



Global Entrepreneurship Monitor

Krzysztof Baćłowski

Współpraca:
Maciej Koczerga
Przemysław Zbierowski

Studium przedsiębiorczości w Polsce w roku 2004



AKADEMIA EKONOMICZNA
IM. KAROLA ADAMIECKIEGO
W KATOWICACH



REGULAMIN KOLEGIUM
1997/2004

Autorzy

Krzysztof Baclawski, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Fundacja Edukacyjna Bachalski
Maciej Koczerga, Akademia Ekonomiczna w Poznaniu
Przemysław Zbierowski, Akademia Ekonomiczna im. Karola Adameckiego w Katowicach

Kierownictwo projektu

Austin Campbell, Fundacja Edukacyjna Bachalski

Recenzja naukowa

Tadeusz Kowalski, Profesor Akademii Ekonomicznej w Poznaniu

Współpraca przy realizacji badań

Karolina Młodawska, Akademia Ekonomiczna im. Karola Adameckiego w Katowicach
Joanna Piątek, Akademia Ekonomiczna im. Karola Adameckiego w Katowicach
Hubert Sosnowski, Akademia Ekonomiczna w Poznaniu
Roma Szłapka, Fundacja Edukacyjna Bachalski, Akademia Ekonomiczna w Poznaniu
Michał Wojtaszek, Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie
Marzena Ziółek, Uniwersytet Warszawski

Wsparcie finansowe



POLSKA AGENCJA ROZWOJU PRZEDSIĘBIORCZOŚCI
POLISH AGENCY FOR ENTERPRISE DEVELOPMENT

NBP

Wsparcie techniczne



Wszelkie wnioski i opinie wyrażone w publikacji pochodzą wyłącznie od autorów i nie przedstawiają stanowiska żadnej z instytucji zaangażowanych w realizację projektu.

Cytowanie oraz wykorzystywanie danych empirycznych dozwolone jest wyłącznie z podaniem źródła: K. Baclawski, M. Koczerga, P. Zbierowski, *Studium przedsiębiorczości w Polsce w roku 2004. Raport GEM Polska*, Fundacja Edukacyjna Bachalski, Poznań 2005

ISSN 1732-3355

© Copyright

Fundacja Edukacyjna Bachalski i Krzysztof Baclawski, Poznań 2005

Wydawca



Redakcja

Roma Szłapka, Fundacja Edukacyjna Bachalski, Akademia Ekonomiczna w Poznaniu

Skład i grafika

Maciej Ceglowski

Global Entrepreneurship Monitor

Krzysztof Baćłowski

Współpraca:
Maciej Koczerga
Przemysław Zbierowski

Studium przedsiębiorczości w Polsce w roku 2004



Spis treści

Spis wykresów	4	Osobista znajomość początkujących przedsiębiorców	37
Spis tabel	6	Gotowość ponoszenia ryzyka	38
Spis rysunków	6	Zamiar podjęcia działalności gospodarczej	39
Wprowadzenie	7	Przedsiębiorczość i przedsiębiorca w odbiorze społecznym	40
Główne zagadnienia i cele badawcze GEM	7	Stopień egalitaryzmu i rola mediów	41
Kraje uczestniczące w projekcie	8	Uwarunkowania przedsiębiorczości w Polsce w ocenie ekspertów	45
Polska w GEM	8	Uwagi wstępne	45
Model GEM	8	Dostępność kapitału	46
Źródła danych	10	Polityka publiczna	48
Wskaźniki przedsiębiorczości	11	Publiczne programy wspierania nowych przedsiębiorstw	50
Raporty krajowe	12	Edukacja	51
Sponsorzy	12	Badania, rozwój i transfer technologii	53
Perspektywy	12	Komercyjne otoczenie biznesu	54
Przedsiębiorczość w Polsce na tle świata	13	Bariery wejścia na rynek	55
Czy Polska jest przedsiębiorcza?	13	Infrastruktura techniczna	56
Motywacja w podejmowaniu działalności gospodarczej	14	Ochrona własności intelektualnej	57
Zróznicowanie regionalne przedsiębiorczości w Polsce	18	Systemy wartości i normy społeczne	58
W jakich sektorach powstają nowe firmy?	20	Analiza porównawcza wskaźników	60
Kto podejmuje w Polsce działalność gospodarczą?	21	Wnioski i zalecenia	63
Jak finansowany jest start i rozwój nowych firm?	23	Eksperci	67
Innowacyjność i potencjał gospodarczy nowych firm	28	Podziękowania	69
Przedsiębiorczość w przedsiębiorstwach	30		
Potencjał przedsiębiorczości w społeczeństwie	33		
Dostrzeganie możliwości rozpoczęcia biznesu	33		
Kompetencje przedsiębiorcze	35		

Spis wykresów

Numer	Strona	Numer	Strona
Przedsiębiorczość w Polsce na tle świata			
1. Stopa zaangażowania w nowe przedsięwzięcia gospodarcze (TEA) 2004	13	21. Inwestycje nieformalnych inwestorów jako procent PKB oraz stopa zaangażowania w nowe przedsięwzięcia gospodarcze w krajach OECD oraz Chorwacji i Słowenii. Średnio w latach 2001-2004	27
2. Stopa zaangażowania w nowe przedsięwzięcia gospodarcze w krajach Europy (średnia 2001–2004).	14	22. Powiązania nieformalnych inwestorów z przedsiębiorcami w wybranych krajach	28
3. Procentowy udział przedsięwzięć z chęci wykorzystania szansy oraz z konieczności w krajach OECD oraz Chorwacji i Słowenii	16	23. Innowacyjność – odpowiedzi na pytanie: "Czy Pana/Pani potencjalni klienci będą uważać ten produkt (lub usługę) za nowy i nieznanym?"	29
4. Relacja przedsięwzięć z chęci wykorzystania szansy oraz z konieczności w krajach OECD oraz Chorwacji i Słowenii	16	24. Ocena konkurencji – odpowiedzi na pytanie: "Czy obecnie jest wiele firm oferujących te same produkty lub usługi Pana/Pani potencjalnym klientom?"	29
5. Motywacja w podejmowaniu działalności gospodarczej według zaawansowania	17	25. Zastosowanie najnowszych technologii – odpowiedzi na pytanie: "Czy technologie lub procedury wymagane dla tego produktu lub usługi były ogólnie dostępne ponad rok temu?"	29
6. Motywacja w podejmowaniu działalności gospodarczej według płci	17	26. Działalność eksportowa – odpowiedzi na pytanie: "Jaki odsetek Pana/Pani klientów mieszka na stałe poza granicami Polski?"	30
7. Motywacja w podejmowaniu działalności gospodarczej według wykształcenia	17	27. Zasięg działania – odpowiedzi na pytanie: "Jaki odsetek Pana/Pani klientów potrzebuje ponad godziny, by samochodem lub środkami komunikacji publicznej dotrzeć do miejsca, gdzie prowadzi Pan/i biznes?"	30
8. Przedsiębiorczość ogółem według poziomu rozwoju województw i płci	20	Potencjał przedsiębiorczości w społeczeństwie	
9. Motywacja w podejmowaniu działalności gospodarczej według poziomu rozwoju województw	20	28. Dostrzeganie możliwości biznesowych w ciągu najbliższych 6 miesięcy według grup wiekowych	33
10. Nowe przedsięwzięcia według głównych kategorii branżowych w krajach GEM oraz Polsce	21	29. Dostrzeganie możliwości biznesowych w ciągu najbliższych 6 miesięcy według wykształcenia	33
11. Procentowy udział nowych przedsięwzięć w 10 kategoriach branżowych.	21	30. Dostrzeganie możliwości biznesowych w ciągu najbliższych 6 miesięcy według statusu pracy	33
12. Osoby starające się rozpocząć biznes według statusu pracy i płci.	22	31. Optymizm w ocenie możliwości rozpoczęcia biznesu w ciągu najbliższych 6 miesięcy według województw	34
13. Stopa osób starających się rozpocząć nowy biznes w krajach OECD oraz Chorwacji i Słowenii w 2004 roku	23	32. Pesymizm w ocenie możliwości rozpoczęcia biznesu w ciągu najbliższych 6 miesięcy według województw	34
14. Potrzeby finansowe a zamiary inwestycyjne – rozkład odpowiedzi na pytania "Jaka suma pieniędzy potrzebna jest Panu/i, by rozpocząć nowy biznes?" oraz "Jaką sumę pieniędzy zamierza Pan/i zainwestować ogółem w ten biznes (wliczając pożyczki/kredyty i środki własne)?"	24	33. Pozytywna ocena kompetencji przedsiębiorczych według płci i w relacji miasto–wieś	35
15. Zakładany okres zwrotu z inwestycji w nowy biznes.	25	34. Pozytywna ocena własnych kompetencji przedsiębiorczych według grup wiekowych	35
16. Oczekiwania osób starających się rozpocząć biznes dotyczące zwrotu z inwestycji w ciągu 10 lat.	25	35. Pozytywna ocena własnych kompetencji przedsiębiorczych według statusu pracy	36
17. Relacje tzw. nieformalnych inwestorów z osobami, w których przedsięwzięcia gospodarcze inwestują	26	36. Pozytywna ocena własnych kompetencji przedsiębiorczych według etapu zaangażowania w działalność gospodarczą – odpowiedzi na pytanie.	36
18. Oczekiwania nieformalnych inwestorów dotyczące zwrotu z inwestycji w ciągu 10 lat w odniesieniu do wkładu	26	37. Pozytywna ocena własnych kompetencji przedsiębiorczych w województwach według poziomu rozwoju	36
19. Stopa nieformalnych inwestorów oraz stopa zaangażowania w nowe przedsięwzięcia gospodarcze w krajach OECD oraz Chorwacji i Słowenii średnio w latach 2001-2004	26		
20. Wielkość nieformalnych inwestycji na 1 inwestora w latach 2001-2004 w krajach OECD oraz Chorwacji i Słowenii	27		

Numer	Strona	Numer	Strona
38. Znajomość początkujących przedsiębiorców według grup wiekowych	37	Uwarunkowania przedsiębiorczości w Polsce w ocenie ekspertów	
39. Znajomość początkujących przedsiębiorców według statusu pracy	37	52. Dostępność kapitału – porównanie międzynarodowe [indeks A]	46
40. Znajomość początkujących przedsiębiorców według województw.	38	53. Dostępność kapitału – oceny ekspertów.	47
41. Gotowość ponoszenia ryzyka związanego z biznesem według statusu pracy	39	54. Polityka publiczna w zakresie wspierania przedsiębiorczości – porównanie międzynarodowe [indeks B1].	47
42. Gotowość ponoszenia ryzyka związanego z biznesem według wynagrodzenia	39	55. Polityka publiczna w zakresie otoczenia prawnego i podatków – oceny ekspertów	49
43. Gotowość ponoszenia ryzyka związanego z biznesem w województwach według poziomu rozwoju	40	56. Polityka publiczna w zakresie otoczenia prawnego i podatków – porównanie międzynarodowe [indeks B2].	49
44. Zamiar rozpoczęcia biznesu w ciągu najbliższych 3 lat według statusu pracy	40	57. Publiczne programy wspierania przedsiębiorczości – porównanie międzynarodowe [indeks C]	51
45. Zamiar rozpoczęcia biznesu w ciągu najbliższych 3 lat według województw	41	58. Edukacja na poziomie podstawowym i średnim [indeks D1]	52
46. Odpowiedzi "Tak" na pytanie: "W Polsce większość ludzi uważa, że ci, którzy odnieśli sukces, rozpoczynając nowy biznes, zyskują szacunek i wysoki status społeczny" według płci i grup wieku	41	59. Szkolnictwo wyższe i doskonalenie zawodowe [indeks D2]	53
47. Odpowiedzi na pytanie: "W Polsce większość ludzi uważa, że rozpoczęcie nowego biznesu jest wskazanym wyborem w karierze zawodowej" według grup dochodu	41	60. Badania, rozwój i transfer technologii [indeks E].	54
48. Odpowiedzi na pytanie: "W Polsce większość ludzi uważa, że ci, którzy odnieśli sukces, rozpoczynając nowy biznes, zyskują szacunek i wysoki status społeczny"; według grup dochodu	42	61. Badania, rozwój i transfer technologii – oceny polskich ekspertów	54
49. Odpowiedzi "Tak" na pytanie: "W Polsce większość ludzi uważa, że ci, którzy odnieśli sukces, rozpoczynając nowy biznes, zyskują szacunek i wysoki status społeczny" według wykształcenia	42	62. Komercyjne otoczenie biznesu – porównanie międzynarodowe [indeks F]	55
50. Przedsiębiorczość i przedsiębiorca w odbiorze społecznym według etapu zaangażowania w działalność gospodarczą	42	63. Stabilność sytuacji rynkowej – porównanie międzynarodowe [indeks G1]	55
51. Odpowiedzi "Tak" na pytanie: "W Polsce większość ludzi uważa, że rozpoczęcie nowego biznesu jest wskazanym wyborem w karierze zawodowej" w województwach według poziomu rozwoju"	43	64. Bariery wejścia na rynek i sytuacja konkurencyjna – porównanie międzynarodowe [indeks G2]	56
		65. Infrastruktura techniczna – porównanie międzynarodowe [indeks H]	57
		66. Ochrona własności intelektualnej – porównanie międzynarodowe [indeks N].	57
		67. Oddziaływanie mentalności narodowej na postawy przedsiębiorcze – porównanie międzynarodowe [indeks I]	58
		68. Społeczne postrzeganie przedsiębiorcy – porównanie międzynarodowe [indeks M]	59
		69. Uwarunkowania przedsiębiorczości w Polsce w ocenie ekspertów – wartości indeksów	60

Spis tabel

Numer	Strona
1. Regiony świata, PKB na mieszkańca i stopa zaangażowania w nowe przedsięwzięcia gospodarcze (TEA) w 2004 roku . . .	15
2. Współczynniki aktywności ekonomicznej ludności w województwach w podziale na grupy według poziomu rozwoju	18
3. Gotowość ponoszenia ryzyka w działalności gospodarczej według grup wiekowych i płci (w wieku 18-64l., procent)	38
4. GEM – ramowe uwarunkowania przedsiębiorczości	45
5. Dziesięć najbardziej pozytywnych i dziesięć najbardziej negatywnych ocen dokonanych przez ekspertów	61
6. Benchmarking uwarunkowań przedsiębiorczości w Polsce	62

Spis rysunków

Numer	Strona
1. Kraje uczestniczące w Global Entrepreneurship Monitor w roku 2004	8
2. Model GEM	9
3. Motywacja w podejmowaniu działalności gospodarczej . . .	17

Wprowadzenie

Analiza zjawiska, jakim jest przedsiębiorczość nie jest zadaniem łatwym. Wobec różnorodności jej przejawów nie jest możliwe prowadzenie pomiarów w sposób wyczerpujący czy satysfakcjonujący przy zastosowaniu jednej tylko metody. Można mierzyć jedynie poszczególne aspekty tego występującego w rzeczywistości fenomenu. W tym kontekście dużą wartość poznawczą wnosi nowatorski projekt badawczy Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Projekt ten, realizowany wspólnie od 1997 roku przez Babson College (Boston) i London Business School, umożliwił po raz pierwszy przeprowadzenie porównania szerokiego spektrum przejawów przedsiębiorczości przy zastosowaniu oryginalnie wypracowanej metodologii. Efektem wysiłków badawczych GEM jest swego rodzaju mapa obrazująca przedsiębiorczość na świecie. Stwarza ona podstawę do wyciągania wstępnych wniosków na temat przyczyn i konsekwencji zróżnicowania przedsiębiorczości w poszczególnych krajach.

Główne zagadnienia i cele badawcze GEM

Prowadzone w ramach GEM badania skupiają się na znalezieniu odpowiedzi na następujące pytania:

- Jak dalece różnią się poszczególne kraje pod względem przedsiębiorczości?
- Jakie są przyczyny występujących pomiędzy krajami różnic w poziomie i charakterze przedsiębiorczości i jakie są ich konsekwencje?
- Jak polityka publiczna może pobudzać aktywność związaną z zakładaniem i rozwijaniem firm?

Zgodnie z przyjętą na potrzeby GEM definicją, przedsiębiorczość oznacza działania podejmowane przez jednostki,

zespoły, jak również firmy, w celu założenia nowych firm lub rozwinięcia działalności firm już istniejących. Ta stosunkowo szeroka definicja obejmuje także tzw. samozatrudnienie.

Bardziej szczegółowo podejmowane kwestie badawcze to: indywidualna motywacja podejmowania działalności gospodarczej, demograficzny profil przedsiębiorcy, ogólna charakterystyka zakładanych przedsiębiorstw, siły napędowe przedsiębiorczości (polityczne, ekonomiczne, społeczne i technologiczne), rola rządu i władz lokalnych w stymulowaniu przedsiębiorczości.

Poprzez koncentrację uwagi na czynnikach wpływających na poziom przedsiębiorczości w danej gospodarce – od otoczenia instytucjonalnego aż do uwarunkowań społecznych, zarówno w najbardziej rozwiniętych krajach świata jak i w krajach rozwijających się (*emerging markets*) – mocno akcentowane jest w badaniach GEM znaczenie indywidualnej inicjatywy i gospodarczej aktywności jednostek dla dobrobytu całego społeczeństwa. GEM stanowi przełom w gromadzeniu danych dotyczących osób zaangażowanych w proces zakładania i rozwijania nowych firm. W tym kontekście nie ma, jak dotychczas, lepszej miary, która może być podstawą wiarygodnych porównań międzynarodowych. Wyraźną korzyścią prowadzonych w ramach GEM pomiarów są bezpośrednie wskaźniki aktywności gospodarczej.

Rezultaty badań GEM stanowią bardzo dobry punkt wyjścia względnie płaszczyznę odniesienia dla dalszych analiz zmiennych najbardziej istotnych dla rozwoju przedsiębiorczości w krajach objętych projektem.¹

1. Wyniki badań GEM wykorzystywane są m.in. w dokumentach OECD (np.: Benchmarking: Fostering Firm Creation and Entrepreneurship, 2000; Drivers of Growth: Information Technology Innovation and Entrepreneurship, 2001; Small and Medium Enterprises Outlook), które z kolei są podstawą do wypracowania zaleceń dla krajów członkowskich organizacji, dotyczących polityki gospodarczej.

Rysunek 1. Kraje uczestniczące w Global Entrepreneurship Monitor w roku 2004



Kraje uczestniczące w projekcie

Pierwsze badania w ramach GEM przeprowadzono próbnie w 1998 roku w pięciu krajach. Właściwe wdrożenie projektu nastąpiło rok później, gdy w badaniach wzięło udział dziesięć krajów. Do 2004 roku w projekcie uczestniczyły przynajmniej w jednym roku 43 kraje. Badania GEM objęły obecnie więcej niż 2/3 populacji świata i 90% światowego produktu brutto.

W 2004 roku badaniami GEM zostało objętych 34 kraje: Argentyna, Australia, Belgia, Brazylia, Chile, Chorwacja, Dania, Ekwador, Finlandia, Francja, Grecja, Hiszpania, Holandia, Hong Kong, Islandia, Irlandia, Izrael, Jordania, Kanada, Niemcy, Nowa Zelandia, Norwegia, Peru, Republiki Południowej Afryki, Singapur, Słowenia, Stany Zjednoczone, Szwecja, Tajlandia, Uganda, Wenezuela i Wielka Brytania.

Polska w GEM

W 2001 roku projekt rozszerzono po raz pierwszy na Polskę, przy czym przeprowadzono wówczas jedynie część badań. Polska nie została oficjalnie objęta projektem GEM ze względu

na nie spełnione wymogi finansowe. Podobna sytuacja powtórzyła się w roku 2002. W konsekwencji w latach 2001–2002 przeprowadzono w Polsce badania ankietowe populacji dorosłych (*adult population survey*), ale nie przeprowadzono wywiadów z ekspertami i nie opracowano raportu krajowego. Dalsze finansowanie badań w Polsce przez konsorcjum GEM, nawet w ograniczonym zakresie, nie było już możliwe w roku 2003.²

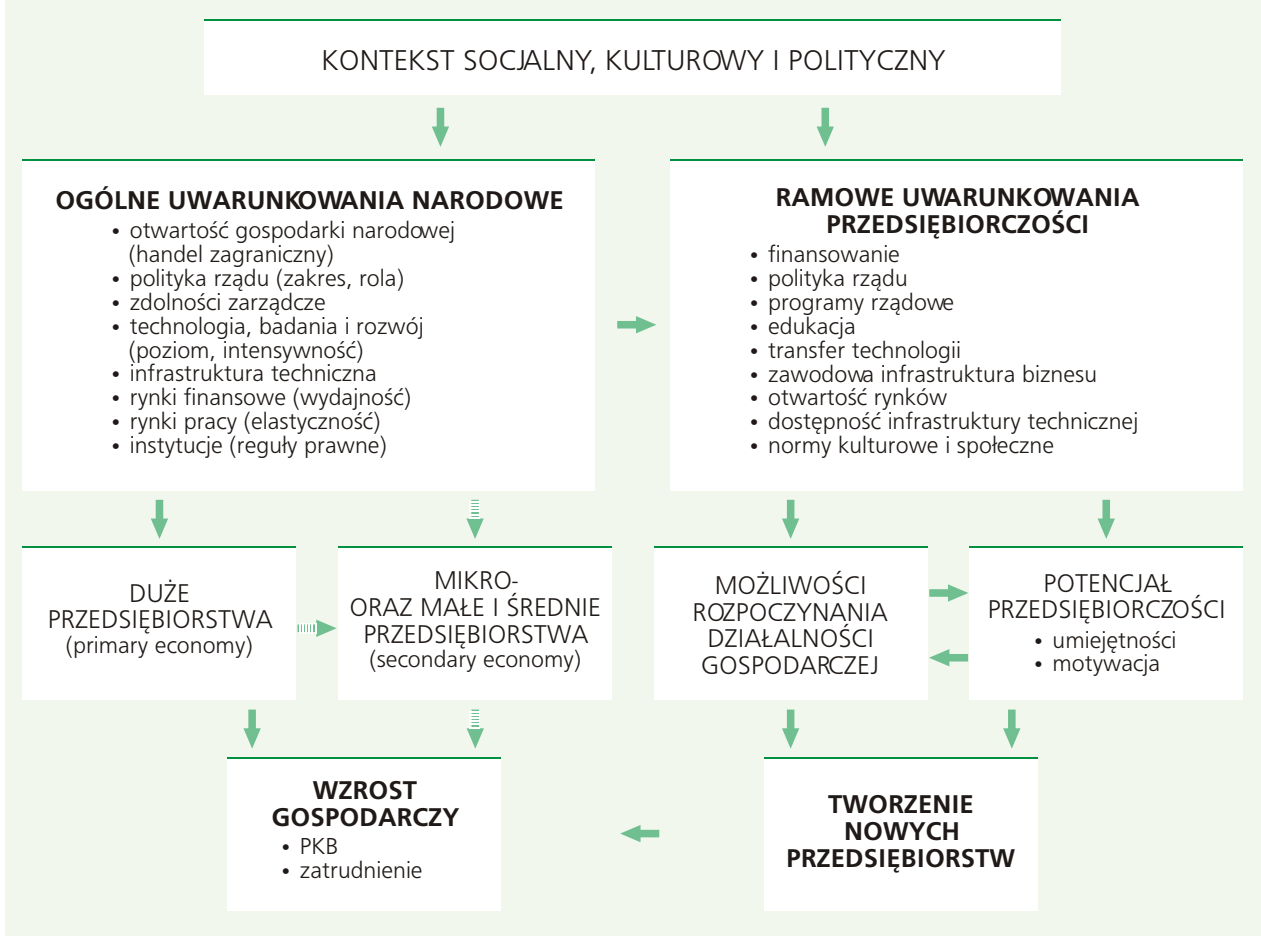
W roku 2003 z inicjatywy Fundacji Edukacyjnej Bachalski przeprowadzona została pilotażowo druga część przewidzianych w GEM badań – wywiady z ekspertami. Badania w pełnym zakresie zrealizowane zostały po raz pierwszy w roku 2004. Uzyskane wyniki, jak również dotyczące Polski rezultaty badań GEM z lat ubiegłych, prezentowane są w części w niniejszym raporcie.

Model GEM

Teoretyczną podstawę projektu Global Entrepreneurship Monitor stanowi wypracowany model badawczy, ujmujący czynniki wpływające na zachowania przedsiębiorcze w danym

2. W poszczególnych krajach badania w ramach GEM finansowane są przez wspierające przedsiębiorczość instytucje rządowe oraz przez sponsorów prywatnych.

Rysunek 2. Model GEM



kraju, jak również związek między podejmowaniem działalności gospodarczej przez nowe podmioty a wzrostem gospodarczym. Model uwzględnia przy tym szereg powiązanych ze sobą grup zmiennych, wpływających jako całość na wzrost gospodarczy danego kraju. Punktem wyjścia modelu jest ogólny społeczno-kulturowy i polityczny kontekst danego kraju, kształtowany m.in. poprzez strukturę demograficzną, system edukacji jak również system polityczny. W każdym kraju odmiennie kształtują się ogólne uwarunkowania narodowe (*general national framework conditions*) oraz ramowe uwarunkowania przedsiębiorczości (*entrepreneurial framework conditions*). Ogólne uwarunkowania narodowe obejmują takie czynniki jak otwartość gospodarki i struktura rynków finansowych oraz rynku pracy. W ogólnym rozumieniu czynniki te oddziałują na działalność gospodarczą i na tworzenie nowych firm. Ramowe uwarunkowania przedsiębiorczości mają szczególne znaczenie dla rozpoczynania działalności gospodarczej. Osoby podejmujące przedsięwzięcia gospodarcze zdane są na wpływ

szeregu czynników, mogących wspierać lub hamować ich inicjatywę. Można tu wymienić na przykład możliwości pozyskania kapitału przez początkujących przedsiębiorców, opodatkowanie, procedury biurokratyczne, a także rodzaj i realizację programów wspierania przedsiębiorczości.

Obie grupy uwarunkowań wpływają na możliwości rozpoczęcia działalności gospodarczej (*entrepreneurial opportunities*) i potencjał przedsiębiorczości (*entrepreneurial capacity*). W pierwszym przypadku chodzi o stopień, w jakim poprzez wzajemne oddziaływanie różnych uwarunkowań ramowych powstają możliwości tworzenia nowych przedsiębiorstw, które mogą przejawiać się w postaci istniejących na rynku nisz lub w pomysłach na nowe produkty lub usługi. Z kolei terminem potencjał przedsiębiorczości określono to, w jakim zakresie poszczególne osoby posiadają niezbędne umiejętności, a także motywację, aby wykorzystać możliwości związane z podjęciem działalności na własny rachunek. Ze splotu możliwości i potencjału wynika faktyczna

dynamika aktywności gospodarczej (*business churning*), czyli zaangażowania w tworzenie nowych przedsiębiorstw. Wzrost gospodarczy jest natomiast uzależniony z jednej strony od stopnia, w jakim istniejące przedsiębiorstwa rozwijają się lub też ograniczają i kończą działalność, a z drugiej strony zależy od zakresu wchodzenia na rynek nowych podmiotów, czyli od tworzenia nowych przedsiębiorstw. Rozwój istniejących przedsiębiorstw jest również przedmiotem analizy w ramach GEM.

Badania w ramach GEM prowadzone są w efekcie w sposób wymierny przede wszystkim na poziomie osoby (*individual level*), a od ubiegłego roku również na poziomie przedsiębiorstwa (*firm level*). Trzeci możliwy poziom badawczy, tj. poziom otoczenia przedsiębiorczości (*environment level*), nie został, jak dotąd, opisany w formie koncepcyjnie spójnego wskaźnika. Dlatego niemożliwe jest w dalszym ciągu stworzenie sumarycznego indeksu przedsiębiorczości, opartego o wyniki badań na wszystkich trzech wymienionych wyżej poziomach.

Podsumowując można stwierdzić, iż model GEM uwzględnił cały szereg czynników oddziałujących na aktywność gospodarczą w danym kraju, w tym determinanty ekonomiczne, ale także społeczne, kulturowe i psychologiczne. Wypracowany model przetestowano empirycznie z dużym powodzeniem po raz pierwszy w 1998 roku, toteż w latach następnych został on zastosowany ponownie z niewielkimi zmianami.

Źródła danych

Dla przeprowadzenia porównań międzynarodowych (*benchmarking*) konieczne jest dysponowanie danymi odzwierciedlającymi w jednolity sposób aktywność gospodarczą i uwarunkowania przedsiębiorczości w różnych krajach.

Ze względu na brak aktualnych i jednocześnie porównywalnych danych niezbędnych dla realizacji założonych w projekcie celów, GEM został oparty na własnych badaniach empirycznych w poszczególnych krajach. Istotną zaletą GEM jest to, iż dokładnie te same pytania zadawane są jednocześnie

w wielu krajach reprezentatywnej próbie dorosłej części ludności (*adult population survey*) oraz według jednolitego klucza wybranym ekspertom (*key informant interviews*). We wszystkich krajach stosowane są te same ankiety po przetłumaczeniu ich na język danego kraju.

Co roku poprzez zwiększanie grupy badanych krajów powiększa się baza danych i zasób wiedzy. W niektórych krajach badania przeprowadzono w 2004 roku po raz siódmy, wobec czego możliwe było przeprowadzenie analiz porównawczych w czasie.

Ankietowanie populacji dorosłych

Fundamentem analizy GEM są badania ankietowe reprezentatywnej próby populacji osób w wieku produkcyjnym (*adult population survey*). Celem takiego badania jest ustalenie, w jakim stopniu ludzie angażują się w przedsięwzięcia gospodarcze i jaki jest ich stosunek do przedsiębiorczości. Ankiety przeprowadzane są w każdym z krajów na próbie co najmniej 2000 osób w wieku od 18 do 64 lat najczęściej drogą telefoniczną.³

Badania populacji umożliwiają zespołowi GEM m.in. po raz pierwszy na zidentyfikowanie osób, które są o krok od podjęcia decyzji o rozpoczęciu działalności na własny rachunek, tzw. *nascent entrepreneurs*. GEM uwzględniła poza tym raczej niedoceniany gdzie indziej miernik przedsiębiorczości, jakim jest udział prywatnych inwestorów typu *venture capital* w finansowaniu podejmowania lub rozwijania działalności gospodarczej przez indywidualnych przedsiębiorców.

Wywiady z ekspertami

Oprócz ankietowania osób w wieku produkcyjnym przeprowadzane są w ramach projektu GEM wywiady z ekspertami (*key informant interviews*), które służą w szczególności identyfikacji uwarunkowań przedsiębiorczości w poszczególnych krajach. Chodzi tu, inaczej mówiąc, o ustalenie czynników wspierających, względnie hamujących rozwój przedsiębiorczości, czyli określenie tego, co sprawia, że dany kraj charakteryzuje się wysokim poziomem przedsiębiorczości (*What makes a country*

3. W Polsce przeprowadzenie badań ankietowych powierzono firmie AC Nielsen, uczestniczącej w badaniach GEM również w innych krajach. Takie rozwiązanie, tzn. zlecenie przeprowadzenia sondażu zewnętrznej firmie specjalizującej się w badaniach rynku i opinii gwarantuje zachowanie rzetelności i jednolitości w tak szeroko zakrojonym projekcie badawczym. Pociąga to jednak za sobą znaczne koszty finansowe.

entrepreneurial?). Anketowani eksperci wybierani są we wszystkich krajach według jednakowego klucza. Chodzi o osoby ze sfery nauki, izb gospodarczych i zrzeszeń przedsiębiorców, banków, firm doradczych, zajmujących się intensywnie kwestiami związanymi z podejmowaniem działalności gospodarczej i posiadających szerokie spojrzenie na aktywność przedsiębiorczą w danym kraju, a także o samych przedsiębiorców. Ta część badań przeprowadzona została w Polsce pilotażowo po raz pierwszy w roku 2003 z inicjatywy Fundacji Edukacyjnej Bachalski.⁴

Wykorzystanie źródeł wtórnych

Dodatkowo oprócz własnych danych empirycznych wykorzystywane są w GEM wtórne źródła danych dotyczące ogólnych uwarunkowań narodowych, przede wszystkim ekonomicznych i demograficznych. Zastosowanie znajdują dostępne i porównywalne na poziomie międzynarodowym dane m.in. MFW, ONZ oraz OECD. Dane te służą w szczególności ustaleniu przyczyn i zakresu oddziaływań pomiędzy przedsiębiorczością a wzrostem gospodarczym.

Wskaźniki przedsiębiorczości

W projekcie GEM wliczane są różnego rodzaju wskaźniki, umożliwiające dokonanie wymiernej charakterystyki przedsiębiorczości w poszczególnych krajach, a także ustalenie ich pozycji rankingowej. Wskaźniki te omówione są poniżej.

Osoby starające się rozpocząć biznes (*Nascent Entrepreneurs*)

Za pomocą tego wskaźnika mierzony jest udział procentowy osób starających się rozpocząć biznes w całej populacji osób w wieku od 18 do 64 lat, tj. w wieku produkcyjnym.

Nascent Entrepreneurs to osoby, które

- w momencie sondażu usiłują samodzielnie lub z partnerami rozpocząć biznes (dotyczy to każdego rodzaju działalności);
- w ciągu ostatnich dwunastu miesięcy podjęli jakiegokolwiek kroki w celu rozpoczęcia nowego biznesu (np. poszukiwanie wyposażenia lub lokalizacji, nawiązanie współpracy z partnerami albo wspólnikami, opracowywanie planu przedsięwzięcia, poszukiwanie kapitału);

- w ciągu ostatnich trzech miesięcy nie wypłacali jeszcze pełnoetatowego wynagrodzenia.

Początkujący przedsiębiorcy (*New Entrepreneurs*)

Wskaźnik ten mierzy udział procentowy początkujących przedsiębiorców, tj. osób w wieku od 18 do 64 lat, które są:

- właścicielami lub współwłaścicielami istniejącego już przedsiębiorstwa i uczestniczą w zarządzaniu tym przedsiębiorstwem i
- nie otrzymują wynagrodzenia, udziału w zyskach i świadczeń rzeczowych dłużej niż 3,5 roku.

Stopa zaangażowania w nowe przedsięwzięcia gospodarcze (*Early-Stage Entrepreneurial Activity Participation*), określana również jako stopa przedsiębiorczości ogółem (*Total Entrepreneurial Activity*)

Ten podstawowy dla GEM indeks mierzący stopę osób zaangażowanych w rozpoczynanie lub rozwijanie nowych przedsięwzięć gospodarczych, wyliczany jest sumarycznie z dwóch wyżej wymienionych kategorii, tj. osób starających się rozpocząć biznes (*Nascent Entrepreneurs*) oraz początkujących przedsiębiorców (*Young Entrepreneurs*), przy czym osoby, które mogą być przypisane do obydwu kategorii, uwzględniane są tylko raz. W powiązaniu z indeksem TEA wyliczane są od 2001 roku dwa wskaźniki dodatkowe uwzględniające motywy podejmowania działalności gospodarczej.

Zaawansowani przedsiębiorcy (*Established Businesses Entrepreneurs*)

To udział przedsiębiorców prowadzących działalność gospodarczą dłużej niż 3,5 roku w populacji osób w wieku 18-64 lata.

Przedsiębiorczość z chęci wykorzystania szansy (*Opportunity Entrepreneurship*)

Indeks ten oznacza procentowy udział osób w wieku od 18 do 64 lat, które rozpoczęły – względnie chcą rozpocząć – działalność gospodarczą, aby wykorzystać dostrzeżoną szansę (okazję).

4. Zob.: K. Baclawski, Sz. Bielecki, *Polacy - przedsiębiorczym społeczeństwem?*, Fundacja Edukacyjna Bachalski, Poznań 2004.

Przedsiębiorczość z konieczności (*Necessity Entrepreneurship*)

Jest to procentowy udział osób w wieku od 18 do 64 lat, które rozpoczęły – wględnie zamierzają rozpocząć – działalność gospodarczą z konieczności (*necessity entrepreneurship*), ponieważ nie mają lepszej alternatywy zarobkowej (*no better choices for work*).

Ponieważ niektóre z ankietowanych osób nie podały wyraźnie żadnego motywu (albo też podały oba), przez co nie mogły być przyporządkowane jednoznacznie do jednej z grup, suma obu kwot nie odpowiada dokładnie wartości TEA.

Przedsiębiorczość firm (*Firm Entrepreneurial Activity*)

Wskaźnik ten został tak skonstruowany, aby odzwierciedlać podejmowanie cechujących się przedsiębiorczością działań przez istniejące firmy. Firmy traktowane są jako przedsiębiorcze, gdy rozwijają działalność poprzez wprowadzanie na rynek nowych produktów lub usług, stanowiących innowacje w wymiarze lokalnym lub regionalnym, a czasem nawet globalnym.

Raporty krajowe

W każdym z uczestniczących w projekcie krajów zbieranie danych empirycznych koordynowane jest przez zespół badawczy, który opracowuje również raport o przedsiębiorczości w danym kraju na tle międzynarodowym. Niniejsze opracowanie jest pierwszym raportem polskim.

Oprócz raportów publikowanych w poszczególnych krajach sporządzany jest co roku przez zespół koordynujący badania przy London Business School raport globalny (*Global Report*). Podczas gdy w raportach krajowych charakteryzowana jest w szczególności przedsiębiorczość w poszczególnych krajach, to w raporcie globalnym analizowane są różnice w ujęciu międzynarodowym oraz ich przyczyny i skutki.

