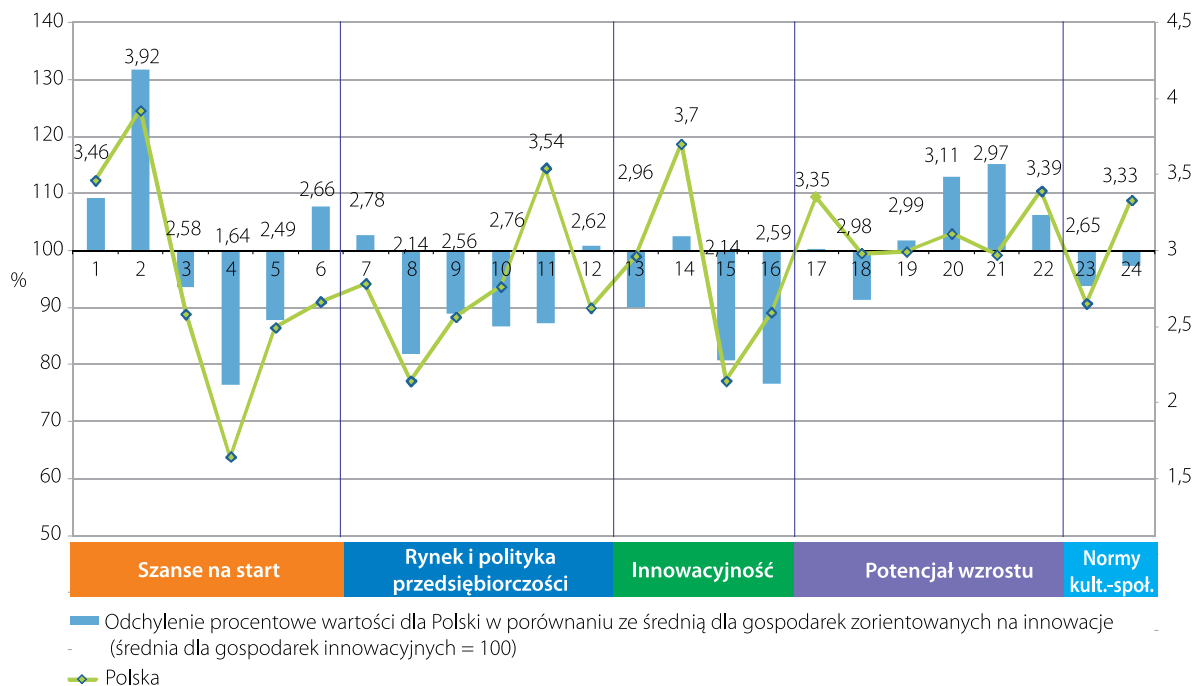
⁷ Dostępność finansowania, polityka rządu wobec przedsiębiorczości, publiczne programy wspierania przedsiębiorczości, edukacja na poziomie podstawowym i średnim; szkolnictwo wyższe i doskonalenie zawodowe, badania, rozwój i transfer technologii, komercyjne otoczenie biznesu, stabilność sytuacji rynkowej i bariery prawne wejścia na rynek, infrastruktura techniczna, systemy wartości i normy społeczne, percepcja możliwości uruchomienia biznesu, zdolności i wiedza do założenia firmy, społeczny wizerunek przedsiębiorcy, prawo własności intelektualnej, wspieranie przedsiębiorczości kobiet, wspieranie przedsiębiorstw o wysokim potencjale wzrostu, innowacje, imigracja i przedsiębiorczość, relacje biznesowe, przedsiębiorczość młodzieży (14-20 lat) i młodych ludzi (21-34 lata).

⁸ Twórcy badania zdają sobie sprawę z konsekwencji zastosowania średniej dla skali Likerta, jednak uznano takie rozwiązanie za najbardziej optymalne w sytuacji gdy porównania dokonuje się między tak wieloma krajami w tak wielu obszarach jednocześnie.

4.2. Stan obecny

Według ekspertów biorących udział w badaniu NES, w roku 2012 panowały niezbyt korzystne warunki do powstawania i rozwoju przedsiębiorstw w Polsce.

Wykres 7. Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości: Polska a kraje o gospodarkach nastawionych na innowacje.



Szanse na start: 1 – Percepcja możliwości otwarcia biznesu; 2 – Otwartość rynku – dynamika; 3 – Otwartość rynku – bariery wejścia i funkcjonowania; 4 – Edukacja – poziom podst. i średni; 5 – Edukacja i szkolenia – szkoły zawodowe, wyższe; 6 – Zdolności/wiedza do założenia firmy. **Rynek i polityka przedsiębiorczości:** 7 – Polityka rządu – priorytety i wsparcie; 8 – Polityka rządu – regulacje; 9 – Programy rządowe; 10 – Infrastruktura komercyjna i usługowa; 11 – Infrastruktura techniczna; 12 – Dostęp do finansowania. **Innowacyjność:** 13 – Zainteresowanie innowacjami – przedsiębiorcy; 14 – Zainteresowani innowacjami – konsumenci; 15 – Badania i rozwój, transfer wiedzy; 16 – Prawo własności intelektualnej. **Potencjał wzrostu:** 17 – Wsparcie przedsiębiorczości kobiet; 18 – Wsparcie przedsiębiorstw wysokiego wzrostu; 19 – Przedsiębiorczość młodzieży – dostęp do edukacji i możliwości rozwoju firmy; 20 – Przedsiębiorczość młodzieży – konieczność; 21 – Przedsiębiorczość młodych ludzi – finansowanie; 22 – Przedsiębiorczość młodych ludzi – bariery krajowe. **Normy kulturowo-społeczne:** 23 – Normy kulturowe i społeczne; 24 – Społeczny wizerunek przedsiębiorcy

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badania *Global Entrepreneurship Monitor – National Expert Survey 2012*.

4.2.1. Szanse na start

Jakie możliwości na otwarcie biznesu dawał rynek w 2012 roku? Ocena ekspertów w tym obszarze jest trochę lepsza od przeciętnej (3,46), i nieco powyżej (o 9%) od średniej dla krajów zorientowanych na innowacje. Eksperti zgodzili się co do tego, że na rynku wciąż jest wiele dobrych okazji do założenia firmy (3,83). Niewątpliwie polski rynek należy do dynamicznie rozwijających się, a przez to zmieniających się zarówno pod względem towarów i usług konsumpcyjnych, jak i usług i towarów typu B2B (3,92 – najwyższa ocena wśród wszystkich analizowanych obszarów). W porównaniu ze średnią dla krajów o gospodarkach zorientowanych na innowacje dynamika naszego rynku została oceniona znacznie lepiej (o 32%). Gorzej natomiast (o ok. 7%) w porównaniu do tej średniej wypadliśmy jeśli chodzi o łatwość wchodzenia na rynek. Brane tu były pod uwagę m.in. takie czynniki jak wysokość kosztów wejścia na rynek, brak barier bezprawnie tworzonej przez firmy już funkcjonujące na rynku, egzekwowanie prawa antymonopolowego (sumaryczna ocena w tym obszarze wyniosła 2,58).

Biorąc pod uwagę zatem wciąż istniejące możliwości stwarzane przez rynek i jednocześnie pewną trudność funkcjonowania na nim, niepokojąco wygląda ocena przygotowania przyszłych przedsiębiorców. Nauczanie przedsiębiorczości w szkołach podstawowych i średnich zostało ocenione na 1,64 i jest to najgorszy wynik wśród wszystkich analizowanych obszarów. Oznacza to, że w jednostkach tych nie zachęca się do kreatywności, samodzielności i inicjatywy własnej (jeszcze niższa ocena tej kategorii – 1,57 i jednocześnie najgorsza ocena wśród wszystkich krajów europejskich biorących udział w badaniu GEM), brakuje także przekazywania wiedzy z zakresu funkcjonowania gospodarki, nie zwraca się też odpowiedniej uwagi na kwestię przedsiębiorczości i tworzenia firm. Również w porównaniu ze średnią dla krajów nastawionych na innowacje jest to wynik niższy o prawie 25%. Nieznacznie lepiej (2,49) wypadła ocena nauczania przedsiębiorczości na poziomie szkolnictwa wyższego oraz kształcenia ustawicznego, przy czym jest to wynik poniżej średniej dla krajów o gospodarkach nastawionych na innowacje – o ok. 12%.

Na tym tle wynik 2,66 (o 7,8% lepiej niż średnia dla krajów innowacyjnych) jeśli chodzi o ocenę wiedzy i zdolności do założenia firmy wygląda całkiem zadowalająco, choć w rzeczywistości taki nie jest. Eksperti raczej nie zgodzili się ze stwierdzeniami o tym, że wiele osób w naszym kraju wie jak założyć i zarządzać firmą, ma doświadczenie w tym zakresie, umie wykorzystać pojawiające się okazje.

4.2.2. Rynek i polityka przedsiębiorczości

W tym bloku zestawiona została polityka państwa na rzecz przedsiębiorczości i jej instrumenty, a także usługi – w postaci dostępu do finansowania zewnętrznego, infrastruktury komercyjnej i usługowej, a także technicznej. Większość z tych czynników została oceniona poniżej 3. Jedyne infrastruktura techniczna – rozumiana jako dobry dostęp nowych rozwijających się firm do dróg, mediów, komunikacji, niedrogich usług telekomunikacyjnych, krótki czas w jaki można uzyskać taki dostęp – otrzymała ocenę 3,54, na czym zaważył stosunkowo wysoki wynik (4,17) jeśli chodzi o czas uzyskania dostępu do usług telekomunikacyjnych (określony jako 1 tydzień). Infrastruktura komercyjna i usługowa, w której oceniano dostępność i możliwość poniesienia kosztów zatrudnienia podwykonawców, dostawców i konsultantów, łatwość pozyskania dobrych profesjonalnych prawników i księgowych, a także usług bankowych przez rozpoczynających działalność przedsiębiorców uzyskała sumaryczną ocenę 2,76 – tu najlepiej oceniono łatwość dostępu do usług bankowych (3,31), choć wciąż nie jest to relatywnie dobry wynik.

Eksperti dość nisko (między 2,56 a 2,78) ocenili zarówno samą politykę rządu, jak i jej instrumenty. Według ekspertów polityka rządu raczej nie sprzyja nowym przedsiębiorstwom, tego typu podmioty nie są priorytetem dla polityki na szczeblu centralnym i regionalnym. Nie zgodzili się oni też ze stwierdzeniem, że wysokość podatków nie stanowi obciążenia dla nowych i rozwijających się firm, a także, że regulacje dotyczące podatków i innych spraw administracyjnych są stosowane w sposób przewidywalny i spójny. Dostrzegli także trudność po stronie nowych i rozwijających się przedsiębiorców w radzeniu sobie z przepisami i wymogami ze strony administracji (w tym ostatnim aspekcie wystawiono najniższą ocenę 1,91). Jeśli chodzi o programy rządowe ocenie podlegały następujące kwestie: możliwość uzyskania wsparcia przez kontakt z jedną instytucją (najniższa ocena w tej kategorii – 1,78), skuteczność wsparcia ze strony parków i inkubatorów przedsiębiorczości (3,11), występowanie programów publicznych dla przedsiębiorstw (2,97), kompetencje i skuteczność pracowników administracji publicznej (2,49), dopasowanie programów do indywidualnych potrzeb przedsiębiorcy (2,47) oraz skuteczność programów kierowanych do przedsiębiorców (2,51).

W większości analizowanych uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w tym bloku (poza dostępem do finansowania i polityką rządu – priorytety i wsparcie) wypadliśmy gorzej od krajów nastawionych na innowacje o ok. 8% do 13%.

Przyjrzymy się jeszcze finansowaniu – kategorii w której analizowano występowanie w naszym kraju sześciu form finansowania: kapitałowe (również wysokiego ryzyka), dłużne, publiczne, osób prywatnych (innych niż założyciele) oraz w formie IPO (pierwszych ofert publicznych). W tym przypadku wszystkie oceny cząstkowe oscylowały wokół 2,6, poza finansowaniem w postaci wsparcia ze środków publicznych (2,92) i prywatnego (2,21). Sumaryczna ocena dostępu do finansowania dla przedsiębiorstw wyniosła 2,62 i była prawie tożsama ze średnim wynikiem dla krajów zorientowanych na innowacje.

Powyższe wyniki nie napawają optymizmem. Bieżąca polityka przedsiębiorczości oraz regulacje i wymogi administracyjne w opinii ekspertów wciąż niewystarczająco wspierają rozwój przedsiębiorczości (być może na taką ocenę wpływ ma wyczerpanie się budżetów w ramach większości instrumentów finansowanych ze środków publicznych dla przedsiębiorców). Z kolei dostęp do finansowania, jak i usług komercyjnych (księgowych, prawnych czy innych) należą do podstawowych wspierających bieżącą działalność przedsiębiorstwa, a przez to niezbędnych warunków rozwoju przedsiębiorczości. Niska ocena w tym obszarze wskazuje na większe ryzyko po stronie przedsiębiorcy, zmuszonego do polegania na własnej wiedzy i zasobach, które w opinii ekspertów także nie są wystarczające.

4.2.3. Innowacyjność

W kolejnym bloku – innowacyjność – zebrano trzy główne obszary: zainteresowanie innowacjami ze strony przedsiębiorców i konsumentów, badania i rozwój, transfer wiedzy oraz prawo własności intelektualnej. Już pierwsze spojrzenie na wykres (wykres 7) pokazuje, że temat innowacyjności jest szczególnie ważny dla konsumentów (3,7 – druga, po dynamice otwartości rynku, najlepsza ocena wszystkich uwarunkowań i jedyna będąca na plusie – choć nieznacznym – względem średniej dla krajów zorientowanych na innowacje w tym bloku). Konsumenty lubią wypróbować nowe produkty (3,72), cenią innowacje (3,81), są otwarci na zakup produktów i usług od nowych firm (3,51). Są to wyniki zbliżone ze średnią dla krajów o gospodarkach nastawionych na innowacje.

Mniejsze zainteresowanie innowacjami wykazują przedsiębiorcy (sumaryczna ocena 2,96, poniżej średniej dla krajów innowacyjnych – o 10%). Według ekspertów biorących udział w badaniu, przedsiębiorcy raczej nie lubią eksperymentować z nowymi technologiami i nowymi sposobami działania (2,53, jest to 4. wynik od końca wśród 28 krajów europejskich objętych badaniem, niższy od średniej dla krajów innowacyjnych o ok. 22%). Również gorszy (o 12%) wynik od tej średniej dotyczy kwestii cenienia

innowacji przez naszych przedsiębiorców (3,17, w tym kryterium zajmujemy 9. miejsce wśród 28 krajów Europy). Jeśli chodzi o gotowość przedsiębiorców do korzystania z usług nowych dostawców otrzymaliśmy ocenę na poziomie 3,15, wynik o ok. 6% lepszy od średniej dla krajów innowacyjnych.

Przyjrzyjmy się teraz kryterium badania i rozwój, transfer wiedzy (sumaryczna ocena jedynie 2,14, prawie o 20% mniej niż średnia dla krajów innowacyjnych), które jest warte zainteresowania ze względu na ujęcie w nim kilku ważnych tematów. Pierwszy to transfer wiedzy między uczelniami i ośrodkami badawczymi a biznesem. W tej kategorii otrzymaliśmy niską ocenę – 1,83, jest to najgorszy wynik wśród 28 analizowanych krajów europejskich, a także niższy o 30% od średniej dla krajów innowacyjnych. Drugi to równość dostępu nowych i rozwijających się firm vs dużych, dłużej działających na rynku do nowych technologii, nauki i wiedzy – oceniony jeszcze niżej – na 1,61 – to także najgorszy wynik wśród 28 europejskich krajów (ponad 32% poniżej średniej dla krajów innowacyjnych). Sporo, choć nieco mniej niż we wcześniej opisanych przypadkach, bo 22%, dzieli nasz kraj od średniej dla krajów zorientowanych na innowacje, jeśli chodzi o to, czy nowe i rozwijające się firmy mogą sobie pozwolić na zakup nowych technologii (również ocena 1,83, także najgorsza wśród analizowanych państw europejskich). Kolejny temat to skuteczne wspieranie tworzenia światowej klasy nowych przedsięwzięć opartych na technologii w co najmniej jednym obszarze przez bazę naukową i techniczną. W tym aspekcie ocena wyniosła 2,28 i była o 28% niższa od średniej dla krajów innowacyjnych⁹. Ostatnia kwestia dotyczyła istnienia dobrego wsparcia komercjalizacji pomysłów inżynierów i naukowców przez nowe i rozwijające się firmy (2,26, oraz ok. 21% mniej niż średnia dla krajów zorientowanych na innowacje¹⁰). Jak widać w aspekcie dostępu do badań i ich wyników, transferu wiedzy i technologii mamy sporo do nadrobienia.

Ostatni obszar w tym bloku to kwestie związane z prawem własności intelektualnej, takie jak kompleksowe i skuteczne ustawodawstwo, rzadkość występowania przypadków nielegalnej sprzedaży pirackiego oprogramowania, płyt itp., przekonanie społeczeństwa, że prawa wynalazcy do jego wynalazku powinny być respektowane (jedynie w tym ostatnim aspekcie ocena była nieco wyższa od pozostałych i wyniosła 3,51). Sumaryczna ocena wyniosła 2,59 i była o ok. 23% niższa od średniej dla krajów innowacyjnych.

Czy brak zachęt do kreatywności i inicjatywy własnej kiedy ma się lat 6 lub nieco więcej ma znaczenie dla postawy dorosłej osoby, która zostaje przedsiębiorcą? W świetle powyższych niekorzystnych wyników dotyczących zainteresowania innowacjami ze strony przedsiębiorców oraz niezadowolającego przepływu wiedzy między światem nauki i biznesu oraz gorszego dostępu do tej wiedzy dla rozwijających się podmiotów pytanie to staje się pytaniem retorycznym.