Sponsorzy

Global Entrepreneurship Monitor wymaga we wszystkich uczestniczących krajach poniesienia znaczących nakładów osobowych, finansowych i czasowych. Szczególnie duże koszty pociąga za sobą przeprowadzenie obszernego badania ankietowego populacji. Obligatoryjnie powinno być przeprowadzonych co najmniej 2 tys. ankiet wśród dorosłej części ludności w każdym z krajów GEM. Bez poważnego zaangażowania sponsorów zrealizowanie tak szeroko zakrojonego przedsięwzięcia badawczego nie jest możliwe.

Perspektywy

W niektórych krajach badania w ramach GEM rozszerzane są w celu uwzględnienia specyficznych uwarunkowań, np. w szerszym stopniu badane są zróżnicowania regionalne (Niemcy, a także Wielka Brytania i ostatnio Hiszpania) lub też takie kwestie, jak zakładanie firm przez kobiety czy przedsiębiorczość mniejszości narodowych.

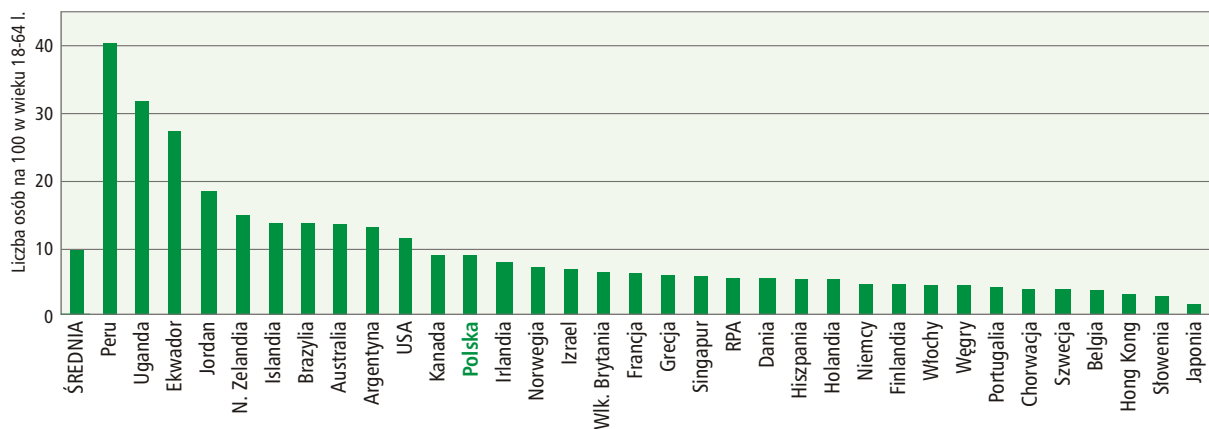
Na arenie międzynarodowej GEM cieszy się rosnącym uznaniem. Przedstawiciele GEM prezentują uzyskane w badaniach rezultaty w trakcie międzynarodowych konferencji, m.in. na forum UE i ONZ. W programach i projektach ONZ przydatne okazały się różnego rodzaju wyniki GEM, jak np. dane dotyczące przedsiębiorczości kobiet, transferu wiedzy i technologii, inwestorów nieformalnych itd. Dane GEM wykorzystywane są również w coraz większym stopniu w różnych opracowaniach naukowych.

Przedsiębiorczość w Polsce na tle świata

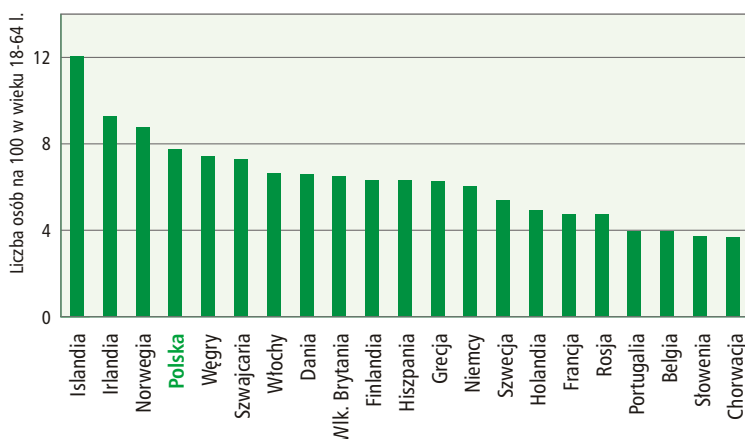
Czy Polska jest przedsiębiorcza?

Przedsiębiorczość jest procesem składającym się z szeregu etapów. Potrzebne są więc takie instrumenty pomiaru, za pomocą których można odwzorować jej obraz możliwie precyzyjnie w poszczególnych etapach. Koncepcja GEM umożliwia identyfikację dwóch głównych grup osób zaangażowanych w nowe przedsięwzięcia gospodarcze. Pierwsza grupa to początkujący przedsiębiorcy (*New Entrepreneurs*), aktywni w rozwijaniu swoich firm, funkcjonujących nie dłużej niż 3,5 roku. Do drugiej grupy zaliczane są osoby starające się rozpocząć nowy biznes (*Nascent Entrepreneurs*) i podejmujące w tym celu samodzielnie albo z partnerami jakieś konkretne działania (np. poszukiwanie wyposażenia lub lokalizacji, opracowywanie planu przedsięwzięcia, poszukiwanie kapitału). Z kolei podstawowa w GEM miara – stopa zaangażowania w nowe przedsięwzięcia gospodarcze (dla uproszczenia nazywana też stopą przedsiębiorczości ogółem) – wyliczana jest sumarycznie dla tych obydwu grup.

Stopa zaangażowania w nowe przedsięwzięcia gospodarcze wyniosła dla Polski w 2004 roku 8,83%. Oznacza to, że wśród stu Polaków w wieku od 18 do 64 lat przeciętnie prawie dziewięciu zaangażowanych jest w rozpoczęcie bądź rozwinięcie nowej działalności gospodarczej. Wartość tego wskaźnika wzrosła w porównaniu z wynikami poprzednich badań, prowadzonych w latach 2001-2002, gdy indeks ten wyniósł średnio 7,2%. Wyniki uzyskane dla wszystkich 34 krajów objętych badaniami w roku 2004 przedstawione są na wykresie 1. Wartość średnia indeksu dla wszystkich krajów jest wysoka i wynosi 9,41, a więc powyżej wartości wyliczonej dla Polski. Jest ona jednak silnie zawyżona bardzo wysokimi wartościami indeksu ustalonymi dla Peru, Ugandy i Ekwadoru. W efekcie zaledwie jedna trzecia uczestniczących w projekcie krajów uzyskała wartość indeksu powyżej średniej. Mediana wskaźnika (wartość, która dzieli uzyskane wyniki na dwie połowy) wynosi 5,90, a więc znacznie mniej niż wartość obliczona dla naszego kraju. Polska uplasowała się na 12 miejscu wśród 34 państw.



Wykres 1. Stopa zaangażowania w nowe przedsięwzięcia gospodarcze (TEA) 2004



Wykres 2. Stopa zaangażowania w nowe przedsięwzięcia gospodarcze w krajach Europy (średnia za lata 2001–2004)

W roku 2004 obliczony dla naszego kraju wskaźnik TEA osiągnął najwyższą wartość spośród krajów UE, przy czym nie było statystycznie istotnej różnicy w porównaniu z Irlandią. Wykres 2 przedstawia wartość średnią indeksu dla krajów europejskich uczestniczących w GEM w latach 2000-2004. Pozycja poszczególnych krajów nie ulegała z roku na rok większym zmianom, co potwierdza wysoką wiarygodność tego wskaźnika. Zaangażowanie w nowe przedsięwzięcia gospodarcze mierzone wskaźnikiem TEA utrzymuje się na najwyższym poziomie w krajach skandynawskich i w Irlandii.

Spośród krajów transformacji ustrojowej oprócz Polski w projekcie uczestniczyły w ciągu tych pięciu lat tylko Węgry, Chorwacja, Słowenia i Rosja⁵. Poziom przedsiębiorczości na Węgrzech mierzony TEA jest według danych uśrednionych zbliżony do poziomu w Polsce (choć wartość za rok 2004 jest znacznie niższa). Natomiast indeksy dla Chorwacji i Słowenii przyjmują najniższe wartości wśród krajów Europy.

Jak interpretować wysoką wartość stopy zaangażowania w nowe przedsięwzięcia gospodarcze w Polsce na tle innych krajów UE i Europy Środkowo-Wschodniej? Wskazana jest tu pewna ostrożność. Nie można na tej podstawie bezkrytycznie stwierdzić, że z przedsiębiorczością w Polsce jest lepiej niż w większości krajów UE. Wskaźnik ten informuje jedynie o procencie osób zaangażowanych w podjęcie i rozwinięcie nowego biznesu. I jest punktem wyjścia do głębszych analiz. Rozpatrywane w dalszej części raportu takie cechy aktywności gospodarczej, jak np. motywacja, wprowadzanie innowacji, orientacja na szybki wzrost,

potencjał społeczny itd., świadczą, że Polska nie jest krajem bardziej przedsiębiorczym niż np. Belgia, Holandia czy Finlandia. Wręcz przeciwnie, można nawet wyprowadzić wnioski, iż w krajach tych nie ma potrzeby, by zwiększać wolumen przedsięwzięć gospodarczych. Belgijskie czy holenderskie małe firmy należą do najbardziej nowatorskich i zorientowanych na dynamiczne rozwijanie działalności. Ludność tych krajów jest mniejsza liczebnie, za to bardzo dobrze wykształcona. Zapewne istniejące już tam przedsiębiorstwa są w stanie w większym stopniu niż w Polsce absorbować przedsiębiorcze talenty⁶. Tak więc zgodnie z dokonanym szacunkiem Polska dobrze wypada pod względem ilościowym. Równie ważny, o ile nie ważniejszy, jest jednak wymiar jakościowy.

Ponieważ badania GEM obejmują długą listę krajów, które mocno różnią się między sobą, bardziej zasadne jest ze względów praktycznych i merytorycznych dokonywanie porównań pomiędzy krajami, które pod pewnymi względami są do siebie zbliżone. Nasze dalsze analizy prowadziły będziemy głównie w odniesieniu do krajów OECD oraz Chorwacji i Słowenii.

Motywacja w podejmowaniu działalności gospodarczej

Szczególnie istotne, choćby w kontekście wspierania przedsiębiorczości, są powody, dla których ludzie decydują się na działalność gospodarczą. Jeśli ma to miejsce z chęci

5. Rosja nie została pełnym członkiem, a badania prowadzono pilotażowo w latach 2001-2002.

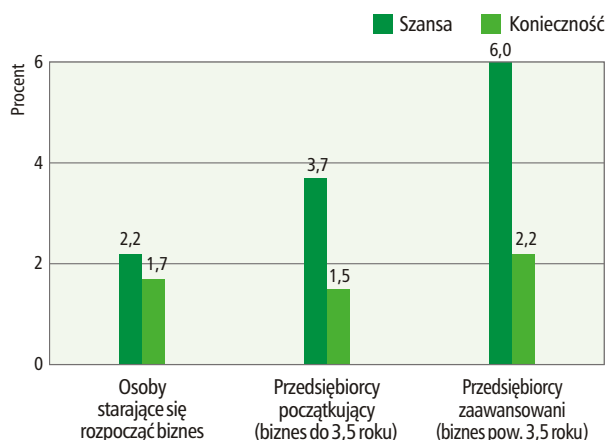
6. Zob. też: K. Hindle, A. O'Connor, *Westpac GEM Australia: a Study of Australian Entrepreneurship in 2004, Australian Graduate School of Entrepreneurship Research Report Series, Vol. 2, No. 1, Swinburne University of Technology, Melbourne 2005.*

Tabela 1. Regiony świata, PKB na mieszkańca i stopa zaangażowania w nowe przedsięwzięcia gospodarcze (TEA) w 2004 roku

Region	Kraj	OECD	PKB na mieszkańca (w USD)	Ludność w wieku 18-64 lat, 2004 (w tys.)	TEA 2004 (osób/100, wiek 18-64 lat)	TEA 2004 średnia dla regionu
Ameryka Płd.	Ekwador		2 172	7 264	27,2	18,9
	Peru		2 270	15 680	40,3	
	Brazylia		3 182	114 005	13,5	
	Argentyna		3 865	22 895	12,8	
Ameryka Płn.	Kanada	•	29 777	21 060	8,9	10,1
	USA	•	39 922	183 430	11,3	
Europa: UE	Polska	•	5 728	25 265	8,8	5,1
	Węgry	•	9 263	6 550	4,3	
	Portugalia	•	16 173	6 603	4,0	
	Słowenia		16 275	1 344	2,6	
	Grecja	•	18 569	6 780	5,8	
	Hiszpania	•	24 254	26 110	5,2	
	Włochy	•	28 995	37 162	4,3	
	Francja	•	31 996	37 064	6,0	
	Niemcy	•	32 624	52 404	4,5	
	Belgia	•	33 927	6 424	3,5	
	Finlandia	•	34 944	3 289	4,4	
	Holandia	•	35 160	10 469	5,1	
	Wielka Brytania	•	35 718	37 582	6,3	
	Szwecja	•	37 548	5 510	3,7	
	Irlandia	•	43 290	2 502	7,7	
Dania	•	45 060	3 402	5,3		
Europa: poza UE	Chorwacja		5 357	2 841	3,7	8,1
	Islandia	•	40 748	181	13,6	
	Norwegia	•	51 918	2 824	7,0	
Afryka i Środkowy Wschód	Uganda		248	10 608	31,6	15,5
	Jordania		1 885	3 078	18,3	
	RPA		3 746	25 122	5,4	
	Izrael		16 887	3 617	6,6	
Azja i Oceania	Singapur		23 041	3 142	5,7	7,6
	Nowa Zelandia	•	23 460	2 496	14,7	
	Hong Kong		23 507	4 777	3,0	
	Australia	•	30 695	12 542	13,4	
	Japonia	•	36 105	80 830	1,5	
Kraje spoza OECD – średnia			8 317			13,8
Kraje OECD – średnia			32 388			6,7
Wszystkie kraje GEM – średnia			23 184			9,3

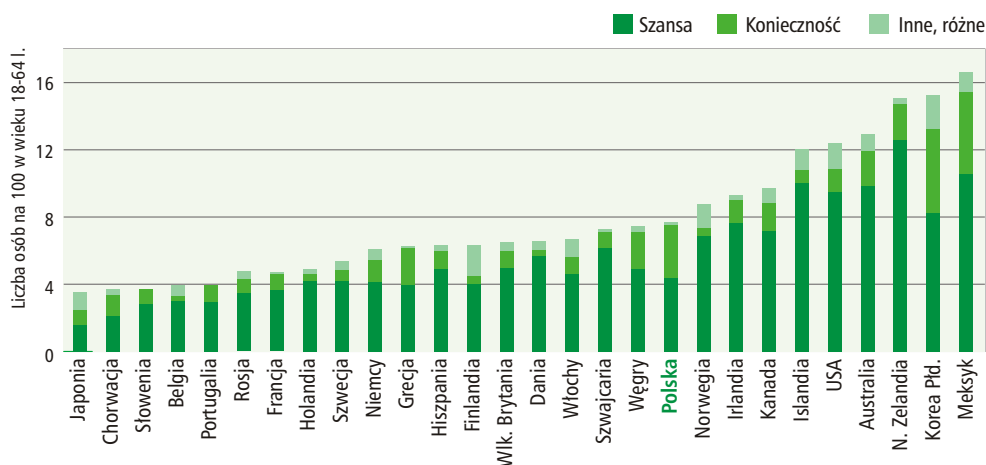
wykorzystania szansy (okazji), ma to odmienne implikacje aniżeli zakładanie własnej firmy z konieczności, tj. najczęściej z braku alternatyw zarobkowych. Te dwa podstawowe motywy podejmowania działalności gospodarczej różniące się w koncepcji GEM (zob. rysunek 2).

U podstaw wyróżnienia pierwszego typu leży założenie, że podjęcie działalności gospodarczej wynika ze świadomego wyboru lepszej alternatywy, poprzedzonego wewnętrznym impulsem. Kluczowa jest tutaj pojawiająca się w otoczeniu szansa na udane przedsięwzięcie, którą dostrzeże potencjalny przedsiębiorca (*opportunity entrepreneurship*). Drugi typ opiera się na założeniu, że długo utrzymujące się wysokie bezrobocie albo zagrożenie utratą pracy stymuluje dążenie do samodzielności gospodarczej (zawodowej). Tworzenie przedsiębiorstw jest wobec tego reakcją na socjalnie trudną sytuację, względnie małe szanse na rynku pracy (*necessity entrepreneurship*). W roku 2004 średnio dla 34 krajów GEM

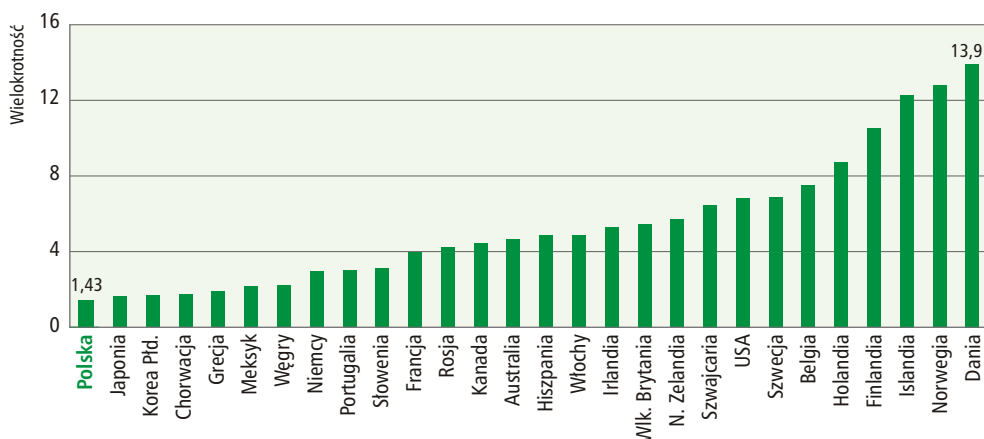


Wykres 5. Motywacja w działalności gospodarczej wg zaawansowania

75,2% przedsięwzięć było podejmowanych z chęci wykorzystania pojawiającej się szansy (tj. z wyboru), 20,9% to przedsięwzięcia podejmowane z konieczności, a 3,9% przedsięwzięć wynikało z innych względów.



Wykres 3. Procentowy udział przedsięwzięć z chęci wykorzystania szansy oraz z konieczności w krajach OECD oraz Chorwacji i Słowenii

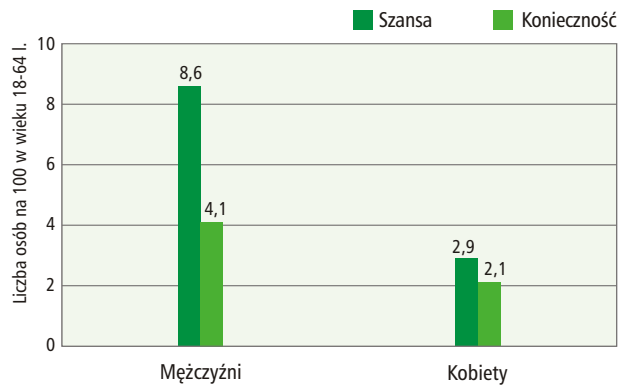


Wykres 4. Relacja przedsięwzięć z chęci wykorzystania szansy oraz z konieczności w krajach OECD oraz Chorwacji i Słowenii

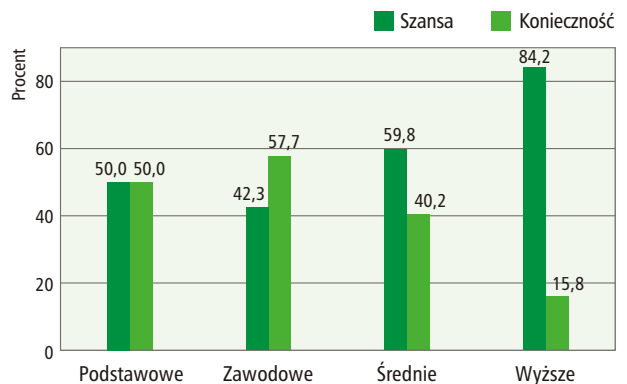
W roku 2004 wskaźnik TEA dla Polski wyniósł 8,8 pkt. proc., z czego 5,7pkt. proc. (64,7%) to przedsięwzięcia w wyboru, natomiast 3,1 (35,3%) to przedsięwzięcia podejmowane z konieczności. Oznacza to, iż co trzecia osoba zaangażowana w Polsce działalność gospodarczą uważa, iż jest do tego przymuszona okolicznościami, tj. brakiem pracy lub groźbą jej utraty. Wykres 3 przedstawia porównanie udziału przedsięwzięć podejmowanych z chęci wykorzystania szansy oraz przedsięwzięć z konieczności w uczestniczących w GEM krajach OECD oraz Chorwacji i Słowenii, a wykres 4 wzajemną relację tych proporcji (wielokrotność). Relacja przedsięwzięć z chęci wykorzystania szansy oraz z konieczności, wynosząca 1,43, jest w Polsce najgorsza spośród wszystkich tych krajów. Najlepsza pod tym względem sytuacja jest w krajach skandynawskich, gdzie przedsięwzięcia wynikające z chęci wykorzystania szansy przeważają kilkunastokrotnie.

Generalnie rzecz biorąc, w rozwiniętych systemach gospodarczych większa część aktywności gospodarczej jest motywowana chęcią wykorzystania pojawiających się szans niż koniecznością podejmowania działań przedsiębiorczych w perspektywie braku pracy. W krajach rozwijających się gospodarczo, szczególnie w warunkach wysokiego bezrobocia, znacznie większa część aktywności przedsiębiorczej wynika z konieczności.

Przedsiębiorczość z konieczności nie przynosi aż tak dobrych efektów jak ta podejmowana z chęci wykorzystania szansy, cechuje się niższym wskaźnikiem przetrwania oraz niższym potencjałem wzrostu. Silne oddziaływanie czynników wymuszających zachowania przedsiębiorcze odpowiada w dużym stopniu za niską jakość przedsięwzięć gospodarczych w Polsce.



Wykres 6. Motywacja w podejmowaniu działalności gospodarczej według płci



Wykres 7. Motywacja w podejmowaniu działalności gospodarczej według wykształcenia

Można tu stwierdzić pewne zróżnicowanie pod względem płci. Kobiety częściej (42,9%) niż mężczyźni (32,8%) podejmują działalność gospodarczą z braku innej sensownej alternatywy zarobkowej, a nie z chęci wykorzystania szansy (wykres 5). Polska nie jest tu jednak wyjątkiem. Sytuacja taka występuje nawet w Skandynawii i Nowej Zelandii, gdzie kobiety mają

Rysunek 3. Motywacja w podejmowaniu działalności gospodarczej

I. szansa–przyciąganie (*opportunity–pull*)

- a) wykształcenie ► zatrudnienie
- b) wykształcenie

chęć wykorzystania dostrzeżonej szansy – przyciąganie

II. konieczność–wypychanie (*necessity–push*)

- a) wykształcenie ► zatrudnienie ► brak pracy lub obawa przed jej utratą
- b) wykształcenie ► brak pracy

brak lepszych rozwiązań – wypychanie

rozpoczęcie nowego biznesu

Tabela 2. Współczynniki aktywności ekonomicznej ludności w województwach w podziale na grupy według poziomu rozwoju

Województwa	Poziom rozwoju (UE=100, 2002, Eurostat)	Dochody osobiste ludności w przeliczeniu na 1 mieszkańca (Polska=100, 2003, CBR)	Ludność w wieku produkcyjnym (mężczyźni 18-64 lata, kobiety 18-59 lat) (2004, GUS)	Stopa bezrobocia – liczba osób na 100 w wieku 15-64 lat (II kwartał 2004, GUS)	
lubelskie	niższy <38	32,0	63	1 336 094	16,1
podkarpackie		32,6	59	1 280 419	15,1
warmińsko–mazurskie		34,1	71	901 099	23,7
podlaskie		35,1	66	731 120	14,7
świętokrzyskie		35,7	67	795 333	20,4
opolskie		37,4	78	672 348	19,4
małopolskie	średni 38-46	39,5	86	2 018 384	16,8
lubuskie		39,9	79	1 009 177	24,9
łódzkie		41,3	91	2 592 568	18,8
kujawsko–pomorskie		41,6	82	1 312 517	22,0
zachodniopomorskie		45,1	87	1 098 179	23,8
pomorskie		45,5	103	1 395 541	19,8
wielkopolskie	wyższy >46	47,1	95	2 144 223	17,2
dolnośląskie		47,4	100	1 877 193	26,7
śląskie		50,6	120	3 054 342	18,5
mazowieckie		69,5	174	3 233 230	16,0

dużo większe możliwości podjęcia pracy i pogodzenia jej z obowiązkami domowymi.

Do podejmowania działalności gospodarczej relatywnie częściej czują się przymuszeni mieszkańcy miast (44,6%) aniżeli mieszkańcy wsi (31,4%), co raczej nie odpowiada potocznym wyobrażeniom. Nie dziwi z kolei, iż osoby starsze częściej niż młodsze wchodzi w biznes z konieczności, np. w grupie wieku 18-24 lata udział czynników wymuszających działania przedsiębiorcze wynosi 31,8%, podczas gdy w grupie 55-64 lata – aż 54,5%.

Najbardziej optymistycznie umotywowane są osoby z wyższym wykształceniem, widzące w własnym biznesie szansę, którą chcą wykorzystać (wykres 6). Z kolei niekorzystne okoliczności są najczęściej powodem rozpoczęcia biznesu dla osób z wykształceniem zawodowym.

Zróźnicowanie regionalne przedsiębiorczości w Polsce

Badania GEM przeprowadzone zostały w roku 2004 po raz pierwszy w pełnym zakresie. Po raz pierwszy również można pokusić się o wyciągnięcie wniosków dotyczących zróźnicowania regionalnego przedsiębiorczości w Polsce. Trzeba tu jednak zachować ostrożność, gdyż próba badawcza wynosząca w 2004 roku 2001 osób nie jest do tego celu statystycznie w pełni wystarczająca. W związku z tym postanowiliśmy przeanalizować rozkład niektórych czynników, przyporządkowując województwa do trzech grup według poziomu rozwoju względem średniej w UE (według Eurostat za rok 2002).

W przedsięwzięcia gospodarcze znajdujące się na wczesnym etapie najczęściej zaangażowani są mieszkańcy województw o średnim poziomie rozwoju, tj. małopolskiego, lubuskiego, łódzkiego oraz wszystkich trzech województw pomorskich. Mieszkańcy tych województw dysponują jednak najczęściej dochodami niższymi niż średnia dla całego kraju, zawyżana

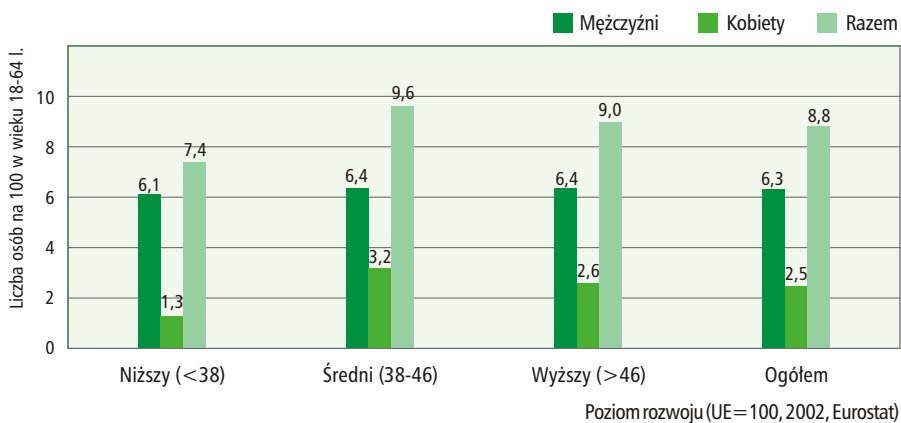
Wskaźnik zatrudnienia – liczba osób na 100 w wieku 15-64 lata (II kwartał 2004, GUS)	Stopa zaangażowania w nowe przedsięwzięcia gospodarcze z konieczności – liczba osób na 100 w wieku 18-64 lat (2004, GEM)	Stopa zaangażowania w nowe przedsięwzięcia gospodarcze z chęci wykorzystania szansy – liczba osób na 100 w wieku 18-64 lat (2004, GEM)	Stopa zaangażowania w nowe przedsięwzięcia gospodarcze ogółem – średnia dla grup według poziomu rozwoju – liczba osób na 100 w wieku 18-64 lat (2004, GEM)	Województwa
46,5	2,6	2,8	7,4	lubelskie
44,4	0,9	4,7		podkarpackie
39,1	4,0	8,1		warmińsko-mazurskie
48,0	3,0	3,3		podlaskie
42,4	4,5	6,1		świętokrzyskie
41,3	3,6	1,8		opolskie
47,2	3,0	10,2	9,6	małopolskie
41,2	5,6	9,3		lubuskie
43,9	3,7	5,1		łódzkie
45,4	2,8	5,5		kujawsko-pomorskie
41,5	0,7	5,6		zachodniopomorskie
42,3	2,6	4,3		pomorskie
47,5	1,1	8,5	9,0	wielkopolskie
39,3	5,8	7,1		dolnośląskie
41,7	3,9	3,9		śląskie
46,2	3,4	4,5		mazowieckie

głównie przez dochody mieszkańców Warszawy i okolic oraz w mniejszym stopniu mieszkańców Śląska.

Największa dysproporcja w regionalnym rozkładzie przedsiębiorczości ogółem wynika z niewielkiego zaangażowania w przedsięwzięcia gospodarcze kobiet w województwach o niższym poziomie rozwoju (wykres 7). Większych dysproporcji nie ma jeśli chodzi o przedsiębiorcze zaangażowanie mężczyzn. Ten wynik wskazuje wyraźnie, w jakiej grupie jest największy deficyt i gdzie należy zintensyfikować działania wspierające przedsiębiorczość.

Biorąc pod uwagę etap zaangażowania w przedsięwzięcie gospodarcze, stwierdziliśmy, iż najwięcej osób starających się w momencie przeprowadzania badania (pierwsza dekada października 2004 roku) rozpocząć biznes jest w województwach najlepiej rozwiniętych. Ich proporcja wśród dorosłych mieszkańców tych województw jest zbliżona do proporcji początkujących przedsiębiorców, tzn. działających nie dłużej niż 3,5 roku. Wyraźnie najwięcej początkujących przedsiębiorców jest z kolei wśród mieszkańców województw na średnim poziomie rozwoju. Świadczy to o tym, iż tam

najczęściej podejmowano udane inicjatywy gospodarcze w latach 2001-2004. Najwidoczniej starania mieszkańców tych województw częściej niż gdzie indziej skutkują faktycznym rozpoczęciem działalności, a jednocześnie większe są tam szanse utrzymania się na rynku. Ogólnie rzecz biorąc, najmniejsze zaangażowanie w nowe przedsięwzięcia gospodarcze wykazują mieszkańcy województw o niższym poziomie rozwoju, z wyjątkiem województw warmińsko-mazurskiego i świętokrzyskiego, charakteryzujących się wysokim bezrobociem. Różnicowanie regionalne przedsiębiorczości w Polsce pod względem poziomu rozwoju bądź też dochodów ludności nie odpowiada relacjom występującym w porównaniach międzynarodowych. W krajach uboższych stwierdzana jest bowiem wyraźnie wyższa proporcja ludności zaangażowanej w inicjatywy gospodarcze niż w krajach zamożniejszych. Zależność ta nie występuje, ponieważ takie województwa, jak lubelskie, podkarpackie, podlaskie i opolskie, cechujące się niższym poziomem rozwoju, charakteryzują się jednocześnie niższymi wskaźnikami bezrobocia i wyższymi współczynnikami zatrudnienia.



Wykres 8. Przedsiębiorczość ogółem według poziomu rozwoju województw i płci

W szczególności województwa tzw. ściany wschodniej mają paradoksalnie zbliżone albo nawet lepsze wskaźniki dotyczące zatrudnienia i bezrobocia niż województwa na wyższym poziomie rozwoju. Województwa te cechują się, z jednej strony, niską industrializacją i w konsekwencji również mniejszymi problemami strukturalnymi wynikającymi z restrukturyzacji przemysłu, a z drugiej strony, dużym rozdrobnieniem gospodarstw rolnych, a co za tym idzie, tzw. ukrytym bezrobociem na wsi, gdy proporcjonalnie więcej mieszkańców zatrudnionych jest we własnych gospodarstwach rolnych. Wskaźniki aktywności gospodarczej oszacowane dla tych województw w projekcie GEM są jednak zdecydowanie niekorzystne. Poziom zaangażowania w nowe przedsięwzięcia jest niski, a na dodatek w bardzo dużym stopniu wynika to z wymuszenia. Wyraźnie na korzyść pod względem motywacji wyróżnia się natomiast województwo wielkopolskie, a także małopolskie, które charakteryzują się wysokimi

współczynnikami przedsiębiorczości z chęci wykorzystania szansy, kilkakrotnie wyższymi od współczynników obrazujących aktywność wymuszoną brakiem lepszych alternatyw. Jedynie w województwie opolskim stwierdziliśmy przewagę czynników wymuszających nad przyciągającymi. Korelacja między poziomem bezrobocia a stopą zaangażowania w nowe przedsięwzięcia gospodarcze z konieczności jest wyraźna.

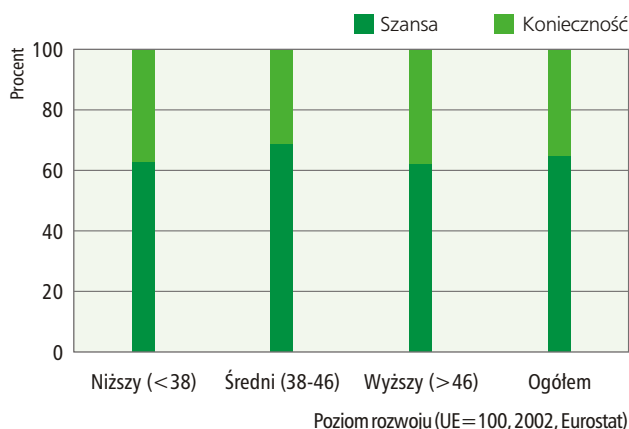
Jeszcze raz chcemy podkreślić, iż przytoczone tu wyniki dotyczące województw mogą być obciążone pewnym błędem z powodu niezbyt wysokich na tego rodzaju potrzeby prób badawczych. Wymagają one weryfikacji w kolejnych badaniach.

W jakich sektorach powstają nowe firmy?

W badaniach GEM stosowane są dwa rodzaje podziału na branże, w których tworzone są przedsięwzięcia. Pierwszy dzieli je na dziesięć kategorii: (1) rolnictwo, leśnictwo, łowiectwo, rybołówstwo, (2) kopalnictwo i budownictwo, (3) działalność produkcyjna, (4) transport, komunikacja, (5) handel hurtowy, (6) handel detaliczny, hotelarstwo i gastronomia; (7) usługi finansowe, ubezpieczenia i handel nieruchomościami; (8) obsługa biznesu; (9) służba zdrowia, edukacja, usługi społeczne; (10) inne usługi dla klientów indywidualnych.

W drugim podziale istnieją cztery główne kategorie działalności:

1. wytwarzanie produktów z zasobów naturalnych (rolnictwo, leśnictwo, rybołówstwo, kopalnictwo);



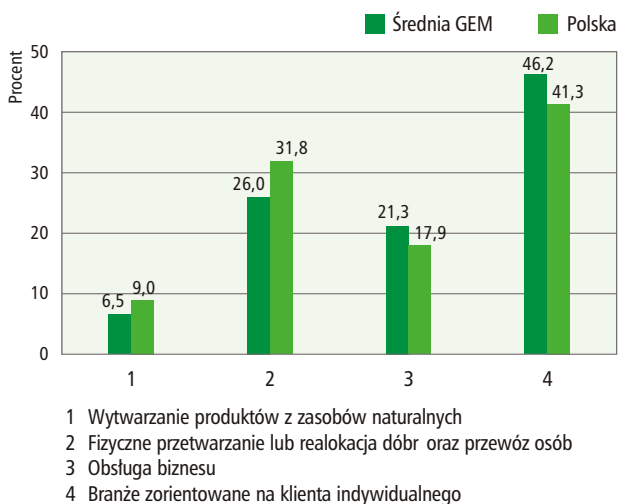
Wykres 9. Motywacja w podejmowaniu działalności gospodarczej według poziomu rozwoju województw

2. fizyczne przetwarzanie lub realokacja dóbr oraz przewóz osób (przemysł, budownictwo, transport i dystrybucja);
3. obsługa biznesu;
4. branże zorientowane na klienta indywidualnego (handel, gastronomia, hotelarstwo, zdrowie, edukacja, rekreacja itd.).

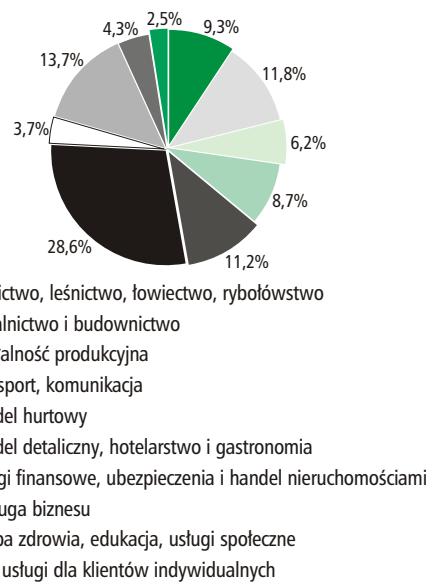
Średnio w krajach GEM w kategorii wytwarzania produktów z zasobów naturalnych znajduje się 6,5% nowych przedsięwzięć, 26,0% przypada na fizyczne przetwarzanie lub realokację dóbr oraz przewóz osób, 21,3% znajduje się w kategorii obsługi biznesu, a 46,2% to przedsięwzięcia należące do branż zorientowanych na klienta indywidualnego. W Polsce przynależność nowych przedsięwzięć do poszczególnych kategorii wynosi odpowiednio: 9,0%, 31,8%, 17,9% oraz 41,3% (zob. wykres 9).

Badania GEM zdają się potwierdzać niekorzystną strukturę działalności gospodarczej w Polsce. Nadal zbyt wiele przedsięwzięć przypada na działalność rolniczą oraz produkcyjną, a zbyt mało na działalność usługową zarówno skierowaną do firm jak i klientów indywidualnych.

W porównaniu z badaniami przeprowadzonymi w latach 2001-2002 wzrósł procentowy udział przedsięwzięć należących do kategorii wytwarzania produktów z zasobów naturalnych (z 8,5% do 9%), obsługi biznesu (z 16,5 do 17,9%) oraz branż zorientowanych na klienta indywidualnego (z 39% do 41,3%), spadek natomiast udział przedsięwzięć należących do kategorii fizycznego przetwarzania lub realokacji dóbr oraz przewozu osób (z 36% do 31,8%), co



Wykres 10. Nowe przedsięwzięcia według głównych kategorii branżowych w krajach GEM oraz Polsce



Wykres 11. Procentowy udział nowych przedsięwzięć w 10 kategoriach branżowych

zblżyła strukturę branżową przedsiębiorczości w Polsce do wartości średnich dla wszystkich krajów GEM (wykres 10)

Stosując podział na 10 kategorii branżowych, 9,3% przedsięwzięć rozpoczynanych jest w rolnictwie, leśnictwie, łowiectwie lub rybołówstwie, 11,8% w kopalnictwie lub budownictwie, 6,2% dotyczy działalności produkcyjnej, 8,7% transportu i komunikacji, 11,2% handlu hurtowego, 28,6% to przedsięwzięcia w branżach handlu detalicznego, hotelarstwa i gastronomii, 3,7% należy do sektora usług finansowych, ubezpieczeń i handlu nieruchomościami, 13,7 do obsługi biznesu, 4,3% to przedsięwzięcia z zakresu służby zdrowia, edukacji oraz usług społecznych, a 2,5% to inne usługi skierowane do klienta indywidualnego.

Kto podejmuje w Polsce działalność gospodarczą?

Wyjątkowość projektu GEM polega m.in. na tym, iż pozwala identyfikować osoby starające się rozpocząć działalność gospodarczą. Inne dotychczasowe badania skoncentrowane są generalnie na przedsiębiorcach prowadzących już działalność, najczęściej bez względu na etap tej działalności. Badanie przeprowadzone w pierwszej dekadzie października 2004 roku na reprezentatywnej próbie Polaków w wieku 18-64 lata wykazało, iż 3,9% z nich starało się rozpocząć nowy biznes, podejmując, co ważne, konkretne działania, jak poszukiwanie

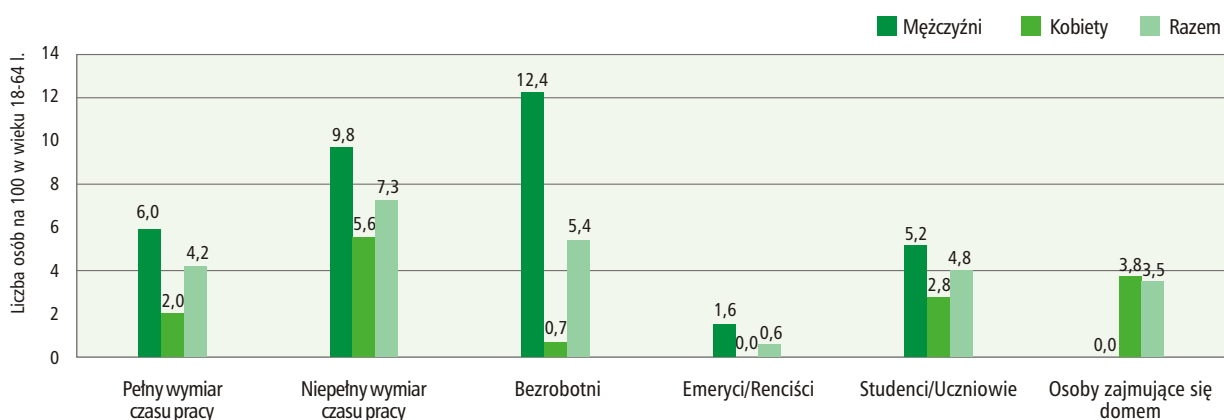
lokalizacji, kapitału czy partnerów. Z tego ok. 70% to inicjatywy zupełnie niezależne. Pozostała część to działania związane z zakładaniem nowych firm (albo nowych oddziałów lub filii firm już istniejących) podejmowane w ramach aktualnych obowiązków zawodowych, przy czym respondenci mieli być współwłaścicielami tych podmiotów.

Blizsza analiza pozwoliła do pewnego stopnia opisać, kim są osoby starające się rozpocząć nowy biznes. Najwięcej osób deklarujących podejmowanie działalności gospodarczej przypadało na niższe grupy wieku. Ponad 30,4% respondentów, którzy na powyższe pytanie udzielili odpowiedzi twierdzącej pochodziło z grupy 18-24 lata, 21,5% z grupy 25-34, 25,3% z grupy 35-44, 16,5% z grupy 45-54 i 6,3% z najwyższej badanej grupy wieku 55-64 lata. Można więc stwierdzić, iż deklarowane zaangażowanie w rozpoczęcie działalności gospodarczej utrzymuje się na wysokim poziomie w przypadku osób poniżej 45 lat, a potem gwałtownie spada.

Nie stwierdziliśmy większych różnic zależnych od miejsca zamieszkania. Jedynie nieznacznie większe zaangażowanie wykazywały osoby zamieszkujące w miastach (4,2%) aniżeli na wsi (3,5%). Duże różnice występują natomiast ze względu na płeć. Trzy razy więcej mężczyzn (6,1%) niż kobiet (1,8%) robiło coś, by wystartować w biznesie. Najmniejsza dysproporcja między mężczyznami a kobietami jest wśród osób pracujących w niepełnym wymiarze czasu. W skali kraju sporadycznie, jeśli w ogóle, nowy biznes starają się rozpocząć emerytki i rencistki. Najbardziej jednak niepokojąca jest pasywność bezrobotnych kobiet: zaledwie siedem na tysiąc podejmowało przedsiębiorcze działania. O wiele bardziej aktywni są bezrobotni mężczyźni: co ósmy z nich starał się

jesienią 2004 roku rozpocząć biznes. Generalnie rzecz biorąc, wśród osób starających się rozpocząć biznes w Polsce niemal co szóstą jest bezrobotny mężczyzna.

Znacząca jest jednak również aktywność osób mających jednocześnie jakąś pracę (65%). Wydaje się to być uzasadnione pewnego rodzaju asekuracją. W przypadku, gdyby nie zdołali jednak biznesu rozpocząć albo wypracować dochodów, nadal mają źródło utrzymania. Żadnych zarobków nie ma ok. 12% osób starających się rozpocząć działalność. To najczęściej wspomniani wcześniej bezrobotni mężczyźni, ale też uczniowie i studenci. Ich determinacja jest godna podziwu, tym bardziej, że zmuszeni są zapewne pożyczyc pieniądze na własny biznes, gdyż, jak można przypuszczać, najczęściej nie dysponują własnymi oszczędnościami. Prawie 54% osób usiłujących rozpocząć biznes nie zarabia z kolei więcej niż 2000 zł netto. Zapytani o przyczyny zaangażowania się w uruchomienie działalności gospodarczej 44,3% respondentów wskazało konieczność, tj. brak pracy lub obawę przed jej utratą. Pozostali stwierdzili, iż chcą wykorzystać dostrzeżoną szansę. Osoby podejmujące starania ukierunkowane na rozpoczęcie nowej działalności gospodarczej mają relatywnie często za sobą doświadczenie prowadzenia firmy. Wśród nich znacząco częściej, niż w przypadku ogółu dorosłych Polaków występowały osoby, które w ciągu poprzednich 12 miesięcy, zamknęły, względnie zawiesiły lub zostawiły biznes, którego były właścicielami i nim zarządzały (19,2%). Oznacza to, że podjęta raz samodzielna działalność gospodarcza, nawet jeśli nie zakończy się sukcesem może skłaniać do podejmowania jej w przyszłości.



Wykres 12. Osoby starające się rozpocząć biznes według statusu pracy i płci

Duże znaczenie dla decyzji o podjęciu samodzielnej działalności gospodarczej ma osobista znajomość z kimś, kto rozpoczął niedawno (w ciągu ostatnich dwóch lat) nowy biznes. Aż 79,7% respondentów zaangażowanych obecnie w tworzenie nowego biznesu stwierdziło, iż zna osobiście taką osobę. Wśród osób nie starających się obecnie rozpocząć nowego biznesu znajomość z taką osobą deklaruje 51,7% respondentów. Potwierdza to istniejące w literaturze przedmiotu przekonanie, iż obcowanie z przedsiębiorczymi ludźmi stymuluje podejmowanie samodzielnej działalności gospodarczej.

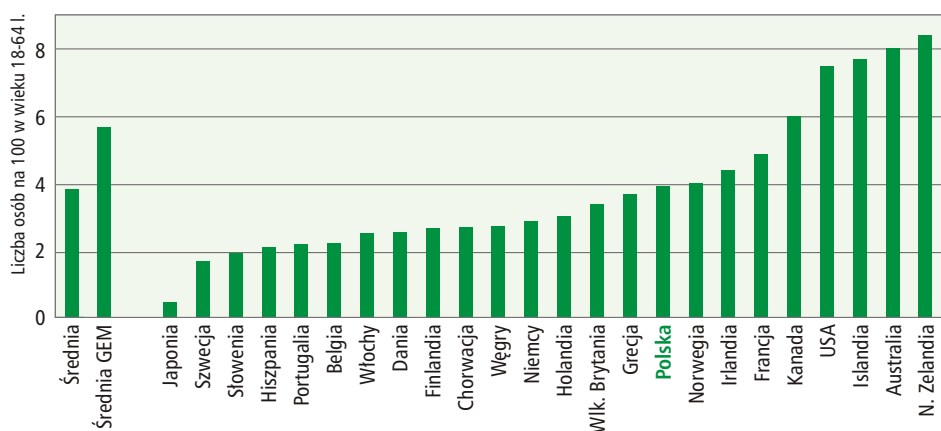
Osoby podejmujące się aktualnie tworzenia nowego biznesu są wyraźnie częściej przekonane, iż posiadają odpowiednią wiedzę, doświadczenie i umiejętności, by tego dokonać. Istnienie tej zależności nie jest zaskoczeniem. Gdyby nie posiadały takiego przekonania wiele z nich nie podjęłoby się takich działań. Respondentów zapytano także czy obawa przed porażką powstrzymałaby ich przed rozpoczęciem jakiegoś biznesu. Ci, którzy są obecnie zaangażowani w rozpoczęcie nowego biznesu znacznie częściej udzielali odpowiedzi przeczącej. Osoby rozpoczynające samodzielną działalność gospodarczą cechują się więc odwagą i wiarą we własne kompetencje.

Pod względem odsetka osób starających się rozpocząć biznes wśród wszystkich osób dorosłych (18-64 lata) Polska wypada przeciętnie na tle innych krajów OECD oraz Chorwacji i Słowenii. Najbardziej przedsiębiorcze są w tym porównaniu, podobnie, jak i w przypadku innych przedstawionych wcześniej miar, takie kraje, jak Nowa Zelandia i Australia, USA i Kanada oraz Islandia. Spośród krajów UE wyższe

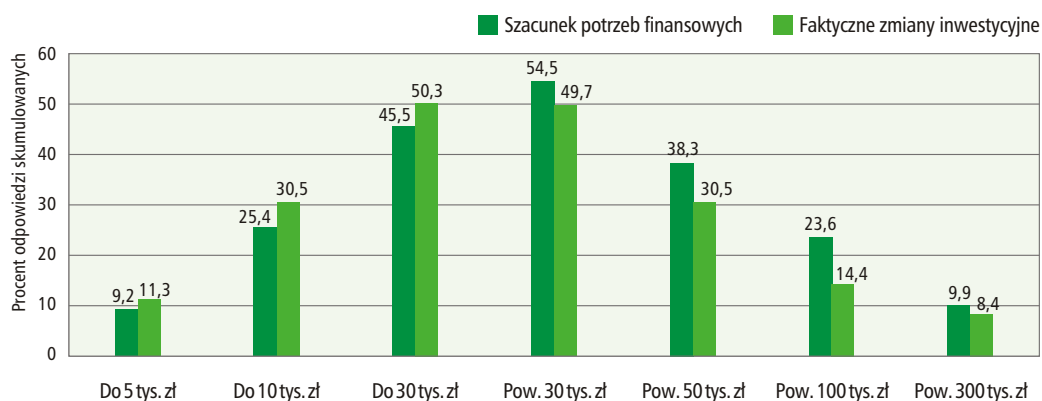
współczynniki niż Polska uzyskały jedynie Irlandia i Francja. Wartości wyliczone dla innych krajów Europy Środkowo-Wschodniej, tj. Węgier, Chorwacji i Słowenii, są niższe o ponad 1 punkt proc. Warto powtórzyć jednak, iż w przypadku naszego kraju wśród osób starających się rozpocząć biznes aż 44% nie ma pracy albo obawia się jej utraty.

Jak finansowany jest start i rozwój nowych firm?

Bardzo często przeszkodą w podjęciu działalności gospodarczej jest brak środków finansowych. Powszechnie znana jest, ogólnie mówiąc, powściągliwość banków funkcjonujących komercyjnie w udzielaniu kredytów na rozpoczęcie biznesu. Ten deficyt w niewielkim stopniu rekompensowany jest poprzez rozwiązania instytucjonalne i wsparcie ze środków publicznych. Bariere dla przedsiębiorców stanowią nie tylko wysokie stopy procentowe, ale także liczne wymogi formalne w postaci zabezpieczenia zaciąganych kredytów. Z tych powodów rozpowszechnioną praktyką przy podejmowaniu samodzielnej działalności na rynku jest finansowanie początkowej działalności z własnych oszczędności. A jeśli tych oszczędności nie ma albo są niewystarczające, to niejednokrotnie jedynym wyjściem jest pożyczka u rodziny lub znajomych. Ile pieniędzy potrzebują osoby starające się rozpocząć nowy biznes? W odpowiedzi na to pytanie najwięcej respondentów wskazało sumę do 10 tys. zł (25%). Kwoty do 50 tys. zł podało razem 62% respondentów. Oznacza to, że większość osób rozpoczynających biznes nie potrzebuje wielkich kwot i z powodzeniem mogą im pomóc instytucje udzielające



Wykres 13. Stopa osób starających się rozpocząć nowy biznes w krajach OECD oraz Chorwacji i Słowenii w 2004 roku



Wykres 14. Potrzeby finansowe a zamiary inwestycyjne – rozkład odpowiedzi na pytania „Jaka suma pieniędzy potrzebna jest Panu/i, by rozpocząć nowy biznes?” oraz „Jaką sumę pieniędzy zamierza Pan/i zainwestować ogółem w ten biznes (wliczając pożyczki/kredyty i środki własne)?”

pożyczek (np. Fundusz Mikro) czy też urzędy pracy udzielające wsparcia na aktywizację gospodarczą. Podczas gdy 11% mężczyzn deklarowało potrzebę inwestycyjną na 500 tys. zł i powyżej, w grupie tej nie było kobiet. 54% kobiet zaangażowanych w rozpoczęcie działalności gospodarczej i potrafiących określić zapotrzebowanie inwestycyjne, wskazało na sumę nie większą niż 30 tys. zł. Wyniki te sugerują, iż kobiety być może są mniej skłonne do podejmowania bardziej ryzykownych przedsięwzięć (tj. wymagających większych nakładów inwestycyjnych).

Zestawiając deklarowane przez respondentów ogólne potrzeby inwestycyjne z ich indywidualnymi zamiarami, stwierdziliśmy istotną rozbieżność. W wielu przypadkach potrzeby oszacowane zostały wyżej niż planowane indywidualnie inwestycje (wykres 14). Przykładowo, 23,6% osób oceniło potrzeby na ponad 100 tys. zł, ale tylko 14,4% zamierza faktycznie tyle zainwestować. Stosunkowo niewielka różnica jest w przypadku przedsięwzięć wymagających większych środków finansowych. Jeżeli ktoś stara się już rozpocząć nowy biznes większego rozmiaru, najwidoczniej dysponuje odpowiednimi zasobami własnymi bądź możliwościami pozyskania kapitału obcego. Przy tak dużych inwestycjach niemal zawsze chodzi tu o nowe przedsięwzięcia podejmowane przez już doświadczonych przedsiębiorców.

Spośród tych, którzy byli zaangażowani w momencie przeprowadzania badania w tworzenie nowego biznesu, 11,9% spodziewało się zwrotu całej zainwestowanej sumy już w ciągu 6 miesięcy, 21,6% w ciągu 1 roku (wykres 15). Łącznie 68% respondentów oczekuje zwrotu nie dalej niż w ciągu 2

lat. Wyraźnie jednak widać różnicę w tym zakresie pomiędzy mężczyznami i kobietami. Podczas gdy zwrotu w ciągu 6 miesięcy oczekuje 13,2% mężczyzn, odsetek ten wśród kobiet wynosi 3,1%. W ciągu 5 lat zwrotu całej zainwestowanej sumy spodziewa się 23% mężczyzn i 31% kobiet. Wśród mężczyzn najczęściej wymieniany okresem zwrotu był okres 2 lat, a wśród kobiet 5 lat. Okres dwuletni najczęściej wskazywali zarówno respondenci z miast jak i wsi. 5,4% nie wie, kiedy może spodziewać się zwrotu zainwestowanych pieniędzy. Z kolei 1,1% nie spodziewa się, że nastąpi to kiedykolwiek. Najwidoczniej to ludzie, którzy w biznesie chcą realizować swoje pasje, względnie zaspakając jakieś inne potrzeby aniżeli finansowe.

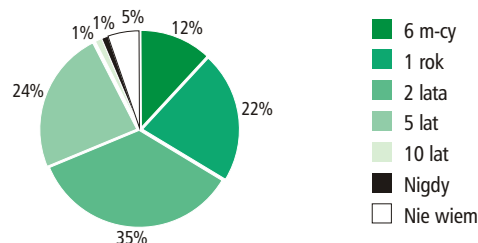
Respondentom, starającym się rozpocząć biznes, zadane zostało również pytanie o to, jakiego zwrotu spodziewają się z pieniędzy zainwestowanych w biznes w ciągu 10 lat (wykres 16). Najczęściej padała odpowiedź „dwa razy tyle”, a w drugiej kolejności „około tyle, ile zainwestowałem” oraz „pięć razy tyle, ile zainwestowałem”. Ponad 53% respondentów wskazało, iż oczekuje zwrotu co najmniej 2 razy tyle. Zwrotu pełnej kwoty zainwestowanej w nowy biznes respondenci spodziewali się najczęściej w ciągu 2 lat i zbliżona jest liczba oczekujących zwrotu w ciągu roku i w ciągu 5 lat. Te wysokie oczekiwania zwrotu wynikają, jak się wydaje z realiów polskiej gospodarki, a także dość pozytywnego oceniania przyszłości (obiektywnego i subiektywnego). Z jednej strony transformacja gospodarcza nie jest jeszcze zakończona i przedsiębiorcy spodziewają się wyższej premii, a z drugiej – m.in. w związku z integracją z UE – dobrymi prognozami na przyszłość. Nie stwierdzono jednak

statystycznie istotnej różnicy w oczekiwaniach zwrotu pomiędzy osobami podejmującymi z własnej woli działalność gospodarczą, by wykorzystać dostrzeżoną szansę, a tymi, którzy czują się przymuszeni przez okoliczności.

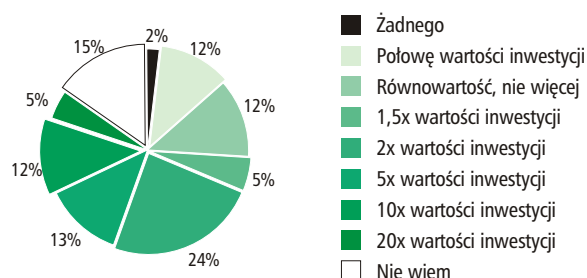
Odpowiedź wskazująca na oczekiwanie dwukrotności zainwestowanej sumy była najczęściej wybierana zarówno przez kobiety jak i mężczyzn. Najczęściej wskazywali ją także zarówno mieszkańcy miast jak i wsi.

Podejmowane przedsięwzięcia są relatywnie młode. 52% respondentów, którzy podjęli działania przedsiębiorcze lub uczestniczyli w nich ujawniło, że po raz pierwszy wynagrodzenia, udział w zyskach lub zapłatę w naturze właściciele otrzymali pomiędzy 1997 a 2004 rokiem. Zapytani zostali również o to, ile w przybliżeniu wnieśli środków w ten nowy biznes w ciągu ostatnich trzech lat. Najczęściej wskazywano sumy 10-30 tys. zł. Ustalono także, kim były osoby, w przedsięwzięcie których respondenci inwestowali (wykres 17). W około połowie przypadków był to bliski członek rodziny, jak np. małżonek, brat, dziecko, rodzic czy dziadek. W drugiej kolejności był to przyjaciel lub sąsiad.

Potwierdza to powszechny wśród przedsiębiorców na całym świecie trend, by na początku działalności szukać finansowania w najbliższym otoczeniu i poprzez kontakty nieformalne. Ci respondenci, którzy deklarowali wstępnie, iż są w trakcie rozpoczynania biznesu, zapytani zostali o wypłacane wynagrodzenia dłużej niż 3 miesiące nie tylko innym osobom, ale także sobie. Twierdząco odpowiedziało 32,4% respondentów, zaliczanych dalej na potrzeby badania do kategorii początkujących przedsiębiorców. Kobiety wykazywały większą skłonność do wypłacania wynagrodzeń. W podziale na grupy wiekowe najrzadziej deklarowano powstrzymanie się od wypłaty wynagrodzeń w grupie wiekowej 25-34. W podziale na miasto i wieś można dostrzec wyraźną różnicę. Mieszkańcy miast znacząco rzadziej wykazywali skłonność do wypłacania wynagrodzenia. Mechanizmem, które może mieć miejsce w tym przypadku jest prawdopodobnie różna wśród poszczególnych grup skłonność do odsuwania konsumpcji w czasie. Nie należy jednak tego zjawiska piętnować. Może ono wynikać z potrzeby zapewnienia sobie w relatywnie krótkim czasie źródła utrzymania, co może z kolei być uwarunkowane trudną sytuacją ekonomiczną tych osób. Kobiety często doświadczają trudniejszej sytuacji na rynku pracy i mniej korzystnego traktowania w zakresie wynagrodzeń za pracę. Osoby w przedziale wiekowym 25-34 mają zwiększoną potrzebę konsumpcji ze względu na wydatki



Wykres 15. Zakładany okres zwrotu z inwestycji w nowy biznes

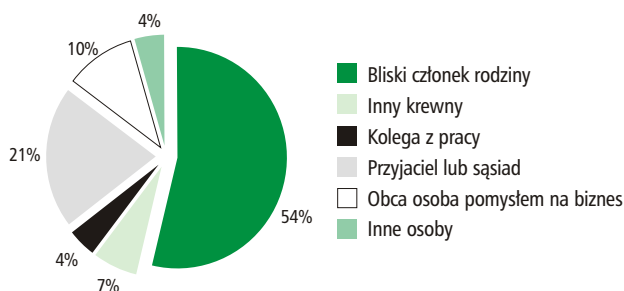


Wykres 16. Oczekiwania osób starających się rozpocząć biznes dotyczące zwrotu z inwestycji w ciągu 10 lat

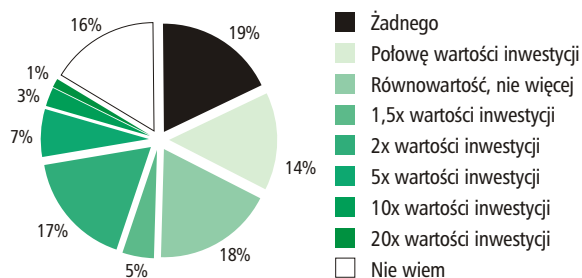
ponoszone na ustabilizowanie swojej sytuacji życiowej (mieszkanie, meble i sprzęt domowego użytku, samochód). Wyjaśnienie to odpowiada także sytuacji w jakiej znajdują się mieszkańcy wsi w porównaniu z mieszkańcami miast. W badaniach GEM podjęta została także próba odpowiedzi na pytanie, na ile rozpowszechnione jest w Polsce finansowe angażowanie się w działalność gospodarczą podejmowaną przez osoby z rodziny lub znajomych.

Respondenci uczestniczący w badaniu GEM zapytani zostali o to, czy w ciągu ostatnich trzech lat, osobiście finansowali nowy biznes rozpoczęty przez kogoś innego, wyłączając z tego zakup akcji lub udziałów w funduszach inwestycyjnych. 3,9% badanych Polaków potwierdziło, iż angażowało się finansowo w cudze przedsięwzięcia gospodarcze. Wyraźnie częściej uczestniczyli w tym mężczyźni (6,4%) niż kobiety (1,5%). W równym stopniu inwestorzy pochodzili z miasta i ze wsi. Największy odsetek nieformalnych inwestorów przypada na grupę wiekową 25-34 lata, a w następnej kolejności na grupę 55-64 lata.

Nieformalni inwestorzy są ostrożni w swoich oczekiwaniach zwrotu z inwestycji. Najpóźniej za dwa lata pełnego zwrotu



Wykres 17. Relacje tzw. nieformalnych inwestorów z osobami, w których przedsięwzięcia gospodarcze inwestują



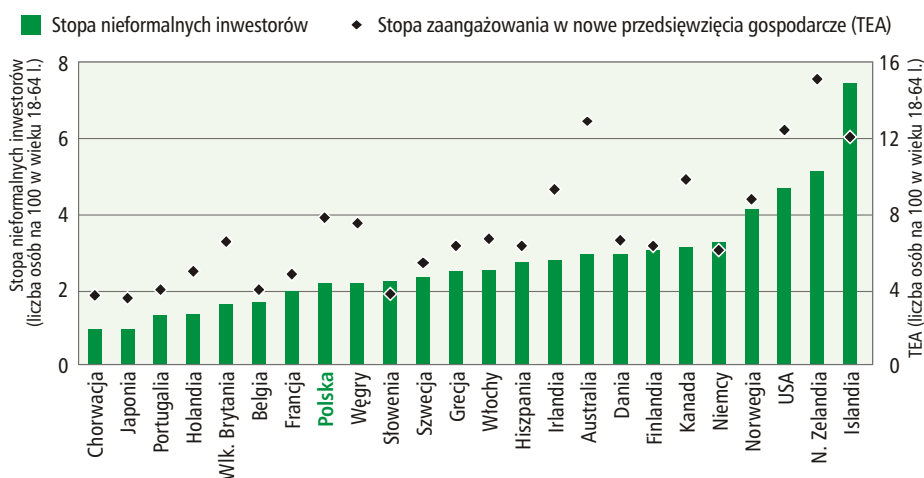
Wykres 18. Oczekiwania nieformalnych inwestorów dotyczące zwrotu z inwestycji w ciągu 10 lat w odniesieniu do wkładu

pieniędzy zainwestowanych w cudze przedsięwzięcie gospodarcze oczekuje 59,5% z nich. W perspektywie 10 lat ich oczekiwania są bardziej niż skromne w porównaniu z osobami starającymi się rozpocząć biznes (wykres 18). Poniekąd jest to zrozumiałe, gdyż oceniają te przedsięwzięcie bez takich emocji, przeprowadzając ostrożną kalkulację. Z drugiej strony są to najczęściej inwestycje w przedsięwzięcia osób najbliższych, jak dzieci czy rodzice, stąd nieformalni

inwestorzy nie oczekują jakichś wielokrotnych zysków z inwestycji.

Najwięcej odpowiedzi przypada na kategorie „połowę tego, co zainwestowałem”, „tyle, ile zainwestowałem/-łam” i „dwa razy tyle”. Aż 16% inwestorów nie potrafi określić jakiego zwrotu się spodziewa. 19% inwestorów zadeklarowało, że nie oczekuje żadnego zwrotu w tak odległej perspektywie, jak 10 lat, co wynika zapewne z bliskich więzi z osobami, w których przedsięwzięcia zainwestowali. Inwestorami byli częściej mężczyźni (80%) niż kobiety. Ponad 52% inwestorów przypada na kategorię wiekową 25-44 lata. Wyraźnie częściej inwestorzy posiadają wyższe wykształcenie – aż 42%, w ponad 77% pracujący w niepełnym wymiarze czasu. Zaskakujące może jednak wydawać się to, że najwięcej inwestorów przypadało na grupę osób deklarujących miesięczne dochody w przedziale 1001-2000 zł netto (ok. 31,3%), a drugą najliczniejszą kategorię stanowiły osoby zarabiające do 1000 zł (23%).

W porównaniach międzynarodowych Polska wypada przeciętnie pod względem liczebności nieformalnych inwestorów, uzyskując średnio za lata 2001-2004 współczynniki zbliżone do Węgier i Słowenii, tj. niewiele ponad 2% (wykres 19). Jak już wspomnieliśmy wcześniej, współczynnik za rok 2004 jest niemal dwukrotnie wyższy. Gotowość inwestowania w przedsięwzięcia gospodarcze innych, mierzona jako stopa nieformalnych inwestorów, jest jednak w Polsce znacznie niższa niż stopa zaangażowania w nowe przedsięwzięcia gospodarcze.



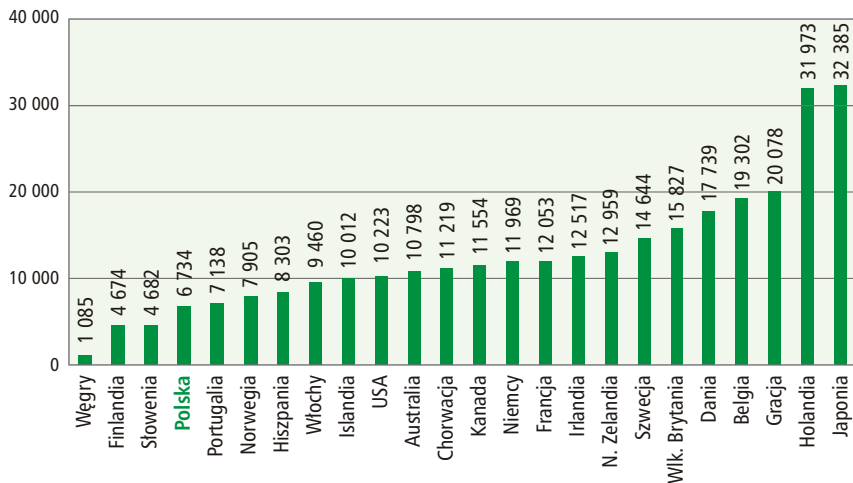
Wykres 19. Stopa nieformalnych inwestorów oraz stopa zaangażowania w nowe przedsięwzięcia gospodarcze w krajach OECD oraz Chorwacji i Słowenii średnio w latach 2001-2004

Polska wypada dobrze pod względem średniej wartości inwestycji, która jest zbliżona do PKB na 1 mieszkańca, podczas, gdy dla zdecydowanej większości krajów jest wyraźnie niższa (wykres 20). Tylko w Nowej Zelandii i Grecji łączne inwestycje nieformalnych inwestorów stanowią wyższy odsetek PKB niż w Polsce (wykres 21).

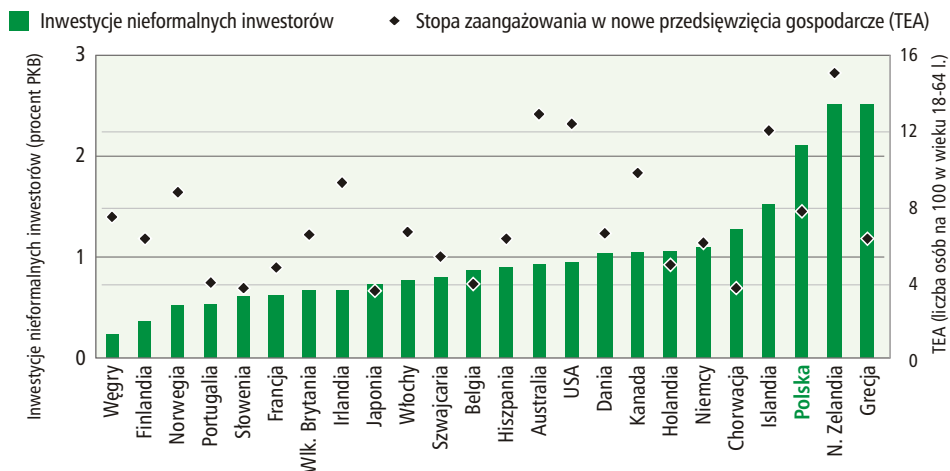
Przy porównywaniu związków nieformalnych inwestorów z przedsiębiorcami w poszczególnych krajach, można zauważyć, generalnie rzecz biorąc, pewną regularność: w krajach uboższych nieformalnymi inwestorami są relatywnie częściej członkowie rodziny. Oprócz poziomu rozwoju gospodarczego zasadniczą rolę odgrywają tu również czynniki kulturowe. Tam, gdzie więzi rodzinne są silniejsze, jak np. w tych krajach Europy,

gdzie dominująca jest religia katolicka, tam częściej nieformalnymi inwestorami są członkowie rodziny (wykres 22).

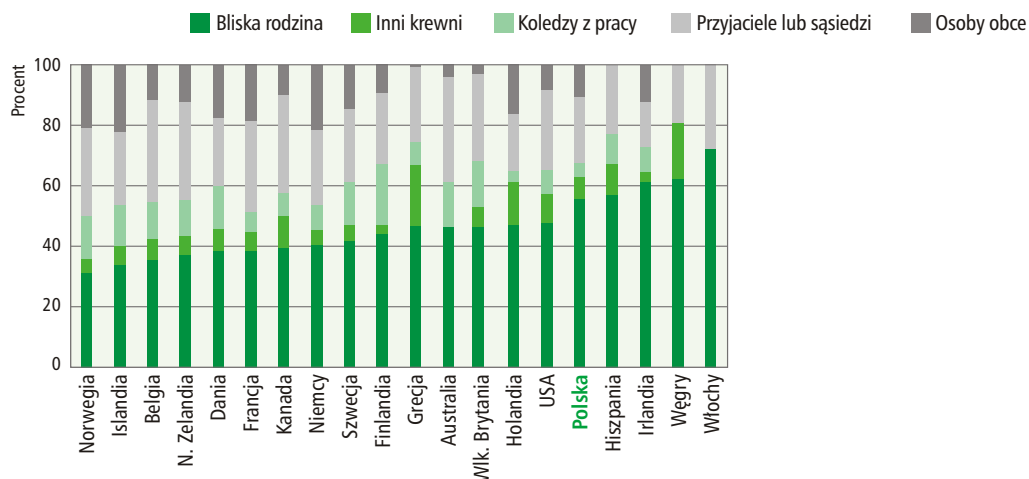
W przypadku Grecji oraz Węgier relatywnie wysoki jest udział krewnych spoza najbliższej rodziny. W krajach tych, a także w Hiszpanii i Włoszech, niemal nie zdarza się, by inwestorem była osoba obca. Najwyższą aktywność takich osób jako nieformalnych inwestorów odnotowano w Niemczech, Islandii i Norwegii. Struktura w Polsce jest zbliżona do sytuacji w USA, z tym, iż w Polsce nieco większy udział wśród nieformalnych inwestorów mają członkowie rodziny, a mniejszy przyjaciele i sąsiedzi.



Wykres 20. Wielkość nieformalnych inwestycji na 1 inwestora w latach 2001-2004 w krajach OECD oraz Chorwacji i Słowenii



Wykres 21. Inwestycje nieformalnych inwestorów jako procent PKB oraz stopa zaangażowania w nowe przedsięwzięcia gospodarcze w krajach OECD oraz Chorwacji i Słowenii. Średnio w latach 2001-2004



Wykres 22. Powiązania nieformalnych inwestorów z przedsiębiorcami w wybranych krajach

Innowacyjność i potencjał gospodarczy nowych firm

Oficjalne statystyki obrazujące powstawanie nowych przedsiębiorstw nie odzwierciedlają różnic jakościowych. Z punktu widzenia rejestrów statystycznych (np. REGON) takie samo znaczenie ma powstanie kiosku z warzywami, jak i firmy produkującej oprogramowanie o ogromnym potencjale wzrostu. Z tego powodu warto przyjrzeć się aspektom jakościowym zakładanych przedsiębiorstw. Innowacyjne produkty, jak też innowacyjny sposób eksploatacji szansy rynkowej, mogą posiadać znaczący potencjał wzrostu i prowadzić do stworzenia nowych miejsc pracy.