4.2.4. Potencjał wzrostu

W badaniu NES wyróżniono trzy grupy społeczne: kobiety, przedsiębiorstwa wysokiego wzrostu oraz młodych przedsiębiorców (14- 34 lata) i zbadano uwarunkowania specyficzne dla rozwoju tych grup.

Kobiety

Warunki rozwoju przedsiębiorczości kobiet oceniono na 3,35, co było zbliżone z wynikiem dla krajów o gospodarkach nastawionych na innowacje. W bloku tym szczegółowo przyglądano się pięciu kwestiom. Pierwsza dotyczyła tego, czy system opieki instytucjonalno-społecznej jest wystarczający, aby kobiety mogły kontynuować pracę po założeniu rodziny – ocena w tej kategorii jest bardzo niska (2,31), również niższa od średniej od krajów o gospodarkach nastawionych na innowacje (o 23%). Kolejnym czynnikiem poddanym ocenie był stosunek społeczeństwa do zakładania firm przez kobiety – tutaj eksperci mieli nieco lepsze zdanie przyznając ocenę w wysokości 3,46 (o 2,5% mniej niż średnia dla krajów innowacyjnych). Podobnie (3,23, choć wyżej o ponad 10% od średniej dla krajów innowacyjnych) wypadła kwestia zachęcania kobiet do pracy na własny rachunek. Ostatnie dwa tematy dotyczyły równości szans kobiet i mężczyzn przy zakładaniu biznesu oraz równości pod względem zdolności do rozpoczęcia działalności gospodarczej. I o ile ocena równości szans (3,25) wyniosła tyle samo co średnia dla krajów o gospodarkach zorientowanych na innowacje, to ocena równości pod względem zdolności osiągnęła 4,61 i przekroczyła tę średnią o ponad 14%.

Przedsiębiorstwa o wysokim potencjale wzrostu

Uwarunkowania powstawania i rozwoju firm o wysokim potencjale wzrostu zostały nisko ocenione (2,98) – jako jedyne w tym bloku – poniżej średniej dla krajów nastawionych na innowacje (o 8,7%). Do uwarunkowań rozwoju tej grupy zaliczono: występowanie inicjatyw wsparcia tej grupy, świadomość znaczenia firm wysokiego wzrostu w administracji publicznej, odpowiednio wysokie kompetencje osób zajmujących się wspieraniem przedsiębiorczości do wspierania firm wysokiego wzrostu, a także uwzględnienie potencjału firmy do szybkiego wzrostu jako kryterium wyboru przy selekcji beneficjentów w programach wsparcia oraz priorytetowe podejście do wspierania tych firm przez politykę przedsiębiorczości. Oceny w tych kategoriach były przeciętne – między 2,59 w kwestii kompetencji kadr a 3,34 w obszarze priorytetowego traktowania tej grupy firm w polityce przedsiębiorczości. Jednocześnie w czterech pierwszych obszarach były one niższe od średniej dla krajów innowacyjnych – między 10 a 13%, jedynie w zakresie priorytetowego potraktowania tej grupy firm w polityce przedsiębiorczości wynik dla Polski był prawie równy wartości tej średniej.

⁹ Dało nam to szóstą pozycję w zestawieniu krajów Europy objętych badaniem.

¹⁰ Siódme miejsce w zestawieniu krajów Europy objętych badaniem.

Tak wysoka ocena priorytetowego traktowania firm wysokiego wzrostu może być efektem mylnego do pewnego stopnia utożsamiania tej grupy przedsiębiorstw z firmami innowacyjnymi, które mogły korzystać ze wsparcia w ramach kończącej się perspektywy finansowej 2007-2013.

Przedsiębiorczość młodych (14-34 lata)

Tematem specjalnym w badaniu GEM w 2012 roku była przedsiębiorczość młodych, tj. osób w wieku od 14 do 34 lat. Grupę tę podzielono na dwie: młodzież (14-20 lat) i młodych ludzi (21-34 lata). W każdej z tych podgrup oceniano po osiem stwierdzeń, które następnie zostały zgrupowane w cztery oceny sumaryczne – po dwie w każdej grupie wiekowej.

Jeśli chodzi o **młodzież** przyglądano się, czy osoby w wieku 14-20 lat mają łatwy dostęp do edukacji, szkoleń z zakresu przedsiębiorczości, możliwości rozwoju mikrobiznesu oraz czy większość z nich zmuszona jest do zaangażowania się w przedsiębiorczość. Obie oceny oscylowały wokół 3 (wykres 8), obie też były wyższe niż średnia dla krajów innowacyjnych – odpowiednio o ok. 2 i 13%.

Pierwsza z kategorii sumarycznych (dostęp do edukacji, szkoleń z zakresu przedsiębiorczości oraz możliwości rozwoju mikrobiznesu) łączy w sobie trzy stwierdzenia. Dobry dostęp do edukacji na poziomie podstawowym i średnim to pierwsze z nich – eksperci byli tutaj zgodni, że tak właśnie się dzieje (4,17), co tylko pozornie daje powody do zadowolenia. Jak wskazano powyżej, jakość tej edukacji – rozumiana jako kształtowanie właściwych postaw przedsiębiorczych i dostarczanie wiedzy o gospodarce – została oceniona najgorzej ze wszystkich kategorii. Znacznie gorszą opinię (poniżej 3) eksperci wyrazili w stosunku do dwóch pozostałych stwierdzeń – o istnieniu wielu możliwości rozwijania mikrobiznesu dla młodzieży oraz o szkoleniach i wsparciu dla tej grupy w ramach programów publicznych (wyniki te były bliskie średniej dla krajów zorientowanych na innowacje).

Druga kategoria – angażowania się w przedsiębiorczość z konieczności – dotyczyła pięciu stwierdzeń. W ocenie ekspertów GEM młodzież raczej nie podejmuje działalności gospodarczej z konieczności (2,67), czy też z poczucia spełnienia oczekiwań rodziny o kontrybuowaniu do rodzinnego budżetu (2,66), nie jest też tak, że młodzież nie ma innego wyboru niż znalezienie pracy (2,83). Znacznie większa zgoda (odpowiednio 3,78 i 3,92) panowała co do tego, że młodzież mająca doświadczenia biznesowe szybciej zostanie przedsiębiorcą niż pracownikiem oraz że ci, którzy podejmują pracę na własny rachunek uczą się ją rozwijać przez własne doświadczenia i relacje. Wyniki większości tych kategorii były nieco powyżej średniej dla krajów innowacyjnych (od 2,5 do 11%). Jedynie w przypadku stwierdzenia mówiącego o tym, że młodzież o pewnym doświadczeniu biznesowym szybciej założy własną firmę niż stanie się pracownikiem najemnym, ocena dla Polski była wyższa od średniej dla krajów o gospodarkach zorientowanych na innowacje aż o 45,5%. Niewątpliwie jest to ważny wynik, pokazujący, że stworzenie instrumentów pozwalających na zdobycie doświadczenia biznesowego, z dużym prawdopodobieństwem przełoży się na wyższy poziom przedsiębiorczości w naszym kraju. Zważywszy na brak odpowiedniej podbudowy na etapie kształcenia podstawowego, element ten staje się kluczowy dla zapewnienia nie tylko odpowiedniej ilości, ale też jakości działających przedsiębiorstw.

Nieco lepsze oceny czynników warunkujących rozwój przedsiębiorczości młodych wystawione zostały stwierdzeniom odnoszącym się **do młodych osób** – czyli będących w wieku 21-34 lata. Tutaj z jednej strony oceniano stwierdzenia dotyczące dostępu do zewnętrznych źródeł finansowania oraz wsparcia (sumaryczna ocena 2,97), z drugiej natomiast – uwarunkowania krajowe traktowane jako bariera rozwoju przedsiębiorczości w tej grupie osób (3,39).

Zacznijmy od uwarunkowań krajowych. Według ekspertów biorących udział w badaniu NES młodzi ludzie uważają, że możliwości życia i pracy za granicą są bardziej atrakcyjne niż w Polsce (4,12). Oznacza to tak naprawdę, że warunki życia/pracy w naszym kraju są uważane za nienajlepsze¹¹, co może negatywnie wpływać na decyzje młodych osób o rozpoczęciu własnego biznesu. Z drugiej strony czynniki takie jak sytuacje konfliktowe nie stanowią poważnej bariery podczas zakładania i rozwijania firmy (2,81), również ograniczenia dotyczące młode osoby przy podejmowaniu działalności gospodarczej nie są znacznie większe niż te, których doświadczają osoby dorosłe (3,11). Lepiej, bo na 3,88 oceniono fakt otrzymywania przez młode osoby pomocy ze strony rodziny, bliskich krewnych lub przyjaciół na etapie zakładania własnej działalności gospodarczej. Na pewno w dużej mierze jest to efekt wciąż żywych wartości jakimi są rodzina i przyjaciele, po części jednak jest to także wynik braku pełnej gamy alternatyw, o czym poniżej.

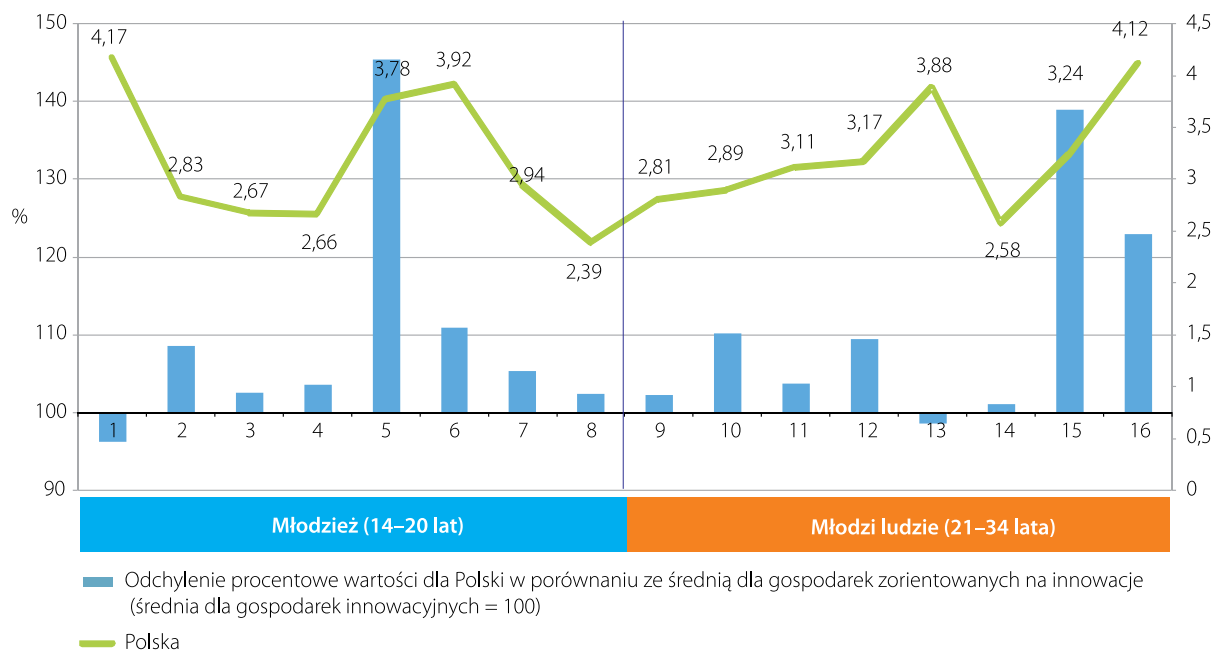
Ocena instrumentów wsparcia dla młodych osób pokazała, że najgorzej wypada sektor finansowy (banki, nieformalni inwestorzy, anioły biznesu itp.) – 2,58. Lepiej natomiast: system inkubatorów i możliwość korzystania z mikrokredytów. Czy młodzi ludzie istotnie angażują się w działania związane z przedsiębiorczością i prowadzeniem firmy? Ocena ekspertów w tym kryterium była niejednoznaczna i wyniosła 2,89.

W porównaniu ze średnią dla gospodarek nastawionych na innowacje, uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości młodych są całkiem przyzwoite. W 15 na 16 ocenianych stwierdzeń przekraczamy tę wartość – najbardziej jeśli chodzi o ścieżkę napływu do puli przedsiębiorców przez własne doświadczenia (o ponad 45%) oraz dostępność mikrokredytów (o prawie 40%).

¹¹ Niniejsze stwierdzenie oparte jest na odwróconej skali, czyli im wyższa wartość tym gorzej oceniono warunki dla rozwoju przedsiębiorczości.

Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości młodych w Polsce są lepsze od tych panujących w krajach o gospodarkach zorientowanych na innowacje. Jeśli chodzi o przedsiębiorczość kobiet, tu szczególnie niekorzystne warunki dotyczą opieki instytucjonalno-społecznej (w tym zakresie podjęto już pewne działania w 2011 r. proponując zmiany w zakresie opieki nad dziećmi do lat 3. Lepszych warunków wymaga natomiast rozwój przedsiębiorstw wysokiego wzrostu.

Wykres 8. Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości młodych: Polska a kraje o gospodarkach nastawionych na innowacje



Przedsiębiorczość młodzieży (wiek 14-20): **1** – Młodzież ma dobry dostęp do edukacji na poziomie podstawowym i średnim; **2** – Większość młodzieży nie ma innego wyboru niż znalezienie pracy; **3** – Młodzież podejmuje działalność gospodarczą z konieczności; **4** – Rodziny oczekują, że młodzież będzie kontrybuować do rodzinnych finansów; **5** – Bardziej prawdopodobne jest, że młodzież zaangażowana w działalność biznesową podejmie pracę na własny rachunek (samozatrudnienie) niż znajdzie zatrudnienie jako pracownik najemny; **6** – Młodzież podejmująca pracę w formie pracy na własny rachunek (samozatrudnienia) uczy się rozwijać działalność biznesową głównie poprzez własne doświadczenia i relacje; **7** – Istnieje wiele możliwości rozwijania „mikrobiznesu” dla młodzieży; **8** – Programy rządowe efektywnie szkolą i wspierają młodych przedsiębiorców. **Przedsiębiorczość młodych osób (wiek 21-34):** **9** – Sytuacje konfliktowe stanowią poważną barierę dla młodych ludzi podczas rozpoczynania i rozwijania działalności gospodarczej; **10** – Młodzi ludzie w dużym stopniu podejmują działania związane z przedsiębiorczością i prowadzeniem działalności gospodarczej; **11** – Młodzi ludzie muszą radzić sobie z większymi ograniczeniami przy podejmowaniu i prowadzeniu działalności gospodarczej niż osoby dorosłe; **12** – System inkubatorów przedsiębiorczości zapewnia odpowiednie wsparcie dla młodych ludzi; **13** – Większość młodych ludzi, którzy zostali przedsiębiorcami, podczas zakładania działalności gospodarczej otrzymała pomoc od rodziny, bliskich krewnych lub przyjaciół; **14** – Sektor finansowy (banki, nieformalni inwestorzy, anioły biznesu) zapewnia finansowanie inicjatyw biznesowych młodych ludzi; **15** – Młodzi ludzie mogą korzystać z mikrokredytów podczas uruchamiania i prowadzenia działalności gospodarczej; **16** – Młodzi ludzie uważają, że możliwości życia/pracy poza krajem są bardziej atrakcyjne niż w kraju¹².

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badania *Global Entrepreneurship Monitor – National Expert Survey 2012*.

4.2.5. Kultura i społeczeństwo

Ostatni z analizowanych bloków uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości dotyczy wizerunku przedsiębiorcy w społeczeństwie oraz norm kulturowo-społecznych. Eksperti zgodzili się co do tego, że obraz przedsiębiorcy w społeczeństwie jest przeciętny (ocena 3,33, nieznacznie niższa niż średnia dla krajów innowacyjnych). Wśród stwierdzeń składających się na tę kategorię warto przytoczyć to dotyczące powszechności opinii, że zostanie przedsiębiorcą to pożądana ścieżka kariery (wynik dla Polski 3,37 jest o ponad 14% lepszy od średniej dla krajów innowacyjnych).

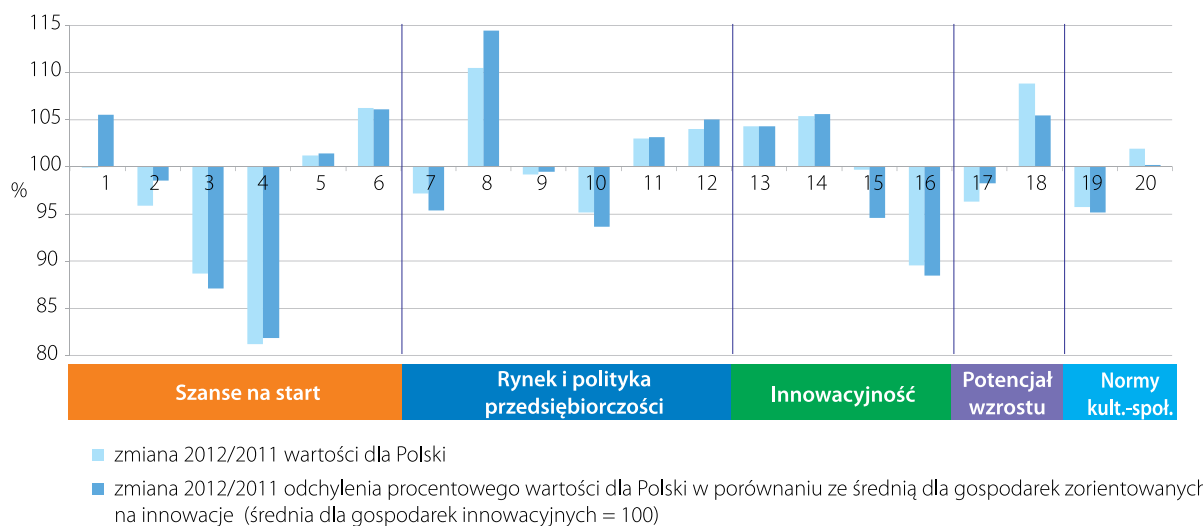
Ocena norm kulturowo-społecznych jako wspierających indywidualne sukcesy osiągnięte przez własne starania, kładących nacisk na samowystarczalność, niezależność i inicjatywę własną, sprzyjanie podejmowaniu ryzyka przez przedsiębiorców, zachęcanie do kreatywności i innowacyjności, a także podkreślanie odpowiedzialności osobistej w zarządzaniu własnym życiem – wypadła bardzo niekorzystnie (2,65, lecz wciąż tylko o niecałe 7% mniej niż średnia dla krów innowacyjnych). Poszczególne czynniki oceniono podobnie negatywnie – między 2,47 a 2,81. Wszystkie poza tym dotyczącym sprzyjania podejmowaniu ryzyka przez przedsiębiorców wypadły poniżej średniej dla krajów innowacyjnych – najgorzej (o 11,5%) oceniono nas w odniesieniu do norm kulturowych i społecznych jako czynnika sprzyjającego kreatywności i innowacyjności.

¹² Niniejsze stwierdzenie oparte jest na odwróconej skali, czyli im wyższa wartość tym gorzej oceniono warunki dla rozwoju przedsiębiorczości.

4.3. Zmiany względem poprzedniego roku

Prosty bilans zmian oceny uwarunkowań przedsiębiorczości przeprowadzonej w 2012 r. w porównaniu z poprzednim rokiem daje wynik równy zeru, jako że tyle samo kategorii zostało ocenionych lepiej co tych ocenionych gorzej w 2012 r. względem 2011 r. (10 do 10-ciu). Podobnie wygląda sytuacja poszczególnych bloków, w których spadki w jednych kategoriach wydają się być równoważone wzrostami w innych – jedynie w bloku opisującym szanse na start widać pogorszenie sytuacji, a w bloku – rynek i polityka przedsiębiorczości – poprawę (wykres 9).

Wykres 9. Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości w Polsce (w 2012 r. oraz zmiana wobec 2011 r.) – wyniki badania NES



Szanse na start: 1 – Percepcja możliwości otwarcia biznesu; 2 – Otwartość rynku – dynamika; 3 – Otwartość rynku – bariery wejścia i funkcjonowania; 4 – Edukacja – poziom podstawowy i średni; 5 – Edukacja i szkolenia – szkoły zawodowe, wyższe; 6 – Zdolności/wiedza do założenia firmy. **Rynek i polityka przedsiębiorczości:** 7 – Polityka rządu – priorytety i wsparcie; 8 – Polityka rządu – regulacje; 9 – Programy rządowe; 10 – Infrastruktura komercyjna i usługowa; 11 – Infrastruktura techniczna; 12 – Dostęp do finansowania. **Innowacyjność:** 13 – Zainteresowanie innowacjami – przedsiębiorcy; 14 – Zainteresowanie innowacjami – konsumenci; 15 – Badania i rozwój, transfer wiedzy; 16 – Prawo własności intelektualnej. **Potencjał wzrostu:** 17 – Wsparcie przedsiębiorczości kobiet; 18 – Wsparcie przedsiębiorstw wysokiego wzrostu. **Normy kulturowo-społeczne:** 19 – Normy kulturowe i społeczne; 20 – Społeczny wizerunek przedsiębiorcy.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badania *Global Entrepreneurship Monitor – National Expert Survey 2012 i National Expert Survey 2011*.

Przyjrzyjmy się teraz poszczególnym kategoriom. Największa zmiana in plus w porównaniu z wynikiem z 2011 r. dotyczyła polityki rządu w zakresie podatków i regulacji administracyjnych (wzrost o 10%). Kolejna (o 9%) – wspierania przedsiębiorstw o wysokim potencjale wzrostu. Następne kategorie, dla których odnotowano wzrost oceny to zainteresowanie innowacjami (zarówno po stronie przedsiębiorców jak i konsumentów) oraz dostęp do finansowania. Szczególnie cieszy zmiana wskaźnika dotycząca postawy przedsiębiorców i poprawa w dostępie do finansowania. W zmianach tych niewątpliwie widać efekty wdrażania programów rządowych, takich jak Krajowy Program Reform czy też coraz silniejszego ukierunkowania dostępnego wsparcia na wysoko rozwojowe innowacyjne projekty. Zwiększenie dostępu do finansowania to także rezultat poluzowania polityki kredytowej względem przedsiębiorstw przez sektor bankowy. Również w zakresie oceny zdolności i wiedzy potrzebnej do założenia firmy nastąpiła poprawa – o 6%.

W tych samych co powyżej kategoriach (plus postrzeganie możliwości otwarcia biznesu) odnotowano zmniejszenie dystansu dzielącego nas od krajów o gospodarkach nastawionych na innowacje. Największa zmiana in plus dotyczyła – podobnie jak w przypadku zmiany oceny dla Polski – polityki rządu w zakresie podatków i regulacji administracyjnych (14%). Pozostałe zmiany oscylowały wokół kilku procent.

W pozostałych (10-ciu) kategoriach nastąpiły spadki jeśli chodzi o wynik dla Polski, jak i dystans dzielący nas od krajów innowacyjnych. Największa zmiana in minus dotyczyła edukacji przedsiębiorczości na poziomie podstawowym i średnim (o ok. 18%), kolejne (o ok. 10-12%): bariery wejścia i funkcjonowania na rynku oraz bezpieczeństwa w zakresie praw własności intelektualnej. Spadek ocen dla Polski przy jednoczesnym pogłębieniu się dystansu dzielącego nas od krajów o gospodarkach nastawionych na innowacje uwidocznił się także w przypadku dostępu do infrastruktury komercyjnej i usługowej, kwestii transferu wiedzy (B+R) oraz technologii (szczególnie w odniesieniu do krajów innowacyjnych – o 5%), polityki rządu w zakresie przedsiębiorczości czy wsparcia przedsiębiorczości kobiet.

4.4. Podsumowanie

Stworzonego przez ekspertów obrazu uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce na pewno nie można zaliczyć do wymarzonych.

Spójrzmy na niego przez pryzmat osoby, która chce rozpocząć tzw. bycie na swoim i poszerzyć grono prawie 1,7 mln przedsiębiorców już obecnych na naszym rynku. Zostawmy na boku kwestie związane z kształtowaniem proprzedsiębiorczej postawy w pierwszych etapach nauki (bardzo niska ocena ekspertów), jako że nie mają one znaczenia dla osób planujących założyć działalność gospodarczą obecnie lub w najbliższym czasie. Według ekspertów, nasz bohater dysponuje niewystarczającą wiedzą i zdolnościami do założenia firmy, choć w porównaniu do jego odpowiednika z krajów o gospodarkach nastawionych na innowacje, ta wiedza i zdolności są wyżej cenione, co więcej – ich wartość wzrosła w porównaniu z poprzednim rokiem. Wchodząc na rynek, który wciąż stwarza wiele dobrych okazji do założenia biznesu, musi zdawać sobie sprawę z jego wysokiej zmienności. Wsparcie na jakie może liczyć to przede wszystkim możliwość uzyskania szybkiego, niedrogiego dostępu do infrastruktury technicznej (dróg, usług telekomunikacyjnych, innych mediów) oraz, choć w znacznie mniejszym stopniu, infrastruktury komercyjnej i usługowej, czyli partnerów do współpracy, usług prawnych i księgowych, a także bankowych.

Nasz przedsiębiorca powinien wiedzieć, że na rynku występuje duże zainteresowanie innowacjami ze strony konsumentów. Mógłby zatem rozważyć wybór takiej działalności lub takich projektów, dzięki którym osiągałby ponadprzeciętny wzrost, również jeśli chodzi o przyrost pracowników w firmie – jako że, zdaniem ekspertów, wsparcie firm wysokiego wzrostu stało się priorytetem w polityce przedsiębiorczości. Inne aspekty tej polityki i jej programy zostały dość nisko ocenione przez ekspertów, choć obszar związany z regulacjami (również podatkowymi) znacznie zyskał w tej ocenie w porównaniu do 2011 r.

Niezależnie od płci nasz przedsiębiorca ma równe szanse i zdolności do zostania przedsiębiorcą (jedynie w przypadku kobiet-przedsiębiorców barierą jest niewystarczająco rozwinięty system opieki społeczno-instytucjonalnej). Istnieje także możliwość, że opisany tutaj przedsiębiorca należy do grupy wiekowej między 14 a 34 lata. Wówczas czeka na niego wsparcie inkubatorów przedsiębiorczości czy też system mikrokredytów na uruchomienie działalności.

Niestety na naszego przedsiębiorcę czekają pewne trudności, w postaci niewystarczająco dobrze funkcjonującego prawa własności intelektualnej, tudzież gorszego w porównaniu do dużych firm dostępu do wiedzy i niezbyt dobrego przepływu wiedzy ze świata nauki do biznesu. Pewne trudności czekają go już na etapie wchodzenia na rynek, szczególnie w postaci barier bezprawnie stworzonych przez firmy już na nim działające.

Przedsiębiorcy, który stał się częścią tego obrazu, po trosze zaczyna sprzyjać nastawienie społeczeństwa, które choć nie jest zbyt optymistyczne, ale jest lepsze niż w poprzednim roku. Problemem pozostają normy kulturowo-społeczne, w których wciąż brakuje wartości działań wspierających rozwój przedsiębiorczości, takich jak zachęcanie do kreatywności i innowacyjności, podejmowanie ryzyka, inicjatywa własna czy odpowiedzialność osobista w zarządzaniu własnym życiem.

Zdecydowanie można powiedzieć, że obraz ten nie należy do skończonych. Szczególnie sporo jest do zrobienia w zakresie edukacji przedsiębiorczości na poziomie podstawowym i średnim, zniesienia ograniczeń tworzenia się i rozwoju przedsiębiorstw wynikających z regulacji czy decyzji administracyjnych oraz stworzenia warunków do rozwoju zaplecza komercyjno-usługowego, który wspierałby rozwój nowo powstałych przedsiębiorstw. Ważne jest także podjęcie działań, które zachęcą przedsiębiorców do podejmowania działalności innowacyjnej, także we współpracy ze sferą nauki. Zachętą byłoby też rozwijanie mechanizmów, które zapewniłyby lepszą ochronę praw własności intelektualnej.

5. Relacje biznesowe

5.1. Wstęp – dlaczego współpraca jest ważna, formy współpracy

„Współpraca – to się opłaca” brzmi tegoroczne hasło Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości. I chociaż brzmi ono z pozoru dość trywialnie, to tak naprawdę kryje w sobie skomplikowane pojęcia i zależności, nie zawsze jednoznaczne. Wszyscy też zdają się wiedzieć i potwierdzać, że warto współpracować, ale jak pokazują dane, które zostaną przedstawione w tym rozdziale, ta wiedza w różnym stopniu przekłada się na praktykę. Poniżej przedstawione zostaną czynniki determinujące stosunek polskich przedsiębiorców do współpracy oraz zaprezentowana zostanie analiza danych w tym zakresie uzyskanych w ramach projektu GEM.

Wróćmy do pytania dlaczego współpraca się opłaca, a szczególnie czy się opłaca przedsiębiorcom. Po pierwsze dzięki współpracy, uczestnictwie w różnych sieciach przedsiębiorcy zyskują szerszy dostęp do informacji. Wiele informacji przenoszonych jest drogą ustną i przekazywanych jest tylko osobom uważanym za zaufane. Współpraca pozwala również na dzielenie się dostępnymi zasobami, np. rodzina czy znajomi mogą udostępnić młodemu przedsiębiorcy swoje zasoby w postaci gotówki i wesprzeć jego początkujący biznes. Innym przykładem może być wspólne korzystanie z maszyn lub powierzchni biurowej przez kilka firm.

Oczywiście współpraca może przybrać bardziej i mniej sformalizowaną formę. Istnieją np. organizacje zrzeszające przedsiębiorców i świadczące im usługi networkingowe np. w formie klastrow. I choć sama organizacja, która weryfikuje referencje potencjalnych kandydatów na członków oraz harmonogram i program spotkań są mocno sformalizowane, jednak relacje jej członków, którzy podejmują ze sobą luźne rozmowy i przy okazji dzielą się wzajemnie doświadczeniami lub informacjami o potencjalnych zleceniach już nie. O typach sieci będzie jeszcze mowa poniżej.

Zatem temat współpracy jest bardzo szeroki. Na potrzeby poniższego rozdziału postanowiono na niego spojrzeć z dwóch punktów widzenia: kapitału społecznego oraz sieci czyli networkingu. Analizę danych zebranych w ramach badania GEM poprzedzono krótkim wprowadzeniem teoretycznym. Rozdział zamyka podsumowanie oraz wnioski z przeprowadzonych analiz.

Omawiane dane GEM pochodzą z dwóch źródeł. Pierwszym jest badanie populacji dorosłych (APS), a drugim badanie ekspertów z zakresu przedsiębiorczości (NES). W obu tych badaniach w edycji z 2012 roku zostały dołączone moduły dedykowane tematowi relacji biznesowych.

W niniejszym rozdziale, tak jak w przypadku opisu ogólnych danych zebranych w ramach badania APS, opisywane są dwie kategorie przedsiębiorców. Pierwsza kategoria obejmuje **dojrzałych przedsiębiorców**, czyli takich, których firma funkcjonuje na rynku min. 3,5 roku. Druga kategoria odpowiada wskaźnikowi TEA (*Total Early-stage Entrepreneurial Activity*) opisanemu w analizie danych APS (Rozdział 3). Do tej grupy zalicza się przedsiębiorców prowadzących firmy do 3,5 roku oraz preprzedsiębiorców (por. definicja str. 9). Na potrzeby tego rozdziału, aby analiza była łatwiejsza w odbiorze, grupę objętą wskaźnikiem TEA nazywamy **start-up'ami**.

5.2. Podstawy teoretyczne

Kapitał społeczny

Pojęcie kapitału społecznego charakteryzuje wielość definicji i trudność w pomiarze tego zjawiska¹³. Niniejszy rozdział nie zawiera wyczerpującego przeglądu literatury, a jedynie podejmuje próbę zobrazowania wielowymiarowości kapitału społecznego i jednocześnie tłumaczy pokrótce czym on w istocie jest.

Termin ten rozpowszechnił się w latach 80. za sprawą socjologa J. Colemana i politologa R. Putnama. Coleman¹⁴ wyróżnił trzy formy kapitału społecznego:

¹³ Choć są badania, które starają się zmierzyć kapitał społeczny np. Diagnoza Społeczna czy European Social Survey.

¹⁴ J. S. Coleman, „Social Capital in the Creation of Human Capital”, AJS vol. 94, University of Chicago 1988.

a. Zobowiązania i oczekiwania

B ma *zobowiązanie* wobec A, a A *oczekuje*, że B je wypełni. Zaufanie gwarantuje, że zobowiązanie zostanie spłacone. Jeżeli ktoś ma w swoim posiadaniu dużo zobowiązań, to wiąże się też z dużym zasobem władzy, ponieważ egzekwując te zobowiązania może zdecydowanie łatwiej realizować swoje cele. Oznacza to, że przy założeniu, że w społeczeństwie panuje wzajemne zaufanie, przedsiębiorca może aktywnie zarządzać swoim kapitałem społecznym poprzez gromadzenie/pozbywanie się zobowiązań.

b. Kanały informacyjne

Informacja jest bardzo ważna, szczególnie w działalności przedsiębiorstw, ponieważ zapewnia podstawę do działania. Jednak pozyskanie informacji jest kosztowne. Jedna osoba nie jest w stanie gromadzić wszystkich dostępnych informacji, zawsze następuje jakaś wybiórczość (np. jednych interesuje sytuacja na giełdzie, inni zajmują się nowymi trendami w modzie, czy zmianami politycznymi). Wymiana informacji między ludźmi pozwala na oszczędność czasu i pieniędzy.

c. Normy społeczne

Efektywna norma tworzy silną formę kapitału społecznego, np. efektywna norma penalizująca zbrodnie, pozwala na swobodne chodzenie po ulicy, a efektywna norma nakazująca terminowe spłacanie zobowiązań finansowych np. pod groźbą egzekucji komorniczej pozwala na swobodny obrót gospodarczy.

Normy mogą też nadmiernie ograniczać np. innowacyjność. Normy nie tylko ograniczają odchylenia od normy, które szkodzą innym, ale również takie które mogą przynosić korzyści. Przykładem może być przypadek badań na komórkach macierzystych. Norma zakazująca ich użycia (wynikająca z uwarunkowań etycznych i mająca chronić życie) ogranicza również możliwość tworzenia nowych innowacyjnych rozwiązań np. w dziedzinie medycyny.

Wspomniany na początku R. Putnam, kapitał społeczny rozumiał jako zjawisko kulturowe, które obejmuje obywatelskie nastawienie członków społeczeństwa, normy społeczne wspierające działania wspólne oraz zaufanie interpersonalne i zaufanie obywateli do instytucji publicznych¹⁵. W definicji Putnam'a pojawia się zatem instytucja publiczna jako ważny czynnik kształtujący wysoką jakość kapitału społecznego. Dowodził on również dużego gospodarczego znaczenia kapitału społecznego.

Kształtowanie i rozwój kapitału społecznego w zdecydowanie szybszym tempie niż dotychczas może przyczynić się znacząco do przyspieszenia rozwoju gospodarczego. Kapitał społeczny na różne sposoby może oddziaływać na rozwój.