Zaledwie 10% respondentów zaangażowanych w rozwijanie nowego biznesu jest przekonanych, że ich produkt jest zupełnie nowy, a blisko 51% ankietowanych, że produkt nie będzie wykazywał cech nowości. Nie jest to dobra informacja z punktu widzenia możliwości tworzenia nowych miejsc pracy, gdyż potencjał przedsiębiorstw opartych o oferowanie produktu, który nie będzie uznawany za nowy i nieznan, może być bardzo niski. W odpowiedziach nie stwierdza się statystycznie istotnej różnicy wynikającej z płci, wieku czy miejsca zamieszkania. Nie stwierdzono także, by odpowiedzi różniły się ze względu na fakt czy przedsiębiorczość respondentów jest wymuszona czy nie.

Ważne może być porównanie tych odpowiedzi z opiniami osób już prowadzących własne przedsiębiorstwo. Przedsiębiorcy jeszcze częściej (66%) wskazywali na to, iż żaden z klientów nie uważa tego produktu za nowy i nieznan. Może być to rezultat konfrontacji z rynkiem i doświadczenia. Z drugiej

strony wyższy wśród osób starających się rozpocząć biznes odsetek odpowiedzi w kategorii „niektórzy” może świadczyć wyłącznie o ich optymizmie, a nie rzeczywistej innowacyjności produktu. Inną miarą innowacyjności przedsiębiorstw może być to, ilu konkurentów ma przedsiębiorstwo. Trudno stwierdzić, do jakiego stopnia oceny respondentów wynikają z rzetelnych i wyczerpujących analiz, a do jakiego są przejawem subiektywnych przekonań osób zaangażowanych w działalność gospodarczą. Osoby, które rozpoczynają dopiero biznes, mają tendencję do niedoceniań konkurentów i ich potencjału. Oznaczałoby to, że kategorie „niewielu konkurentów biznesowych” i „brak konkurentów biznesowych” w rzeczywistości nie są tak liczne (wykres 24). Potwierdzeniem tego przypuszczenia są odpowiedzi działających już przedsiębiorców.

Podczas, gdy 49% osób starających się rozpocząć biznes wskazało na istnienie wielu konkurentów biznesowych, wśród przedsiębiorców odsetek ten wyniósł aż 78%. Odpowiedź „niewielu konkurentów” wybrało zaledwie 20% z nich i aż 40% osób zaangażowanych w tworzenie nowego przedsiębiorstwa. „Brak konkurentów” wskazało ok. 9% osób starających się rozpocząć biznes i zaledwie 2% doświadczonych przedsiębiorców. Nie oznacza to jednak od razu, że nowo tworzone firmy będą bardziej innowacyjne niż te, które już działają. Różnice te mogą wynikać z niedoszacowania zagrożenia ze strony konkurencji w przypadku nowych przedsiębiorców. O zjawisku nadmiernego optymizmu przedsiębiorców rozpoczynających działalność często wspominają przedstawiciele venture capital, banków i innych instytucji finansowych. Dowodzą tego również inne badania.

Kolejną miarą innowacyjności i potencjału przedsiębiorstwa może być fakt wykorzystywania przez nie najnowszych technologii (wykres 25). Polscy przedsiębiorcy niestety w niewielkim stopniu korzystają z najnowszych rozwiązań technologicznych. Nie ma różnicy w odpowiedziach na to pytanie ani ze względu na wykształcenie respondentów ani na to, czy ów nowy biznes rozwijany jest jako przedsiębiorstwo niezależne czy zależne.

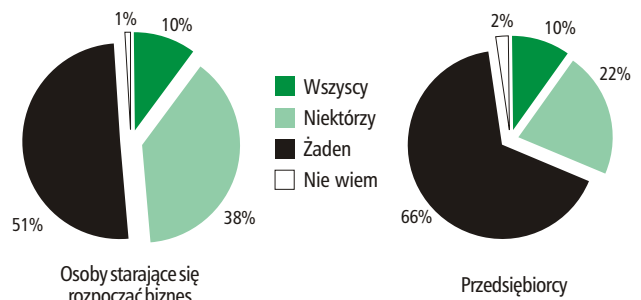
Aż 64,8% osób twierdzi, iż podejmowane przez nich lub rozwijane nowe przedsięwzięcia gospodarcze nie mają żadnego innowacyjnego wpływu na rynek, a jako niewielki ten wpływ ocenia 21,5%. Tylko 10,2% z nich uważa, że zdoła wyrzucić pewien zauważalny wpływ, a 3,4% spodziewa się, że ich wpływ będzie poważny.

Zaistnienie na rynkach zagranicznych wiąże się z konkurowaniem z większą liczbą przedsiębiorstw. Z tego wynika fakt, iż produkty oferowane na rynkach zagranicznych wymagają zwykle wyższej jakości, niż gdy są oferowane lokalnie. Wyższa jakość oferowanych produktów może przełożyć się w przyszłości na wyższy wzrost w przedsiębiorstwie i utworzenie nowych miejsc pracy. Potencjał innowacyjności i wzrostu przedsiębiorstwa może być oceniany z punktu widzenia zdolności do oferowania produktów na rynkach zagranicznych (wykres 26). Firmy, które starają się stworzyć ankietowane osoby, w niewielkim stopniu wykazują potencjał eksportowy. Posiadanie znaczącego odsetka klientów za granicą wiąże się z zaoferowaniem im konkurencyjnego produktu. Biorąc jednak pod uwagę stopień innowacyjności produktów ustalony we wcześniejszych zestawieniach nie jest zaskoczeniem, że tylko nieliczne nowe przedsiębiorstwa są w stanie oferować produkty na zagranicznych rynkach. 59% respondentów zaangażowanych w ciągu ostatnich 12 miesięcy w rozpoczęcie biznesu stwierdza, że żaden lub 10% lub mniej klientów mieszka zagranicą. 10% ankietowanych deklaruje brak rozeznania w tej kwestii. W sumie aż 11% firm z tych, które mają powstać, ma posiadać ponad 50% klientów zagranicą. Wskazuje to także na to, że choć nie zdarza się to często, także w Polsce mogą powstawać przedsiębiorstwa określane niekiedy jako „urodzeni globaliści” (*born globals*), choć może to być rezultatem przeszacowania.

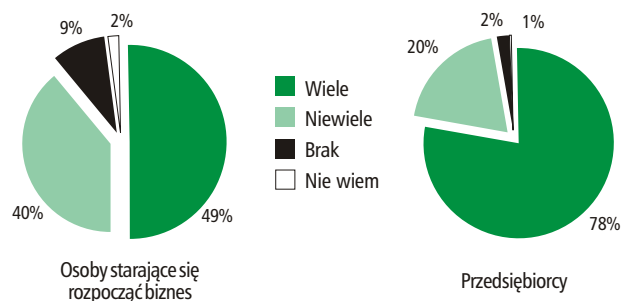
Przedsiębiorstwa te cechuje to, iż od samego początku większość przychodów generowana jest ze sprzedaży produktów za granicą. Posiadanie większościowego odsetka klientów zagranicznych nie musi co prawda przekładać się na taką samą strukturę przychodów, może jednak być sygnałem

globalnych ambicji osób usiłujących uruchomić biznes. Przedsiębiorcy byli bardziej powściągliwi w szacowaniu globalnego zasięgu swojej działalności. Respondentów wskazujących na fakt, iż w sumie ponad 50% ich klientów mieszka za granicą było ok. 7%. Kategorie „10% lub mniej” lub „żaden” wybrało aż 80% respondentów w tej grupie.

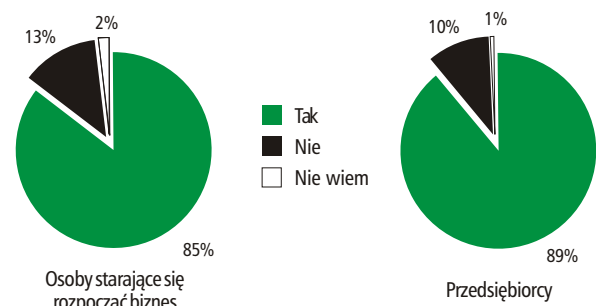
Porównania grupy osób starających się rozpocząć biznes i przedsiębiorców ponownie dowodzą ambicji tych pierwszych, tym razem w odniesieniu do ekspansji własnego



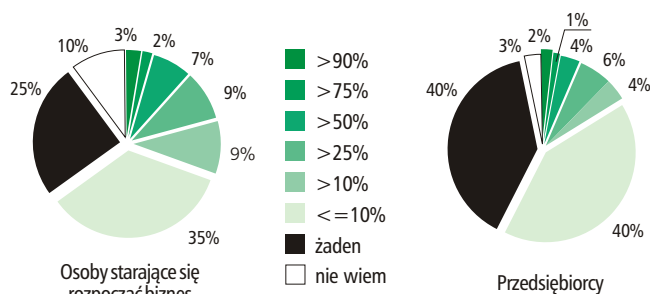
Wykres 23. Innowacyjność – odpowiedzi na pytanie: „Czy Pana/Pani potencjalni klienci będą uważać ten produkt (lub usługę) za nowy i nieznany?”



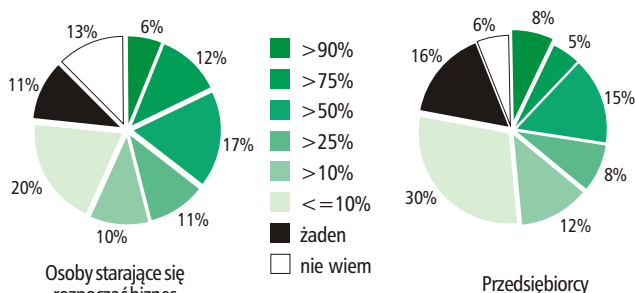
Wykres 24. Ocena konkurencji – odpowiedzi na pytanie: „Czy obecnie jest wiele firm oferujących te same produkty lub usługi Pana/Pani potencjalnym klientom?”



Wykres 25. Zastosowanie najnowszych technologii – odpowiedzi na pytanie: „Czy technologie lub procedury wymagane dla tego produktu lub usługi były ogólnie dostępne ponad rok temu?”



Wykres 26. Działalność eksportowa – odpowiedzi na pytanie: „Jaki odsetek Pana/Pani klientów mieszka na stałe poza granicami Polski?”



Wykres 27. Zasięg działania – odpowiedzi na pytanie: „Jaki odsetek Pana/Pani klientów potrzebuje ponad godzinę, by samochodem lub środkami komunikacji publicznej dotrzeć do miejsca, gdzie prowadzi Pan/i biznes?”

przedsiębiorstwa. Być może przewidywania zostaną urzeczywistnione. Możliwe jednak także, że deklarowane przez nich odpowiedzi są tylko wyrazem ich optymizmu i nie muszą mieć potwierdzenia w rzeczywistości.

W badaniu GEM podjęta została także próba zidentyfikowania zasięgu działania przedsiębiorstw. Czy posiadają one klientów tylko w okolicy, czy też w dalszych regionach? W sumie 46% przedsiębiorców stwierdziło, iż 10% i mniej lub żaden klient nie potrzebuje ponad godziny, by dotrzeć do siedziby firmy. To generalnie przedsiębiorcy działający lokalnie. Wyraźnie widać różnicę w tych szacunkach w porównaniu z osobami usiłującymi dopiero rozpocząć biznes, wśród których łącznie te dwie kategorie wskazało 30% respondentów. I tym razem ich zamierzenia są ambitniejsze niż rzeczywistość faktycznych przedsiębiorców. Zaledwie 6% z nich nie potrafiło ustosunkować się do tego zagadnienia, podczas, gdy odsetek ten wśród osób, które są w trakcie uruchamiania działalności, wyniósł 13%. Odsetek przedsiębiorców stwierdzających, iż ponad 50% klientów potrzebuje ponad godziny na dotarcie do firmy wyniósł 28%, a w przypadku osób rozpoczynających nowy biznes – o 7% więcej.

Przedsiębiorczość w przedsiębiorstwach

Przedsiębiorczość rozumiana jako tworzenie nowego podmiotu gospodarczego nie musi być realizowana przez indywidualnego przedsiębiorcę. Badacze z zakresu przedsiębiorczości wskazują na istnienie także tzw. przedsiębiorców wewnętrznych lub korporacyjnych (*intrapreneurship*). Pojęcie to używane jest do określenia osób przejawiających zachowania przedsiębiorcze związane np. z wprowadzaniem innowacji czy podejmowaniem nowych przedsięwzięć w istniejącej już firmie. 3,7% Polaków zadeklarowało, iż uczestniczy w rozpoczęciu nowego biznesu w ramach swoich aktualnych obowiązków zawodowych względem pracodawców. Niecałe 30% z nich będzie mieć udziały we własności nowych podmiotów gospodarczych (1,1% ogółu populacji). Tak więc ok. 27% osób starających się aktywnie rozpocząć nowy i co najmniej w części własny biznes działa w ramach aktualnych obowiązków zawodowych.

Bardziej dogłębna analiza wykazuje, iż wyraźnie częściej udział w przedsiębiorczości firm deklarują mężczyźni niż kobiety. Może się to wiązać z zakresem obowiązków pełnionych przez te osoby. Mężczyźni zwykle częściej zajmują kierownicze stanowiska, więc zakres ich odpowiedzialności jest szerszy. Tworzenie nowego biznesu dla pracodawcy może mieścić się w ramach funkcji pełnionych przez osoby na określonych szczeblach zarządzania.

Udział w przedsiębiorczości firmy deklarują także częściej ci, którzy są właścicielami lub współwłaścicielami firm. Jest to zrozumiałe, gdyż jako właściciele i współwłaściciele zależy im na ekspansji ich własnych przedsiębiorstw. Także osoby będące nieformalnymi inwestorami, tj. deklarowały w ciągu ostatnich trzech lat udział w finansowaniu nowego biznesu rozpoczętego przez kogoś innego, są częściej zaangażowane w przedsiębiorczość wewnątrz przedsiębiorstwa. Osoby posiadające już jakieś doświadczenie w zakresie tworzenia nowego biznesu mogą być bardziej skłonne do inwestowania w nowe firmy. Mogą być to współwłaściciele firm i menedżerowie.

Osoby, które aktualnie uczestniczą w rozwijaniu nowego biznesu dla swojego pracodawcy częściej niż ci, którzy tego nie robią deklarują zamiar rozpoczęcia sami lub z kimś nowego biznesu, włączając w to jakikolwiek rodzaj samozatrudnienia. Oznacza to, iż doświadczenie w zakresie tworzenia nowego biznesu może być czynnikiem stymulującym kolejne

zachowania przedsiębiorcze. W takich okolicznościach osoby działające w imieniu i na rachunek swojego pracodawcy nabywają doświadczenia i oswajają się z okolicznościami tworzenia nowego biznesu. Doświadczenie to może być istotnym czynnikiem skłaniającym do rozpoczęcia działalności już na własny rachunek. Na zjawisko to wskazuje także fakt, iż osoby te, częściej niż ci niezaangażowani w przedsiębiorczość firm, dostrzegają możliwości rozwinięcia działalności gospodarczej w swoim regionie w ciągu najbliższych 6 miesięcy. Osoby te mają często także za sobą doświadczenia z zakresu przedsiębiorczości. Częściej niż niezaangażowani w przedsiębiorczość firm deklarowali, iż w ciągu ostatnich 12 miesięcy, zamknęli, względnie zawiesili lub zostawili biznes, którego byli właścicielami lub/i nim zarządzali.

Analiza wykazała, iż w odniesieniu do osób zatrudnionych w działaniach przedsiębiorczych dla swojego pracodawcy częściej pracujący na niepełny etat niż na pełny są zaangażowani w takie działania. Być może wynika to z przydzielenia im określonego zakresu obowiązków. Jest jednak zrozumiałe, że tworzeniem nowego biznesu dla własnego pracodawcy zajmują się osoby dysponujące większą ilością czasu.

Osoby te częściej niż inne są przekonane o posiadaniu niezbędnej wiedzy, umiejętności i doświadczenia by rozpocząć nowy biznes. Osoby będą wykazywać skłonność do działań przedsiębiorczych na własny rachunek. Oznacza to, że przedsiębiorstwo aktualnie ich zatrudniające może utracić tych pracowników. Fakt, iż nie będą mieć oni udziału we własności nowego biznesu tworzonego dla pracodawcy będzie ich dodatkowo skłaniać do szukania możliwości realizowania swoich przedsiębiorczych pomysłów poza aktualnym miejscem zatrudnienia.

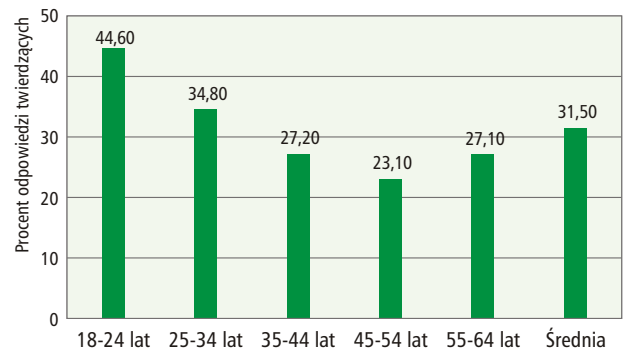
Potencjał przedsiębiorczości w społeczeństwie

Dostrzeżenie możliwości rozpoczęcia biznesu

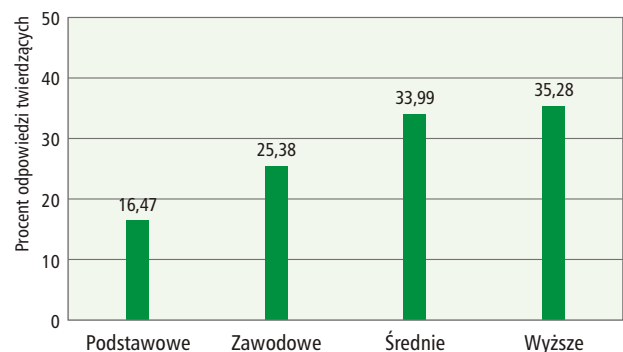
Wszystko zaczyna się zwykle od dostrzeżenia możliwości rozpoczęcia własnego biznesu, niezależnie od tego, w jaki sposób to następuje: czy spontanicznie, czy w drodze celowych obserwacji. Samo dostrzeżenie takiej możliwości nie oznacza oczywiście, że zostanie ona wykorzystana. Pojawia się jednak szansa, że tak się rzeczywiście stanie. Jak jest z tą tak pożądaną percepcją w Polsce? Czy Polacy dostrzegają możliwości rozpoczęcia własnego biznesu? 31,5% ogółu Polaków w wieku 18-64 lata stwierdziło, iż w ciągu najbliższych sześciu miesięcy w regionie, w którym mieszkają, będą dobre możliwości, aby rozpocząć jakiś biznes, a 52,1% odpowiedziało przecząco (16,4% nie potrafiło ocenić). Lepszą percepcją cechują się częściej mężczyźni (35,5%) niż kobiety (26,8%). Bardziej wyczuleni są również mieszkańcy miast (34,8%) niż wsi (25,5%). Jak można również z góry przypuszczać, percepcja możliwości biznesowych słabnie wraz z wiekiem (wykres 28). Od tej reguły jest jednak wyjątek: więcej osób dostrzegających takie możliwości jest w grupie respondentów najstarszych, tj. 55-64 lata, aniżeli w grupie 45-54 lata. Najwyraźniej ci, których aktywność zawodowa rozpoczęła się generalnie z początkiem transformacji wykazują mniej optymizmu niż ci, których większość życia upłynęła w innym ustroju.

Zdolność dostrzegania możliwości rozpoczęcia biznesu uzależniona jest, jak można również przypuszczać, od wykształcenia. I rzeczywiście, lepiej wyedukowani respondenci wykazywali się lepszą percepcją (wykres 29), przy czym różnica między osobami z wykształceniem średnim i wyższym (zawodowym i pełnym wyższym) nie jest już tak znacząca.

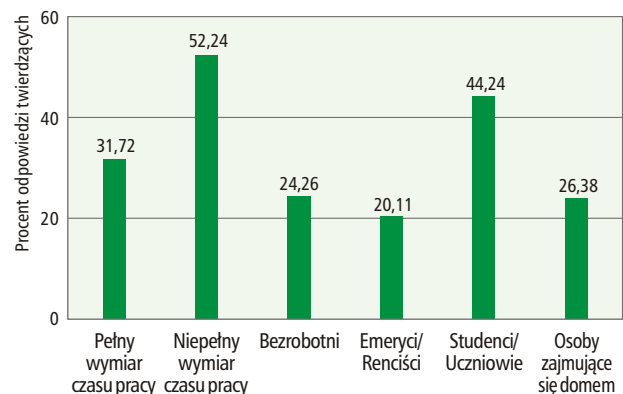
Bardzo ciekawe wyniki otrzymaliśmy analizując status pracy respondentów (wykres 30). Nie dziwi, iż relatywnie rzadziej możliwości rozpoczęcia biznesu dostrzegają emeryci i renciści



Wykres 28. Dostrzeżenie możliwości biznesowych w ciągu najbliższych 6 miesięcy według grup wiekowych



Wykres 29. Dostrzeżenie możliwości biznesowych w ciągu najbliższych 6 miesięcy według wykształcenia



Wykres 30. Dostrzeżenie możliwości biznesowych w ciągu najbliższych 6 miesięcy według statusu pracy

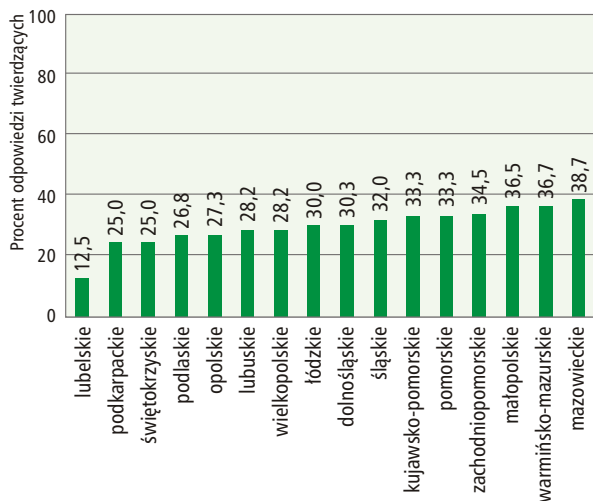
oraz osoby zajmujące się domem. Po prostu ich percepcja jest siłą rzeczy rzadziej ukierunkowana na własny biznes. Wyniki dotyczące uczniów i studentów pokrywają się z danymi dotyczącymi grupy wiekowej 18-24 lata: około 11% nie potrafi dokonać oceny, a pozostali dzielą się mniej więcej po równo na tych, którzy dostrzegają w najbliższej przyszłości możliwości biznesowe i tych, którzy zapatrują się na to negatywnie. Jednak, co najbardziej intryguje, to duże różnice zależne od czasu pracy. Osoby pracujące w niepełnym wymiarze czasu pracy są zdecydowanie większymi optymistami niż pracujący w pełnym wymiarze. I jest to grupa wykazując najlepszą percepcję spośród wszystkich grup respondentów wyodrębnianych w badaniu (52,24%). Osoby te często łączą pracę na część etatu z działalnością na własny rachunek bądź też zainteresowane są takim rozwiązaniem (w tym osoby wykonujące tzw. wolne zawody), co wymaga elastyczności, aktywności, samodzielności. Prawdopodobnie osoby te mogły tak ułożyć sobie stosunki pracy, by wygospodarować czas na inną działalność. Taka elastyczna organizacja pracy, połączona ze swego rodzaju asekuracją, jest często najbardziej logicznym rozwiązaniem, o ile biznes nie wymaga pracy w pełnym wymiarze czasu.

Jeśli chodzi natomiast o oczekiwania dotyczące nowych możliwości biznesowych osób starających się zacząć jakiś biznes, można z góry przypuszczać, że są bardziej optymistyczne. Owszem, wyniki są tu lepsze niż dla całej populacji, ale nie tak wysokie, jak można by oczekiwać. Spośród osób, które w związku z zamiarem rozpoczęcia

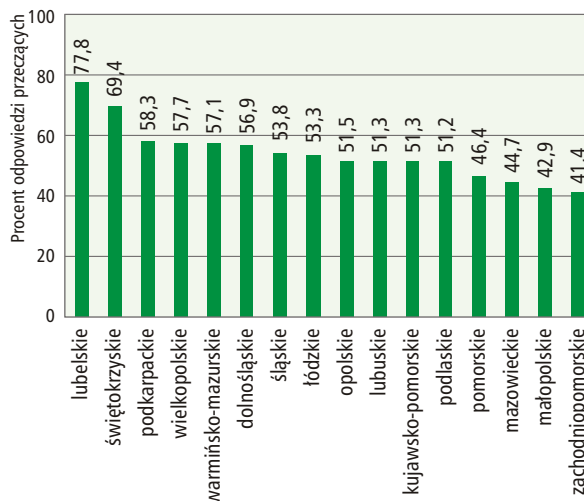
nowego biznesu podjęły jakieś działania w ciągu 12 miesięcy poprzedzających badanie jedynie 44,8% uważa, że w najbliższych miesiącach istnieć będą dobre możliwości, by to robić. Aż 41,4% jest przeciwnego zdania, co świadczy z jednej strony o ich determinacji, ale również o zmieszaniu i niepewności. Odpowiada to wcześniejszym obserwacjom, iż przedsiębiorczość w Polsce cechuje się znacznym wymuszeniem. Z braku możliwości podjęcia pracy wiele osób jest „wypychanych” we własny biznes mimo, że nie dostrzegają dobrych możliwości.

A jak możliwości biznesowe w najbliższej przyszłości oceniają ci, którzy prowadzą już działalność gospodarczą? Okazuje się, iż ich doświadczenie w działalności gospodarczej nie wpływa pozytywnie na ich oczekiwania. Zaledwie 27% z nich spodziewa się dobrych możliwości, by w najbliższych miesiącach rozpocząć biznes.

Ciekawe, że bardziej optymistycznie nastawione są te osoby, które działają razem z innymi. Wśród osób starających się rozpocząć jakiś biznes zespołowo pozytywne zapatrywania nawet dominują (49,1% – odpowiedzi „tak”, 36,4% – „nie”). Wśród osób, które działają w pojedynkę, ocen pozytywnych jest tylko 37,5%. Podobna relacja stwierdzona została wśród przedsiębiorców, z tym iż ich oceny są generalnie niższe. Z tego wniosek, że działanie w grupie sprzyja dostrzeganiu sprzyjających nowych możliwości i optymistycznemu patrzeniu w przyszłość.



Wykres 31. Optymizm w ocenie możliwości rozpoczęcia biznesu w ciągu najbliższych 6 miesięcy według województw



Wykres 32. Pesymizm w ocenie możliwości rozpoczęcia biznesu w ciągu najbliższych 6 miesięcy według województw

Czy percepcja biznesowych możliwości zależy również od uwarunkowań lokalnych? Na wykresach 31 i 32 przedstawiony jest rozkład optymizmu i pesymizmu w ocenach według województw.

Z ocenami możliwości rozpoczynania biznesu jest z reguły lepiej w województwach zamożniejszych, jak w mazowieckim i małopolskim. Biorąc pod uwagę poziom rozwoju województw względem poziomu średniego w UE (według dostępnych danych Eurostat za rok 2002), stwierdziliśmy tu zależność umiarkowaną. Najmniej optymistów, a najwięcej pesymistów jest w województwie lubelskim, mającym największy dystans spośród polskich województw do średnie w UE, a także w świętokrzyskim i podkarpackim. Dostyc dobrze w tym badaniu wypadają wszystkie województwa w północnej części kraju, tj. zachodniopomorskie, pomorskie, kujawsko-pomorskie, ale także warmińsko-mazurskie, a stosunkowo słabo w rozpoznawaniu biznesowych możliwości wypadają zamożniejsze od nich województwa, jak śląskie i wielkopolskie.

Kompetencje przedsiębiorcze

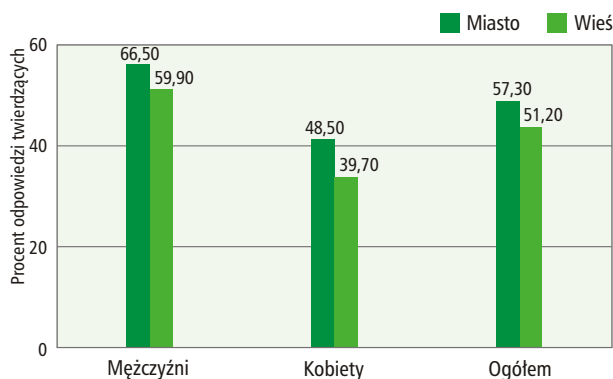
Jeśli poszczególne osoby dostrzegają możliwości rozpoczęcia biznesu, to konfrontują je w pierwszym rzędzie ze swoimi indywidualnymi umiejętnościami i doświadczeniem. Ważne są oczywiście, jak zawsze, zasoby finansowe, ale wypada widzieć je tu w drugiej kolejności. Bo po co nam pieniądze, jeśli nie będziemy wierzyć, że nasze umiejętności pozwalają je sensownie zainwestować i pomnażać. Respondentom zadane zostało pytanie: „Czy posiada Pan/i wiedzę, umiejętności i doświadczenie niezbędne, by rozpocząć jakiś nowy biznes?”. 55,1% z nich odpowiedziało twierdząco, co oznacza, że w kontekście własnego biznesu dorośli Polacy w większości dobrze oceniają tzw. zasoby ludzkie, którymi dysponują. Znacznie lepiej oceniają się mężczyźni (63,4%) niż kobiety (45,6%). Nie ma aż takiej dysproporcji między mieszkańcami miast (57,3%) i wsi (51,3%).

Wyniki nie potwierdzają reguły, że wraz z wiekiem rosną wiedza, umiejętności, doświadczenie. Oczywiście ocena dokonywana jest tu pod kątem rozpoczęcia własnego biznesu. Osoby starsze nie mogły na większą skalę nabrać takich umiejętności i doświadczeń, gdyż większość życia przypadła im na zupełnie inne realia, nie sprzyjające indywidualnej przedsiębiorczości. I to jest zapewne główne źródło ujemnej

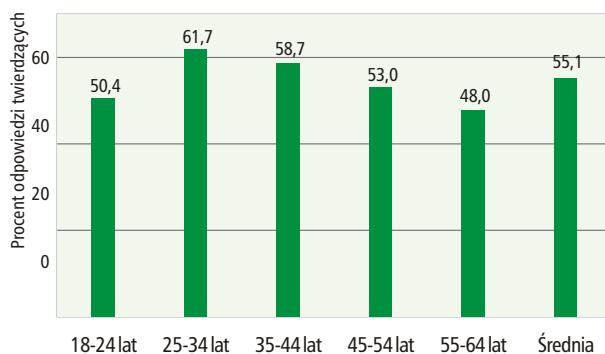
zależności. Pewną rolę odgrywa tu prawdopodobnie też z jednej strony swego rodzaju pokora starszych ludzi wobec życia, a z drugiej – naturalna zuchwałość młodych, jeszcze nie zweryfikowana doświadczeniem. Ten wniosek może jednak sugerować, podobnie jak przy innych badanych kwestiach, że to życiowe doświadczenie związane z prowadzeniem biznesu, jest częściej negatywne niż pozytywne. A także potwierdzać, że biznes nie jest prostą sprawą.

Nie ma niespodzianki jeśli chodzi o wykształcenie. Ocena wiedzy i umiejętności rośnie wraz z wykształceniem. Aż 67,9% osób z wykształceniem wyższym oraz 58,3% ze średnim uważa, że wie, jak rozpocząć biznes i umie to zrobić. Wśród osób z wykształceniem podstawowym odsetek ten wynosi zaledwie 20,2%. Stosunkowo niewielki jest też wśród osób posiadających wykształcenie na poziomie zawodowym (42,9%).

Raczej zgodny z oczekiwaniami jest rozkład pozytywnych ocen dotyczących własnych biznesowych kompetencji zależnie od rodzaju aktywności zawodowej. Z jednym wyjątkiem: gorzej

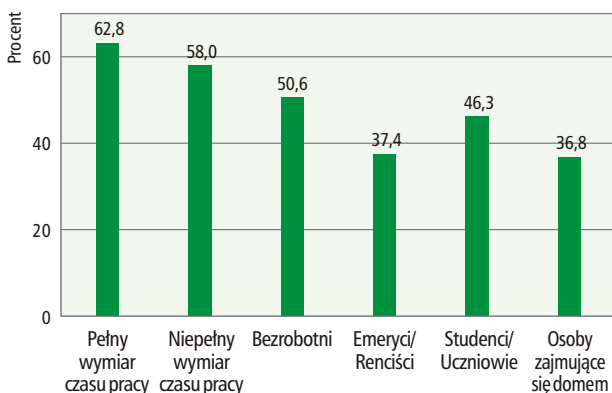


Wykres 33. Pozytywna ocena kompetencji przedsiębiorczych według płci i w relacji miasto-wieś

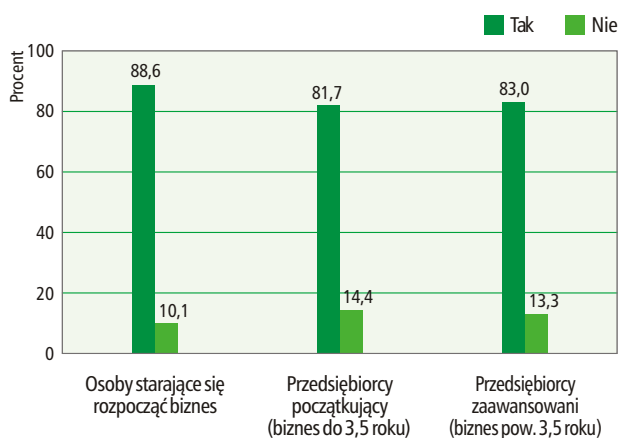


Wykres 34. Pozytywna ocena własnych kompetencji przedsiębiorczych według grup wiekowych

oceniają się osoby zatrudnione w niepełnym wymiarze czasu pracy (58,0%) aniżeli w pełnym (62,8%). Może to dziwić w kontekście stwierdzonego wcześniej ich lepszego dostrzegania biznesowych możliwości i częstszego angażowania się w nowe przedsięwzięcia gospodarcze. Z drugiej jednak strony osoby pracujące w niepełnym wymiarze czasu pracy są reprezentowane rzadziej wśród doświadczonych przedsiębiorców (działających dłużej niż 3,5 roku). Może to świadczyć nie tylko o tym, że funkcjonujący już dłużej biznes wymaga pełnego zaangażowania i nie można dalej pracować w niepełnym wymiarze czasu, ale także, iż na skutek mniejszych kompetencji (i zaangażowania mniejszej ilości czasu) osoby te relatywnie częściej zamykają biznes. Oczywiście najlepiej swoje kompetencje przedsiębiorcze oceniają ci, którzy właśnie chcą rozpocząć biznes albo już go jakiś czas prowadzą (wykres 36). Co ciekawe, wśród tych osób nieco mniejszą ufnością w swoje biznesowe kompetencje



Wykres 35. Pozytywna ocena własnych kompetencji przedsiębiorczych według statusu pracy

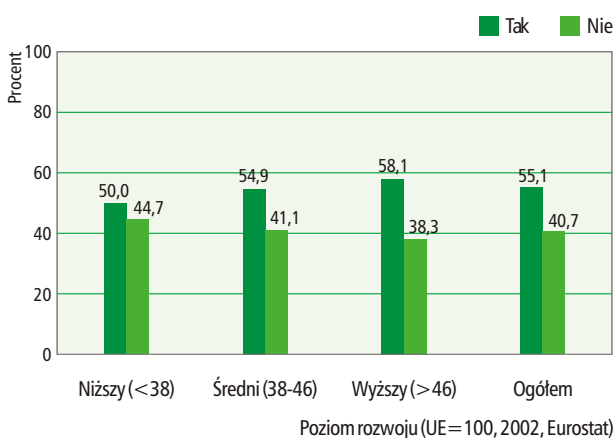


Wykres 36. Pozytywna ocena własnych kompetencji przedsiębiorczych według etapu zaangażowania w działalność gospodarczą – odpowiedzi na pytanie

wykazują się początkujący przedsiębiorcy, czyli ci, którzy działają nie dłużej niż 3,5 roku. Największy optymizm w samoocenie wykazują te osoby, które jeszcze nie rozpoczęły biznesu, ale starają się to uczynić. Ów początkowy optymizm potem nieco opada, by potem ponownie wzrosnąć. Jeśli ktoś działa w biznesie już dłużej niż 3,5 roku, to wydaje się, że jego dobra ocena własnych umiejętności oraz doświadczenia i wiedzy jest raczej ugruntowana. Widać z tego, że najwyraźniej większe wątpliwości mają tu przedsiębiorcy, którzy niedawno rozpoczęli działalność.

Uzyskane wyniki świadczą również, że istnieje grupa ludzi, którzy rozpoczynają lub prowadzą działalność gospodarczą pomimo tego, iż sami uznają, że brakuje im wiedzy, umiejętności lub doświadczenia. Wśród osób starających się rozpocząć biznes z braku lepszych możliwości zarobkowych jest ich 10,0%, a wśród tych, którzy chcą w ten sposób wykorzystać szansę 7,7%. Odsetek ten jest najwyższy wśród przedsiębiorców (zarówno początkujących i zaawansowanych), którzy rozpoczęcie biznesu traktowali jako konieczność i wynosi 25,0%. Dla tych, którzy zaczęli działać w własnym biznesie z chęci wykorzystania szansy odsetek ten wyniósł średnio 11,3%.