Po pierwsze ma ogromny wpływ na działalność przedsiębiorstw. Przedsiębiorcom kapitał społeczny:

- „ułatwia sieciowanie, negocjacje,
- obniża koszty społeczne,
- skraca proces inwestycyjny (zmniejsza prawdopodobieństwo zaskarżenia kolejnych decyzji władz administracyjnych),
- zmniejsza korupcję,
- zwiększa rzetelność kontrahentów,
- sprzyja długoterminowym inwestycjom i dyfuzji wiedzy,
- zapobiega nadużywaniu dobra wspólnego
- i zwiększa solidarność międzygrupową¹⁶.

Dzięki temu funkcjonowanie firm staje się tańsze i bardziej wydajne.

Po drugie, niska innowacyjność w Polsce jest konsekwencją niedostatków kapitału społecznego, a jego deficyt staje się coraz poważniejszą barierą rozwojową. „Kluczowym uwarunkowaniem procesu upowszechniania, przyjmowania i wdrażania innowacji społecznych są takie atrybuty instytucji społecznych, które umożliwiają wprowadzanie zmian¹⁷.

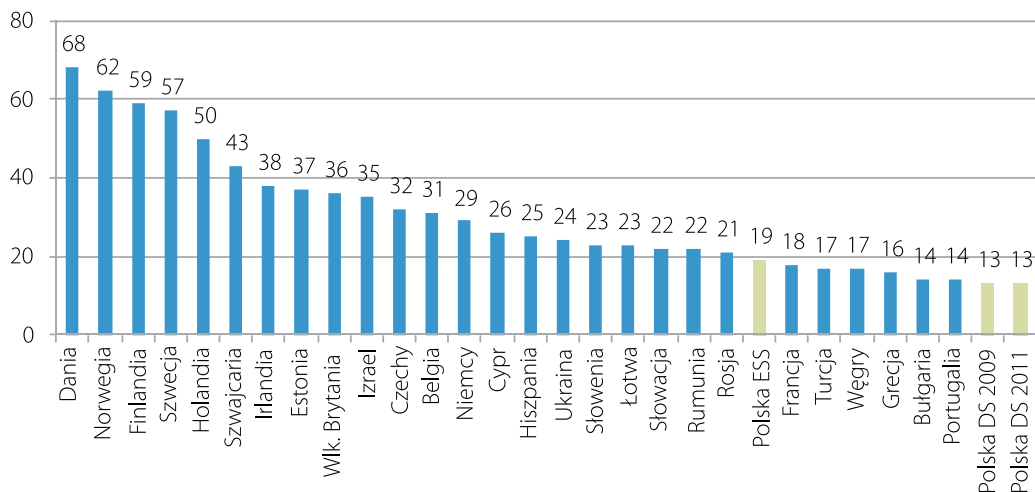
Polska pod względem ogólnego zaufania zajmuje jedno z ostatnich miejsc w Europie. W naszym kraju jedynie 19% ludności ufa innym ludziom i taki sam odsetek uważa, że ludzie najczęściej starają się być pomocni (dla porównania w Danii, która jest liderem w Europie pod względem zaufania społecznego odsetki te wynoszą odpowiednio 68% i 49%) (Wykres 10). Sytuacja ta nie zmieniła się istotnie na przestrzeni ostatnich lat. W 1993 roku 9% osób w Polsce ufało innym ludziom, w 2003 roku było to 10,5%, a w 2011 – 13,4%. Widać zatem, że rozwój kapitału społecznego w Polsce postępuje bardzo wolno. W tym tempie liderów dogonimy nawet nie za dekadę, ale za stulecie.

¹⁵ Czapiński J., Panek T. (red.) (2011), *Diagnoza społeczna 2011*. www.diagnoza.com [pobrano 09.05.2013], Warszawa, Rada Monitoringu Społecznego.

¹⁶ A. Giza-Poleszczuk, *Społeczna strategia Warszawy*.

¹⁷ A. Giza-Poleszczuk, R. Włoch, *Innowacje a społeczeństwo*, w: „Świt innowacyjnego społeczeństwa”, pod red.: P. Zadura-Lichota, PARP, Warszawa 2013.

Wykres 10. Odsetek osób w wieku 16 lat i więcej ufających innym ludziom



Źródło danych: dla wszystkich krajów włącznie z Polską ESS – European Social Survey 2008 (odsetek odpowiedzi 7-10 na skali: 0 – „ostrożności nigdy nie za wiele”, 10 – „większości ludzi można ufać”), dla Polski DS – Diagnoza Społeczna z lat 2009-2011 (odsetek odpowiedzi „większości ludzi można ufać” na skali: większość ludzi można ufać, ostrożności nigdy za wiele, trudno powiedzieć).

Źródło: Czapiński J., Panek T. (red.) (2011), *Diagnoza społeczna 2011*. www.diagnoza.com [pobrano 09.05.2013], Warszawa, Rada Monitoringu Społecznego.

Współpraca w społeczeństwie jest w dużej mierze wypadkową różnych form kapitału społecznego, w szczególności poziomu zaufania, przepływu informacji. PARP w 2010 roku przeprowadziła badanie mikroprzedsiębiorstw¹⁸. Na jego podstawie wiemy, że około połowy mikrofirm w ogóle nie podejmuje współpracy. Natomiast co czwarta firma współpracuje z innymi przedsiębiorcami. Podmioty podejmujące współpracę są raczej nastawione na kooperację, a nie na konkurencję. Najmniejsze firmy dostrzegają zatem, że dzięki współpracy mają szansę na poprawę swojej pozycji konkurencyjnej. Warto jednak podkreślić, że w niewielkim stopniu współpracują z innymi podmiotami np. ze sfery nauki czy z instytucjami publicznymi udzielającymi wsparcia przedsiębiorcom.

Teorie sieci

Współpracę przedsiębiorstw można również analizować z perspektywy teorii sieci. Wśród teoretyków i praktyków zarządzania istnieje zgoda, że sieci odgrywają ważną rolę w zakładaniu i prowadzeniu działalności gospodarczej. Istnieją dwa podejścia określające jak efektywna sieć powinna wyglądać.

Sieci można podzielić na dwie kategorie: sieci homogeniczne i heterogeniczne¹⁹. Czynnikiem charakteryzującym tę typologię jest siła relacji między uczestnikami sieci, która stanowi kombinację ilości czasu spędzonego wspólnie, intensywności emocjonalnej, intymności i wzajemności²⁰. Relacje zatem podzielić można na bliskie, które charakteryzuje duża intensywność (czasowa i emocjonalna) i intymność oraz słabe, które cechują się mniejszą intensywnością i intymnością. Siła relacji ma wpływ na naturę i wartość informacji przekazywanych w sieci.

Sieci heterogeniczne, to takie, gdzie różnice między członkami sieci są znaczne. W takich sieciach liczą się głównie słabe związki, które uważa się za bardziej efektywne niż bliskie relacje. Zapewnia to optymalny dostęp do cennych informacji rynkowych. Na takie sieci składają się różnorodni ludzie reprezentujący często odmienne postawy, wartości, zawody, doświadczenia, umiejętności itp²¹.

Homogeniczność stawia na gęste sieci, gdzie ważne zasoby stanowią: wsparcie emocjonalne, wrażliwe informacja rynkowe, dostęp do zasobów finansowych²². Zaufanie i wzajemne zaangażowanie zwiększają prawdopodobieństwo, że przedsiębiorca otrzyma niezbędne wsparcie emocjonalne. Przedsiębiorcy osadzeni w gęstych sieciach, darzący się większym zaufaniem, są bardziej skoryzy to zwiększania kolektywnej siły działania. Dla zachowania lub pozyskania zasobów gęsta sieć ma relatywną przewagę nad luźnymi relacjami²³.

Znając już te dwa rodzaje sieci warto zastanowić się jak przedsiębiorcy mogą optymalizować swoją sieć. I tu też mamy od czynienia z dwoma podejściami. W pierwszym podejściu posiadana przez przedsiębiorcę sieć jest spuścizną po przeszłości. Jest tworzona i utrzymywana przez wszystkie czynności życiowe. Taką siecią zatem nie da się zarządzać. Według drugiego podejścia sieć jest jedynie narzędziem zarządzania, możliwe jest sterowanie pozycją w sieci i relacjami z innymi członkami sieci²⁴.

¹⁸ P. Raźniewski, *Strategia niszy rynkowej, jako specyficzny element potencjału rozwojowego mikroprzedsiębiorstw*, PARP 2010.

¹⁹ S.L. Nielsen, K. Kleyver, M. R. Ewald, T. Bager, *Entrepreneurship in theory and practice*, Edward Elgar, 2012, s.139-144.

²⁰ M.S. Granovetter (1973), *The strength of weak ties*, American Journal of Sociology, 78, 1360-1380.

²¹ S.L. Nielsen, op.cit., s. 140.

²² J.S. Coleman, op.cit.; W.D. Bygrave, M. Hay, P.D. Reynolds, *Executive forum: A study of informal investing in 29 nations composing the Global Entrepreneurship Monitor*, 2003, Venture Capital, 5, s. 101-116.

²³ S.L. Nielsen, op.cit., s. 144.

²⁴ Ibidem.

Podsumowując, zarówno kapitał społeczny jak i sieci stanowią istotne wytłumaczenie, dlaczego współpraca przedsiębiorców jest ważna dla ich funkcjonowania na rynku. Według tych teorii główne zalety współpracy to: lepszy dostęp do informacji i nowych pomysłów, wsparcie m.in. emocjonalne i finansowe, ułatwienie codziennej działalności (np. w zakresie kontaktów z kontrahentami) dzięki funkcjonowaniu skutecznych norm i zaufaniu.

W dalszej części rozdziału zaprezentowane zostaną wyniki analiz przeprowadzonych na danych zebranych w ramach projektu GEM. Zostaną one następnie skonfrontowane z podstawami teoretycznymi przedstawionymi powyżej.

5.3. Dane APS

W roku 2012 do badań GEM został wprowadzony nowy temat – relacje biznesowe, którego celem jest zbadanie współpracy z innymi podmiotami gospodarczymi zarówno w sytuacji rozpoczynania działalności gospodarczej jak i prowadzenia firmy²⁵. Pytania zawarte w badaniach APS dotyczące relacji biznesowych koncentrują się na kilku aspektach współpracy:

1. produkcji dóbr i usług we współpracy z innymi podmiotami,
2. wspólnego zaopatrzenia i zakupów,
3. współpracy w sprzedaży produktów i usług obecnym klientom, w pozyskiwaniu nowych klientów oraz w tworzeniu nowych produktów i usług dla istniejących i nowych klientów,
4. współpracy w podnoszeniu efektywności.

5.3.1. Relacje biznesowe – porównanie międzynarodowe

Porównanie międzynarodowe posłuży pokazaniu sytuacji Polski na tle innych krajów. Jako benchmark wybrano kraje europejskie uczestniczące w projekcie GEM oraz trzy grupy krajów według podziału przyjętego w GEM: kraje zorientowane na czynniki produkcji, na efektywność oraz na innowacje.

Porównania krajów pod względem relacji biznesowych dokonano w trzech kategoriach:

- współpraca dojrzałych firm z innymi podmiotami w zakresie produkcji, zaopatrzenia i sprzedaży – czyli w zakresie bieżącej działalności (Tabela 12);
- współpraca dojrzałych firm w zakresie pozyskiwania nowych klientów, tworzenia nowych produktów i usług dla klientów istniejących i nowych oraz podnoszenia efektywności – działalność innowacyjna (Tabela 13)²⁶;
- współpraca przedsiębiorców zaliczonych do TEA – przedsiębiorców oraz nowych firm (Tabela 14).

Współpraca dojrzałych firm w zakresie bieżącej działalności

Tabela 12. Relacje biznesowe – działalność bieżąca: porównanie z wybranymi krajami (% przedsiębiorców)

Kraj	Współpraca w zakresie produkcji	Współpraca w zakresie zakupów	Współpraca w zakresie sprzedaży obecnym klientom
Kraje zorientowane na czynniki produkcji	20,8	29	21,8
Kraje zorientowane na efektywność	38,3	44,1	32,7
Kraje zorientowane na innowacje	50,4	41,2	39,1
Austria	57,7	37,7	45,8
Belgia	36,7	37,6	6,5
Bośnia i Hercegowina	33,3	39,2	28,7
Chorwacja	64,8	37,9	62,6
Dania	50,1	31,9	26,8
Estonia	74,9	56,5	55
Finlandia	69	51,2	44,3
Francja	50,8	57	30,8
Grecja	44,7	74,9	41

²⁵ W 2012 roku GEM daje możliwość porównania tematyki relacji biznesowych w 66 krajach. Spośród państw biorących udział w projekcie dane na temat relacji biznesowych nie są dostępne w przypadku Stanów Zjednoczonych, natomiast w przypadku Rosji brakuje danych w przypadku niektórych zmiennych.

²⁶ Te cztery kategorie wpisują się w ogólną definicję innowacji mówiącą, że każda zmiana/ nowość na poziomie firmy może być traktowana jako innowacja. Pozyskanie nowych klientów może wiązać się z innowacjami marketingowymi, tworzenie nowych klientów – z innowacjami produktowymi, a podnoszenie efektywności może być związane z innowacjami procesowymi lub produktowymi.

cd. tabeli 12

Kraj	Współpraca w zakresie produkcji	Współpraca w zakresie zakupów	Współpraca w zakresie sprzedaży obecnym klientom
Hiszpania	37,2	67,5	24,3
Holandia	50,1	25,1	33,4
Irlandia	43,7	35,1	46,7
Litwa	53,6	40,9	40,8
Łotwa	71,8	59,1	53
Macedonia	44,7	50,6	51,3
Niemcy	52,7	33	43,8
Norwegia	54	22,1	48,7
Polska	63,7	65,7	52,7
Portugalia	45,5	36,6	30,4
Rosja	50,5	36,4	21,1
Rumunia	54	67,7	41
Słowacja	69,5	66,5	47,5
Słowenia	57,5	49	46,1
Szwajcaria	55,2	34,4	39,2
Szwecja	61,2	30,9	49,7
Turcja	45,7	37,2	36,6
Węgry	64	46	39
Wielka Brytania	28,9	19,3	25,1
Włochy	53,2	39,8	45,9

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych *Global Entrepreneurship Monitor* 2012.

Wraz z rozwojem gospodarczym rośnie skłonność dojrzałych firm do współpracy. Relacja ta ma jednak różne nasilenie w zależności od typu współpracy. W przypadku współpracy w zakresie produkcji średnia dla krajów zorientowanych na czynniki produkcji wynosi 21%, dla krajów zorientowanych na efektywność 38%, natomiast dla krajów zorientowanych na innowacje 50%. Wzrost jest zatem stały i znaczący. Sytuacja nieco inaczej przedstawia się w przypadku współpracy w zakresie dokonywania zakupów, gdzie najwyższa średnia występuje dla krajów zorientowanych na efektywność (44%), a najniższa w przypadku krajów zorientowanych na czynniki produkcji (29%). W przypadku współpracy w zakresie sprzedaży obecnym klientom razem ze wzrostem rozwoju gospodarczego następuje wzrost odsetka współpracujących firm (odpowiednio 22%, 33% oraz 39%) (Wykres 11).

Wykres 11. Relacje biznesowe – działalność bieżąca: porównanie z wybranymi krajami (% przedsiębiorców)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych *Global Entrepreneurship Monitor* 2012.

Możliwym wytłumaczeniem wzrostu współpracy wraz z rozwojem gospodarczym jest większa dostępność odpowiednich partnerów biznesowych w gospodarkach wyżej rozwiniętych, a także wyższy poziom kapitału społecznego. W krajach zorientowanych na czynniki produkcji, po pierwsze, często nie ma potrzeby współpracy ze względu na prosty profil działalności, po drugie, mogą występować problemy ze znalezieniem odpowiednich podmiotów do współpracy. W krajach bardziej rozwiniętych prowadzona działalność gospodarcza jest często bardziej skomplikowana technologicznie, z czego wynika potrzeba współpracy, z drugiej zaś strony istnieje większa dostępność partnerów biznesowych o odpowiednich zasobach i doświadczeniu.

W zakresie współpracy w bieżącej działalności polscy przedsiębiorcy osiągają jeden z najwyższych wyników wśród analizowanych krajów. Prawie 64% dojrzałych firm podjęło współpracę w zakresie produkcji. Wyższe odsetki odnotowano tylko w Estonii (75%), na Łotwie (72%), na Słowacji (70%) oraz w Chorwacji (65%). Dla porównania w krajach zorientowanych na innowacje średnio 50% firm podejmowało taką współpracę. Najniższe wyniki odnotowano w Wielkiej Brytanii (29%) (Tabela 12).

W przypadku współpracy dojrzałych firm przy zakupach Polska wypadła jeszcze korzystniej. Prawie dwie trzecie firm podejmuje taką współpracę. Lepsze wyniki osiągnęła jedynie Grecja (75%), Rumunia (68%), Hiszpania (68%) oraz Słowacja (67%). W tej kategorii kraje zorientowane na innowacje średnio wypadły słabiej niż Polska (41%). Najniższe wyniki ponownie odnotowano w Wielkiej Brytanii (19%) (Tabela 12).

Współpraca w zakresie sprzedaży obecnym klientom jest już mniej popularna niż inne rodzaje współpracy wśród polskich dojrzałych firm. Taką współpracę podjęło prawie 53% dojrzałych firm, co i tak daje nam drugą pozycję wśród analizowanych państw europejskich (za Chorwacją – 63%) (Tabela 12).

Współpraca dojrzałych firm w zakresie działalności innowacyjnej

Tabela 13. Relacje biznesowe – działalność innowacyjna: porównanie z wybranymi krajami (% przedsiębiorców)

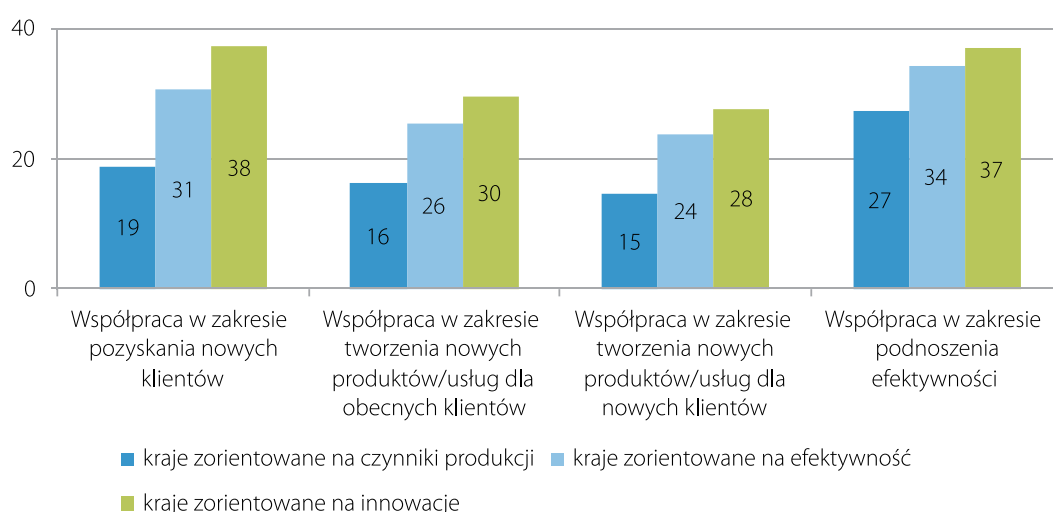
Kraj	Współpraca w zakresie pozyskania nowych klientów	Współpraca w zakresie tworzenia nowych produktów/usług dla obecnych klientów	Współpraca w zakresie tworzenia nowych produktów/usług dla nowych klientów	Współpraca w zakresie podnoszenia efektywności
Kraje zorientowane na czynniki produkcji	18,9	16,3	14,6	27,3
Kraje zorientowane na efektywność	30,7	25,6	23,9	34,4
Kraje zorientowane na innowacje	37,5	29,5	27,7	37,1
Austria	40,1	38,4	33,9	39,8
Belgia	12,8	11,4	5,3	19,7
Bośnia i Hercegowina	35	23,8	13,5	53,7
Chorwacja	51,3	39,5	36,8	59,8
Dania	35,2	24	18,3	27,2
Estonia	60,2	42	40,8	48,2
Finlandia	38,3	27,2	22,8	57,6
Francja	22,1	14,6	16,7	43,4
Grecja	36,9	33,3	29,4	38
Hiszpania	23,7	14,1	13,9	25,2
Holandia	32,3	30,7	26,7	32,5
Irlandia	43	27,8	29,7	46,1
Litwa	31,8	27,3	24,7	39,5
Łotwa	46,7	34,1	30,7	55,8
Macedonia	40,8	36,4	26	52,5
Niemcy	40,6	34,4	35,7	29,6
Norwegia	48,7	28,3	21,6	35,7
Polska	42,6	27,6	27,3	61,6
Portugalia	28,3	25,5	22,6	32,7
Rosja	33	b/d	b/d	b/d
Rumunia	35,1	23,4	26,5	48,8
Słowacja	40,9	37	26,8	52,7
Słowenia	41,4	41,7	40,3	28,6
Szwajcaria	33,6	28	25,8	38,7
Szwecja	47	31,5	40,9	27,7
Turcja	28,6	35,1	34,8	30,7
Węgry	39	31,4	28,8	41,3
Wielka Brytania	32,3	21,4	18,1	29,5
Włochy	52,6	33,9	37,7	53,3

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor 2012.

Współpraca w zakresie działań innowacyjnych wśród dojrzałych firm jest ogólnie niższa niż w przypadku współpracy w działalności bieżącej. Jest to zgodne z poglądem, że tworzenie nowych produktów i usług stanowi czynnik tworzący znaczącą wartość dla przedsiębiorstwa i będący istotnym obszarem konkurencji między przedsiębiorstwami. Dodatkowo działalność innowacyjna jest prowadzona jedynie przez część firm, zatem i taka współpraca mogłaby być podejmowana przez ich mniejszy odsetek.

W przypadku współpracy dojrzałych firm o charakterze innowacyjnym – podnoszenia efektywności, sprzedaży produktów i usług nowym klientom, tworzenia nowych produktów i usług dla obecnych i nowych klientów występuje silna zależność między poziomem współpracy a stopniem rozwoju gospodarczego (Wykres 12). W przypadku współpracy w zakresie pozyskiwania nowych klientów, kraje zorientowane na czynniki produkcji mają wynik na poziomie 19% dojrzałych firm, które podejmują taką współpracę, w krajach nastawionych na efektywność i innowacje wyniki wynoszą odpowiednio 31% i 38%. Współpraca w zakresie tworzenia nowych produktów/usług dla obecnych klientów we wszystkich trzech grupach jest mniej popularna (odpowiednio 16%, 26% oraz 30%). Jeszcze mniej popularna jest współpraca w zakresie tworzenia nowych produktów/usług dla nowych klientów (odpowiednio 15%, 24%, 28%). Lepiej wygląda za to współpraca w zakresie podnoszenia efektywności (wyniki odpowiednio 27%, 34% i 37%).

Wykres 12. Porównanie krajów pod względem relacji biznesowych (dojrzałe firmy – współpraca w sprzedaży i rozwoju produktów i usług) (%)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych *Global Entrepreneurship Monitor* 2012.

W przypadku działalności innowacyjnej poziom współpracy dojrzałych firm w Polsce nie wygląda już tak pozytywnie, szczególnie na tle innych państw. W zakresie współpracy przy pozyskiwaniu nowych klientów aktywnych jest ok. 43% dojrzałych firm w Polsce, co daje nam 8. pozycję wśród badanych krajów europejskich. Jest to jednak wynik o 4 p.p. wyższy niż średnia dla krajów zorientowanych na innowacje. Liderzy to: Estonia (60%), Włochy (53%) i Chorwacja (51%).

Jedynie niecałe 28% dojrzałych firm w Polsce podejmuje współpracę w zakresie tworzenia nowych produktów/usług dla obecnych klientów, co daje nam dopiero 18. pozycję wśród analizowanych krajów i jest to wynik o 2 p.p. niższy niż średnia dla krajów zorientowanych na innowacje. Liderzy w tym zakresie to ponownie Estonia i Słowenia (po ok. 42%).

Kolejny analizowany obszar współpracy odnoszący się do innowacyjności dotyczy tworzenia nowych produktów/usług dla nowych klientów. W tym zakresie osiągnęliśmy 13. pozycję z wynikiem 27%, który jest mniej więcej na poziomie średniej dla krajów zorientowanych na innowacje. Liderami w tej dziedzinie są ponownie Estonia i Słowenia oraz Szwecja (po ok. 41%).

Odmienne wygląda współpraca firm w zakresie podnoszenia efektywności. Aż 62% polskich dojrzałych firm podejmuje współpracę w tym obszarze, co daje nam pozycję lidera wśród badanych krajów europejskich i wynik o 25 p.p. wyższy niż średnia dla krajów zorientowanych na innowacje.

We wszystkich czterech obszarach związanych z działaniami innowacyjnymi najłabsze wyniki osiągnęła Belgia.

Warto jednak zauważyć, że w Polsce jedynie 28% firm prowadzi działalność innowacyjną²⁷, a liderem są Niemcy z wynikiem 79%. Nie ma jednak istotnej zależności między liczbą firm innowacyjnych w danym kraju a poziomem współpracy w zakresie opisanym powyżej.

²⁷ Nieć M., *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w Polsce na tle krajów Europy*, w: „Świt innowacyjnego społeczeństwa”, pod red.: P. Zadurka-Lichota, PARP, Warszawa 2013, s. 117.

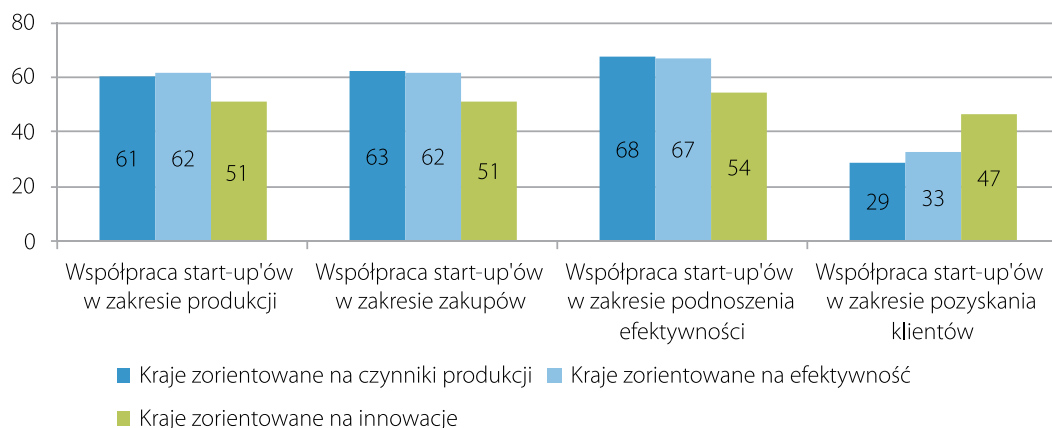
Tabela 14. Porównanie krajów pod względem relacji biznesowych (preprzedsiębiorcy i nowe firmy)

Kraj	Współpraca start-up'ów w zakresie produkcji	Współpraca start-up'ów w zakresie zakupów	Współpraca start-up'ów w zakresie podnoszenia efektywności	Współpraca start-up'ów w zakresie pozyskania klientów
Kraje zorientowane na czynniki produkcji	60,5	62,5	67,8	29,1
Kraje zorientowane na efektywność	61,5	61,8	67,3	32,5
Kraje zorientowane na innowacje	51	51,2	54,4	46,8
Austria	52,4	56,3	58,3	51
Belgia	54,9	58,1	59,6	26,5
Bośnia i Hercegowina	65	63,9	74,7	36,2
Chorwacja	76,6	79,9	81,8	70,5
Dania	60,3	60,1	58,3	42,1
Estonia	65,3	68,6	71,1	72,2
Finlandia	43,3	43,7	43,1	77,5
Francja	59,9	54,5	56,4	43,4
Grecja	35,7	29	35	42,2
Hiszpania	39,8	36,9	44,2	41,1
Holandia	53,3	42,1	57,1	45,5
Irlandia	33,7	36,1	40,9	44,8
Litwa	39,3	42,3	43,1	33,9
Łotwa	60,6	54,7	65,9	39,6
Macedonia	50,4	50	48,5	36,6
Niemcy	52,2	51,9	54,6	58,5
Norwegia	47,9	59,2	45,8	45,3
Polska	57,2	62,5	64	45,5
Portugalia	59,3	53,4	65,4	50,2
Rosja	64,3	67,1	100	26,1
Rumunia	69,7	70,1	75,8	51,1
Słowacja	58,1	59,5	65,2	54,1
Słowenia	50,4	49	62,5	40,8
Szwajcaria	38,6	37,4	43,7	45,9
Szwecja	48,2	56,8	62,3	57,8
Turcja	60,4	56,5	64,7	40,3
Węgry	50,4	56,8	58,5	49,8
Wielka Brytania	67	70,6	68,6	39,1
Włochy	56,6	49,9	58,1	41,1

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor 2012.

Średni poziom współpracy młodych firm w przypadku krajów zorientowanych na czynniki produkcji i na efektywność jest bardzo podobny. Różnice dla poszczególnych rodzajów współpracy wynoszą ok. 1 p.p. Wyjątkiem jest współpraca w zakresie pozyskiwania klientów, gdzie różnica wyniosła ok. 4 p.p. Poza ostatnią kategorią poziom współpracy start-up'ów spada w przypadku krajów zorientowanych na innowacje o ok. 10-14 p.p. (Wykres 13).

Wykres 13. Porównanie krajów pod względem relacji biznesowych (preprzedsiębiorcy i młode firmy) (%)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor 2012.

Współpraca start-up-ów w Polsce jest na zbliżonym poziomie co firm dojrzałych. W zakresie produkcji współpracuje 57% młodych firm (63% firm dojrzałych). Jest to jednak dopiero trzynasty wynik wśród analizowanych krajów, lecz jednocześnie lepszy od średniej dla krajów zorientowanych na innowacje o 6 p.p. (w przypadku dojrzałych firm różnica wyniosła ok. 13 p.p.). Liderami są: Chorwacja (77%), Estonia (65%) oraz Bośnia i Hercegowina (65%).

Przy zakupach współpracuje ok. 63% polskich start-up-ów (66% dojrzałych firm). Daje nam to siódmą pozycję wśród analizowanych krajów oraz wynik o 11 p.p. wyższy niż średnia dla krajów zorientowanych na innowacje (dla firm dojrzałych różnica wyniosła prawie 25 p.p.). Liderzy to Chorwacja (80%), Rumunia (70%) i Wielka Brytania (%).

W zakresie podnoszenia efektywności współpracuje w Polsce 64% start-up-ów (62% dojrzałych firm), co daje nam jedenastą pozycję wśród analizowanych krajów. Jest to wynik o ok. 10 p.p. wyższy niż średnia dla krajów zorientowanych na innowacje (25 p.p. dla firm dojrzałych). Liderami są Chorwacja (82%), Bośnia i Hercegowina (75%) oraz Estonia (71%)²⁸.

W zakresie pozyskiwania klientów współpracuje 46% start-up-ów w Polsce. Jest to dwunasty wynik wśród analizowanych krajów oraz o ok. 1 p.p. niższy niż średnia dla krajów zorientowanych na innowacje. Liderami są Finlandia (78%), Estonia (72%) oraz Chorwacja (71%).

Najniższe wyniki w pierwszych trzech kategoriach osiągnęły: Grecja i Irlandia, a w zakresie pozyskiwania klientów Belgia i Rosja.

5.3.2. Zależności między relacjami biznesowymi a innymi zmiennymi na poziomie krajowym

Interesujące wyniki przynosi zbadanie zależności między zmiennymi dotyczącymi relacji biznesowych a pozostałymi zmiennymi dostępnymi w modelu GEM. Posłużyć temu może analiza korelacji (Tabela 15). Należy jednak wziąć pod uwagę jej ograniczenia. Analiza korelacji Pearsona została przeprowadzona na dostępnym zbiorze danych, liczba krajów poddanych analizie wynosi 66, a w niektórych przypadkach 65 (nie wszystkie dane dostępne są dla Rosji). Ponadto ze względu na powszechność zależności pod uwagę wzięto jedynie te, które są istotne na poziomie $p < 0,01$.

Tabela 15. Tablica korelacji między zmiennymi dotyczącymi relacji biznesowych a wybranymi zmiennymi modelu GEM

		Współpraca dojrzałych firm – % firm współpracujących z innymi podmiotami w zakresie:							Współpraca start-up-ów – % firm współpracujących z innymi podmiotami w zakresie:			
		produkcji	zakupów	sprzedaży obecnym klientom	pozyskania nowych klientów	tworzenia nowych produktów/usług dla obecnych klientów	tworzenia nowych produktów/usług dla nowych klientów	podnoszenia efektywności	produkcji	zakupów	podnoszenia efektywności	pozyskania klientów
Poziom przedsię- biorczości	% zaangażowanych w start-up	-,565**	-,248*	-,328**	-,315**	-,308*	-,271*	-,184	,399**	,421**	,420**	-,338**
	% posiadających dojrzałą firmę	-,560**	-,505**	-,368**	-,418**	-,404**	-,384**	-,277*	-,237	-,191	-,168	-,377**
Orientacja ekspor- towa	% TEA o silnej orientacji eksportowej	-,010	-,083	,171	,211	,119	,177	,226	,398**	,403**	,444**	,140
	% dojrzałych firm o silnej orientacji eksportowej	,238	-,028	,398**	,378**	,254*	,229	,422**	-,186	-,170	-,089	,267*
Rozwój	TEA – deklaracja stworzenia ponad 19 miejsc pracy w 5 lat	-,123	,003	-,017	-,016	,008	,033	,026	,436**	,390**	,377**	,093
Wykorzystanie nowych tech- nologii	% TEA aktywnych w sektorach technologicznych	,617**	,285*	,472**	,502**	,416**	,451**	,304*	-,212	-,237	-,256*	,537**
	% dojrzałych firm aktywnych w sektorach technologicznych	,524**	,132	,428**	,441**	,347**	,401**	,191	-,175	-,127	-,221	,531**

* – korelacja jest istotna na poziomie 0,05

** – korelacja jest istotna na poziomie 0,01

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych *Global Entrepreneurship Monitor* 2012.

²⁸ Rosja uzyskała wynik 100%, jednak wartość ta jest zastanawiająca i może wiązać się z niską liczebnością firm w tej kategorii.

Poziom przedsiębiorczości kraju

Analizę rozpoczniemy od przyjrzenia się zależnościom między relacjami biznesowymi a poziomem zaangażowania w rozpoczęcie działalności biznesowej. W krajach, gdzie więcej ludzi decyduje się na założenie nowej firmy, zarówno start-up'y jak i dojrzałe firmy współpracują częściej. Można zatem stwierdzić, że powstawanie nowych firm może być swojego rodzaju katalizatorem współpracy w gospodarce. Jednak stwierdzenie definitywne takiego zjawiska wymagałoby dalszych badań i analizy. Można takiej samej zależności oczekiwać w przypadku dojrzałych firm. Jest jednak odwrotnie – w krajach, gdzie większy odsetek obywateli jest właścicielami dojrzałych firm niższa jest ich skłonność do współpracy w prawie wszystkich jej formach.