Jeśli chodzi o zróżnicowanie regionalne, to generalnie mieszkańcy lepiej rozwiniętych województw częściej oceniają pozytywnie swoje biznesowe kompetencje niż województw na niższym poziomie rozwoju. Wyraźnie na niekorzyść wyróżniają się tu województwa podlaskie i świętokrzyskie. Spośród województw na niższym poziomie rozwoju relatywnie nieźle wypadają z kolei województwa lubelskie i opolskie.



Wykres 37. Pozytywna ocena własnych kompetencji przedsiębiorczych w województwach według poziomu rozwoju

Osobista znajomość początkujących przedsiębiorców

W procesie podejmowania decyzji o rozpoczęciu biznesu niebagatelne znaczenie mają kontakty z innymi ludźmi, a już z przedsiębiorcami w szczególności, co określane jest kapitałem społecznym. Działalność gospodarcza jest zawsze wszak aktywnością społeczną. Niejednokrotnie posiadanie owego kapitału społecznego rekompensuje braki w kapitale finansowym, a zwłaszcza ludzkim, czyli niedostatki wiedzy i umiejętności. Osobista znajomość z ludźmi, którzy już prowadzą działalność gospodarczą, wpływa zwykle zachęcająco do podjęcia decyzji o rozpoczęciu własnego biznesu. Siła oddziaływania jest znacznie większa wtedy, gdy owi znajomi przedsiębiorcy osiągają sukcesy. Działalność na własny rachunek wydaje się wtedy nie tak trudna i mniej ryzykowna. Duże znaczenie ma tu właśnie wiedza, którą dzielą się osoby prowadzące już własny biznes.

Co drugi dorosły Polak zna osobiście kogoś, kto rozpoczął jakiś biznes w ciągu ostatnich dwóch lat (52,6%). Mężczyźni częściej (58,8%) niż kobiety (45,3%) znają jakiegoś przedsiębiorcę, który nie tak dawno rozpoczął działalność. Podobnie jest w relacji miasto (56,5%) – wieś (45,4%).

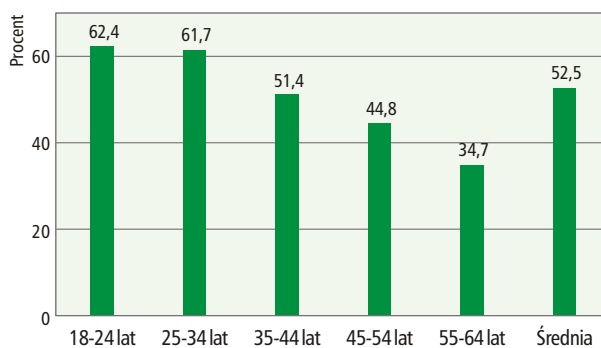
Znajomość początkujących przedsiębiorców wyraźnie spada wraz z wiekiem (wykres 38). Wynika to po pierwsze z tego, że im niższa grupa wiekowa (oprócz grupy 18-24 lata) tym więcej osób rozpoczynających biznes i więcej możliwości nawiązania znajomości. Po drugie, regułą jest, że im młodszy ludzie, tym są bardziej aktywni towarzysko (w szczególności w grupie 18-24 lata), a także zawodowo.

Potwierdzeniem tych wniosków jest rozkład znajomości początkujących przedsiębiorców w zależności od rodzaju aktywności zawodowej. Zwraca uwagę w szczególności wysoki odsetek wśród studentów i uczniów, co dobrze świadczy o aktywności wśród młodych ludzi. Wyższy odsetek stwierdzono wśród osób zatrudnionych w niepełnym wymiarze czasu pracy aniżeli w pełnym, co wiąże się pewnie z ich większą mobilnością zawodową. Zasmucać może natomiast niska znajomość osób, które niedawno rozpoczęły biznes, wśród bezrobotnych. Tak pożądane oddziaływanie motywacyjne nie jest więc tu rozpowszechnione. Na ten aspekt należy zwrócić większą uwagę w działaniach służb przeciwdziałających bezrobociu i w opracowywanych programach.

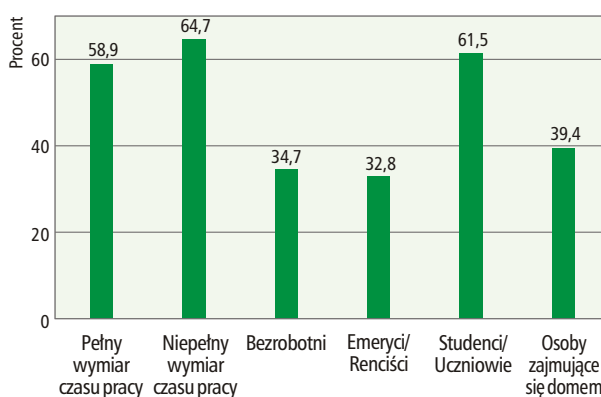
Inna niż w przypadku wieku zależność występuje, jeśli chodzi o wykształcenie: wraz z jego poziomem rośnie znajomość przedsiębiorców, którzy rozpoczęli działalność w ciągu ostatnich dwóch lat. I tak wśród osób z wykształceniem podstawowym odsetek ten wynosi 23,8%, z zawodowym –36,2%, ze średnim – 55,6%, a z wyższym 66,9%.

Jeśli chodzi natomiast o dochody to najczęściej znajomością początkujących przedsiębiorców mogą wykazać się osoby z miesięcznymi dochodami netto w przedziale 3501-5500 zł (81,3%), rzadziej osoby z dochodami powyżej 5500 zł (77,8%). W niższych grupach znajomość ta spada wraz ze spadkiem dochodu. Najniższa jest w grupie osób uzyskujących dochody do 1000 zł (43,0%).

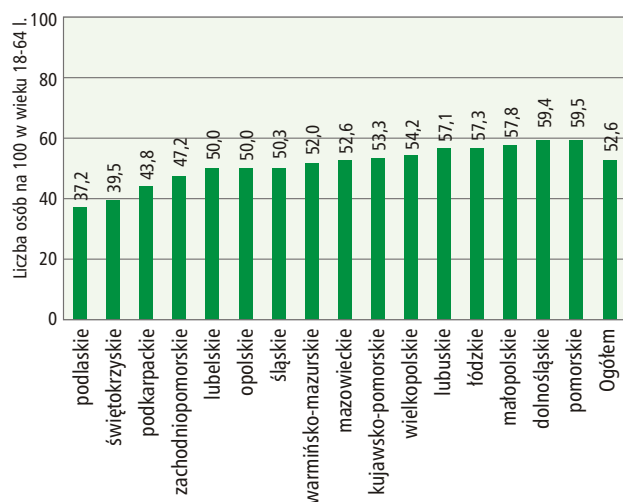
Spośród osób, które starają się rozpocząć biznes (potencjalni przedsiębiorcy), 79,7% zna jakąś inną osobę, która działa w biznesie nie dłużej niż 2 lata. Wśród początkujących przedsiębiorców ten odsetek wynosi 71,2%, a więc niemal trzech z nich na czterech zna innych działających też od



Wykres 38. Znajomość początkujących przedsiębiorców według grup wiekowych



Wykres 39. Znajomość początkujących przedsiębiorców według statusu pracy



Wykres 40. Znajomość początkujących przedsiębiorców według województw

niedawna przedsiębiorców. Zdziwiająco niski odsetek stwierdzony został natomiast wśród zaawansowanych przedsiębiorców. Tylko 57,6% z nich zna osobiście osoby działające w biznesie krócej niż 2 lata.

W rozkładzie regionalnym najslabiej wypadają znowu województwa o niższym poziomie rozwoju (średnio 45,6%), zwłaszcza z tzw. ściany wschodniej. Przeciętnie z kolei wypadają województwa najlepiej rozwinięte (53,4%), z wyjątkiem dolnośląskiego, a najlepiej te o średnim poziomie rozwoju (55,9%), jak pomorskie, małopolskie, łódzkie.

Gotowość ponoszenia ryzyka

W przypadku wielu osób aktywność gospodarcza blokowana jest z powodu strachu przed porażką. Wśród cech narodowych Polaków wskazywana jest potocznie gotowość ponoszenia ryzyka, a czasem wręcz ryzykanctwo czy brawurowość. Badania GEM pozwalają zweryfikować, jak jest z naszym nastawieniem do ryzyka w biznesie.

54,8% ogółu badanych uważa, że strach przed porażką nie powstrzymałby ich przed rozpoczęciem działalności. Trochę odważniejsi są mężczyźni (56,7%) niż kobiety (52,7%). Nie ma istotnej różnicy między mieszkańcami miast i wsi. Generalnie rzecz biorąc, awersja do ryzyka rośnie z wiekiem. Wyjątkiem jest najwyższa grupa wiekowa, w której awersja do ryzyka jest większa tylko od stwierdzonej w grupie najniższej. Najwyraźniej pod koniec okres aktywności zawodowej ludzie na powrót mniej obawiają się ryzyka porażki.

Gotowości ponoszenia ryzyka związanego z własnym biznesem nie jest w większym stopniu uzależniona od poziomu wykształcenia. Różnice są tu stosunkowo niewielkie: od 51,7 do 56,9%.

Większe dysproporcje związane są z aktualnym statusem pracy. Największą gotowość ponoszenia ryzyka wykazują się studenci i uczniowie (74,1%), a najmniejszą osoby zajmujące się domem (39,5%). Największą awersję deklarują z kolei bezrobotni (46,5%).

Jeśli chodzi o dochody, to można stwierdzić wzrost skłonności do podejmowania ryzyka wraz ze wzrostem dochodów. Wyjątek stanowią tu osoby o dochodach miesięcznych netto od 3500 do 5500 zł (53,1%). Ta grupa respondentów to niemal w całości osoby pracujące w pełnym wymiarze czasu pracy. Najwyraźniej uzyskując względnie wysokie dochody, silniej obawiają się porażki, gdyby mieli rozpocząć nowy biznes. W tej grupie jest najwięcej osób niezdecydowanych. Porażki w biznesie najmniej obawiają się osoby o dochodach powyżej 5500 zł (66,7%). Aby uzyskiwać wyższe niż inni dochody, musieli zapewne podejmować już niejednokrotnie różne ryzyka. Poza tym mają też większe możliwości finansowe, aby asekurować się przed ewentualną stratą. Stąd ich obawy przed porażką mniejsze.

Najbardziej skłonni podejmować ryzyko są mieszkańcy województw o średnim poziomie rozwoju. Nic więc dziwnego,

Tabela 3. Gotowość ponoszenia ryzyka w działalności gospodarczej według grup wiekowych i płci (w wieku 18-64l., procent)

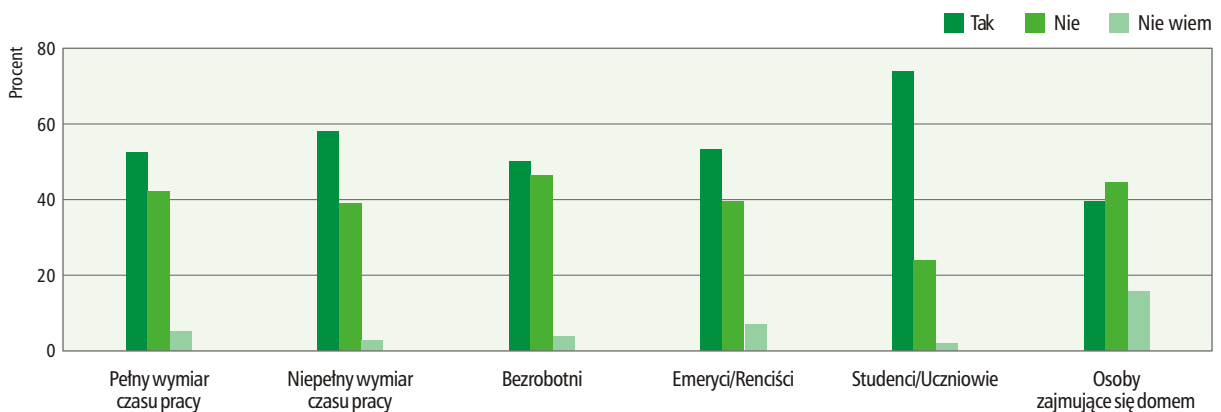
Płeć	Grupa wiekowa (w latach)					Ogółem
	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	
Mężczyźni	72,3	54,2	51,3	48,0	63,2	56,7
Kobiety	71,2	52,9	45,7	42,8	51,8	52,7
Ogółem	71,8	53,4	48,6	45,9	57,6	54,8

że w województwach tych jest, średnio biorąc, najwięcej osób starających się aktualnie rozpocząć biznes.

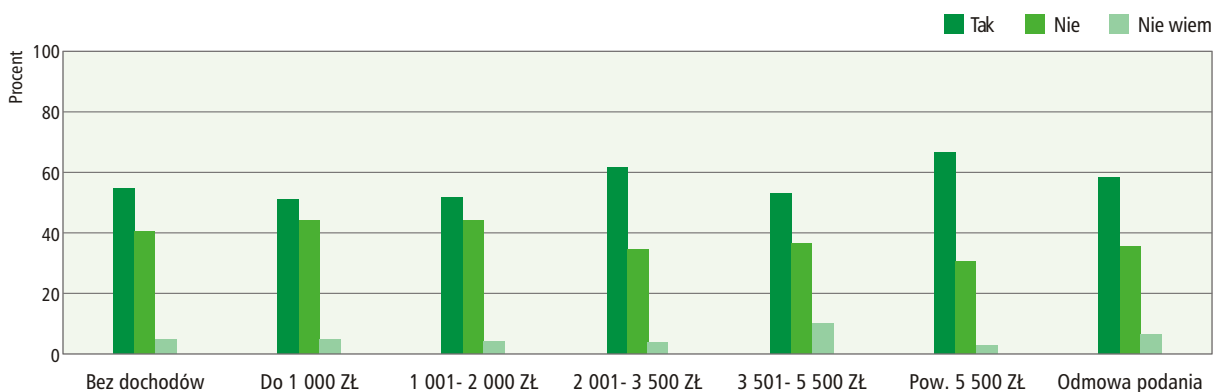
Zamiar podjęcia działalności gospodarczej

Wiemy już, jak rozkłada się w Polsce percepcja biznesowych możliwości, ocena potrzebnych w biznesie umiejętności, znajomość początkujących przedsiębiorców oraz gotowość ponoszenia ryzyka. Jak wobec tego przekłada się to na zamiary rozpoczęcia nowego biznesu? 20,2% ogółu dorosłych Polaków (czyli co piąty) zamierza w ciągu następnych 3 lat samodzielnie lub z kimś rozpocząć jakiś nowy biznes (włączając w to jakiegokolwiek rodzaj tzw. samozatrudnienia, tj. jednoosobowej działalności gospodarczej). Spośród tych osób 74,8% dobrze ocenia swoje przedsiębiorcze kompetencje, 71,6% zna osobiście działającego od niedawna przedsiębiorcę, 66,8% nie obawia się porażki aż tak, by zaniechać rozpoczynania biznesu. Jednak tylko 45,5% z nich spodziewa się, że w najbliższych miesiącach będą dobre okazje, by faktycznie biznes rozpocząć.

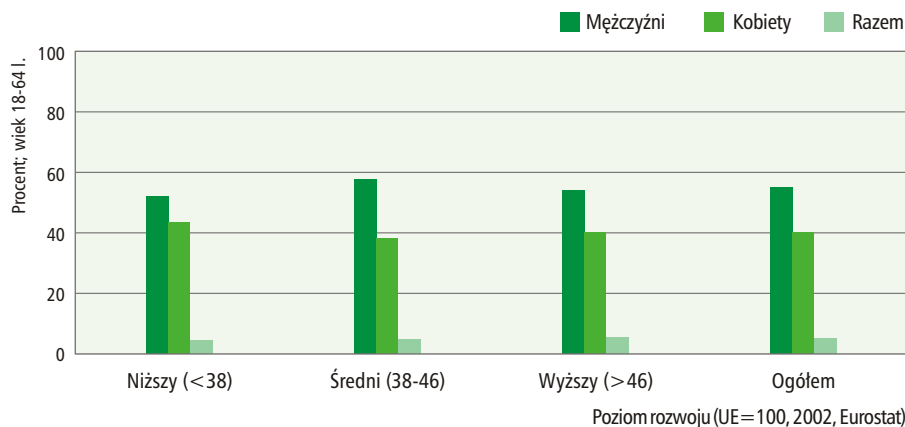
Wyniki świadczą dobrze w pierwszym rzędzie o uczniach (mających więcej niż 18 lat) i studentach. Aż 37,6% z nich zamierza w ciągu najbliższych 3 lat zacząć działalność na własny rachunek, co odpowiada omówionej wcześniej percepcji biznesowych możliwości w tej grupie. Podobne zamiary ma co czwarty bezrobotny i niemal co szósta osoba zajmująca się domem. W tych grupach również zamiary pokrywają się z dostrzeganiem możliwości. Zarówno studenci i uczniowie, bezrobotni, ale także osoby, które zajmują się domem, to grupy, które z reguły nie są aktywne zarobkowo, mimo, iż generalnie są w tzw. wieku produkcyjnym. Najwyraźniej więc, jeśli już ktoś z nich widzi możliwość rozpoczęcia biznesu, to zamierza z niej w najbliższych latach skorzystać. Świadczy to wyraźnie o determinacji, by podjąć działalność na własny rachunek. Spośród osób pracujących w pełnym wymiarze czasu co piąty deklaruje zamiar rozpoczęcia nowego biznesu, a spośród pracujących w niepełnym wymiarze – co czwarty.



Wykres 41. Gotowość ponoszenia ryzyka związanego z biznesem według statusu pracy



Wykres 42. Gotowość ponoszenia ryzyka związanego z biznesem według wynagrodzenia



Wykres 43. Gotowość ponoszenia ryzyka związanego z biznesem w województwach według poziomu rozwoju

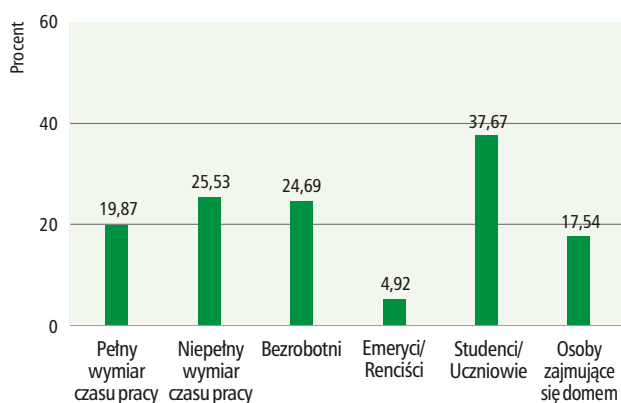
Osób zamierzających założyć nowy biznes w najbliższych 3 latach jest dwukrotnie więcej wśród mężczyzn (26,7%) niż wśród kobiet (13,8%). Co ciekawe, choć nieznacznie, to jednak więcej osób zamierzających zacząć działać w nowym biznesie jest wśród mieszkańców wsi (21,1%), niż miast (20,0%)

Jeśli chodzi o rozkład według województw, to wcale nie przodują tu zamożniejsze województwa. Mapa zamiarów związanych z nowym biznesem nie pokrywa się z mapą poziomu rozwoju. Najwięcej osób noszących się z biznesowymi zamiarami jest generalnie w województwach o średnim poziomie rozwoju. Proporcja dla województwa mazowieckiego i wielkopolskiego jest zbliżona do średniej dla całego kraju. Wyraźnie gorzej wypadają województwa opolskie, lubelskie i kujawsko-pomorskie. Również województwo śląskie mimo większych niż gdzie indziej transferów publicznych w celu aktywizacji zawodowej zwalnianych pracowników nie wypada dobrze w tym zestawieniu. Należy mieć jednak na uwadze, iż liczby obserwacji w niektórych województwach nie były

wysokie, w kilku przypadkach mniejsze niż 100, tj. w lubuskim, opolskim, podlaskim, świętokrzyskim, warmińsko-mazurskim.

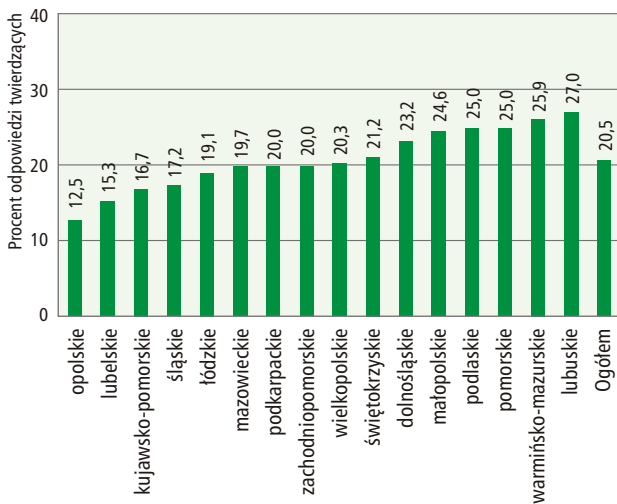
Przedsiębiorczość i przedsiębiorca w odbiorze społecznym

Potencjał przedsiębiorczości w Polsce zależy w dużym stopniu od nastawienia społecznego do przedsiębiorczości. Czy Polacy uważają, że własny biznes, to właściwy wybór? Czy ci, którzy się na to decydują zyskują ich uznanie? O tym, że większość ludzi w Polsce tak właśnie myśli przekonana jest większa część respondentów. W pierwszym przypadku uważa tak 57,9%, a w drugim 53,2% z nich. Zdecydowanie bardziej pozytywnie oceniają społeczny odbiór angażowania się działalność gospodarczą kobiety (63,6%) niż mężczyźni (52,9%). Podobnie kobiety (57,6%) częściej niż mężczyźni (49,3%) uważają że ci, którzy odnieśli sukces rozpoczynając biznes, zyskują w społecznej opinii szacunek. Większość mężczyzn w grupie wieku 55-64 uważa nawet, że jest odwrotnie.



Wykres 44. Zamiar rozpoczęcia biznesu w ciągu najbliższych 3 lat według statusu pracy

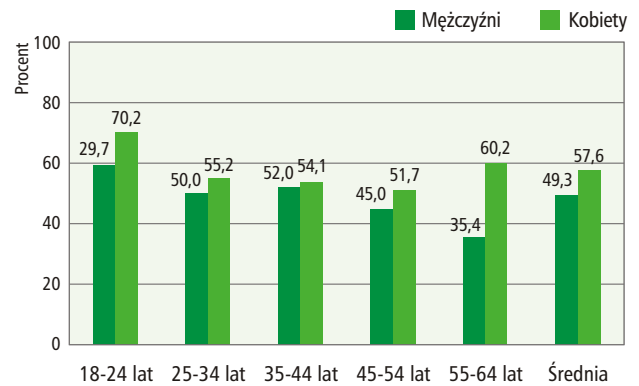
Ciekawie rozkłada się ocena społecznego nastawienia do przedsiębiorczości zależnie od dochodów. Podczas, gdy respondenci o niższych dochodach uważają, że zdaniem większości ludzi w Polsce rozpoczęcie biznesu jest dobrym wyborem w karierze zawodowej, to ci, co zarabiają więcej, najczęściej twierdzą, że większość Polaków wcale tak nie myśli. Osoby o niższych dochodach uważają również, że przedsiębiorcy, którzy odnieśli sukces rozpoczynając biznes cieszą się szacunkiem w społeczeństwie, a wśród tych, którzy mają wyższe dochody, wyraźną przewagę zyskuje przeciwna opinia. Podobnie jak u osób z wykształceniem wyższym.



Wykres 45. Zamiar rozpoczęcia biznesu w ciągu najbliższych 3 lat według województw

A co sami przedsiębiorcy sądzą o ich społecznym odbiorze? Czy ich zdaniem społeczeństwo docenia wybieranie własnego biznesu na ścieżce kariery? Choć przeważają opinie pozytywne, to ich odsetek jest niższy niż dla ogółu dorosłych Polaków. Jedynie ci, którzy akurat starają się rozpocząć biznes częściej zgadzają się z tym, że zdaniem większości ludzi w Polsce jest to wskazany kierunek kariery zawodowej.

Tak, jak osoby o niższych dochodach częściej sądzą, iż przedsiębiorczość jest społecznie docenianą alternatywą zawodową, tak również opinie te występują częściej w województwach o niższym poziomie rozwoju.

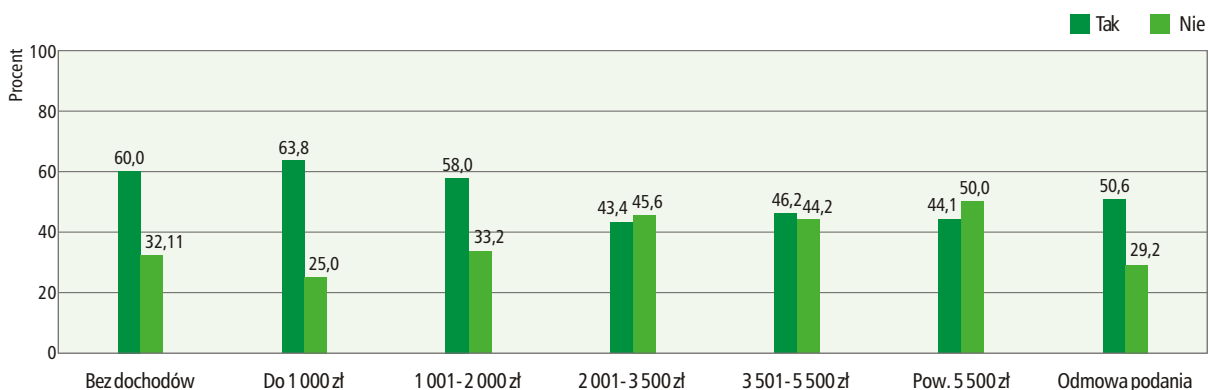


Wykres 46. Odpowiedzi „Tak” na pytanie: „W Polsce większość ludzi uważa, że ci, którzy odnieśli sukces, rozpoczynając nowy biznes, zyskują szacunek i wysoki status społeczny” według płci i grup wieku

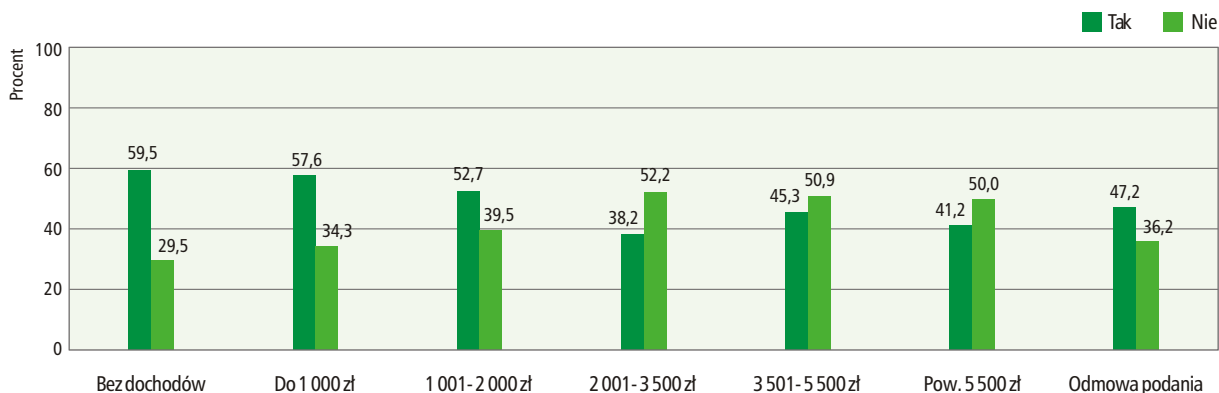
Do przełamania dominującego tu sceptycyzmu nie przyczynia się postrzeganie przedsiębiorczości przez polskie społeczeństwo. O ile nawet własna działalność gospodarza traktowana jest jako odpowiedni sposób, by się wzbogacić, to nie jest to już na pewno metoda na pozyskanie wysokiego statusu w społecznej hierarchii. Wiele jest tu do zrobienia po stronie instytucji publicznych, mediów, a także samych przedsiębiorców.

Stopień egalitaryzmu i rola mediów

Wyniki badań GEM wskazują na to, iż Polacy generalnie są społeczeństwem dążącym do równości społecznej. 65,9% respondentów stwierdziło, że w Polsce większość ludzi wolałaby, aby każdy żył na podobnym poziomie, przy czym kobiety częściej (70,4%) niż mężczyźni (61,9%). Nie ma tu



Wykres 47. Odpowiedzi na pytanie: „W Polsce większość ludzi uważa, że rozpoczęcie nowego biznesu jest wskazanym wyborem w karierze zawodowej” według grup dochodu

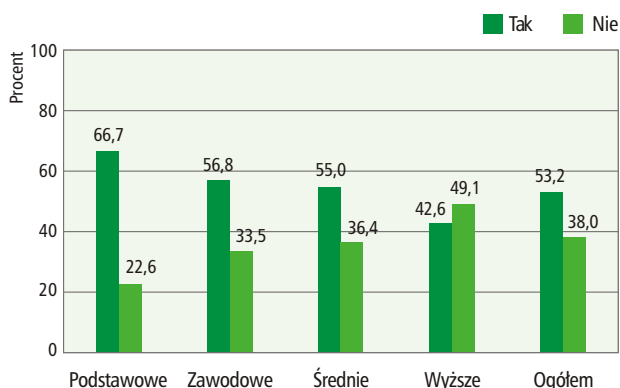


Wykres 48. Odpowiedzi na pytanie: „W Polsce większość ludzi uważa, że ci, którzy odnieśli sukces, rozpoczynając nowy biznes, zyskują szacunek i wysoki status społeczny” według grup dochodu

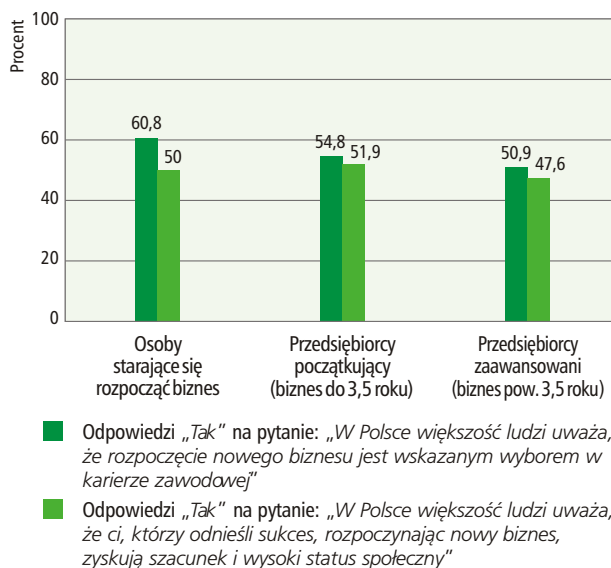
większych różnic między mieszkańcami miast a wsi. Również dochód czy status pracy nie wpływa w większym stopniu na zróżnicowanie opinii. Jeśli chodzi o wykształcenie, to najbardziej o egalitaryzmie Polaków przekonane są osoby z wykształceniem podstawowym. O tym, że większość ludzi w Polsce chce, by wszyscy żyli na podobnym poziomie, częściej przekonani są przedsiębiorcy niż ogół dorosłych Polaków.

Polacy oceniają więc siebie jako społeczeństwo ceniące sobie równość społeczną. Po części może być to wynikiem pozostałości po poprzednim systemie politycznym, wspomnianym przez niektórych z sentymentem. Ten sentyment

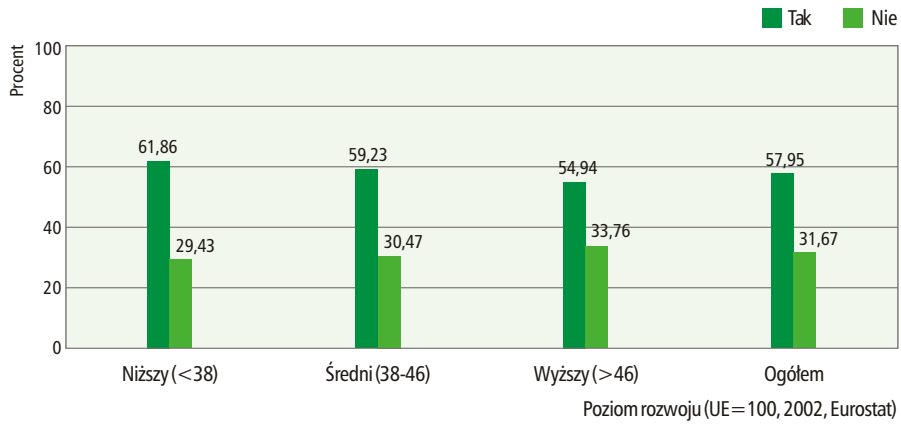
wzmacniany jest pogorszeniem się warunków życia części społeczeństwa, jeśli nie faktycznym to relatywnym (tj. w porównaniu z innymi). Częściowo wiąże się to zapewne z tym, iż przypadki odnoszenia sukcesów przez początkujących przedsiębiorców są według badanych rzadko obecne w mediach publicznych w Polsce. Jedynie 33,0% ogółu badanych twierdzi, że w mediach często zamieszczane są materiały o udanych przykładach rozpoczęcia biznesu. Takich przykładów nie jest przecież mało. Media wolą jednak w bezwzględnej walce o odbiorcę epatować spektakularnymi aferami gospodarczymi, niż wskazywać pozytywne przykłady.



Wykres 49. Odpowiedzi „Tak” na pytanie: „W Polsce większość ludzi uważa, że ci, którzy odnieśli sukces, rozpoczynając nowy biznes, zyskują szacunek i wysoki status społeczny” według wykształcenia



Wykres 50. Przedsiębiorczość i przedsiębiorca w odbiorze społecznym według etapu zaangażowania w działalność gospodarczą



Wykres 51. Odpowiedzi „Tak” na pytanie: „W Polsce większość ludzi uważa, że rozpoczęcie nowego biznesu jest wskazanym wyborem w karierze zawodowej” w województwach według poziomu rozwoju

Uwarunkowania przedsiębiorczości w Polsce w ocenie ekspertów

Uwagi wstępne

W ramach drugiej części projektu „GEM Polska 2004” zebrane zostały dane metodą wywiadu bezpośredniego z ekspertami. Wywiady, trwające zwykle od 45 do 60 minut, zostały przeprowadzone według ustrukturuwanego planu i objęły również wypełnienie standaryzowanego kwestionariusza. Zostały one poświęcone tym dziedzinom związanym z podejmowaniem działalności gospodarczej, które są domeną poszczególnych ekspertów. W tym celu uwarunkowania przedsiębiorczości zostały przyporządkowane do dziewięciu obszarów (*Entrepreneurship Framework Conditions, EFC*).

Choć dobór ekspertów miał miejsce ze względu na ich specjalizację w kontekście określonych uwarunkowań, dzielili się oni również wiedzą na temat innych zagadnień, które nie były im obce.

Eksperti wypełnili także szczegółowy kwestionariusz, składający się z trzech części. W pierwszej części zamieszczonych zostało 76 pytań zamkniętych, podzielonych na 14 sekcji tematycznych, dotyczących wszystkich dziewięciu ramowych uwarunkowań przedsiębiorczości, jak również oceny możliwości rozpoczęcia działalności gospodarczej w Polsce, posiadania przez Polaków potrzebnych umiejętności i ich motywacji oraz przedsiębiorczości kobiet. W przypadku możliwych odpowiedzi na te pytania zastosowany został następujący format skali szacunkowej:

1. Zdecydowanie nie.
2. Raczej nie.
3. Ani tak, ani nie.
4. Raczej tak.
5. Zdecydowanie tak.

Tabela 4. GEM – ramowe uwarunkowania przedsiębiorczości

EFC1	Dostępność kapitału	Dostępność środków finansowych dla nowych i rozwijających się firm, włączając w to różnego rodzaju subsydia.
EFC2	Polityka publiczna (podatki, regulacje prawne itd.)	Stopień i kierunek oddziaływania polityki rządowej dotyczącej podatków, regulacji prawnych oraz sposobu ich wprowadzania na aktywność w zakresie zakładania i rozwijania nowych firm.
EFC3	Publiczne programy wspierania przedsiębiorczości	Istnienie bezpośrednich programów towarzyszących nowym i rozwijającym się firmom na wszystkich szczeblach władzy, tj. krajowym, regionalnym i komunalnym.
EFC4	Edukacja i szkolenia	Poziom szkoleń dot. rozpoczynania lub zarządzania nowym lub rosnącym biznesem oraz jakość, adekwatność i głębokość takiej edukacji i szkoleń w kreowaniu i zarządzaniu małym, nowym lub rozwijającym się biznesem.
EFC5	Badania i rozwój	Zakres, w którym nakłady na badania i rozwój prowadzą do stworzenia nowych możliwości biznesowych oraz czy lub nie B+R jest dostępne dla nowych, małych i rosnących firm.
EFC6	Infrastruktura komercyjna i zawodowa	Wpływ profesjonalnej obsługi biznesu, obsługi prawnej, księgowej i instytucji, których zadaniem jest umożliwianie i promowanie podejmowania działalności gospodarczej.
EFC7	Otwartość rynku / Bariery wejścia	Występowanie formalnych i nieformalnych ograniczeń (barier) w rozpoczynaniu działalności gospodarczej.
EFC8	Dostęp do infrastruktury technicznej	Możliwość korzystania przez podejmujących działalność przedsiębiorców z infrastruktury technicznej, jak telekomunikacja, prąd, gaz itd.
EFC9	Normy kulturowe i społeczne	Zakres, w którym istniejące normy społeczne oddziałują wspierająco lub zniechęcająco na podejmowanie i rozwijanie działalności gospodarczej.

W ten sposób respondenci wyrazili swoją opinię, odwołując się do powyższego zbioru kwantyfikatorów, uporządkowanych ze względu na stopień aprobaty. Należy przy tym zastrzec, iż zastosowanie jednolitego formatu odpowiedzi na pytania posegregowane według poszczególnych zagadnień niesie ze sobą nieuchronnie pewne ryzyko schematyzacji w udzielaniu przez respondentów odpowiedzi. W drugiej części zamieszczone zostały te same pytania, które zadawane są w badaniu populacji osób w wieku 18-64 lata. Pytania te stawiane są w celu ustalenia, na ile opinie ekspertów różnią się od opinii ogółu populacji. Na pytania w tej części, mające również charakter zamknięty, respondenci odpowiadali: „tak”, „nie” lub „nie wiem”. W trzeciej części zamieszczone zostały pytania metryczkowe, które poza standardowymi kwestiami, jak płeć, wiek, wykształcenie itd., dotyczyły także doświadczenia zawodowego związanego z przedsiębiorczością.

Próba celowa dobrana została spośród populacji ekspertów według klucza ustalonego w metodologii GEM. Ekspertami mogli być politycy, pracownicy akademicki, pracownicy instytucji rządowych lub inne osoby zawodowo związane z przedsiębiorczością, a w szczególności sami przedsiębiorcy. Chodziło o osoby posiadające wiedzę na temat podejmowania działalności gospodarczej, która wynika z ich różnych doświadczeń i perspektyw.

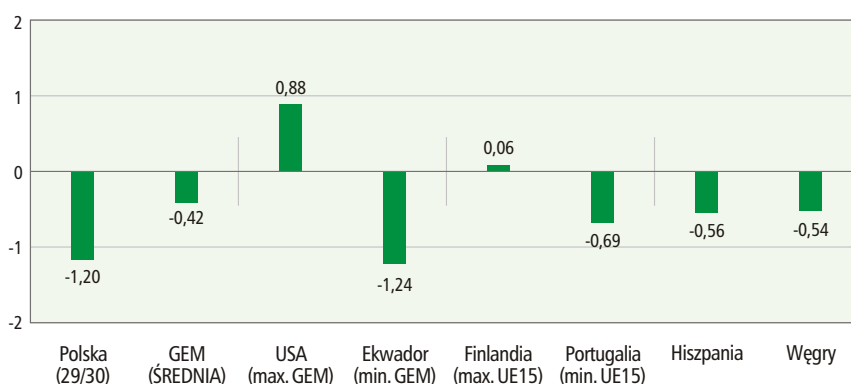
Eksperci (czyli respondenci) zostali wybrani tak, aby ich aktywność w kształtowaniu jakiegos istotnego obszaru związanego z przedsiębiorczością w możliwie niewielkim stopniu ząębiała się z ekspertami reprezentującymi inne obszary uwarunkowań ramowych. Wśród wybranych ekspertów reprezentowany był szczebel krajowy, regionalny i lokalny. Zachowane zostało również zróżnicowanie pod względem płci.

Zgodnie z metodologią GEM, do próby dobranych zostało 54 ekspertów, tzn. 6 ekspertów w każdym z obszarów ramowych uwarunkowań przedsiębiorczości.

W dalszej części zaprezentowane są bardziej szczegółowo oceny ekspertów dotyczące uwarunkowań przedsiębiorczości w Polsce uzyskane w trakcie wywiadów bezpośrednich. Poprzez agregację wartości przypisanych przez ekspertów poszczególnym kwestiom wyliczone zostały indeksy (wskaźniki strukturalne) dla określonych uwarunkowań ramowych. Umożliwiło to zestawienie wskaźników otrzymanych dla Polski i krajów objętych badaniami GEM według schematu: Polska, kraj GEM o najlepszym wyniku, kraj GEM o najgorszym wyniku, kraje o najlepszym i o najgorszym wyniku spośród starych krajów członkowskich Unii Europejskiej (UE-15). Tabele zawierają również wyniki Hiszpanii i Węgier ze względu na pewne podobieństwa tych krajów do Polski. Należy tu jeszcze zastrzec, iż przy wyciąganiu wniosków z porównań międzynarodowych dokonywanych w oparciu o dane z wywiadów należy zachować ostrożność. Porównania dokonywane są bowiem nie w oparciu o skalę metryczną, ale z wykorzystaniem skali porządkowej (od 1 do 5).

Dostępność kapitału

Niezbędny w działalności gospodarczej kapitał finansowy może pochodzić z różnych źródeł: z zasobów własnych założycieli przedsiębiorstwa, z pożyczek od znajomych i rodziny, ze środków innych inwestorów prywatnych (*business angels*), z kredytów bankowych, z emisji akcji, funduszy inwestycyjnych, pożyczek ze środków budżetu państwa itd. O finansowaniu działalności gospodarczej przez początkujących przedsiębiorców była już wcześniej mowa przy



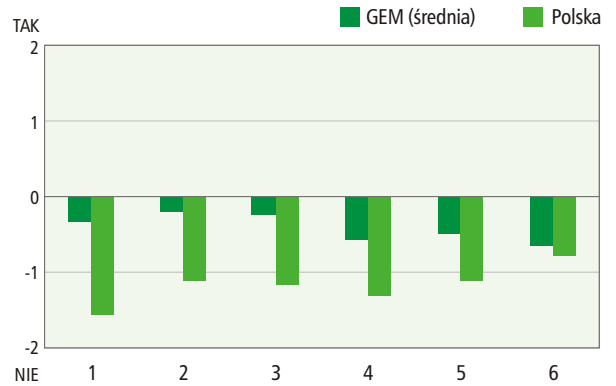
Wykres 52. Dostępność kapitału – porównanie międzynarodowe [indeks A]

analizowaniu wyników z badania populacji. Dostępność kapitału dla nowych i rozwijających się firm była przedmiotem oceny również w trakcie wywiadów z ekspertami. I trzeba od razu dodać, iż ta ocena wypadła fatalnie. Spośród 30 krajów gorzej jest tylko w Ekwadorze. Lepiej oceniana jest przez ekspertów sytuacja w Argentynie, Brazyli, a także w Ugandzie, Jordanii i RPA.

Szczególnym problemem są mocno ograniczone własne zasoby kapitałowe – aż 98,1% respondentów oceniło, że możliwości wniesienia przez polskich przedsiębiorców kapitału własnego do nowopowstających firm są „zdecydowanie” lub „raczej” niewystarczające (wartość średnia odpowiedzi wyniosła -1,56, tj. najmniej wśród wszystkich krajów). Zdaniem eksperta: *„W wielu przypadkach, gdy zakładamy własną firmę możemy liczyć tylko na własne ograniczone środki finansowe. Dlatego u wielu osób możemy zaobserwować obawę przed tym, aby firma nie upadła w pierwszych miesiącach swojej działalności.”*

Bardzo sceptyczna jest również ocena dostępności kredytów w bankach i pożyczek w różnego rodzaju funduszach (85,1% odpowiedzi negatywnych, również najniższa wartość indeksu, tj. -1,11). Brakuje w szczególności pożyczek i kredytów na założenie firmy, mogących stanowić kapitał załóżkowy (*seed capital, early stage capital*). W szczególnie trudnej sytuacji są osoby chcące rozpocząć działalność po raz pierwszy, jak absolwenci, a także osoby dotychczas bezrobotne. Poważne problemy napotykają także naukowcy chcący skomercjalizować wyniki swoich prac. Banki boją się związanego z tym ryzyka. Kredyt trudno uzyskać również wtedy, gdy jak zaznacza jeden z ekspertów, *„przychody są sezonowe. Możemy wyciągnąć stąd wniosek, że banki poprzez taką politykę popierają bycie biernym pracownikiem.”*

Konieczna jest dalsza rozbudowa różnego rodzaju funduszy wsparcia, udzielających pożyczek i poręczających kredyty, zwłaszcza na uruchomienie biznesu i stosowanie nowoczesnych technologii. Pozytywnie należy odnieść się do uchwalenia ostatecznie w marcu br. ustawy o Krajowym Funduszu Kapitałowym, który ma udzielać wsparcia finansowego funduszom kapitałowym, „inwestującym w przedsiębiorców, w szczególności w przedsiębiorców innowacyjnych lub prowadzących działalność badawczo-rozwojową”. Z wypowiedzi eksperta: *„Obecnie banki bardzo mocno się zabezpieczają. Należy uruchomić więcej środków, połączyć je z samorządnością, tak by samorzady*



1. Nowe i rozwijające się firmy mają wystarczająco dużo własnych środków finansowych
2. Nowe i rozwijające się firmy mają wystarczająco możliwości zaciągnięcia pożyczki lub kredytu
3. Wystarczająco dużo subwencji rządowych dostępnych jest dla nowych i rozwijających się przedsiębiorstw
4. Wystarczająco dużo funduszy dostępnych jest dla nowych i rozwijających się firm od osób prywatnych (innych niż założyciele)
5. Wystarczająco dużo środków finansowych dostępnych jest dla nowych i rozwijających się firm w funduszach inwestycyjnych wysokiego ryzyka (*venture capital*)
6. Wystarczająco dużo funduszy dostępnych jest dla nowych i rozwijających się firm poprzez publiczną sprzedaż akcji (*initial public offering*)

Wykres 53. Dostępność kapitału – oceny ekspertów

mogły wspierać przedsiębiorczość. Również szkoły mogłyby wprowadzać projekty związane z finansowym wspieraniem przedsięwzięć. Można przypuszczać, że może zaledwie co dziesiąty pomysł okaże się dobry, ale każdy może się czegoś nauczyć. Takie działania podejmowane są w Anglii, gdzie dysponentami są nie tylko banki, ale też samorzady i szkoły, mogą dzięki temu wzmacniać niektóre działania.”

Negatywnie oceniane są możliwości pozyskania subwencji rządowych dla nowych i rozwijających się firm. Zdaniem jednego z ekspertów: *„Kapitał na inwestycje jest możliwy do pozyskania, ale dla grup uprzywilejowanych, np. w związku z restrukturyzacją przemysłu hutniczego albo górnictwa. Jednak nawet w tym przypadku nie wszyscy skorzystali z szansy, ponieważ ścieżka do tych pieniędzy też była bardzo utrudniona (wymagane zabezpieczenia, np. żyranca - czasem nawet kilku).”*

Z wypowiedzi innych ekspertów: *„Nie uwzględnia się możliwości karencji podatkowej na starcie - powinno być coś takiego dla małych przedsiębiorstw.”* *„Konieczne jest umożliwienie rozwoju przede wszystkim małym i nowo powstałym przedsiębiorstwom poprzez zapewnienie [...]*

ograniczenia podatków i składki ZUS w pierwszym roku działalności gospodarczej.”

Wyraźny niedorozwój stwierdzany jest w przypadku funduszy *venture capital*. Eksperti podkreślali, że rząd powinien podejmować wszystkie możliwe działania, by wspierać rozwój tego rynku. Niemniej spotkać można głosy krytyki, iż fundusze te zainteresowane są jedynie inwestycjami w sektor IT i biotechnologię.

Podobnie niewystarczające są możliwości pozyskania kapitału od osób prywatnych dysponujących kapitałem, tzw. aniołów biznesu (*business angels*). Rynek ten jest na początkowym etapie rozwoju i wymaga wszechstronnego wsparcia. W ubiegłym roku powstała, co prawda, pierwsza platforma wymiany informacji pod nazwą Polska Sieć Aniołów Biznesu PolBAN, należąca do European Business Angels Network, ale zrzesza jedy 1 nie kilkunastu prywatnych inwestorów⁷. Aniołowie biznesu oczekują w prawdzie wysokiej stopy zwrotu, ale też gotowi są angażować się w zupełnie nowe przedsięwzięcia o podwyższonym ryzyku.

W niektórych państwach UE inwestycje w start-up’y wspierane są przez państwo w postaci możliwości częściowego wliczenia w koszty nieudanych inwestycji. W Polsce brakuje niestety takich rozwiązań prawnych. Stosunkowo najlepiej ocenili eksperci możliwość pozyskania kapitału przez giełdę. W tym wypadku oceny dla Polski zbliżone są do wartości średniej dla wszystkich krajów objętych projektem. Aby w Polsce nowe firmy mogły powstawać, a już istniejące efektywnie się

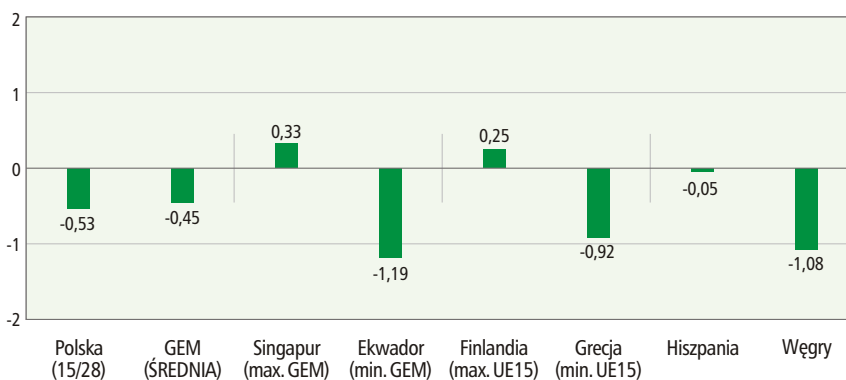
rozвивać, bezwzględnie konieczna jest poprawa możliwości pozyskania kapitału na inwestycje, w szczególności na początkowym etapie.

Polityka publiczna

Najważniejszymi podmiotami kształtującymi otoczenie gospodarcze są rząd i władze lokalne. Mogą one bardzo aktywnie i skutecznie sprzyjać podejmowaniu i prowadzeniu działalności gospodarczej, ale mogą ją równie silnie ograniczać i zniechęcać potencjalnych przedsiębiorców do realizacji swoich inicjatyw. Dlatego polityka publiczna wobec nowych i rozwijających się przedsiębiorstw jest jednym z najważniejszych ramowych uwarunkowań przedsiębiorczości.

W ramach projektu GEM polityka publiczna analizowana jest w dwóch aspektach. Pierwszy obejmuje oddziaływanie bezpośrednie, tj. znaczenie i skuteczność polityki wspierania nowych i rozwijających się przedsiębiorstw, a drugi oddziaływanie pośrednie, tj. kształt i stabilność otoczenia prawno-podatkowego. Aspektom tym odpowiadają dwa osobne indeksy odnoszące się do polityki publicznej.

Polityka rządu w zakresie wspierania przedsiębiorczości została oceniona przez ekspertów umiarkowanie negatywnie (-0,53), przy czym nastąpiła poprawa w porównaniu z rokiem ubiegłym (-0,93). Część z nich zaczyna zauważać nadawaną temu wagę w ramach polityki rządu i władz lokalnych: „*Powoli widać zmianę w polityce rządu, by rozwijać*

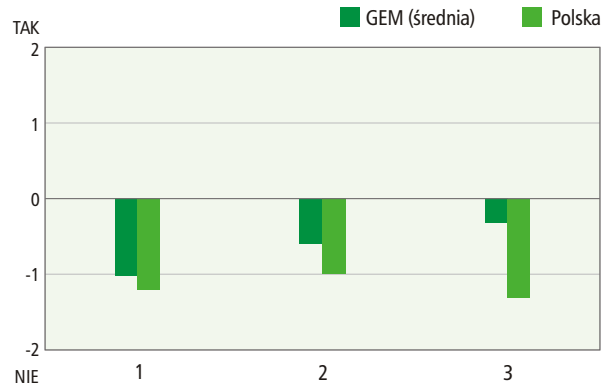


Wykres 54. Polityka publiczna w zakresie wspierania przedsiębiorczości – porównanie międzynarodowe [indeks B1]

7. Według przedstawicieli Polskiej Sieci Aniołów Biznesu PolBAN w naszym kraju mieszka około 100 tys. osób dysponujących majątkiem ponad 1 miliona złotych. W przypadku, gdyby jedynie 5 tys. spośród nich udało się nakłonić do zaangażowania w rozwój małych firm i projektów, wsparcie kapitałowe mogłoby uzyskać od 5 do 10 tys. innowacyjnych przedsięwzięć. Tymczasem w sieci PolBAN jest jedynie kilkunastu inwestorów. Z drugiej jednak strony, zgłoszono dotychczas niewiele projektów

przedsiębiorczość i likwidować bariery." Jednocześnie jednak 2/3 badanych uznało tę politykę za nie przynoszącą wymiernych rezultatów dla nowych firm. Przykładowa opinia o nieefektywności polityki publicznej: „Brak rzeczywistej polityki zachęcającej do przedsiębiorczości. Dużo się o niej mówi, ale tak naprawdę nie przekłada się ona na uproszczone procedury, zwolnienia podatkowe lub preferencyjne kredyty. Nadmierna biurokracja, (długi czas rejestracji firmy, formalności w kilku urzędach) oraz korupcja (brak zdecydowanych kroków w walce z korupcją) zniechęcają inwestorów (zwłaszcza zagranicznych).” Stosunkowo najmniej krytycznie oceniona została postawa władz lokalnych wobec nowych firm (średnia ocen $-0,11$). Niemniej tu również często wskazywano poważne braki: „Brak współpracy władz lokalnych z przedsiębiorcami. Firmy lokalne nie mają preferencyjnych warunków funkcjonowania. Ustawa o zamówieniach publicznych nie preferuje lokalnych przedsiębiorców. Na terenach lokalnych brakuje instytucji wspierających przedsiębiorczość.” W przekroju międzynarodowym postrzeganie polityki publicznej wobec powstających przedsiębiorstw w Polsce jest nieco gorsze od średniej dla wszystkich uczestniczących w projekcie GEM 2004. Jednocześnie w tym kontekście Polska wypadła lepiej niż pozostałe objęte badaniami kraje Europy Środkowej i Wschodniej – Chorwacja, Słowenia i Węgry.

Z wypowiedzi eksperta: „Duża chwiejność polskiej gospodarki. W zbyt dużym stopniu polityka oddziałuje na gospodarkę. Wygrywa populizm i walka o stołki, a nie dobro budżetu państwa, przedsiębiorstw, małego przedsiębiorcy. Patrz np. naciski na RPP, współfinansowanie przez podatników przywilejów górniczych i kolejne nieudane reformy służby zdrowia. Wszechwładza polskich urzędników (zwłaszcza fiskusa).

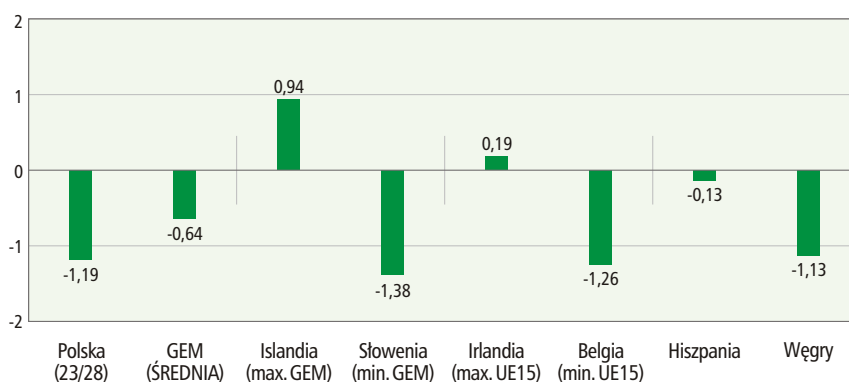


1. Nowe przedsiębiorstwa mogą uzyskać większość wymaganych dokumentów i zezwoleń w ciągu około tygodnia
2. Podatki NIE są zbyt dużym obciążeniem dla nowych i rozwijających się firm
3. Podatki oraz regulacje prawne dotyczące przedsiębiorstw wprowadzane są w sposób logiczny i przewidywalny

Wykres 55. Polityka publiczna w zakresie otoczenia prawnego i podatków – oceny ekspertów

Konieczna jest rzeczywista polityka pro-biznesowa. Ustawodawstwo, zmiany w administracji i polityce fiskalnej. A nie tylko medialne hasła."

Natomiast polityka publiczna w zakresie otoczenia prawnego i podatków spotkała się z druzgocącą krytyką ekspertów (wykres 55). Stwierdzili oni w zdecydowanej większości (87%), że system podatkowy i regulacje prawne są niestabilne, a ich zmiany nieprzewidywalne i nielogiczne. Natomiast Polska uzyskała bardzo słaby wynik ($-1,19$ w skali od -2 do $+2$). Na niedomagania w tym zakresie wskazywali wszyscy eksperci niemal do znużenia. Jeden z nich stwierdził, że w Polsce „panuje paraliżujący strach przed straceniem wszystkiego, co się wypracuje, spowodowany niestabilnością przepisów”.



Wykres 56. Polityka publiczna w zakresie otoczenia prawnego i podatków – porównanie międzynarodowe [indeks B2]

Z wypowiedzi innych ekspertów: „Biznesplany są czystą formalnością wymaganą jedynie przez banki – pisaną jedynie na ich potrzeby. Nie można planować długookresowo przy takiej zmienności przepisów jaka jest w naszym kraju.” „Musi nastąpić stabilizacja prawa, należy uprościć i ujedynolnić przepisy. Reguły muszą być jednolite i przejrzyste, by uniknąć omijania prawa. A zmiany prawa nie mogą zachodzić tak szybko, jak teraz. Zanim urzędnik zapozna się z nową ustawą okazują się, że już są do niej poprawki, bądź ona już nie obowiązuje. Huśtawki prawa utrudniają pracę i urzędnikom, i zwykłym obywatelom.”

O frustracji na tym tle świadczy choćby następująca wypowiedź: „Jeżeli instytucje państwowe, zwłaszcza skarbowe, łamią przepisy, to trudno wymagać od ludzi spełniania obywatelskich obowiązków. Utrzymuje to nas w poczuciu, że zawsze istnieje ktoś równiejszy.”

Do tego nadmiar biurokracji i niesprawność systemu administracji powoduje, że założenie nowej firmy jest procesem długim i uciążliwym. Według 78% respondentów nie jest możliwe uzyskanie w związku z zakładaniem nowej firmy wszystkich wymaganych dokumentów i zezwoleń w ciągu tygodnia. Bardzo krytyczna wypowiedź jednego z ekspertów: „Największym problem w Polsce jest olbrzymia biurokracja, utrudniająca prawie wszystko. System prawny w Polsce jest chory; dla przykładu, zgoda państwa – odpowiedniego urzędnika – jest potrzebna na absolutnie wszystko, a wydanie każdego takiego pozwolenia zajmuje mnóstwo czasu. To błędne koło rodzi korupcję, wielu urzędników za wydanie odpowiednich dokumentów oczekuje korzyści finansowych od przedsiębiorcy. Traci na tym głównie przedsiębiorca, ale także bardzo wiele osób z jego otoczenia.”

Również obecny poziom podatków, ale w szczególności składek na ubezpieczenie społeczne, stanowi, zdaniem ekspertów, zdecydowanie zbyt duże obciążenie dla nowopowstających i rozwijających się przedsiębiorstw (87%). Z wypowiedzi eksperta: „Nadmierny fiskalizm państwa. Wysokie podatki i obciążenia składkami ZUS-u zniechęcają wielu ludzi do legalizowania swoich „interesów i interesików”. Przez to ludzie ci swą operatywnością zasilają szarą strefę. W kategorii napływu obcego kapitału, ale też inwestowania polskich przedsiębiorców coraz liczniej z tego powodu produkcja jest lokowana w państwach bardziej przyjaznych od Polski. Lokowanie polskiego kapitału (odpływ) poza

granice kraju będzie się nasilać, mamy w końcu wolny rynek i otwarte granice.”

Potencjalni przedsiębiorcy nie otrzymują zatem podstawowych zachęt do podjęcia działalności gospodarczej. Nie tylko już samo założenie nowej firmy najeżone jest trudnościami i wymaga dłuższych zabiegów, ale także dla działających już przedsiębiorstw otoczenie prawne jest niestabilne, a poziom podatków, a zwłaszcza obciążeń ZUS, zbyt wysoki.

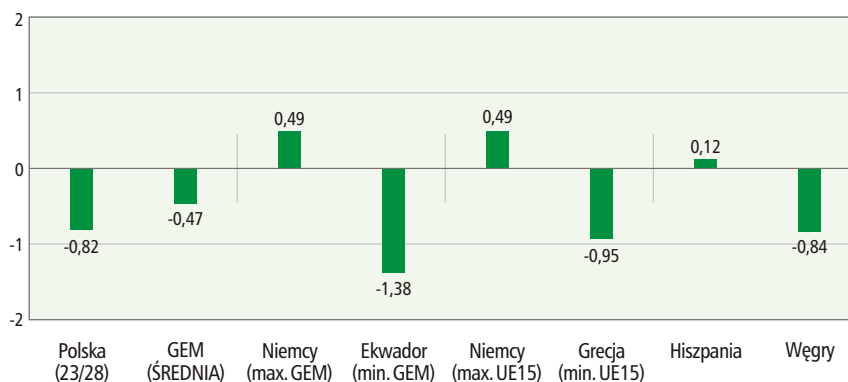
Taka sytuacja powoduje, że decyzja o założeniu firmy obciążona jest dużym ryzykiem, a sama działalność oparta musi być na niepewnych przesłankach. Gospodarka traci na tym podwójnie – przez utratę miejsc pracy i wpływów podatkowych z firm, które nigdy nie powstały z powodu zbyt dużego ryzyka spowodowanego wymienionymi czynnikami oraz przez zbyt zachowawczą politykę inwestycyjną i w konsekwencji zbyt słaby rozwój i niższe zyski istniejących przedsiębiorstw.

W kontekście oceny otoczenia prawno-podatkowego przedsiębiorstw Polska znalazła się w grupie państw objętych projektem GEM na jednym z ostatnich miejsc. Istotnie bardziej krytyczne oceny wyrazili eksperci z Argentyny i Brazylii. O tym, że otoczenie prawno-podatkowe może sprzyjać przedsiębiorcom i dawać im poczucie stabilności świadczy fakt, że w 6 badanych krajach indeks ten przyjął wartości dodatnie, przy czym zdecydowanie najbardziej wyróżniają się tu niezmiennie Islandia i Singapur, także USA i Chiny. Z krajów UE prym wiodą tu Irlandia i Finlandia i właśnie w tych krajach należy szukać właściwych wzorców.

Publiczne programy wspierania nowych przedsiębiorstw

Wsparcie ze strony programów publicznych w momencie zakładania firmy, budowania jej zdrowych prawnych i finansowych podstaw może być istotnym czynnikiem – jeśli nie warunkiem – udanego wejścia na rynek, a potem utrzymania się na nim w otoczeniu konkurencyjnym.

Wszelkie działania publiczne dotyczące wsparcia przedsiębiorczości pozostają jednak jedynie papierowymi frazesami tak długo, jak nie przynoszą wymiernych rezultatów. Ocena ilości stworzonych dzięki tym programom miejsc pracy czy nowopowstałych firm nie jest łatwa i nie była też celem



Wykres 57. Publiczne programy wspierania przedsiębiorczości – porównanie międzynarodowe [indeks C]

badania GEM. W ramach tego projektu zadano jednak ekspertom ogólne pytania dotyczące ich oceny dostępności, ilości i efektywności rządowych programów wspierania nowych i rozwijających się przedsiębiorstw. Oceny te również mogą być miarą skuteczności działań rządu skierowanych na pomoc przedsiębiorcom.

Odpowiedzi ekspertów na wszystkie zadane w tej sekcji pytania są stosunkowo sceptyczne, a wartości związanych z nimi indeksów mieszczą się w przedziale od -0,69 do -1,0. Wartość średnia indeksu dla Polski (-0,82) leży wyraźnie poniżej średniej dla wszystkich krajów GEM a także Unii Europejskiej i jest zbliżona do wartości uzyskanych w pozostałych badanych krajach Europy Środkowej – Chorwacji, Słowenii i Węgry. Podobnie jak w poprzednich latach, najlepsze oceny ekspertów otrzymały programy wsparcia nowych i rozwijających się przedsiębiorstw w Niemczech, Irlandii i USA. I w tych krajach należy szukać wzorów skutecznych programów wspierania przedsiębiorczości. Należy stwierdzić, iż również dotychczasowe doświadczenia w Polsce potwierdzają, iż uruchamianie programów wspierania przedsiębiorczości przynosi lepsze rezultaty aniżeli wprowadzanie rozwiązań w oparciu o ustawy. Programy takie pociągają za sobą mniejsze obciążenia dla budżetu państwa i można je łatwiej korygować, dostosowywać do aktualnych potrzeb.

Uzyskane w Polsce wyniki oceny publicznych programów wspierania nowych przedsiębiorstw pokazują, że działania rządu w tej kwestii albo są ciągle nieskuteczne, albo zbyt słabo wypromowane. Aby zapewnić spełnienie pokładanych w nich nadziei programy te muszą cechować się jednak zarówno wysoką skutecznością, jak i powszechnością informacji docierającą do wszystkich potencjalnie

zainteresowanych osób i podmiotów. Z wypowiedzi eksperta: *„Brak dotacji z pieniędzy publicznych, jakie są w przypadku doradztwa rolniczego. Brak właściwej działalności firm doradztwa biznesowego, które by służyły pomocą tym, którzy dopiero rozpoczynają własną działalność. Trzeba wprowadzić dla początkujących przedsiębiorców, np. absolwentów i bezrobotnych, możliwość korzystania z bezpłatnej asysty profesjonalnych doradców.”*

Eksperci zauważali również, iż nie należy zapominać o istniejących firmach i traktować ich jedynie jak „dojne krowy”: *„Miejsca pracy w firmach istniejących są pewniejsze i bardziej stabilne. Łatwiej stworzyć nowe miejsca pracy niż założyć nową firmę.”* Eksperci narzekali m.in. na brak wsparcia i efektywnej promocji polskiego biznesu za granicą: *“Polskie produkty są produktami drugiej, trzeciej kategorii. Polska jako kraj pochodzenia produktu nie posiada za granicą marki - jak Niemcy, Skandynawia czy ostatnio Hiszpania.”* Ponadto stwierdzono, iż: *„Należy rozwijać zachęty dla firm eksportujących zwłaszcza na rynki poza UE, bo w Unii polscy przedsiębiorcy radzą sobie względnie dobrze. Konieczne jest pełne zaangażowanie odpowiednich instytucji rządowych poprzez wsparcie finansowe, obsługę transakcji, gwarancje rządowe, profesjonalną promocję poprzez przedstawicielstwa handlowe.”*

Edukacja

Czy przedsiębiorcą człowiek się rodzi, czy staje się poprzez wykształcenie i wychowanie oraz indywidualne doświadczenie? Choć zagadnienie to jest wyjątkowo złożone, to jednak wśród badaczy zajmujących się przedsiębiorczością przeważa ten drugi pogląd. Niezależnie od tych wątpliwości,

bardzo istotną rolę w kształtowaniu przedsiębiorczości odgrywa szkoła tak poprzez promowanie aktywnej postawy, myślenia w sposób kreatywny, rozbudzanie aspiracji, jak też poprzez przekazywanie wiedzy adekwatnej do wymagań współczesnego życia.

Duże znaczenie ma już edukacja dzieci i młodzieży na etapie szkół podstawowych, gimnazjów i szkół ponadgimnazjalnych, a niektórzy wskazują nawet na przedszkole. To wtedy kształtuje się bowiem osobowość, nawyki i intuicje, które warunkują powodzenie przyszłych przedsięwzięć w życiu dorosłym. Już w tym wieku można również nauczać podstaw przedsiębiorczości. Równie ważne jest oczywiście kształcenie dorosłych w ramach studiów dziennych, podyplomowych i różnego rodzaju kursów doskonalenia zawodowego. Na tym poziomie główny akcent położony jest na przekazanie wiedzy i umiejętności niezbędnych do prowadzenia działalności gospodarczej.

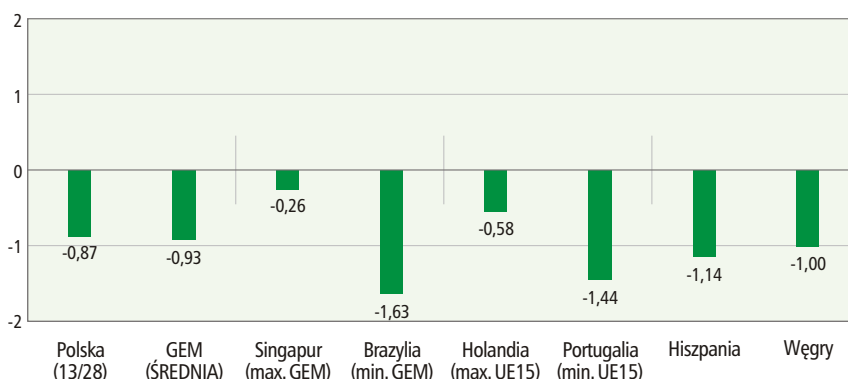
Pytania do ekspertów dotyczące jakości sektora edukacji w kontekście kształtowania postaw przedsiębiorczych i przekazywania odpowiedniej wiedzy podzielone zostały na dwie grupy. Pierwsza grupa pytań dotyczyła nauczania dzieci i młodzieży. Odpowiedzi ekspertów sugerują, że mimo wprowadzenia kilka lat temu przedsiębiorczości do programów nauczania polski system kształcenia na tym poziomie nadal nie odpowiada potrzebom. 74% ekspertów stwierdziło, iż nauczanie w szkołach podstawowych i średnich nie pobudza kreatywności, samodzielności i własnej inicjatywy, a 78% z nich, że nie jest zwracana stosowna uwaga na przedsiębiorczość i zakładanie nowych firm. Generalnie dominuje teoria. Praktyczne nauczanie przedsiębiorczości stanowi ciągle wyzwanie na przyszłość.

Z wypowiedzi ekspertów: „Programy nauczania nastawione są na odtwórcze działanie. Efektem jest to, że nie bardzo jesteśmy w stanie coś stworzyć.” „Kształcenie i szkolnictwo jest niewłaściwe bowiem ludzie uczący się dostają zadania, które ktoś już kiedyś rozwiązał; nie ma elementu nowości. Innowacyjność nie jest popierana ze względu na zbyt duży konserwatyzm.”

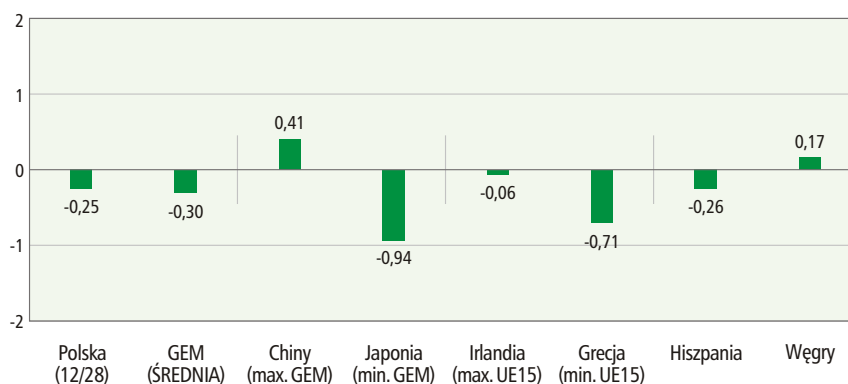
W porównaniu międzynarodowym kształcenie szkolne przyszłych przedsiębiorców oceniane jest tylko nieznacznie lepiej niż średnio we wszystkich krajach GEM. Najgorsze wyniki uzyskano w Japonii i Brazylii; niekorzystne wyniki uzyskano również w Niemczech. Zgodnie z wynikami badań największą wagę do wykształcenia u dzieci i młodzieży cech i umiejętności przydatnych w przyszłej działalności na własny rachunek przykładają systemy edukacyjne w Singapurze, USA, Kanadzie, Australii, Holandii oraz w Skandynawii. Zastanawiające jest jednak, że nawet w tych krajach utrzymują się oceny ujemne – pokazuje to, iż ukształtowane tradycyjnie systemy nauczania z trudem dostosowują się do zachodzących coraz szybciej procesów gospodarczych i społecznych.

Druga grupa pytań związanych z sektorem edukacji dotyczyła oferty programowej szkół wyższych i zawodowych oraz instytucji edukacyjnych oferujących kursy doskonalenia zawodowego, studia podyplomowe, szczególnie z zakresu biznesu i zarządzania. Generalnie oceny ekspertów są tu znacznie lepsze.

Ich zdaniem, szkolnictwo wyższe, podyplomowe i zawodowe lepiej spełnia funkcję przygotowania swoich podopiecznych do prowadzenia w przyszłości firm niż szkolnictwo podstawowe i średnie. W przypadku kilku krajów otrzymano wartości dodatnie indeksu (Chiny, USA, Singapur, Węgry, Islandia). Ciekawe, iż nie tylko w tej sekcji wyjątkowo dobre oceny



Wykres 58. Edukacja na poziomie podstawowym i średnim [indeks D1]



Wykres 59. Szkolnictwo wyższe i doskonalenie zawodowe [indeks D2]

uzyskują Chiny, a źle Japonia, co zapewne wynika nie tylko z różnic w mentalnych ocenach ekspertów.