Orientacja eksportowa

Ciekawe zależności zachodzą między odsetkiem firm (zarówno tych zaliczanych do TEA jak i firm dojrzałych) o silnej orientacji eksportowej (deklarujących, że ponad 50% klientów pochodzi spoza kraju) a skłonnością do współpracy. W przypadku start-up'ów orientacja eksportowa jest silnie powiązana ze współpracą w zakresie produkcji, zakupów oraz podnoszenia efektywności. Również wyższy odsetek eksporterów wśród firm dojrzałych ma związek z wyższą współpracą tych firm w zakresie sprzedaży obecnym i nowym klientom oraz przy podnoszeniu efektywności.

Oczekiwany wzrost

Współpraca start-up'ów jest w dużym stopniu powiązana z deklaracją tworzenia miejsc pracy w tych firmach – w krajach, gdzie większa liczba przedsiębiorców deklaruje, że stworzy co najmniej 20 miejsc pracy w ciągu 5 lat również większa liczba start-up'ów jest skłonna do współpracy. Zatem przedsiębiorcy, którzy mają ambicję by szybko się rozwijać, mają jednocześnie świadomość, że nie jest to możliwe bez współpracy.

Wykorzystanie nowych technologii

W krajach, gdzie większa liczba dojrzałych firm działa w branżach technologicznych, firmy te są również bardziej skłonne do współpracy. Zależność taka nie zachodzi jednak w przypadku start-up'ów, poza współpracą w pozyskiwaniu klientów.

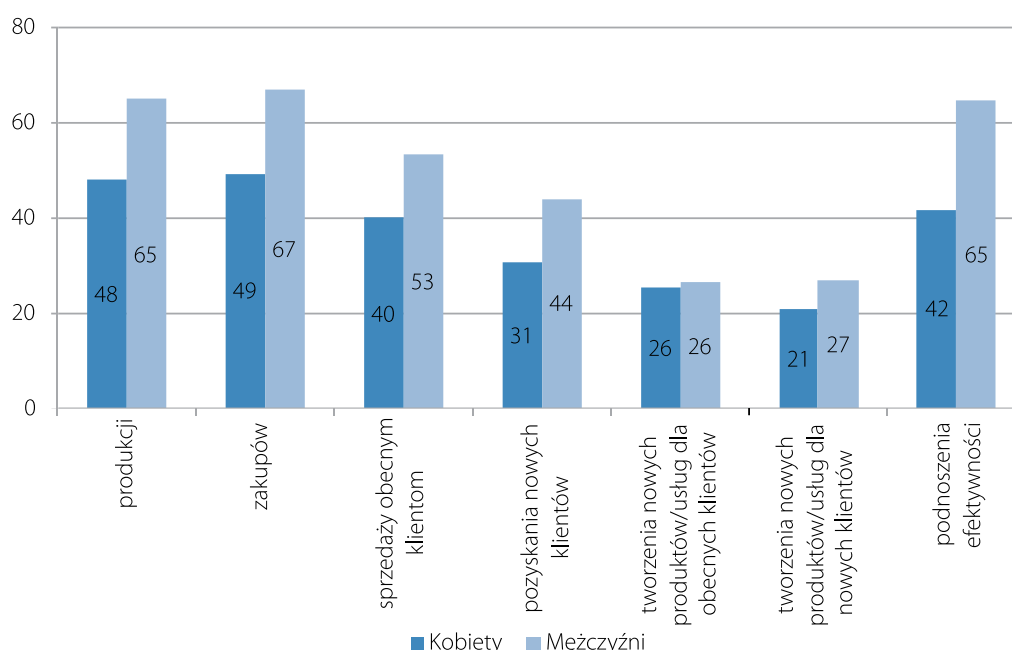
5.3.3. Relacje biznesowe dojrzałych firm w Polsce

Wartość analizy są również profile relacji biznesowych dojrzałych firm w zależności od różnych charakterystyk właścicieli i przedsiębiorstw, takich jak płeć, wiek, orientacja eksportowa, innowacyjność, wykorzystanie nowych technologii, sektor działalności i inne.

Płeć

Pierwszym analizowanym kryterium jest płeć. W badanej grupie właścicieli dojrzałych firm było 45 kobiet i 114 mężczyzn, co po uwzględnieniu wag daje 28% kobiet i 72% mężczyzn.

Wykres 14. Zależność między współpracą dojrzałych firm a płcią właściciela – % firm współpracujących z innymi podmiotami w zakresie:



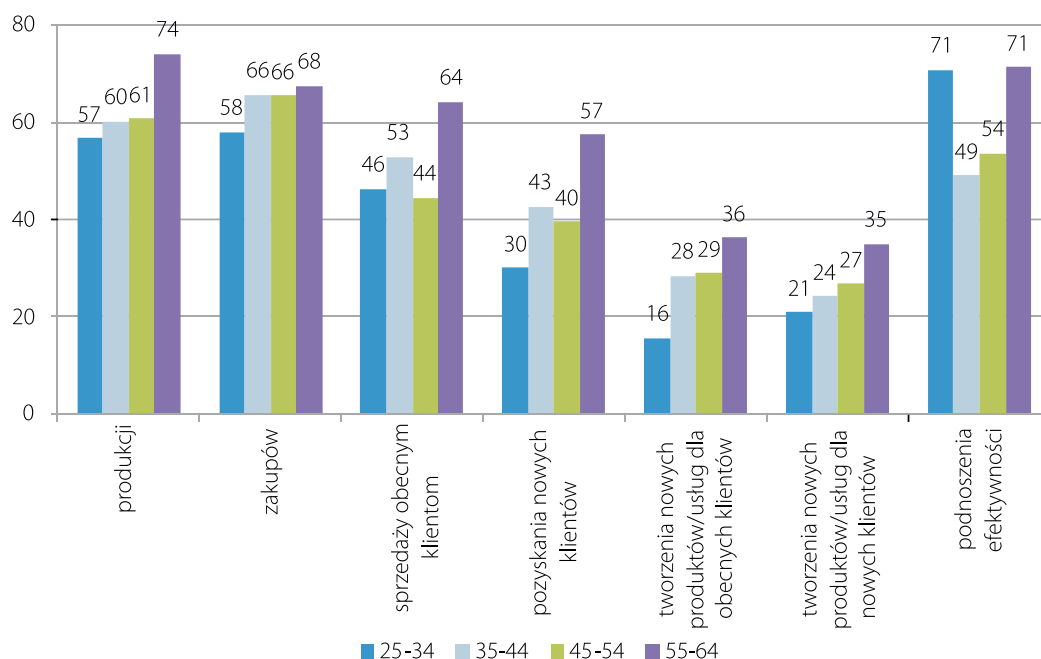
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor 2012.

Z analizy wynika, że mężczyźni jako właściciele dojrzałych firm są bardziej skłonni do współpracy z innymi podmiotami niż kobiety. Różnica na korzyść mężczyzn wynosi w większości przypadków od 7 do 18 p.p., z wyjątkiem współpracy w zakresie tworzenia produktów lub usług dla obecnych klientów, gdzie nie ma istotnych różnic między współpracą kobiet i mężczyzn oraz współpracy z innymi podmiotami w zakresie podnoszenia efektywności, gdzie różnica we współpracy wynosi aż 23 p.p. (Wykres 14).

Wiek

W zakresie przedziałów wiekowych w badanej grupie właścicieli – menedżerów dojrzałych firm było 7 osób w wieku 18-24 lata, 31 osób w wieku 25-34 lata, 55 osób w wieku 35-44 lata, 37 osób w wieku 45-54 lata oraz 29 osób w wieku 55-64 lata, co daje z uwzględnieniem wag odpowiednio 4,5%, 26,1%, 31,8%, 21,4% oraz 16,2%. Ze względu na małą liczebność najniższej grupy wiekowej usunięto ją z dalszych analiz (Wykres 15).

Wykres 15. Zależność między współpracą dojrzałych firm a wiekiem właściciela – % firm współpracujących z innymi podmiotami w zakresie:



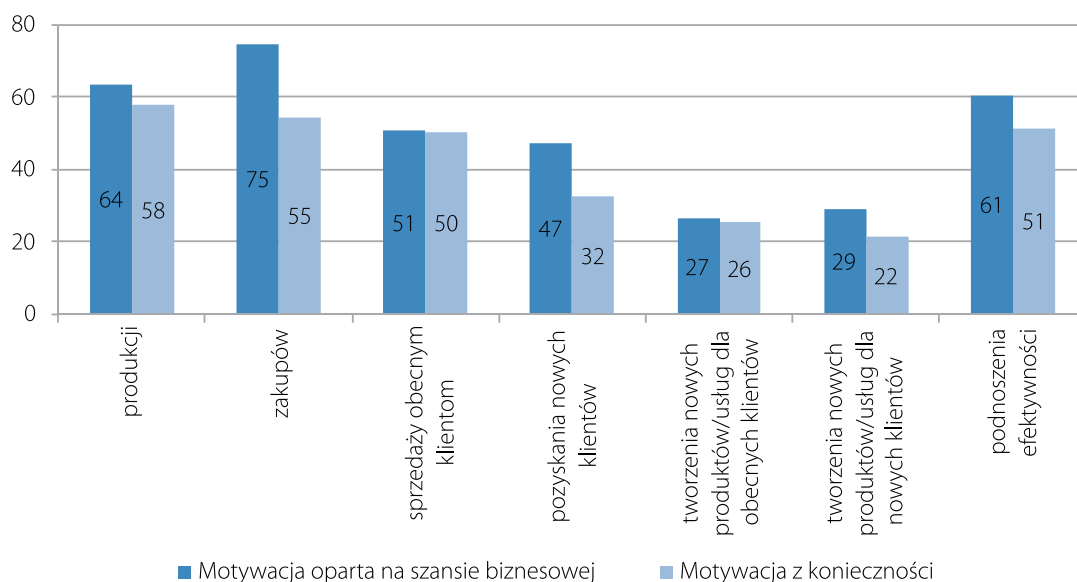
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor 2012.

Wraz ze wzrostem wieku właściciela – menedżera rośnie skłonność do współpracy. Dla większości form współpracy można jednak zaobserwować interesującą zależność – poziom współpracy rośnie przy przejściu z grupy wiekowej 25-34 do grupy 35-44, a następnie przy przejściu do następnej grupy stabilizuje się, albo nawet spada (na przykład w przypadku współpracy w zakresie sprzedaży i pozyskiwania klientów), by następnie znowu wzrosnąć przy przejściu do najstarszej grupy wiekowej. Osobnym przypadkiem jest współpraca w zakresie podnoszenia efektywności, gdzie najwyższy poziom zanotowano dla grup najmłodszej i najstarszej (po ok. 71%), a niższy dla średnich grup wiekowych (49% i 54%).

Motywację właściciela

Wśród badanych właścicieli dojrzałych firm 60 (37% przy uwzględnieniu wag) założyło swoją działalność w oparciu o czystą motywację związaną z dostrzeżeniem i chęcią wykorzystania szansy biznesowej, a 72 (49%) założyło biznes z konieczności (Wykres 16).

Wykres 16. Zależność między współpracą dojrzałych firm a motywacją do założenia firmy – % przedsiębiorstw współpracujących z innymi podmiotami w zakresie:



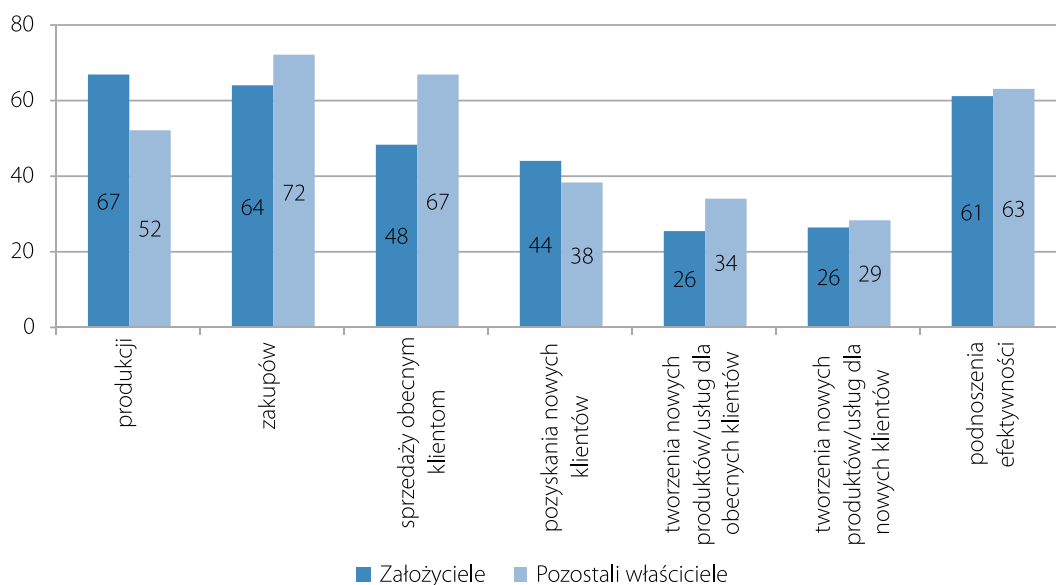
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor 2012.

W większości przypadków występują różnice w natężeniu współpracy między firmami założonymi z myślą o wykorzystaniu szansy biznesowej a tymi, które założone zostały z konieczności. Te pierwsze częściej współpracują z innymi podmiotami, w szczególności w zakresie wspólnych zakupów (75%-55%) oraz w zakresie pozyskiwania nowych klientów (47%-32%). W pozostałych przypadkach różnice są mniejsze, albo nie ma ich wcale (współpraca w zakresie sprzedaży obecnym klientom zarówno obecnych jak i nowych produktów i usług) (Wykres 16).

Skład zarządu

W grupie właścicieli-menedżerów dojrzałych firm istnieje grupa ludzi, którzy nie byli założycielami tych firm, a stali się nimi na późniejszym etapie działalności. Osób takich jest 36 (22% przy uwzględnieniu wag), podczas gdy założycieli jest 114 (73%) (Wykres 17).

Wykres 17. Zależność między współpracą dojrzałych firm a udziałem w założeniu firmy – % firm współpracujących z innymi podmiotami w zakresie:



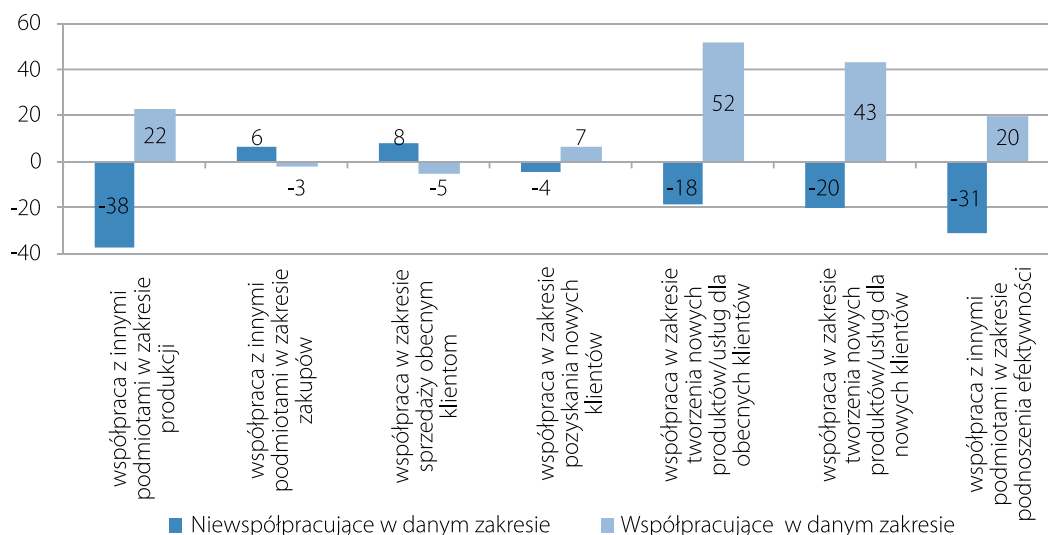
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor 2012.

Założyciele firm tylko w dwóch przypadkach chętniej współpracują z innymi podmiotami. Dotyczy to przede wszystkim współpracy w zakresie produkcji, a w mniejszym stopniu w zakresie pozyskiwania nowych klientów. W pozostałych przypadkach zachodzi relacja odwrotna – osoby, które stały się właścicielami firmy w późniejszym etapie jej działalności są bardziej skłonne do współpracy. Dotyczy to szczególnie współpracy w zakresie zakupów, sprzedaży i tworzenia nowych produktów i usług dla obecnych klientów.

Oczekiwany wzrost

W GEM miarą oczekiwań wzrostu firmy jest deklaracja tworzenia nowych miejsc pracy w ciągu najbliższych 5 lat, istnieje zatem możliwość analizy zależności między deklarowanym wzrostem a współpracą z innymi podmiotami (Wykres 18).

Wykres 18. Średnie oczekiwania zwiększenia liczby miejsc pracy firm współpracujących i niewspółpracujących z innymi podmiotami – % przedsiębiorstw



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor 2012.

Oczekiwania wzrostu firmy w znaczącym stopniu powiązane są ze współpracą z innymi podmiotami. W większości przypadków właściciele firm, które współpracują z innymi oczekują, że stworzą znacznie więcej miejsc pracy niż ci, którzy współpracy nie podejmują. Jest to szczególnie widoczne we współpracy w zakresie działalności innowacyjnej. Na przykład firmy współpracujące w zakresie podnoszenia efektywności oczekują, że liczba miejsc pracy wzrośnie średnio o 20%, podczas gdy firmy, które tej współpracy nie podejmują deklarują, że liczba miejsc pracy spadnie średnio o 31%. Podobnie duże różnice występują w przypadku współpracy w zakresie tworzenia nowych produktów lub usług dla nowych i potencjalnych klientów, a także dla współpracy z innymi podmiotami w zakresie produkcji. Wyniki te należy analizować z jednym zastrzeżeniem. Właściciele niektórych firm w momencie przeprowadzania badania zakładali, że za 5 lat ich firma nie będzie istnieć, czyli nie będzie zatrudniać pracowników (deklarowali więc spadek na poziomie 100%), co wpływa w pewnym stopniu na ogólny wynik. Firmy te rzadko podejmują współpracę z innymi podmiotami (Wykres 18).