Oceny dla Polski nie odbiegają od wartości średnich dla wszystkich krajów GEM. Względnie najlepiej eksperci oceniają poziom szkół wyższych w dziedzinie biznesu i zarządzania. Zdaniem 37% ekspertów zapewniają one dobre przygotowanie do zakładania i rozwijania nowych firm. 29,7% jest przeciwnego zdania: „Mimo, że uczelnie promują się jako ekonomiczne, to po jej skończeniu nie będziemy mieli odpowiedniej wiedzy na temat zakładania własnej firmy.”

Gorsze oceny dotyczą szkolnictwa wyższego ogółem oraz systemów przygotowania i doskonalenia zawodowego. Odosobniona nie była opinia, iż „Bardzo niewiele wyższych uczelni kształci w młodych ducha przedsiębiorczości. Raczej przygotowujący są na pracobiorców. Programy edukacyjne zawierają podstawy ekonomii, jednak nie pokazują, jak poruszać się w biznesie.”

Krytyczna ocena ekspertów dotyczy możliwości szkół wyższych nauczania i rozwijania nowych technologii: „Edukacja powinna nadążać na współczesność. W Polsce mamy zaplecze pedagogiczne, które nie jest przystosowane do nowych technologii. Kadry naukowe nie mają doświadczenia merytorycznego. Trzeba inwestować więcej środków w naukę, po to, by młoda kadra miała kontakt z nowymi technologiami, a nie tylko słyszała o nich, powiedzmy, w telewizji, bądź, by o nich czytała.”

Co pozytywne, eksperci zauważają, iż: „W Polsce wzrasta dostępność kursów i szkoleń z zakresu przedsiębiorczości. Korzysta z nich coraz więcej przedsiębiorców (obecnych

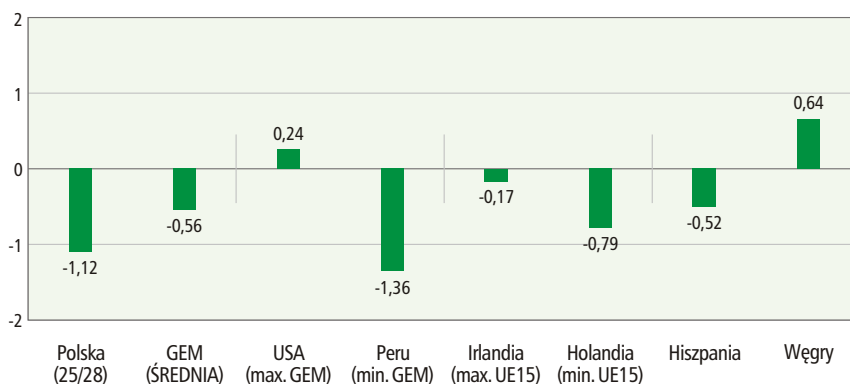
i przyszłych).” Generalnie jednak, działający już aktywnie przedsiębiorcy powinni podchodzić racjonalnie do różnego rodzaju szkoleń: „Firmy ciągle marnują pieniądze na niepotrzebne szkolenia, bądź na tomy różnych opracowań specjalistów, które tak naprawdę nie są nikomu potrzebne i zalegają latami na półkach A przecież zamiast marnotrawić pieniądze, można by je wydać korzystniej – przeznaczyć na inwestycje.”

Badania, rozwój i transfer technologii

W ramach projektu GEM jedną sekcję pytań do ekspertów poświęcono problemowi dostępności dla nowych firm wyników badań naukowych, informacji o nowych technologiach oraz możliwości zainwestowania własnych lub obcych środków finansowych w pozyskanie nowoczesnych technologii. Przedmiotem wywiadu była również ocena pozycji i możliwości wdrażania projektów przez krajowych naukowców i ośrodki naukowo-technologiczne.

Polscy eksperci bardzo negatywnie ocenili możliwości przedsiębiorstw w Polsce w zakresie pozyskiwania nowych technologii, przez co Polska zajęła w tym rankingu 26 miejsce, wyprzedzając jedynie kraje Ameryki Łacińskiej. Zdecydowanymi światowymi liderami pod względem pozyskiwania i wykorzystania nowoczesnych technologii przez nowe przedsiębiorstwa są USA, Singapur i Chiny. W Europie największe możliwości technologiczne mają firmy fińskie i irlandzkie.

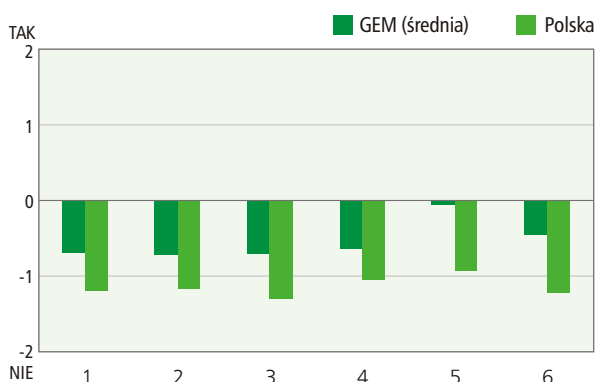
Niedomagania w zakresie badań, rozwoju i transferu technologii należą do głównych problemów rozwojowych



Wykres 60. Badania, rozwój i transfer technologii [indeks E]

polskiej gospodarki. Największym problemem w dostępie do nowoczesnych technologii jest brak kapitału. Aż 85% ekspertów stwierdziło, że nowe i rozwijające się firmy nie posiadają wystarczających środków finansowych na inwestycje w najnowsze technologie (średnia ocena przy tym pytaniu wyniosła -1,31), a także, że możliwości uzyskania subwencji na takie cele są niewystarczające (-1,06). Bardzo negatywnie

oceniony zostały przepływ informacji na temat nowych technologii do nowych przedsiębiorstw. Szczególnym problemem w Polsce jest brak przynajmniej jednej dziedziny, w której przy rozpoczynaniu biznesu można liczyć na efektywne wsparcie zaplecza naukowo-technologicznego. Z drugiej strony, naukowcy nie mogą znaleźć wsparcia przy wdrażaniu swoich pomysłów do produkcji w nowych firmach. Współpraca między mniejszymi firmami a zapleczem naukowym czy też transfer technologii występuje więc w marginalnym stopniu. Nowe firmy są tu zdecydowanie upośledzone w porównaniu z dużymi firmami, prowadzącymi działalność międzynarodową. Nie mając wielkiego wyboru, nowe firmy ograniczają się często do działalności w tradycyjnych branżach, w których nie zawsze mogą być prawdziwie konkurencyjne. Jak zauważył jeden z ekspertów: „Produkcja butów w Polsce może być tańsza niż w Niemczech, ale będzie droższa niż w Chinach – pozostaje małe pole do popisu.”



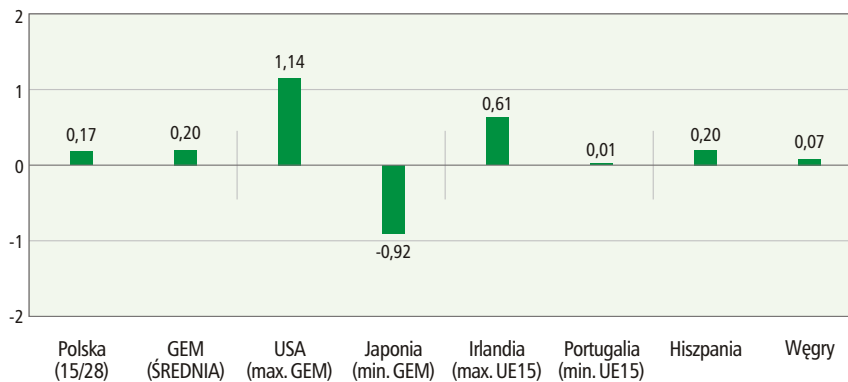
1. Przepływ informacji w zakresie nowych technologii, nauki oraz innych dziedzin pomiędzy akademickimi i prywatnymi ośrodkami badawczymi a nowymi i rozwijającymi się przedsiębiorstwami jest dostateczny.
2. Nowe i rozwijające się firmy mają taki sam dostęp do wyników badań naukowych, jak duże uznane przedsiębiorstwa.
3. Nowe i rozwijające się przedsiębiorstwa mogą sobie pozwolić na zakup najnowszych technologii.
4. Nowe i rozwijające się przedsiębiorstwa mają wystarczający dostęp do subwencji na zakup nowych technologii.
5. Zaplecze naukowo-technologiczne efektywnie wspiera przynajmniej w jednej dziedzinie zakładanie nowych firm bazujących na technologii na światowym poziomie.
6. Inżynierowie i naukowcy mają dostępne odpowiednie wsparcie, aby ich pomysły zostały skomercjalizowane przez nowe i rozwijające się przedsiębiorstwa.

Wykres 61. Badania, rozwój i transfer technologii – oceny polskich ekspertów

Komercyjne otoczenie biznesu

Sukces przedsiębiorstw działających na rynku zależy nie tylko od ich własnego potencjału, ale także od jakości i możliwości współpracy z innymi firmami – kontrahentami, dostawcami, podwykonawcami, bankami, firmami konsultingowymi, kancelariami prawnymi, biurami rachunkowymi itd. Całość tych stosunków została w ramach GEM ujęta jako komercyjne otoczenie przedsiębiorstwa.

Według opinii polskich ekspertów przedsiębiorstwa rozpoczynające działalność w Polsce mogą liczyć na kompetentną obsługę bankową (74% respondentów) oraz korzystać z usług kompetentnych biur rachunkowych



Wykres 62. Komercyjne otoczenie biznesu – porównanie międzynarodowe [indeks F]

i kancelarii prawniczych (80%). Jeden z ekspertów zauważył, że: *"Prawnicy powinni dodatkowo posiadać wykształcenie MBA, aby interesy firm móc także rozważać na poziomie biznesowym, posiadać umiejętność kojarzenia faktów."*

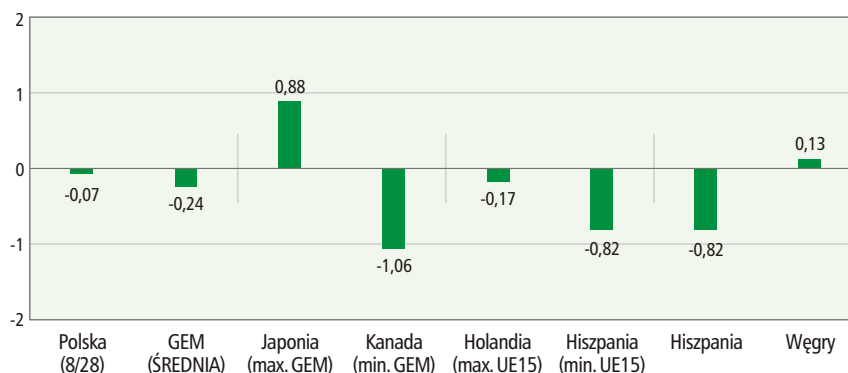
Nieco gorsza jest ocena kompetencji podwykonawców, dostawców i konsultantów (zróżnicowane opinie, średnia - 0,08), których jest na rynku co prawda wystarczająco dużo, ale za to nowe i rozwijające się przedsiębiorstwa mają raczej zbyt małe możliwości finansowe, aby korzystać z ich usług (72%). Mimo takiej umiarkowanie pozytywnej opinii ekspertów pozycja Polski w zakresie komercyjnego otoczenia biznesu jest przeciętna na tle innych krajów. Polska zajęła w tej kategorii 18. miejsce z wartością indeksu 0,17. Najwyższe oceny komercyjnego otoczenia biznesu zanotowano w USA, zdecydowanie lepsze niż w pozostałych krajach. Najgorsze wartości indeksu stwierdzono w Brazylii oraz w Peru oraz, co zaskakujące, w Japonii.

Barierzy wejścia na rynek

Cechy rynku, na jakim działa przedsiębiorca mają w sposób oczywisty znaczenie dla perspektyw jego sukcesu. Dla nowych firm sytuacja rynkowa jest o tyle jeszcze ważniejsza, że najpierw mają one do pokonania bariery wejścia na rynek, a potem muszą się na nim utrzymać. W ramach GEM analizuje się cechy rynku w dwóch aspektach. Pierwszym jest stabilność rynku towarów i usług z punktu widzenia konsumentów i firm, drugim zaś sytuacja konkurencyjna na rynku, ze szczególnym uwzględnieniem barier wejścia dla nowych przedsiębiorstw.

Stabilność rynku towarów i usług w Polsce dla konsumentów i odbiorców instytucjonalnych (firm) oceniona została przez ekspertów neutralnie. Mniej więcej równa liczba badanych uznała polski rynek za stabilny, jak za niestabilny. Taka przeciętna ocena (-0,07) leży jednak powyżej średnich wartości indeksu obliczonych dla wszystkich krajów GEM.

Odpowiedzi ekspertów na zadane pytania pokazują, że podstawowym problemem nowych i rozwijających się



Wykres 63. Stabilność sytuacji rynkowej – porównanie międzynarodowe [indeks G1]

przedsiębiorstw wchodzących na nowe rynki w Polsce jest niedobór środków finansowych, potrzebnych do pokonania barier wejścia. 65% respondentów uznało, że firmy takie „raczej” lub nawet „zdecydowanie” nie są w stanie ponieść kosztów wejścia na rynek. Inne czynniki, jak np. nieetyczne działania konkurentów czy nieskuteczność prawa antymonopolowego mają mniejsze znaczenie (indeks opinii ekspertów odpowiednio -0,28 i -0,56).

Sytuacja nowych firm wchodzących na rynek w Polsce jest gorsza niż w starych krajach UE, nieco lepsza jednak niż w pozostałych krajach Europy Środkowo-Wschodniej – na Węgrzech, w Słowenii i Chorwacji. W najlepszej sytuacji są nowe firmy w Stanach Zjednoczonych, Nowej Zelandii i Holandii, w najgorszej zaś w krajach Ameryki Łacińskiej. I w tym zakresie niekorzystnie oceniana jest sytuacja w Japonii.

Infrastruktura techniczna

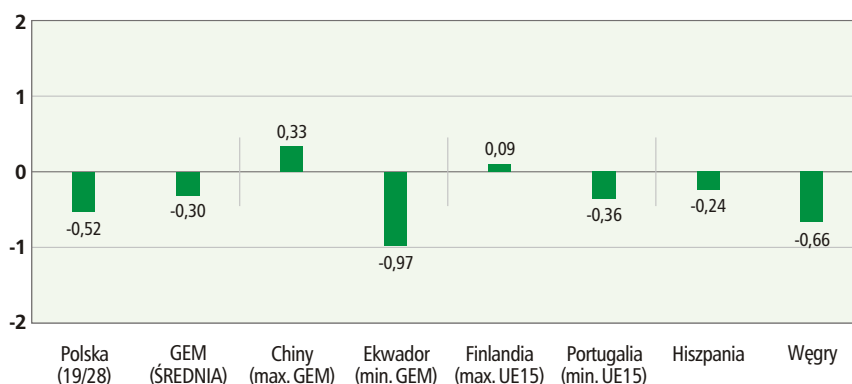
Istotnym, choć nieco przyziemnym elementem otoczenia firmy jest dostępna publiczna infrastruktura techniczna – drogi, woda, gaz, prąd, telefony, internet itd. Dobra sieć dróg i autostrad umożliwia szybkie przemieszczanie się przedsiębiorcy oraz transport jego towarów i usług. Z kolei dostępne i tanie usługi miejskie i telekomunikacyjne są podstawą sprawnego funkcjonowania przedsiębiorstwa od strony technicznej. Brak wszystkich tych elementów powoduje znaczne utrudnienia działalności gospodarczej, co odbija się nieuchronnie negatywnie na jej efektywności.

Ocena stanu, dostępności i kosztów infrastruktury technicznej

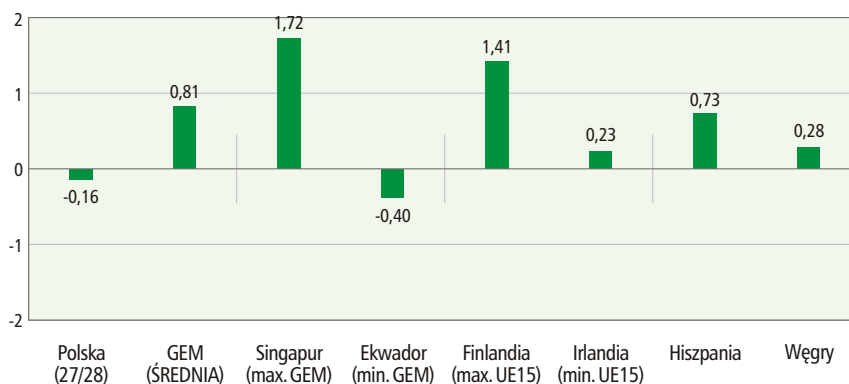
dla przedsiębiorstw w Polsce jest zróżnicowana. Dość pozytywnie ocenione zostały dostępność i koszty podstawowych usług miejskich (woda, prąd, gaz, kanalizacja) oraz dostępność usług telekomunikacyjnych, mierzona czasem oczekiwania na podłączenie telefonu i internetu. 52% respondentów zgodziło się, iż nowe firmy mogą uzyskać dostęp do środków komunikacji (telefon, internet itp.) w ciągu około tygodnia. Niewątpliwie nastąpił tu wielki postęp w ciągu ostatnich kilku lat. O ile usługi te są według ekspertów w miarę dobrze dostępne, to ich koszty są jednak za wysokie (54% odpowiedzi). Dalsze obniżanie ogólnego poziomu cen usług telekomunikacyjnych w Polsce ma zatem ogromne znaczenie nie tylko dla komfortu zwykłych obywateli, ale jest też wyzwaniem rozwojowym.

Aż 78% ekspertów stwierdziło, że istniejąca w Polsce infrastruktura techniczna nie sprzyja początkującym przedsiębiorcom. Chodzi tu głównie o stan sieci polskich dróg i autostrad, ale także ogólny poziom infrastruktury. Rozbudowa połączeń komunikacyjnych i poprawa stanu istniejących dróg jest sprawą wielkiej wagi dla polskiej gospodarki – i to nie tylko ze względu na przyciągnięcie kapitału zagranicznego, ale też dla dobra rodzimych przedsiębiorców. Odnosi się to również do ogólnej infrastruktury technicznej, w szczególności na poziomie gmin. Eksperti wskazywali, iż większość gmin nie ma strategii, jak rozbudowywać infrastrukturę pod kątem nowych inwestorów i pozyskać na ten cel fundusze. Poważnym problemem jest ciągle zbyt wolne tempo informatyzacji kraju.

Ogólnie rzecz biorąc, w dziedzinie infrastruktury technicznej dla nowych i rozwijających się przedsiębiorstw Polska zajęła przedostatnie miejsce wśród państw uczestniczących



Wykres 64. Bariery wejścia na rynek i sytuacja konkurencyjna – porównanie międzynarodowe [indeks G2]



Wykres 65. Infrastruktura techniczna – porównanie międzynarodowe [indeks H]

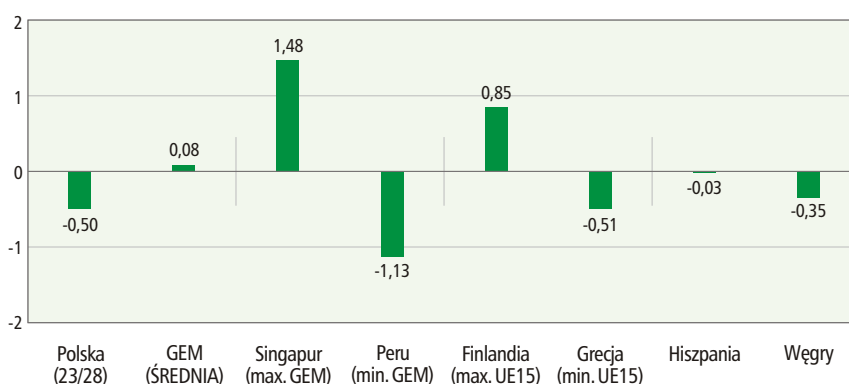
w projekcie GEM (gorzej wypadł Ekwador). Indeks podsumowujący oceny ekspertów w tej dziedzinie wyniósł dla Polski -0,16, przy czym we wszystkich pozostałych krajach poza Polską i Ekwadorem indeks ten uzyskał wartości dodatnie, w tym najwyższe w USA, Kanadzie, Islandii i Finlandii.

Ochrona własności intelektualnej

Właściwy poziom ochrony wynalazków, patentów, znaków towarowych i innych praw autorskich stwarza podstawy bezpieczeństwa funkcjonowania przedsiębiorstw, dla których prawa te mają znaczenie ze względu na pozycję rynkową, zaawansowanie technologiczne, branżę, lub specyfikę działalności itd. Z kolei przypadki naruszania praw własności intelektualnej powodują z jednej strony obniżenie zaufania inwestorów zagranicznych do danego rynku jako takiego, a także z drugiej znacząco utrudniają działalność krajowych firm, zwiększając ich ryzyko operacyjne i koszty z tym związane.

Na podstawie wyników badań ekspertów można stwierdzić, że zdecydowanie najwyższy poziom ochrony własności intelektualnej istnieje w Australii i USA (indeks odpowiedzi odpowiednio 1,05 i 1,02), a także w Finlandii i Singapurze. Najmniejszą ochronę dają za to systemy prawne w krajach Ameryki Łacińskiej. Oprócz Polski dobrze nie jest w tej dziedzinie również w innych krajach Europy Środkowo-Wschodniej. Poważne niedomagania wskazywane są również w Portugalii, Hiszpanii i Grecji.

Polscy eksperci zgodnie (82%) stwierdzili, że sprzedaż „pirackiego” oprogramowania, kaset wideo, płyt kompaktowych oraz innych towarów chronionych prawami autorskimi jest w naszym kraju rozpowszechnionym zjawiskiem. Ponieważ regulacje prawne dotyczące własności intelektualnej nie są skutecznie egzekwowane, a ich przejrzystość jest daleka od doskonałości, przedsiębiorstwa



Wykres 66. Ochrona własności intelektualnej – porównanie międzynarodowe [indeks N]

działające w Polsce nie mogą być pewne respektowania swoich patentów, znaków towarowych i innych praw własności intelektualnej. Rosnąca wśród obywateli świadomość potrzeby ochrony praw autorskich powinna jednak stopniowo stworzyć presję na poprawę regulacji dotyczących tej dziedziny i ich skuteczności.

Systemy wartości i normy społeczne

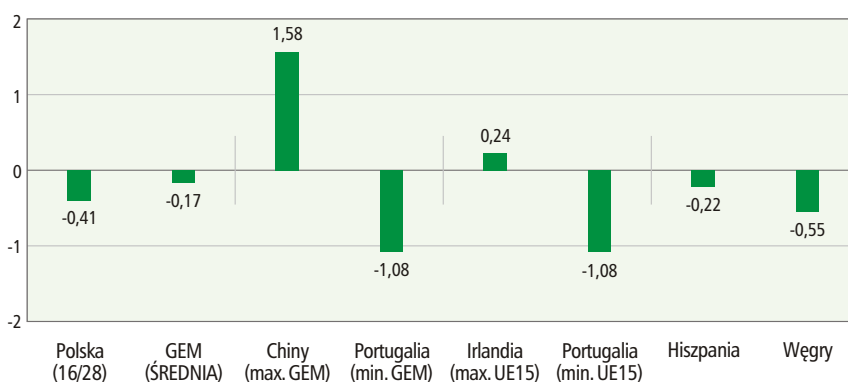
Ekspertci stwierdzili zgodnie, że polska mentalność narodowa raczej nie wpływa pozytywnie na upowszechnienie się przedsiębiorczości (wykres 67), choć nastąpiła tu znaczna poprawa w porównaniu z ubiegłym rokiem. Według ich oceny Polskę można scharakteryzować jako kraj, w którym samodzielność, własna inicjatywa, innowacyjność, skłonność do podejmowania ryzyka nie zajmują wysokiego miejsca w hierarchii wartości. Rozpowszechnione jest za to „oczekiwanie na pomoc ze strony państwa i brak wiary, że można odnieść sukces”. Z wypowiedzi ekspertów: „W Polsce powszechne jest oczekiwanie na pomoc ze strony państwa, zbyt mała wiara, że można odnieść sukces.”

„Problemem jest mentalność społeczeństwa. Mało jest indywidualistów nastawionych na sukces. Społeczeństwo jako ogół przedstawia ciągle postawę roszczeniową.”
„W naszej gospodarce dominuje techniczny model tworzenia przedsiębiorstw nastawiony na stałość czy stabilność, brak ryzyka, a nie na otwartość, kreatywność, innowację”

W pomiarze wpływu uwarunkowań kulturowych na przedsiębiorczość pozytywnie wyróżniają się kraje anglosaskie

(oprócz USA, także Kanada, Australia, Nowa Zelandia). Spośród krajów europejskich jedynie dla Islandii, Włoch i Irlandii indeks przybiera wartość dodatnią. Indeks wyliczony dla Polski wynosi $-0,41$. Choć wartość jest ciągle ujemna, to nastąpiła znacząca poprawa w porównaniu do wyników uzyskanych rok temu w badaniach pilotażowych ($-1,01$), przy czym w ocenach uwarunkowań kulturowych eksperci znacznie różnili się między sobą. Wielu z nich dostrzega pozytywne zmiany w tej sferze. Na poprawę ocen wpłynęła też zapewne lepsza sytuacja gospodarcza jesienią 2004 roku, tj. już po wstąpieniu do UE, aniżeli w roku 2003.

Duże nadzieje eksperci wiążą z młodymi ludźmi: „Polacy zaczynają uważać samozatrudnienie za wartościowy rodzaj pracy i dlatego możemy obserwować, jak wielu ludzi decyduje się na założenie własnych firm. Przede wszystkim zjawisko to jest dostrzegalne w odniesieniu do młodego pokolenia.” „Coraz bardziej znaczący jest czynnik pokoleniowy: młodzi ludzie rozumieją własny biznes jako alternatywę, co oznacza zmianę jakościową.” „Młode pokolenie, teraz nastolatki, dwudziestolatków, stanie się niebawem motorem postępu. Oni już teraz żyją ze świadomością bycia w UE, życia w innym, lepszym świecie. Oni żyją z przeświadczeniem, że mogą, że chcą, że świat leży przed nimi otworem. Ich zapał i dobre wykorzystanie kreatywność jest szansą dla Polski, by niebawem posiadać młodą, zdolną, wykształconą kadrę.” Znaczna część ekspertów wskazuje na „naturalne” albo „wrodzone” cechy Polaków, jak zaradność, zapobiegliwość, przedsiębiorczość: „Polacy od dziecka uczą się jak być przedsiębiorczymi. Poniekąd mają to zapisane w pewien sposób w genach.” „Duża jest inwencja własna Polaków. Jesteśmy narodem kreatywnym, pomysłowym, potrafimy wykorzystać nadarzające się okazje” Pewne



Wykres 67. Oddziaływanie mentalności narodowej na postawy przedsiębiorcze – porównanie międzynarodowe [indeks I]

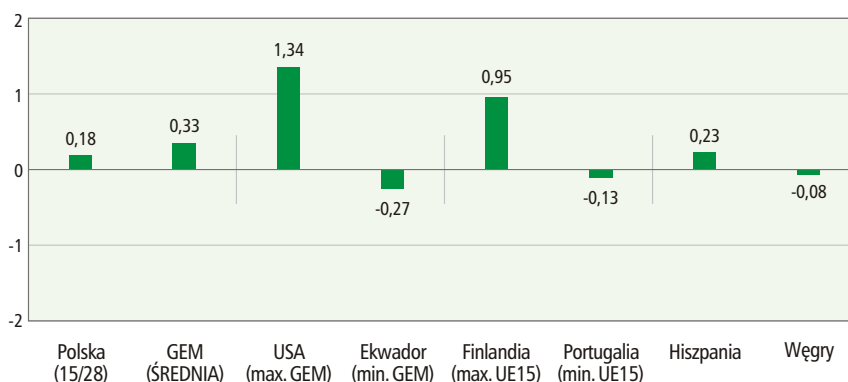
szanse eksperci wiążą z samą transformacją gospodarczą i niwelowaniem dystansu do krajów rozwiniętych: „Tkwiąca w Polakach olbrzymia chęć bycia na swoim wiąże się z wypuszczeniem przedsiębiorczości, która była spętana w PRL-u, która była zarezerwowana dla wybranych grup, dla wybranych osób. Stąd mamy naprawdę duży potencjał, który niestety często nie jest wykorzystywany.” „Narodowe poczucie, że Zachód jest lepszy od nas. Sami nakręcamy się, aby coś osiągnąć. W prywatnych firmach ludzie efektywniej pracują, dłużej. Panuje powszechny głód sukcesu. Obserwujemy rozszalały poziom kapitalizmu wewnętrznego. Rywalizacja z Zachodem powoduje to, iż poszukujemy nowości oraz rozwiązań, które mogą uataakcyjnić produkt w stosunku do konkurencji. Dzięki inteligencji w działaniu jesteśmy w stanie uzyskać dostęp do pieniądza.”

Nie najlepiej jest natomiast w Polsce z ogólnym postrzeganiem przedsiębiorcy. Szczególnie zasmucająca jest rozbieżność wyników uzyskanych dla Polski i krajów GEM w ocenie twierdzenia, że odnoszący sukcesy przedsiębiorcy cieszą się wysokim statusem i poważaniem. Ekspertom trudno jest potwierdzić, by ci przedsiębiorcy, którzy odnoszą sukcesy, wzbudzali powszechny szacunek (43% odpowiedzi twierdzących, a 48% – negatywnych). Stoi to w sprzeczności z przekonaniem, że przedsiębiorcy wnoszą istotny wkład w rozwój kraju, ale zgadza się z powszechnym w Polsce egalitaryzmem. Prawie 87% ekspertów stwierdziło, że większość Polaków chce, by wszyscy mieli zbliżony standard życia.

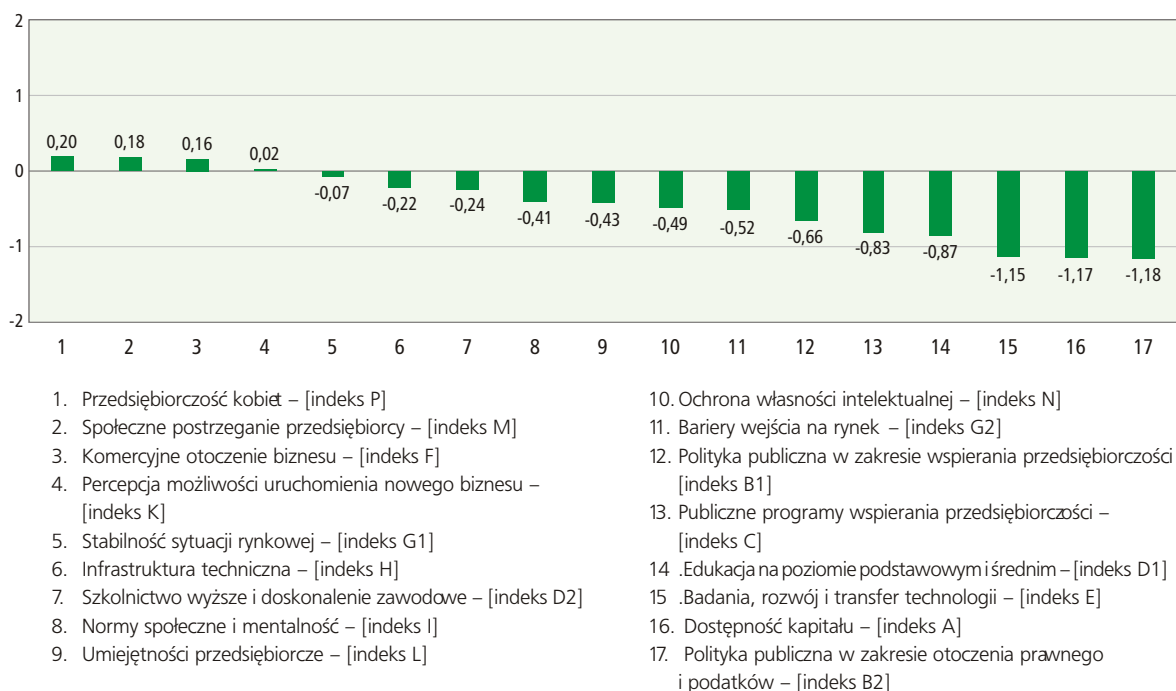
Z wypowiedzi ekspertów: „Brakuje takiego podejścia, jakie jest w Stanach, gdzie przedsiębiorca uważany jest za osobę sukcesu. Natomiast w Polsce od dawna istniejący pogląd na temat osoby, która realizuje się poprzez prowadzenie własnej firmy, jest negatywny. Przedsiębiorca jest uważany za nieczysto działającego, a im więcej osiągnie, tym bardziej jest postrzegany za nieuczciwego.” „Cała otoczka kulturowa w Polsce jest niesprzyjająca. Przysłowiowy Wokulski jest gorzej postrzegany niż inni obywatele. Uważany jest za krętacza i oszusta.” „Brak kultury kupieckiej wśród samych przedsiębiorców. A ocena przedsiębiorców przez społeczeństwo jest wciąż negatywna, często są traktowani pejoratywnie jako prywaciarze z PRL-u.”

Z niskim statusem przedsiębiorcy w hierarchii społecznej wiąże się również występująca w Polsce częściej niż średnio w krajach GEM odmowa uznania ich za osoby kompetentne i pomysłowe. Zdaniem ekspertów, Polacy powstrzymują się również od uznania prowadzenia własnego biznesu za pociągającą drogę kariery.

Do przełamania dominującego tu sceptycyzmu nie przyczynia się postrzeganie przedsiębiorczości przez polskie społeczeństwo. O ile nawet własna działalność gospodarcza traktowana jest jako odpowiedni sposób, by się wzbogacić, to nie jest to już na pewno metoda na pozyskanie wysokiego statusu w społecznej hierarchii. Wiele jest tu do zrobienia po stronie instytucji publicznych, samych przedsiębiorców, a zwłaszcza mediów. Tymczasem na pytanie, czy w polskich mediach publicznych często zamieszczane są materiały poświęcone odnoszącym sukcesy nowym firmom, aż ponad 70% ekspertów odpowiedziało przecząco (średnio dla wszystkich krajów GEM 61% odpowiedzi twierdzących).



Wykres 68. Społeczne postrzeganie przedsiębiorcy – porównanie międzynarodowe [indeks M]



1. Przedsiębiorczość kobiet – [indeks P]
2. Społeczne postrzeganie przedsiębiorcy – [indeks M]
3. Komercyjne otoczenie biznesu – [indeks F]
4. Percepcja możliwości uruchomienia nowego biznesu – [indeks K]
5. Stabilność sytuacji rynkowej – [indeks G1]
6. Infrastruktura techniczna – [indeks H]
7. Szkolnictwo wyższe i doskonalenie zawodowe – [indeks D2]
8. Normy społeczne i mentalność – [indeks I]
9. Umiejętności przedsiębiorcze – [indeks L]
10. Ochrona własności intelektualnej – [indeks N]
11. Bariery wejścia na rynek – [indeks G2]
12. Polityka publiczna w zakresie wspierania przedsiębiorczości – [indeks B1]
13. Publiczne programy wspierania przedsiębiorczości – [indeks C]
14. Edukacja na poziomie podstawowym i średnim – [indeks D1]
15. Badania, rozwój i transfer technologii – [indeks E]
16. Dostępność kapitału – [indeks A]
17. Polityka publiczna w zakresie otoczenia prawnego i podatków – [indeks B2]

Wykres 69. Uwarunkowania przedsiębiorczości w Polsce w ocenie ekspertów – wartości indeksów

Analiza porównawcza wskaźników

Zamieszczony poniżej wykres przedstawia zestawienie zagregowanych odpowiedzi polskich ekspertów w postaci indeksów wyliczonych dla poszczególnych uwarunkowań przedsiębiorczości. Wartości większości zdefiniowanych indeksów są ujemne, choć rozpiętość ocen jest znaczna.

Względnie pozytywnie eksperci oceniają możliwości kobiet chcących rozpocząć własny biznes oraz społeczne postrzeganie przedsiębiorcy. Również jakość komercyjnego otoczenia biznesu (a więc usług doradczych, bankowych itd.) zasługuje raczej na ocenę pozytywną. Nieznacznie pozytywną wartość osiągnął również indeks ocen stabilności sytuacji rynkowej. Ekspertcy mieli mieszane opinie, z niewielką przewagą pozytywnych, na temat potencjału przedsiębiorczości, tj. dostrzegania przez Polaków biznesowych możliwości. Stosunkowo mało krytycznie ocenione zostały takie uwarunkowania, jak infrastruktura techniczna, szkolnictwo wyższe i doskonalenie zawodowe. Ekspertcy wypowiedzieli się negatywnie na temat ochrony własności intelektualnej i barier wejścia na rynek.

Pozostałe uwarunkowania ocenione zostały zdecydowanie negatywnie, w tym przede wszystkim polityka publiczna

w zakresie otoczenia prawnego i podatków. W porównaniu z rokiem ubiegłym nastąpiła wyraźna poprawa w ocenie znaczenia przywiązywanego przez decydentów do przedsiębiorczości. Z tą oceną koreluje ocena programów wspierania aktywności gospodarczej. Niezmiennie bardzo krytycznie oceniany jest dostęp początkujących przedsiębiorców do kapitału, tak własnego jak i obcego.