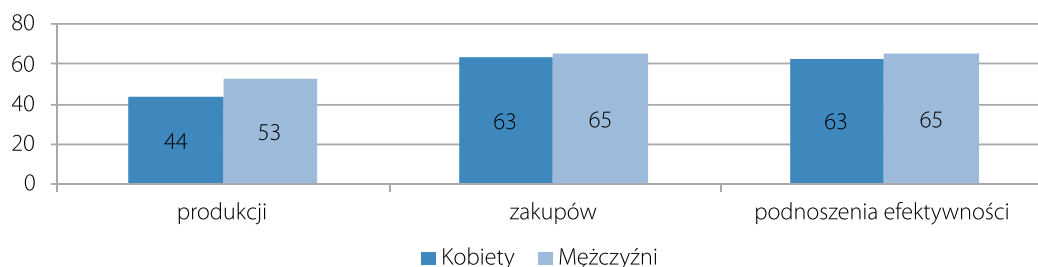
5.3.4. Relacje biznesowe start-up'ów w Polsce

Ze względu na niskie liczebności poszczególnych grup zdecydowano, że preprzesiębiorcy i nowe firmy będą analizowane wspólnie. Pod uwagę wzięto trzy formy współpracy: współpracę w zakresie produkcji, współpracę w zakresie zakupów oraz współpracę w zakresie podnoszenia efektywności.

Płeć

W badanej grupie było 59 kobiet i 114 mężczyzn (34% i 67% po uwzględnieniu wag).

Wykres 19. Zależność między współpracą start-up'ów a płcią właściciela – % start-up'ów współpracujących w zakresie:



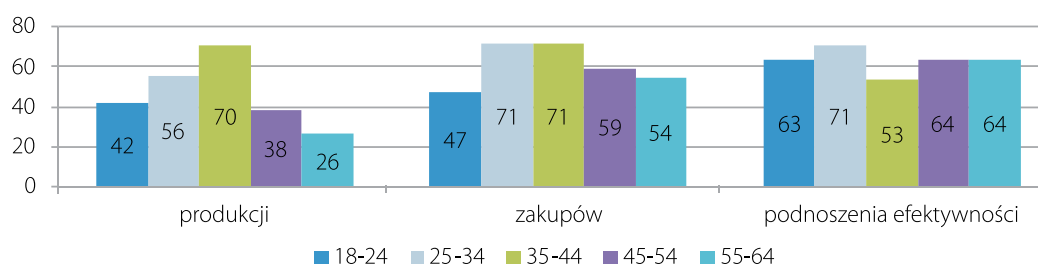
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych *Global Entrepreneurship Monitor* 2012.

We wszystkich przypadkach bardziej skłonni do współpracy z innymi podmiotami są mężczyźni. Różnica ta jest największa w przypadku współpracy w zakresie produkcji, dla pozostałych form współpracy jest nieznaczna (Wykres 19).

Wiek

W badanej grupie było 26 osób w wieku 18-24 lat (11% po uwzględnieniu wag), 67 osób w wieku 25-34 lat (41%), 33 osoby w wieku 35-44 lat (19%), 27 osób w wieku 45-54 lat (15%) i 20 osób w wieku 55-64 lat (14%).

Wykres 20. Zależność między współpracą start-up'ów a wiekiem właściciela – % start-up'ów współpracujących w zakresie:



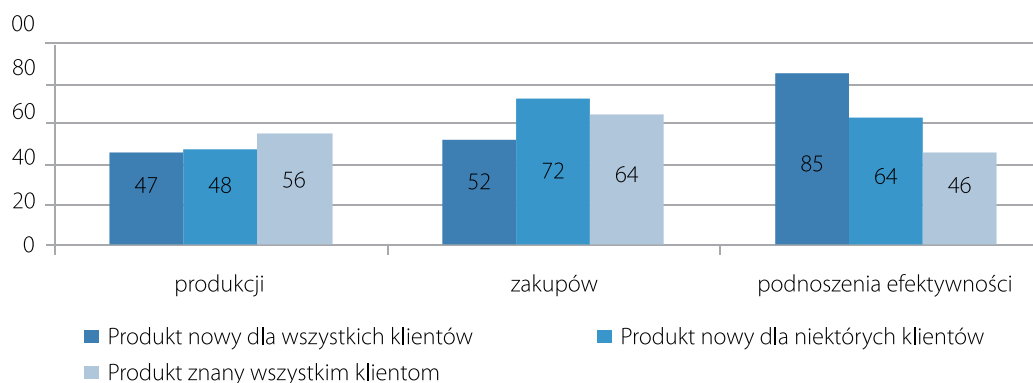
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych *Global Entrepreneurship Monitor* 2012.

W przypadku współpracy w zakresie produkcji poziom współpracy rośnie wraz z wiekiem osiągając maksimum w grupie wiekowej 35-44, a następnie spada. Podobnie sytuacja przedstawia się w przypadku współpracy w zakresie zakupów, choć maksimum jest osiągnięte już we wcześniejszej grupie wiekowej. W przypadku współpracy w zakresie podnoszenia efektywności najbardziej skłonni do współpracy są przedsiębiorcy w wieku 25-34 lat, następnie skłonność do współpracy spada, by znowu wzrosnąć w grupie wiekowej 45-54 lata (Wykres 20).

Innowacyjność

Wśród przedsiębiorców 41 zadeklarowało, że ich produkt jest lub będzie nowy dla wszystkich klientów (27% po uwzględnieniu wag), 77 stwierdziło, że będzie nowy dla niektórych klientów (45%), a 55 przyznało, że produkt nie będzie nowy (28%).

Wykres 21. Zależność między współpracą start-up'ów a innowacyjnością pomysłu na biznes – % start-up'ów współpracujących w zakresie:



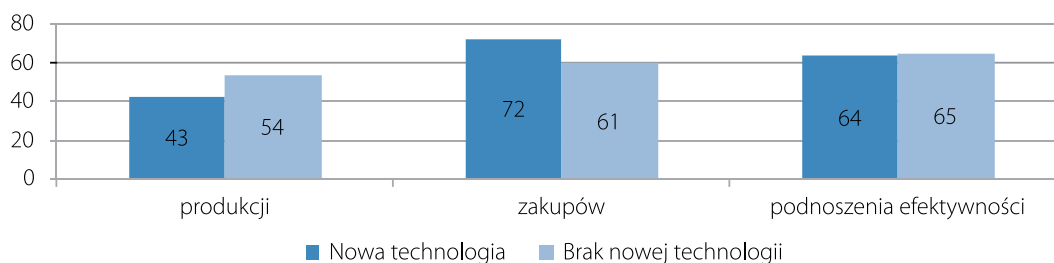
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych *Global Entrepreneurship Monitor* 2012.

W zależności od typu współpracy można zaobserwować różne zależności między innowacyjnością produktową a poziomem współpracy. W przypadku współpracy w zakresie produkcji poziom współpracy rośnie wraz ze spadkiem innowacyjności. Współpraca w zakresie zakupów najbardziej nasiloną jest wśród firm o średnim poziomie innowacji. W przypadku współpracy w zakresie podnoszenia efektywności poziom współpracy rośnie wraz z innowacyjnością (Wykres 21).

Wykorzystanie nowych technologii

Dziewięciu przedsiębiorców uważa, że technologie przez nich wykorzystywane nie są starsze niż jeden rok (5% po uwzględnieniu wag), 43 deklaruje, że technologie są starsze niż jeden rok, ale nie są starsze niż 5 lat (28%), 121 przedsiębiorców nie wykorzystuje nowych technologii (68%). Analizie poddano ze względu na liczebność zagregowane dwie pierwsze kategorie oraz kategorię trzecią.

Wykres 22. Zależność między współpracą start-up'ów a wykorzystaniem nowych technologii – % start-up'ów współpracujących w zakresie:



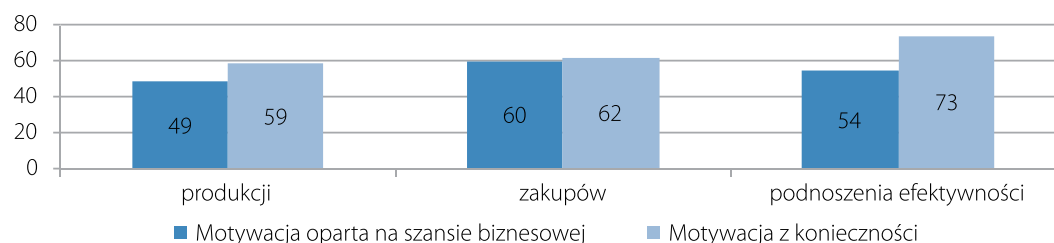
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych *Global Entrepreneurship Monitor 2012*.

Firmy wykorzystujące nowe technologie rzadziej współpracują w zakresie produkcji, natomiast częściej w zakresie zakupów. W przypadku współpracy przy podnoszeniu efektywności nie ma istotnej różnicy między tymi grupami (Wykres 22).

Motywacja

Wykorzystanie szansy jest motywacją dla 64 przedsiębiorców w badanej próbie (35% po uwzględnieniu wag), z konieczności działalność rozpoczęły 74 osoby (41%).

Wykres 23. Zależność między współpracą start-up'ów a motywacją do założenia firmy – % start-up'ów współpracujących w zakresie:



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych *Global Entrepreneurship Monitor 2012*.

Zależności między motywacją do założenia działalności a poziomem współpracy w przypadku nowych przedsiębiorców są odwrotne niż w przypadku dojrzałych firm. Częściej współpracują ci przedsiębiorcy, którzy założyli działalność z konieczności. Dotyczy to współpracy w zakresie produkcji oraz podnoszenia efektywności (Wykres 23).

5.4. Sieci biznesowe

W GEM pod pojęciem sieci biznesowych rozumie się korzystanie z opinii różnych grup osób w czasie zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej. W ankiecie wyróżniono następujące kategorie: współmałżonka(ę) lub partnera(kę), rodziców, innych członków rodziny lub krewnych, przyjaciół, aktualnych współpracowników, aktualnego szefa, osoby z innego kraju, osoby, które przyjechały z zagranicy, osoby, które uruchamiają firmę, osoby, które posiadają duże doświadczenie biznesowe, badaczy lub wynalazców, potencjalnych inwestorów, banki, prawników, księgowych, instytucje publiczne oferujące porady dla przedsiębiorców, firmy, z którymi przedsiębiorca współpracuje, firmy, z którymi przedsiębiorca konkuruje, dostawców i klientów.

5.4.1. Poziom współpracy w sieciach

Działalność przedsiębiorców w sieciach zbadano w podziale na preprzesiębiorców²⁹, właścicieli nowych firm³⁰ i właścicieli dojrzałych firm³¹, jako odsetek osób korzystających z opinii konkretnej osoby lub instytucji (Tabela 17).

Tabela 16. Współpraca w sieciach preprzesiębiorców, nowych przedsiębiorców i właścicieli dojrzałych firm (w %)

Kategoria	Pre-przesiębiorcy	Nowi przedsiębiorcy	Dojrzałe firmy
Współmałżonek(ka) lub partner(ka)	40,1	48,4	38,5
Rodzice	14,7	17,2	11,6
Inni członkowie rodziny lub krewni	4,1	28,6	15,8
Przyjaciele	55,3	40	30,1
Aktualni współpracownicy	32,5	30,3	31,1
Aktualny przełożony	17,8	18	6,8
Osoba z innego kraju	13,6	5,7	14,6
Osoba, która przyjechała z zagranicy	15,6	21,5	8,4
Osoba, która uruchamia firmę	34,5	17,1	7,6
Osoba, która posiada duże doświadczenie biznesowe	54	50,1	29,6
Badacz lub wynalazca	11,2	2,9	4
Potencjalny inwestor	23,9	15,9	16,4
Bank	5,7	29,2	8,8
Prawnik	15,6	13	17,2
Księgowy	28,2	63,8	28,3
Instytucja publiczna oferująca porady dla przedsiębiorców	20,3	16,1	13,1
Firma, z którą przedsiębiorca współpracuje	42,8	38,7	39,3
Firma, z którą przedsiębiorca konkuruje	8,3	4,7	9,4
Dostawca	35,4	25	24,4
Klient	48,7	30,7	29,9

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych *Global Entrepreneurship Monitor* 2012.

W zależności od osoby, z opinii której korzysta przedsiębiorca, istnieją różne zależności między współpracą a fazą działalności przedsiębiorcy. W niektórych przypadkach współpraca jest ograniczana w miarę rozwoju firmy. Dotyczy to korzystania z rad innych członków rodziny lub krewnych, przyjaciół, osób, które uruchamiają firmę, osób z dużym doświadczeniem biznesowym, instytucji oferujących porady dla przedsiębiorców. Jedynym przypadkiem, w którym poziom współpracy rośnie wraz z rozwojem przedsięwzięcia są prawnicy. Istnieją natomiast grupy osób, z którymi przedsiębiorcy współpracują najchętniej w fazie po 3 i przed 42 miesiącem działalności firmy. Należą do nich współmałżonkowie lub partnerzy, rodzice, osoby, które przyjechały z zagranicy. W przypadku współpracy z księgowymi zjawisko to jest silniejsze – w fazie nowej firmy współpracuje z nimi ponad dwukrotnie więcej przedsiębiorców niż w fazie inkubacji lub dojrzałości firmy. Jeszcze silniejsze jest ono w przypadku banków, gdzie wzrost współpracy w środkowej fazie jest ponad trzykrotny.

Interesująca zależność zachodzi w przypadku korzystania z opinii aktualnego przełożonego. Korzysta z nich 18% preprzesiębiorców, 18% nowych przedsiębiorców i 7% właścicieli dojrzałych firm. Może to świadczyć o podwójnej działalności przedsiębiorców do pewnego etapu – pracują oni na etacie i w tym samym czasie rozwijają firmę. W momencie osiągnięcia przez nią pewnego etapu rezygnują z pracy na etacie.

Współpraca z niektórymi grupami osób prawie nie zmienia się wraz z rozwojem firmy. Należą do nich: aktualni współpracownicy (choć kategoria ta może być różnie rozumiana przez przedsiębiorców w fazie inkubacji, nowych i dojrzałych przedsiębiorców) i kooperanci. Występują też przypadki, w których współpraca osiąga największe nasilenie w pierwszej fazie działalności, a następnie spada i się stabilizuje. Taka sytuacja zachodzi w przypadku współpracy z dostawcami, klientami i potencjalnymi inwestorami.

5.4.2. Zależność między współpracą a aspiracjami przedsiębiorców

Dane pozyskane w GEM pozwalają przeprowadzić analizę zależności między poziomem współpracy w ramach sieci a aspiracjami rozwoju firmy. Analizy tej dokonano dla przedsiębiorców w fazie inkubacji (czyli preprzesiębiorcy), jest to bowiem spośród trzech grup przedsiębiorców grupa najbardziej liczna, a ponadto najbardziej jednorodna. W celach analizy stworzono dwie

²⁹ Osoby, które nie założyły jeszcze działalności gospodarczej, ale mają taki zamiar oraz osoby, które już założyły działalność i znajdują się w jej wstępnej fazie, do 3 miesięcy od założenia.

³⁰ Działających od 3 miesięcy do 3,5 roku.

³¹ Działających powyżej 3,5 roku.

metazmienne: współpracę z siecią bliższą i współpracę z siecią dalszą. Do sieci bliższej zaliczono: współmałżonka(ę) lub partnera(kę), rodziców, innych członków rodziny lub krewnych, przyjaciół, aktualnych współpracowników i aktualnego szefa. Do sieci dalszej zaliczono: osoby z innego kraju, osoby, które przyjechały z zagranicy, osoby, które uruchamiają firmę, osoby, które posiadają duże doświadczenie biznesowe, badaczy lub wynalazców, potencjalnych inwestorów, banki, prawników, księgowych, instytucje publiczne oferujące porady dla przedsiębiorców, firmy, z którymi przedsiębiorca współpracuje, firmy, z którymi przedsiębiorca konkuruje, dostawców i klientów.

Przeprowadzono analizę zależności między współpracą w sieci bliższej i dalszej a wiekiem, płcią, aspiracjami eksportowymi, aspiracjami wzrostu oraz motywacjami podejmowania działalności (Tabela 18)³².

Tabela 17. Zależności między współpracą w sieciach i wybranymi zmiennymi

	Współpraca w sieci bliższej	Współpraca w sieci dalszej (w nawiasie wartość wystandaryzowana w skali 1-6)
Średnia	2,01	3,58 (1,53)
Kobiety (średnia)	2,42	3,89 (1,67)
Mężczyźni (średnia)	1,83	3,43 (1,47)
Współpraca w sieci bliższej (korelacja)	1	0,405**
Współpraca w sieci dalszej (korelacja)	0,405**	1
Aspiracje wzrostu (korelacja)	-0,007	0,050
Aspiracje eksportu (korelacja)	-0,084	0,263**
Wiek (korelacja)	-0,016	0,208*
Przedsiębiorczość oparta na szansie (średnia)	1,80	4,04 (1,73)
Przedsiębiorczość z konieczności (średnia)	2,33	3,63 (1,56)

* – korelacja jest istotna na poziomie 0,05

** – korelacja jest istotna na poziomie 0,01

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych *Global Entrepreneurship Monitor* 2012.

W przypadku współpracy w sieci bliższej średnio przedsiębiorcy korzystają z rad dwóch grup osób, w przypadku sieci dalszych z rad 3,58 osób (1,53 – wartość wystandaryzowana), czyli preprzedsiębiorcy częściej korzystają z rad przedstawicieli sieci bliższej. Istnieje pewna grupa preprzedsiębiorców, którzy deklarują, że nie korzystają z opinii żadnych osób. W przypadku sieci bliższej jest to 13,3% preprzedsiębiorców, w przypadku sieci dalszej 15% respondentów. Kobiety korzystają z rad innych osób częściej niż mężczyźni, w obu przypadkach różnica wynosi około 0,6. Co więcej, zarówno kobiety jak i mężczyźni częściej współpracują w sieci bliższej.

Współpraca w sieci bliższej i dalszej są ze sobą powiązane – osoby, które korzystają z rad innych osób bliskich sobie korzystają również z rad pozostałych osób. Współpraca w sieciach nie ma powiązania z aspiracjami wzrostu, w przypadku sieci dalszej występuje natomiast powiązanie z aspiracjami eksportowymi – przedsiębiorcy, którzy częściej korzystają z rad innych osób z sieci dalszej deklarują również eksportowanie większej części produktów lub usług. Można zakładać, że działalność międzynarodowa wymaga dostępu do bardziej różnorodnych informacji, a w sieci dalszej znajdują się również obcokrajowcy, osoby, które wróciły z zagranicy oraz instytucje doradzające przedsiębiorcom.

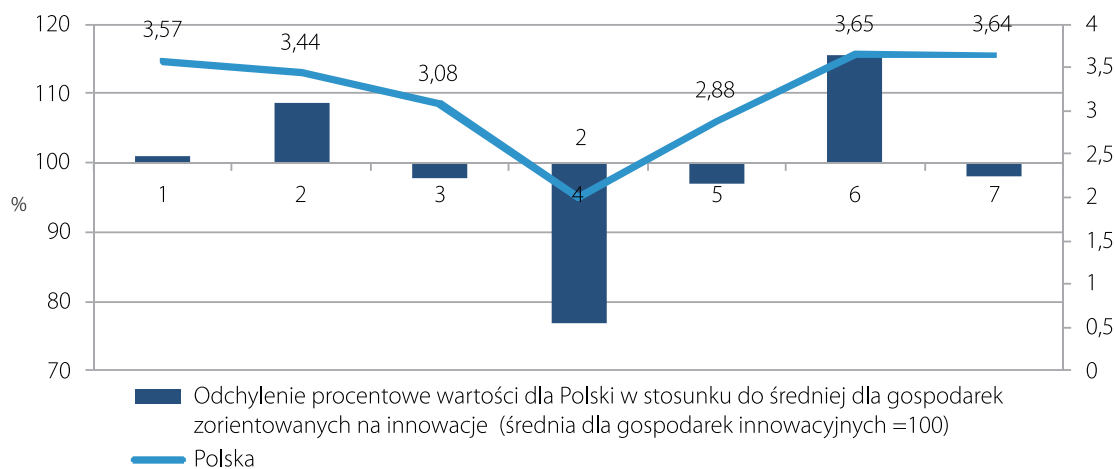
Istnieje zależność między motywacją do podjęcia działalności gospodarczej i współpracą w sieciach. Zarówno preprzedsiębiorcy motywowani szansą jak i ci kierujący się koniecznością, częściej korzystają z rady członków sieci bliższej. Warto jednak zauważyć, że w przypadku motywacji z konieczności różnica na korzyść sieci bliższej jest zdecydowanie większa.

5.5. Dane NES

Ekspertów biorących udział w badaniu poproszono o ocenę współpracy biznesowej w dwóch obszarach: działania instytucji publicznych oraz stosunek przedsiębiorców do współpracy.

³² Obliczenia zmiennych dokonano poprzez zsumowanie odpowiedzi twierdzących na pytania o wykorzystanie opinii poszczególnych grup. Zmienna dotycząca współpracy w sieci bliższej przyjmuje zatem wartości od 0 do 6, zmienna dotycząca współpracy w sieci dalszej przyjmuje wartości od 0 do 14. W nawiasach podano ponadto wartość zmiennej współpracy w sieci dalszej wystandaryzowaną, aby przyjmowała wartości z zakresu od 0 do 6.

Wykres 24. Opinie ekspertów na temat współpracy biznesowej



- 1 Instytucje publiczne często organizują targi i wydarzenia, podczas których przedsiębiorcy mogą się spotykać i nawiązywać kontakty.
- 2 Istnieje polityka rządu w zakresie promowania i wspierania współpracy pomiędzy przedsiębiorcami.
- 3 Lokalne władze promują i wspierają współpracę między firmami.
- 4 System edukacyjny uczy współpracy między przedsiębiorcami.
- 5 Szkolenia dla przedsiębiorców zawierają elementy szkolenia nt. współpracy.
- 6 Właściciele firm wierzą, że porozumienia o charakterze nieformalnym są bardziej efektywne niż umowy zawierane między firmami.
- 7 Właściciele firm wierzą, że współpraca przynosi im korzyści.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych *Global Entrepreneurship Monitor 2012*.

Działania instytucji publicznych

Starania i działania instytucji publicznych mające na celu wzmocnienie współpracy w świecie biznesu zostały ogólnie ocenione przeciętnie, na poziomie 3. Jest to wynik o 12% niższy niż średnio w krajach zorientowanych na innowacje. Jednak, gdy przyjrzemy się poszczególnym pytaniom (stwierdzenia 1-5 na Wykresie 24), to widzimy, że na niższym wyniku niż średnia dla krajów innowacyjnych zaważył głównie jeden obszar: edukacja (stwierdzenie 4). W opinii ekspertów obszar edukacji w bardzo niewielkim stopniu uczy współpracy między przedsiębiorcami. W tym obszarze osiągnęliśmy wynik aż o ok. 22% niższy niż w krajach innowacyjnych.

Na tle krajów innowacyjnych szczególnie dobrze oceniono politykę rządu w zakresie promowania i wspierania współpracy między przedsiębiorcami (stwierdzenie 2) – o ok. 9% powyżej średniej dla krajów innowacyjnych. Eksperti w największym stopniu zgodzili się ze stwierdzeniem, że instytucje publiczne często organizują targi i wydarzenia, podczas których przedsiębiorcy mogą się spotykać i nawiązywać kontakty (stwierdzenie 1 – ocena 3,57). Był to wynik zbliżony do średniej dla gospodarek innowacyjnych. Dość przeciętnie oceniono w jakim stopniu szkolenia dla przedsiębiorców uczą współpracy (stwierdzenie 5 – ocena 2,88) oraz promocję współpracy przez władze lokalne (stwierdzenie 3 – ocena 3,08). W obu przypadkach są to wyniki nieznacznie poniżej średniej dla krajów zorientowanych na innowacje.

Stosunek przedsiębiorców do współpracy

Drugi obszar, w którym zapytano ekspertów, co sądzą o przekonaniach przedsiębiorców na temat zalet nieformalnych umów i współpracy z innymi firmami (stwierdzenia 6-7). W tym obszarze wypadliśmy prawie o 6% lepiej niż średnio kraje zorientowane na innowacje. W przypadku obu stwierdzeń (pierwsze dotyczy wiary właścicieli firm, że porozumienia o charakterze nieformalnym są bardziej efektywne niż umowy zawierane między firmami – stwierdzenie 6, drugie dotyczy wiary przedsiębiorców w korzyści płynące ze współpracy – stwierdzenie 7) eksperci zgodzili się z nimi w wysokim stopniu (odpowiednio 3,65 i 3,64). Szczególnie wysoko na tle gospodarek zorientowanych na innowacje zostało ocenione stwierdzenie dotyczące wiary w porozumienia nieformalne (o ok. 15%).

5.6. Podsumowanie i wnioski

Na tle krajów europejskich biorących udział w badaniu, Polska ogólnie wypadła zaskakująco pozytywnie. Szczególnie dobre wyniki osiągnęliśmy w przypadku współpracy dojrzałych firm w bieżącej działalności, słabiej wypadła współpraca tych firm przy działalności innowacyjnej. Polskie start-up'y współpracują na poziomie zbliżonym do firm dojrzałych, czyli dość często, jednak start-up'y w badanych krajach europejskich średnio robią to częściej niż firmy dojrzałe. Można zatem powiedzieć, że w Polsce firmy współpracują niezależnie od fazy rozwoju. Czynnikiem, który znacznie silniej różnicuje poziom współpracy w Polsce jest

rodzaj działalności objętej współpracą: firmy znacznie słabiej niż ich europejscy odpowiednicy współpracują przy działalności innowacyjnej.

Mimo tych różnic zastanawiający jest tak wysoki poziom współpracy przy tak niskim poziomie zaufania w kraju. Z jednej strony zaufanie w Polsce jest na jednym z najniższych poziomów wśród krajów biorących udział w European Social Survey. A z drugiej, nasz poziom współpracy jest na poziomie krajów zorientowanych na innowacje (a zwykle powyżej średniej dla tej grupy), a nie na poziomie grupy, do której zostaliśmy zakwalifikowani – zorientowanych na efektywność.

Tu pojawia się kilka pytań i hipotez. Po pierwsze czy może wśród przedsiębiorców w Polsce poziom uogólnionego zaufania jest wyższy niż wśród ogółu społeczeństwa? Wyniki badania *Diagnoza Społeczna* pokazują, że prywatni przedsiębiorcy charakteryzują się zaraz po studentach i uczniach, najwyższy poziom zaufania. 16,4% przedsiębiorców uważa, że można ufać większości ludzi. Ogółem w społeczeństwie ten odsetek wyniósł 13,4%³³. Zatem odpowiedź na pytanie postawione powyżej jest twierdząca: tak, przedsiębiorcy częściej ufają innym. Jednak czy ta różnica jest na tyle duża, aby tłumaczyć takie dobre wyniki współpracy polskich przedsiębiorców? Z wynikiem 16% i tak polscy przedsiębiorcy są w końcówce zestawienia dla Europy.

Po drugie można postawić hipotezę, że taki wysoki poziom współpracy świadczy o wyższym poziomie rozwoju gospodarczego w stosunku do średniej dla krajów zorientowanych na efektywność. Innowacyjność w Polsce może przyjmować pozytywne choć inne wymiary niż te mierzone przez oficjalne statystyki np. innowacji nietechnologicznych, społecznych. Weryfikacja takiej hipotezy jest jednak skomplikowana i zdecydowanie wykracza poza zakres tego raportu.

W końcu warto zastanowić się nie tylko nad tym czy firmy podejmują współpracę, ale także jaki jest jej zakres i natężenie. Ten temat poruszono w badaniu GEM poprzez wprowadzenie przy każdym zakresie współpracy uszczegółowienia dotyczącego jej intensywności: intensywna czy mało intensywna. Niestety w tym przypadku nie można było dokonać porównań międzynarodowych. Z danych dla Polski wynika, że zarówno w przypadku dojrzałych firm, jak i start-up'ów w większości obszarów intensywną współpracę podjęła ponad połowa firm (50-60%). W pozostałych przypadkach współpraca była mniej intensywna. Wydaje się, że takie wyniki są dość korzystne, ale w pełni można by było je ocenić dopiero na tle innych krajów.

Z analizy zależności pomiędzy relacjami biznesowymi a innymi zmiennymi charakteryzującymi przedsiębiorców wynika po pierwsze, że w tych krajach, gdzie powstaje więcej firm, większa jest też skłonność do współpracy. Po drugie, zarówno spośród start-up'ów jak i firm dojrzałych chętniej współpracują te, które zajmują się eksportem. Zależność ta jednak nie obejmuje wszystkich rodzajów współpracy. Relacja taka wskazuje na poszukiwanie partnerów w procesie eksportu i internacjonalizacji, a współpraca ta może dotyczyć wspólnej produkcji, know-how w biznesie międzynarodowym, pozyskiwania klientów na rynkach zagranicznych czy optymalizacji procesów eksportu.

Poza tym start-up'y z ambicją do wzrostu są bardziej skłonne do współpracy, a firmy dojrzałe współpracują częściej jeśli działają w sektorach technologicznych.

Jeśli spojrzymy na profil współpracujących w Polsce, to do współpracy wśród dojrzałych firm częściej przyznają się mężczyźni, osoby w wieku okołoemerytalnym, takie, które kierowały się szansą przy zakładaniu firm, właściciele nie będący założycielami oraz firmy szybko rosnące.

Podobnie w grupie start-up'ów częściej współpracę podejmują mężczyźni, ale też raczej osoby w wieku 30-40 lat oraz kierujące się koniecznością przy zakładaniu firmy. W kwestiach innowacyjności i nowych technologii brak jest jednoznacznych liderów współpracy. Warto zwrócić uwagę, że w przypadku współpracy w zakresie produkcji oraz zakupów, jej poziom maleje wraz ze wzrostem innowacyjności. Współpraca w Polsce, a w domyśle również kapitał społeczny nie zawsze idą w parze w wysoką innowacyjnością. Można zatem na tej podstawie postawić hipotezę, że niska innowacyjność polskich przedsiębiorstw częściowo wynika z niechęci do współpracy w zakresie działalności innowacyjnej.

Zwraca również uwagę fakt, że w większości przypadków wśród firm dojrzałych oraz start-up'ów dominuje inny profil przedsiębiorcy chętniej podejmującego współpracę. Podkreśla to jaką zmianę przechodzą firmy i ich właściciele w toku rozwoju. O ile kwestię różnic w wieku można tłumaczyć w pewnym stopniu zbieżnością z wiekiem firmy, o tyle zastanawiająca jest zmiana w kwestii motywacji do otwarcia firmy. Właściciele młodych firm założonych z konieczności mogą być bardziej zmotywowani, być może nawet zdesperowani, aby przetrwać na rynku, a współpraca okazuje się niezbędna, aby to osiągnąć. Z czasem, gdy sytuacja tych firm się stabilizuje nie muszą one już tak walczyć o przeżycie i ich skłonność do współpracy spada. W takim scenariuszu można by zatem postrzegać współpracę jako zło konieczne, a nie płynącą z potrzeby i dostrzegania korzyści. A to ma właśnie związek z niską jakością kapitału społecznego.

W przypadku współpracy w sieci, przedsiębiorcy w fazie inkubacji (czyli preprzesiębiorcy) najchętniej korzystają z opinii przyjaciół, osób, które posiadają duże doświadczenie biznesowe i klientów. Nowi przedsiębiorcy (między 3. a 42. miesiącem działalno-

³³ Tablice wynikowe *Diagnozy społecznej* [2009], www.diagnoza.com [pobrane: 24.05.2013]. Nie ma ogólnodostępnych bardziej aktualnych danych niż z 2009 roku. Jednak zmiany w zakresie uogólnionego zaufania z roku na rok nie są znaczne.

ści) korzystają najchętniej z rad księgowych, osób o doświadczeniu biznesowym i współmałżonków lub partnerów. Właściciele dojrzałych firm korzystają z tych opinii w najmniejszym stopniu, a najchętniej biorą pod uwagę rady kooperantów i współmałżonków lub partnerów. Dodatkowo preprzedsiębiorcy zdecydowanie częściej korzystają z rad członków sieci bliższej niż dalszej. Większa różnica na korzyść sieci bliższej jest w przypadku kobiet niż mężczyzn i w przypadku motywacji z konieczności, a nie szansy.

Podsumowując wyniki badania NES, eksperci wysoko ocenili zarówno działania instytucji publicznych w zakresie promocji współpracy jak i wiarę przedsiębiorców w korzyści płynące ze współpracy. Warto jednak podkreślić negatywną ocenę wpływu edukacji na współpracę oraz o wiele większą wiarę polskich przedsiębiorców w porozumienia o charakterze nieformalnym niż w krajach innowacyjnych.

Jaki zatem obraz wyłania się z danych GEM? Po pierwsze polscy przedsiębiorcy współpracują w zaskakująco dużym zakresie. Można jednak postawić hipotezę, że traktują oni współpracę jako zło konieczne. Zdają sobie sprawę, że bez niej nie są w stanie przetrwać, ale w momencie, gdy osiągną stabilniejszą sytuację na rynku zmniejszają natężenie współpracy.

Po drugie, współpraca idzie w parze z ambicją do szybkiego wzrostu, działalnością eksportową i zastosowaniem nowych technologii. Taki profil firmy potwierdza zatem większą dojrzałość biznesową właścicieli.

6. Bibliografia

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

Bygrave W.D., Hay M., Reynolds P.D., *Executive forum: A study of informal investing in 29 nations composing the Global Entrepreneurship Monitor*, 2003, Venture Capital, 5.

Coleman J. S., *Social Capital in the Creation of Human Capital*, AJS vol. 94, University of Chicago 1988.

Czapiński J., Panek T. (red.) (2011), *Diagnoza społeczna 2011*. www.diagnoza.com [pobrano 09.05.2013], Warszawa, Rada Monitoringu Społecznego.

Giza-Poleszczuk A., *Społeczna strategia Warszawy*.

Giza-Poleszczuk A., Włoch R., *Innowacje a społeczeństwo*, w: „Świt innowacyjnego społeczeństwa”, pod red.: P. Zadura-Lichota, PARP, Warszawa 2013.

Granovetter M.S. (1973), *The strength of weak ties*, American Journal of Sociology, 78.

Hofstede G., *Kultury i organizacje*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2000.

Nieć M., *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w Polsce na tle krajów Europy*, w: „Świt innowacyjnego społeczeństwa”, pod red.: P. Zadura-Lichota, PARP, Warszawa 2013.

Nielsen S.L., Kleyver K., Evald M. R., Bager T., *Entrepreneurship in theory and practice*, Edward Elgar, 2012.

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

Raźniewski P., *Strategia niszy rynkowej, jako specyficzny element potencjału rozwojowego mikroprzedsiębiorstw*, PARP 2010.