Raczej nie dziwi niska ocena w zakresie badań i rozwoju oraz transferu technologii, a także ochrony własności intelektualnej. Przeszkodą w budowie społeczeństwa cechującego się faktyczną przedsiębiorczością, a nie przewrotną czasem zaradnością, jest mentalność narodowa oraz niedostateczna jakość edukacji poświęconej działalności gospodarczej i życiowej aktywności w szkołach podstawowych i średnich.

Bardziej szczegółowy obraz uwarunkowań przedsiębiorczości w naszym kraju daje zestawienie najbardziej pozytywnych i najbardziej negatywnych ocen dokonanych przez ekspertów. Zdaniem ekspertów kobiety w Polsce wypadają co najmniej równie dobrze, jeśli chodzi o wiedzę i umiejętności potrzebne do prowadzenia działalności gospodarczej. I ta ocena nie dziwi w kontekście korzystniejszych dla kobiet oficjalnych wskaźników dotyczących wykształcenia. Zdaniem ekspertów kobiety raczej nie mają gorszych możliwości założenia własnej

Tabela 5. Dziesięć najbardziej pozytywnych i dziesięć najbardziej negatywnych ocen dokonanych przez ekspertów

W kontekście oddziaływania na przedsiębiorczość najbardziej pozytywnie ocenione zostało to, że w Polsce...		5 = pełna zgoda
1.	kobiety posiadają taką samą wiedzę i umiejętności potrzebne do rozpoczęcia działalności gospodarczej, jak mężczyźni	4,19
2.	łatwo jest nowym i rozwijającym się przedsiębiorstwom znaleźć kompetentną obsługę bankową (prowadzenie rachunków bieżących, obsługa transakcji walutowych, akredytywy itd.)	3,83
3.	łatwo jest nowym i rozwijającym się przedsiębiorstwom znaleźć kompetentne kancelarie prawne i biura rachunkowe	3,74
4.	powszechnie uważa się, że prawa wynalazców do ich wynalazków powinny być respektowane	3,57
5.	nowe firmy są w stanie ponieść koszty dostępu do podstawowych mediów (gaz, woda, prąd, kanalizacja)	3,54
6.	założenie własnej firmy uważa się za odpowiedni sposób, aby stać się bogatym	3,50
7.	bycie przedsiębiorcą to dla większości osób pociągająca droga kariery	3,40
8.	rozpoczęcie działalności gospodarczej jest społecznie akceptowanym sposobem osiągnięcia sukcesu zawodowego przez kobiety	3,38
9.	jednostki mogą łatwo próbować wykorzystać sposobność rozpoczęcia nowego biznesu	3,22
10.	pojawiło się wiele dobrych sposobności rozpoczęcia nowego biznesu w ciągu ostatnich pięciu lat	3,19

W kontekście oddziaływania na przedsiębiorczość najbardziej negatywnie ocenione zostało to, że w Polsce...		1 = pełna zgoda
1.	nowe i rozwijające się firmy nie mają wystarczająco dużo własnych środków finansowych	1,44
2.	nowe i rozwijające się przedsiębiorstwa nie mogą sobie pozwolić na zakup najnowszych technologii	1,69
3.	podatki oraz regulacje prawne dotyczące przedsiębiorstw nie są wprowadzane w sposób logiczny i przewidywalny	1,69
4.	nie ma wystarczająco dużo funduszy dostępnych dla nowych i rozwijających się firm od osób prywatnych (innych niż założyciele)	1,69
5.	inżynierowie i naukowcy nie mają dostępnego odpowiedniego wsparcia, aby ich pomysły zostały skomercjalizowane przez nowe i rozwijające się przedsiębiorstwa	1,78
6.	nowe przedsiębiorstwa nie mogą uzyskać większość wymaganych dokumentów i zezwoleń w ciągu 7 dni	1,79
7.	brak jest dostatecznego przepływu informacji w zakresie nowych technologii, nauki oraz innych dziedzin pomiędzy akademickimi i prywatnymi ośrodkami badawczymi a nowymi i rozwijającymi się przedsiębiorstwami	1,80
8.	nowe i rozwijające się firmy nie mają takiego samego dostępu do wyników badań naukowych jak duże uznane przedsiębiorstwa	1,83
9.	nie ma wystarczająco dużo subwencji państwowych dostępnych dla nowych i rozwijających się przedsiębiorstw	1,83
10.	sprzedaż „pirackich” programów, kaset video, płyt CD oraz innych towarów chronionych prawami autorskimi lub opatrzonych znakami handlowymi jest rozpowszechnionym zjawiskiem	1,85

firmy aniżeli mężczyźni i to mimo, iż, jak zauważają eksperci, usługi socjalne, dzięki którym kobiety mogą kontynuować pracę nawet, gdy założą rodzinę, nie są w Polsce wystarczająco dostępne. Poza pozytywną oceną komercyjnego otoczenia biznesu względnie dobrze oceniana jest infrastruktura techniczna (media, środki łączności itd.), oczywiście poza drogami i autostradami. Wśród negatywnie ocenianych kwestii, poza niekorzystną polityką publiczną i zasobami kapitału, uwagę zwraca brak przestrzegania praw autorskich. W porównaniu z opiniami ekspertów wyrażanymi

w roku ubiegłym widoczna jest wyraźna poprawa oceny polityki publicznej dotyczącej wspierania przedsiębiorczości. Eksperci dostrzegają więc wysiłki podejmowane przez instytucje rządowe i samorządy. Jednocześnie większą uwagę zwrócono obecnie na niedostatki w zakresie innowacyjności i transferu technologii. Nastąpiła również istotna poprawa w ocenach dotyczących uwarunkowań kulturowych.

Tabela 6. Benchmarking uwarunkowań przedsiębiorczości w Polsce

Uwarunkowania ramowe		Polska Wynik/Miejsce			Wszystkie kraje GEM 2004		
		2004 28	2003* 32	2004/2003	Średnia	Najwyższy wynik	Najniższy wynik
A	Dostępność kapitału	1,80 27	1,79 31	+0,01	2,61	3,88 USA	1,76 Ekwador
B1	Wsparcie ze strony polityki publicznej	2,47 15	2,07 24	+0,40	2,67	3,33 Singapur	1,81 Ekwador
B2	Otoczenie prawne i podatki	1,81 23	1,35 31	+0,46	2,27	3,94 Islandia	1,34 Brazylia
C	Publiczne programy wspierania przedsiębiorczości	2,18 23	2,14 27	+0,04	2,73	3,49 Niemcy	1,62 Ekwador
D1	Edukacja na poziomie podstawowym i średnim	2,13 13	1,90 21	+0,23	2,03	2,74 Singapur	1,37 Brazylia
D2	Szkolnictwo wyższe i doskonalenie zawodowe	2,75 12	2,63 22	+0,12	2,82	3,41 Chiny	2,06 Japonia
E	Badania, rozwój i transfer technologii	1,88 25	1,89 30	-0,01	2,46	3,24 USA	1,64 Peru
F	Komercyjne otoczenie biznesu	3,17 15	3,12 22	+0,05	3,30	4,14 USA	2,08 Japonia
G1	Stabilność sytuacji rynkowej	2,93 8	3,03 20	-0,10	2,88	3,88 Japonia	1,94 Kanada
G2	Bariery prawne wejścia na rynek	2,48 19	2,49 25	-0,01	2,80	3,33 Chiny	2,03 Ekwador
H	Infrastruktura techniczna	2,84 27	2,64 32	+0,20	3,99	4,72 Singapur	2,60 Ekwador
I	Systemy wartości i normy społeczne	2,59 16	1,99 31	+0,60	2,64	4,58 Chiny	1,92 Portugalia
K	Percepcja możliwości uruchomienia biznesu	3,02 20	2,84 30	+0,08	3,20	4,07 USA	2,81 Węgry
L	Umiejętności przedsiębiorcze (potencjał)	2,57 13	2,68 9	-0,11	2,46	3,61 Chiny	1,73 Japonia
M	Postrzeganie przedsiębiorcy (motywacja)	3,18 15	2,98 26	+0,20	3,29	4,34 Chiny	2,73 Chorwacja
N	Ochrona własności intelektualnej	2,50 23	1,99 29	+0,51	3,12	4,48 Singapur	1,87 Peru
P	Wspieranie przedsiębiorczości kobiet	3,11 16	2,74 32	+0,37	3,32	4,02 Islandia	2,17 Japonia

* Miejsce Polski wśród 32 krajów, tzn. 31 krajów oficjalnie uczestniczących w GEM 2008 i Polski. Zob.: K. Baclawski, Sz. Bielecki, *Polacy - przedsiębiorczym społeczeństwem?*, Fundacja Edukacyjna Bachalski, Poznań 2004.

Wnioski i zalecenia

GEM to bogactwo danych pozyskiwanych w badaniach empirycznych, pozwalające podejmować próby uchwycenia najróżniejszych aspektów przedsiębiorczości. Omówione w niniejszym raporcie wyniki ułatwiają zrozumienie złożonego procesu rozpoczynania i rozwijania nowego biznesu w Polsce. Szeroki zasób informacji umożliwia jednocześnie odnajdywanie szczegółowych wskazówek przy projektowaniu sprzyjających przedsiębiorczości działań. Poniżej pozwoliliśmy sobie zwrócić uwagę na kilka ważniejszych kwestii.

Znaczna liczba osób zaangażowanych w nowy biznes

W drugiej połowie 2004 roku w nowe przedsięwzięcia gospodarcze zaangażowanych było 8,83% populacji w wieku 18-64 lata, tj. ok. 2,22 mln osób. Z tego ok. 1,31 mln osób prowadziło już działalność gospodarczą, ale nie dłużej niż 3,5 roku, a 980 tys. nie rozpoczęło jeszcze biznesu, choć podjęło w tym celu aktywne działania w ciągu 12 miesięcy poprzedzających badanie (część osób uwzględniona jest w obydwu kategoriach). Uzyskane wyniki sytuują Polskę na czele krajów UE razem z Irlandią. Mierzone w badaniach GEM zaangażowanie w nowe przedsięwzięcia gospodarcze (TEA) utrzymuje się na wyższym poziomie generalnie w państwach anglosaskich, a także – w dużym stopniu z powodów socjalnych – w krajach o niższym od Polski PKB na mieszkańca.

Bezrobocie przyczyną dużej części inicjatyw gospodarczych

Dane GEM dokumentują ważną cechę przedsiębiorczości w Polsce, której nie można rozpoznać na podstawie urzędowych danych statystycznych: duża część podejmowanych przedsięwzięć gospodarczych wymuszona jest brakiem pracy lub obawą przed jej

utrata – w roku 2004 aż 44%. Wśród osób starających się jesienią 2004 roku rozpocząć biznes w Polsce niemal 60% to bezrobotny mężczyzna. Z jednej strony mamy więc w Polsce najwyższy współczynnik zaangażowania w nowe przedsięwzięcia gospodarcze spośród wszystkich krajów UE objętych badaniami w roku ubiegłym, a z drugiej – najniższy udział inicjatyw napędzanych chęcią wykorzystania dostrzeżonej szansy (okazji). Częściej niż 60% trzecia osoba zaangażowana jest w nowe przedsięwzięcia gospodarcze z konieczności. Tak struktura charakterystyczna jest dla krajów o niższym poziomie rozwoju, w których jest relatywnie trudno znaleźć pracę najemną lub uzyskać środki na utrzymanie z systemu zabezpieczenia społecznego. Wraz ze wzrostem PKB na mieszkańca rośnie w międzynarodowym zestawieniu udział przedsięwzięć z chęci wykorzystania szansy. Ta konstatacja prowadzi do ważnych ekonomicznych implikacji, które wiążą się z pytaniem, czy liczbę nowych przedsięwzięć gospodarczych można i należy maksymalizować przy pomocy instrumentów pomocowych (np. podjęta niedawno przez rząd inicjatywa wprowadzenia instytucji spółdzielni socjalnych). Jeśli celem jest wzmocnienie wzrostu gospodarczego, to o wiele lepsze efekty można osiągnąć wspierając przedsięwzięcia podejmowane z całkowicie wolnego wyboru, aniżeli te wymuszane okolicznościami socjalnymi. Należy dążyć przede wszystkim do zwiększenia liczby właśnie takich inicjatyw, gdyż z różnych powodów ich perspektywy przetrwania i rozwoju są lepsze. Osoby rozpoczynające biznes z chęci wykorzystania szansy (okazji) posiadają z reguły lepszą wiedzę i większe umiejętności, dysponują większymi środkami finansowymi i łatwiej mogą pozyskać finansowanie zewnętrzne, a także – co szczególnie ważne – cechują się większą innowacyjnością. Wyniki GEM wyraźnie potwierdzają, że osoby te znacznie częściej dostrzegają dobre możliwości rozpoczęcia biznesu, lepiej oceniają własne biznesowe kompetencje, znacznie mniej obawiają się ryzyka, a ich firmy mają znaczenie większy potencjał rozwoju (wyposażenie technologiczne, innowacyjność, możliwości eksportowe).

Oprócz argumentów ekonomicznych podawane są jednak również inne przesłanki działań wspierających nowe podmioty gospodarcze, jak aktywizacja zawodowa absolwentów, przeciwdziałanie bezrobociu i wykluczeniu społecznemu. Wobec ogromnych problemów na rynku pracy w Polsce są to przesłanki ze wszech miar słuszne. Zarówno zwolennicy jak i krytycy takiej polityki wspierającej podejmowanie nowych przedsięwzięć przez osoby zagrożone bezrobociem czy wykluczeniem społecznym nie powinni jednak zapominać, że realizując cele socjalne (społeczne) nie należy oczekiwać jakichś szczególnych efektów ekonomicznych czy też jakiegoś istotnego wkładu we wzrost gospodarczy. Przede wszystkim jednak decydenci polityczni powinni pamiętać przy wprowadzaniu nowych instrumentów czy też nowych reguł, że gospodarka to niejako żywy organizm, w którym panuje delikatna równowaga. I że tu również, jak w medycynie, obowiązuje zasada „Przede wszystkim nie szkodzić!”. Tę równowagę łatwo jest zakłócić, wspierając jednych, a zapominając o drugich. Albo też, co gorsza, wspierając jednych kosztem drugich. Nie można pomijać przy opracowywaniu polityki wspierającej przedsiębiorczość o osobach, chcących przejść na własny rachunek, chociaż nie są do tego przymuszeni socjalnymi okolicznościami. Właśnie z ich przedsiębiorczością, z ich wolą wykorzystania szansy (okazji) osiągnięcia sukcesu we własnym biznesie, można wiązać realne oczekiwania dotyczące zwiększenia wzrostu gospodarczego i zmniejszenia bezrobocia w sposób trwały. Nie można zapominać również, a – zdaniem wielu ekspertów – przede wszystkim, o działających już przedsiębiorcach, o tych, którzy w ogromnej większości z wielkim wysiłkiem wnoszą swoją cegiełkę do naszego wspólnego dorobku jakim jest PKB. I warto tu od razu wskazać na największą barierę przedsiębiorczości w Polsce – politykę publiczną.

Polityka publiczna główną barierą

Spośród ramowych uwarunkowań przedsiębiorczości identyfikowanych w GEM najgorzej oceniana jest polityka publiczna w zakresie otoczenia prawnego i podatków. Główną przyczyną tej największej przeszkody w rozpoczęciu i rozwinięciu działalności gospodarczej w Polsce jest prowadzona od lat „radosna twórczość” Ministerstwa Finansów, bardzo często z wielkim zapałem rozwijana przez parlamentarzystów albo aplikowana niezależnie, zwłaszcza przed każdymi kolejnymi wyborami, a potem gorliwie wprowadzana w życie przez zdezorientowane służby

skarbowe. Jako przykład można podać m.in. wycofanie się przez rząd z zapisanej wcześniej w ustawie obniżki podatku CIT w 2002 roku, nieszczęsną propozycją abolicji podatkowej (tzn. specjalnej „promocji” dla podmiotów uchylających się od płacenia podatków), niemal nieustannie, w mniejszym lub większym stopniu wprowadzane w życie, propozycje manipulowania stawkami podatków PIT i VAT, wzbranianie się instytucji skarbowych przed zaniechaniem wyciągania konsekwencji wobec podatników stosujących się do wydanych przez te instytucje błędnych interpretacji itd. Niestabilność regulacji prawnych i brak przejrzystości systemu podatkowego, fiskalizm i niejednolite traktowanie podmiotów gospodarczych sprzyjają korupcji, przestępczości gospodarczej i rozwojowi szarej strefy, niszczą dobre obyczaje w biznesie i oczywiście duszą często w zarodku nowe inicjatywy gospodarcze. Szczęśliwie rok 2004 przyniósł pewną „odtrutkę” w postaci ustawy o swobodzie działalności gospodarczej i obniżeniu stawki CIT. Nie uczyniło to wiosny we wzajemnych stosunkach państwa z przedsiębiorcami, ale może przyniosło chociaż tak potrzebną odwilż. Nie zapętlą gospodarki, a upraszcza i ułatwia rozpoczęcie i prowadzenie biznesu – to podstawowe zalecenie w zakresie polityki publicznej. Jak potwierdzają badania GEM w latach ubiegłych, tak potrzebną tu wiedzę, a może raczej wolę wprowadzenia gruntownej zmiany, można czerpać nie tylko z USA, Irlandii czy Finlandii, ale także z Chin.

Wysoki poziom nieformalnych inwestycji w nowe firmy przy ograniczonej dostępności kapitału

Dotychczasowe badania (m.in. prowadzone przez Ministerstwo Gospodarki) pokazują, że zaledwie od kilku do kilkunastu procent małych firm korzysta z kredytu w banku. Firmy te nie dysponują najczęściej odpowiednim zabezpieczeniem oraz historią płatniczą. W jeszcze gorszej sytuacji są osoby, które rozpoczynają biznes. Jak wobec tego sobie radzą? GEM po raz pierwszy dostarcza tu pewnych wyjaśnień. W zasadzie oprócz wykorzystania własnych niemal zawsze niewystarczających środków mogą liczyć głównie na bliską rodzinę oraz przyjaciół i sąsiadów, ale także na osoby obce i dalszych krewnych oraz czasem na koleżanki i kolegów z pracy, czyli nieformalnych inwestorów. Stopa nieformalnych inwestorów jest w Polsce dość wysoka. Co czwarty z dorosłych Polaków angażował się finansowo w 2004 roku w cudze przedsięwzięcia gospodarcze. Średnia wartość inwestycji w przeliczeniu na jednego

inwestora przekracza wartość PKB na mieszkańca. W niewielu krajach łączne inwestycje nieformalnych inwestorów stanowią wyższy odsetek PKB niż w Polsce, tj. 2,1% (średnio za lata 2001-2004). Te ustalenia to dość istotny przyczynek do wyjaśnienia fenomenu przedsiębiorczości w Polsce. Zdecydowana większość osób rozpoczynających biznes (62%) potrzebuje do 50 tys. zł, a co czwartej osobie wystarczy kwota do 10 tys. zł. Z powodzeniem mogą więc w takich przypadkach pomóc fundusze pożyczkowe i urzędy pracy, wspierające aktywizację gospodarczą. Potrzebne jest dalsze rozwijanie systemu funduszy pożyczkowych i poręczeniowych, w szczególności wprowadzenie tzw. załączkowych instrumentów finansowych.

Ograniczona innowacyjność

Choć ilość przedsięwzięć gospodarczych powinna być jeszcze wyższa, zwłaszcza ze względu na cele społeczne, to w świetle polityki gospodarczej największym problemem jest ich niska jakość. Jedynie 10% osób zaangażowanych w rozwijanie nowego biznesu uważa swój produkt za nowy na rynku, a ponad połowa twierdzi, że nie będzie on nowością dla żadnego z klientów. Wśród przedsiębiorców relacje te są mniej korzystne, co – zważywszy, że działają już jakiś czas – jest poniekąd zrozumiałe. 9% osób rozpoczynających biznes uważa jednocześnie, że nie ma konkurentów biznesowych, podczas gdy wśród przedsiębiorców odsetek ten wynosi jedynie 2%. Z kolei aż 64,8% osób twierdzi, iż podejmowane przez nich lub rozwijane nowe przedsięwzięcia gospodarcze nie mają żadnego innowacyjnego wpływu na rynek, a jako niewielki ten wpływ ocenia 21,5%. Tylko 10,2% z nich uważa, że zdoła wywrzeć pewien zauważalny wpływ, a 3,4% spodziewa się, że ich wpływ będzie poważny. Wyniki ustalone dla Polski są gorsze niż średnia dla wszystkich krajów objętych badaniami, nie mówiąc o średniej dla OECD czy UE. Konieczne jest efektywniejsze pobudzanie działalności innowacyjnej polskich przedsiębiorców. Trzeba m.in. stworzyć takie warunki, by działania instytucji badawczych zorientowane były na bezpośrednie wdrożenia i praktyczne potrzeby rynku. Wspierać należy transfer technologii tak do dużych jak i małych firm oraz kooperację różnych podmiotów przy ich wykorzystaniu.

Duże zróżnicowanie pod względem płci

Wśród osób zaangażowanych w przedsięwzięcia gospodarcze kobiety stanowią jedynie 28,2%. Pod tym względem najgorzej sytuacja wygląda w województwach o niższym poziomie rozwoju (17,1%), a najlepiej w województwach o średnim poziomie rozwoju (33,8%). Wyjątkową pasywnością cechują się kobiety bezrobotne: zaledwie siedem z nich na tysiąc starało się założyć własny biznes. Bezrobotni mężczyźni są znacznie bardziej aktywni: co ósmy z nich przygotowywał się do rozpoczęcia działalności gospodarczej. Biorąc pod uwagę ich sytuację też nie jest to proporcja zadawalająca. Niska aktywność bezrobotnych może wynikać m.in. z tego, iż najczęściej nie znają oni osobiście innych osób, które rozpoczęły jakiś biznes w ciągu ostatnich dwóch lat (65,3%). Nie występuje tu tak pożądane oddziaływanie motywacyjne. Na ten aspekt należy zwrócić uwagę w działaniach służb przeciwdziałających bezrobociu i w opracowywanych programach. Inicjowanie spotkań, choćby obowiązkowych, np. z osobami, które rozpoczęły biznes uzyskując wsparcie ze środków publicznych, pośrednictwo w wymianie informacji, wspieranie nawiązywania kontaktów nie pociąga za sobą poważniejszych nakładów, a stanowi jednocześnie przeciwdziałanie wykluczeniu społecznemu wśród osób pozostających bez pracy.

Dysproporcje regionalne

Najmniejsze zaangażowanie w nowe przedsięwzięcia gospodarcze wykazują mieszkańcy województw o niższym poziomie rozwoju, z wyjątkiem warmińsko-mazurskiego i świętokrzyskiego, charakteryzujących się wysokim bezrobociem. Takie województwa, jak lubelskie, podkarpackie, podlaskie i opolskie, mimo, iż ich poziom rozwoju względem średniej w kraju czy w UE, a także dochody ludności są niskie, charakteryzują się jednocześnie wyższymi współczynnikami zatrudnienia, co nie zmusza wprost ich mieszkańców do poszukiwania źródeł dochodów we własnym biznesie. Ograniczone inwestycje, m.in. zagraniczne, nie wywołują tam z kolei efektów mnożnikowych. Inne przyczyny mogą tkwić w dość powszechnie występującej migracji zarobkowej do innych części kraju i za granicę. Paradoksalnie, w tych województwach częściej niż w innych występują opinie, iż przedsiębiorczość jest społecznie docenianą alternatywą zarobkową. Potrzebne jest kontynuowanie i rozwijanie programów spójności społecznej i gospodarczej przeciw-

działających depopulacji i degradacji tych regionów, m.in. poprzez wspieranie rozpoczęcia nowych przedsięwzięć.

Dychotomia w społecznym odbiorze przedsiębiorczości

Wyniki badań świadczą, iż konieczna jest poprawa społecznego postrzegania przedsiębiorczości. Zaledwie 53% dorosłych Polaków jest zdania, że zdaniem większości ci, którzy odnieśli sukces, rozpoczynając nowy biznes, zyskują szacunek i wysoki status społeczny. Jak się okazało, poglądy w tym zakresie nieco przewrotnie zależą od dochodów. Gdy respondenci o niższych dochodach uważali, że zdaniem większości ludzi w Polsce rozpoczęcie nowego biznesu jest dobrym wyborem w karierze zawodowej, to ci, co zarabiają więcej, najczęściej twierdzą, że większość Polaków wcale tak nie myśli. Osoby o niższych dochodach uważają również, że przedsiębiorcy, którzy odnieśli sukces rozpoczynając biznes cieszą się szacunkiem w społeczeństwie, a wśród tych, którzy mają wyższe dochody, wyraźną przewagę zyskuje przeciwna

opinia. Podobnie jak u osób z wyższym wykształceniem. Wizerunek przedsiębiorcy w Polsce nie jest klarowny. Nagłośnienie przez media tylko nierzetelnych zachowań przedsiębiorców i pomijanie albo pozostawianie w cieniu pozytywnych przykładów, ciągle niechętna przedsiębiorcom postawa instytucji publicznych, dość powszechne akceptowanie wygodnych uproszczeń i zwykła ludzka zazdrość sprzyjają funkcjonowaniu w świadomości społecznej negatywnych stereotypów. Wielka jest ciągle potrzeba promowana dobrych wzorów zarówno udanych przedsięwzięć gospodarczych, jak i rzetelnych, pracowitych przedsiębiorców, a także dobrych obyczajów w biznesie i na styku państwo – przedsiębiorca.

Eksperci

Ewa Balcerowicz

Założycielka i prezes zarządu Centrum Analiz Społeczno-Ekonomicznych, pracuje również w Instytucie Nauk Ekonomicznych PAN.

Józef Bejnarowicz

Założyciel i prezes zarządu MADBEX Sp. z o.o., prezes zarządu INWEK Sp. z o.o., przewodniczący BCC w Poznaniu, reprezentuje Wielkopolskę w Europejskiej Lidze Współpracy Gospodarczej w Brukseli, przewodniczący rady nadzorczej Portu Lotniczego Poznań-Ławica.

Tomasz Białach

Dyrektor w spółkach Motozbyt S.A. i Inter-Cars S.A.

Robert Białczyk

Rzecznik prasowy PBG S.A., specjalista w zakresie finansowania przedsięwzięć w energetyce i ciepłownictwie.

Grażyna Borowska

Kierownik referatu ds. osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą w Urzędzie Skarbowym w Poznaniu.

Michał Buchowski

Profesor antropologii społecznej na Uniwersytecie im. Adama Mickiewicza w Poznaniu i na Uniwersytecie Europejskim Viadrina we Frankfurcie n. Odrą.

Jarosław Chałas

Radca prawny, założyciel i partner zarządzający w kancelarii „Chałas i Wspólnicy”.

Tomasz Cichocki

Menedżer Uniwersyteckiego Ośrodka Transferu Technologii UW, koncentruje się na zagadnieniach związanych z komercjalizacją nowych technologii w ramach partnerstwa organizacji prywatnych i publicznych.

Roman Cierpiot

Dyrektor Biura Promowania Przedsiębiorczości Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Katowicach.

Andrzej Czyżewski

Profesor Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, członek Komitetu Ekonomiki Rolnictwa PAN, ekspert Sejmowej Komisji Rolnictwa, konsultant Prezydenta RP w zakresie problemów rozwoju wsi i rolnictwa, członek Społecznej Rady Rządowego Centrum Studiów Strategicznych.

Tadeusz Donocik

Prezes Regionalnej Izby Gospodarczej w Katowicach, wiceprezes Krajowej Izby Gospodarczej, członek Europejskiego Komitetu Społeczno-Ekonomicznego w Brukseli, prezes World Trade Center w Katowicach.

Andrzej Głowacki

Prezes zarządu w spółce Doradztwo Gospodarcze S.A., prezes Stowarzyszenia Doradców Gospodarczych.

Aleksandra Gradek

Ekspert w dziedzinie zarządzania małymi przedsiębiorstwami.

Leon Gradoń

Dziekan Wydziału Inżynierii Chemicznej i Procesowej Politechniki Warszawskiej.

Przemysław Grodzki

Menedżer odpowiedzialny za marketing w Amica Wronki S.A.

Jacek Guliński

Wicedyrektor Poznańskiego Parku Naukowo-Technologicznego Fundacji UAM, prezes Stowarzyszenia Organizatorów Ośrodków Innowacji i Przedsiębiorczości, pracownik wydziału chemii UAM.

Bogusław Holeksa

Koordynator Regionalnej Strategii Innowacji Województwa Śląskiego, prezes Górnosląskiej Agencji Przekształceń Przedsiębiorstw S.A., członek rady nadzorczej Centrali Zaopatrzenia Hutnictwa S.A. w Katowicach.

Iwona Jacaszek

Dyrektor w Coca-Cola Beverages Polska odpowiedzialna za relacje publiczne.

Filip Kaczmarek

Historyk, dziennikarz, obecnie poseł do Parlamentu Europejskiego, wcześniej m.in. poseł na Sejm i dyrektor Biura Funduszy Europejskich w Urzędzie Miasta Poznania.

Hanna Klonowska

Prowadzi własną działalność gospodarczą, specjalizuje się w doradztwie i pośrednictwie handlowym i finansowym, członek Polskiego Stowarzyszenia Małych i Średnich Przedsiębiorstw.

Tadeusz Kowalski

Profesor Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, kierownik Polsko-Amerykańskiego Programu MBA Poznań-Atlanta, członek komitetu redakcyjnego „The Poznań University of Economics Review”,

wcześniej kierownik podyplomowego studium „Strategia i Planowanie Biznesu”.

Wiesława Kozek

Profesor socjologii na Wydziale Filozofii i Socjologii Uniwersytetu Warszawskiego, specjalizuje się w zagadnieniach socjologii pracy, członek Polskiego Towarzystwa Socjologicznego.

Łukasz Łata

Kierownik Oddziału Informacji i Edukacji Europejskiej w Biurze Zarządzania Funduszami Europejskimi Śląskiego Urzędu Wojewódzkiego w Katowicach.

Joanna Machnik-Słomka

Dyrektor Regionalnego Centrum Innowacji i Transferu Technologii w Górnośląskiej Agencji Przekształceń Przedsiębiorstw S.A. w Katowicach, adiunkt na Wydziale Organizacji i Zarządzania Politechniki Śląskiej w Gliwicach.

Zbigniew Michniowski

Przewodniczący prezydium Euroregionu Beskidy, zastępca prezydenta miasta Bielska Białej, członek rady nadzorczej Fundacji Rozwoju Miasta Bielska Białej.

Danuta Moskała

Dyrektor Ośrodka Szkoleniowego Centrum Przedsiębiorczości w Chorzowie.

Józef Orczyk

Rektor Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Koninie, kierownik Katedry Polityki Społecznej Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, członek zarządu oddziału Polskiego Towarzystwa Ekonomicznego w Poznaniu, założyciel i prezydent organizacji promującej przedsiębiorczość wśród studentów „Students in Free Enterprise” w Polsce.

Emilia Osińska

Doradca podatkowy, zrzeszona w Krajowej Izbie Doradców, prowadzi własną działalność gospodarczą.

Marcin Oźminkowski

Adwokat, specjalizuje się w sprawach gospodarczych, partner Biura Interwencji i Pomocy Prawnej Wielkopolskiego Związku Pracodawców Prywatnych.

Jarosław Perzyński

Wiceprezes zarządu ds. marketingu i sprzedaży w WebExperience Sp. z o.o.

Jacek Piątkowski

Regionalny dyrektor ds. sprzedaży pożyczek gotówkowych AIG Bank Polska S.A.

Michał Pszczoła

Właściciel firmy Net Travel, zarządzającej internetowymi systemami rezerwacji hotelowych.

Jan Pyka

Prorektor ds. organizacyjnych Akademii Ekonomicznej w Katowicach, profesor Katedry Zarządzania Przedsiębiorstwem, wiceprezes Towarzystwa Naukowego Organizacji i Kierownictwa.

Andrzej Raj

Prezes zarządu Górnośląskiego Funduszu Restrukturyzacyjnego S.A., prezes rady nadzorczej Funduszu Górnośląskiego S.A., przewodniczący Górnośląskiego Towarzystwa Gospodarczego, przewodniczący Komisji Rewizyjnej Rady Miejskiej w Katowicach.

Jacek Rosiak

Członek i założyciel BCC w regionie mazowieckim, konsultant firmy informatycznej Matrix.pl.

Leszek Stokłosa

Prawnik z wykształcenia, dyrektor Powiatowego Urzędu Pracy w Bielsku-Białej, wcześniej na stanowiskach kierowniczych w przedsiębiorstwach.

Tadeusz Strykiewicz

Prodziekan do spraw nauki Wydziału Nauk Geograficznych i Geologicznych UAM, kierownik Zakładu Polityki Regionalnej i Integracji Europejskiej, profesor Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, przewodniczący Rady Naukowej Instytutu Wielkopolskiego.

Ewa Swędrowska

Dyrektor Departamentu Rozwoju Przedsiębiorczości Ministerstwa Gospodarki i Pracy.

Krzysztof W. Szewczyk

Profesor Politechniki Warszawskiej, zastępca dyrektora Międzywydziałowego Centrum Biotechnologii.

Zofia Świąch

Wiceprezes zarządu firmy Castor Unia Gospodarcza Sp. z o.o.

Stefan Tatarek

Współwłaściciel sieci centrów rekreacji i wypoczynku Gymnasion.

Marek Walczak

Prezes zarządu i współwłaściciel firmy PFFG Kolor Sp. z o.o. produkującej farby graficzne.

Paweł Weymann

Prezes zarządu Poznańskiej Spółdzielni Spożywców „Społem”, założyciel i członek Wielkopolskiego Stowarzyszenie Handlu, członek Rady Nadzorczej Krajowego Związku Rewizyjnego Spółdzielni Spożywców „Społem”.

Grażyna Witkowska

Dyrektor Departamentu Budżetu i Finansów Głównego Inspektoratu Pracy w Ministerstwie Infrastruktury.

Andrzej Witkowski

Dyrektor Finansowy AICE Polska S.A.

Tomasz Wika

Dyrektor Wielkopolskiej Izby Rzemieślniczej, trener z zakresu nowoczesnych sposobów prowadzenia małych i średnich przedsiębiorstw.

Zbigniew Żurek

Wiceprezes BCC, reprezentant BCC w Trójstronnej Komisji ds. Społeczno-Gospodarczych.

Podziękowania

Realizacja tak obszernego projektu badawczego była możliwa dzięki finansowemu wsparciu Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości oraz Narodowego Banku Polskiego. Szczególne słowa podziękowania składamy Zbigniewowi Żółkiewskiemu z Departamentu Analiz Makroekonomicznych i Strukturalnych oraz Piotrowi Boguszewskiemu z Departamentu Statystyki NBP, którzy dostrzegli dużą wagę objęcia Polski badaniami GEM.

Dziękujemy firmie SPSS Polska, która umożliwiła bezpłatne wykorzystywanie oprogramowania specjalnie opracowanego do analiz statystycznych w badaniach społecznych. Firmie AC Nielsen Polska wdzięczni jesteśmy za sprawne przeprowadzenie badania populacji i uporządkowanie materiału empirycznego.

Nasze podziękowanie kierujemy do Tadeusza Kowalskiego, profesora Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, za cenne uwagi, przygotowanie recenzji i zachętę do dalszej pracy. Za okazaną pomoc dziękujemy również profesorowi Mariuszowi Bratnickiemu z Akademii Ekonomicznej im. Karola Adameckiego w Katowicach.

Bardzo dziękujemy członkom zespołu GEM Polska w Fundacji Edukacyjnej Bachalski, którzy włożyli dużo pracy, aby zrealizować projekt operacyjnie i przygotować raport. Szczególnie zawsze pełen zapału Austin Campbell, ale również uzdolniona organizacyjnie Roma Szłapka i wykazujący dużą cierpliwość Maciej Cegłowski, zasłużyli na prawdziwą wdzięczność. Dziękujemy również osobom zaangażowanym w projekt GEM przy London Business School, wśród których szczególnie pomocny był dla nas przy wyjaśnianiu zagadnień metodologicznych Steve Hunt.

Przy przeprowadzaniu wywiadów z ekspertami niezastąpieni okazali się studenci ze Studenckiego Forum BBC: Karolina Młodawska, Joanna Piątek, Hubert Sosnowski, Michał Wojtaszek i Marzena Ziółek. Serdecznie podziękowania.

Nade wszystko dziękujemy ekspertom, którzy poświęcili swój czas, by podzielić się wiedzą na temat przedsiębiorczości w Polsce. Jesteśmy zbudowani ich otwartością i troską o wspólną sprawę.

Studium przedsiębiorczości w Polsce w roku 2004 powstało w ramach zakrojonego na szeroką skalę projektu badawczego Global Entrepreneurship Monitor (GEM), do którego włączyło się już ponad 40 krajów. Wartość polskiego raportu wynika zarówno z faktu zastosowania sprawdzonego podejścia metodologicznego, jak również stąd, że opracowanie wyróżnia się starannością i bardzo wysoką kulturą interpretacji zgromadzonych danych. Jako część światowych badań nad przedsiębiorczością polskie studium stanowi więc cenne źródło informacji o stanie i uwarunkowaniach przedsiębiorczości w Polsce.

Wyniki badań mają niezwykle dużą wartość merytoryczną. Mogą stanowić punkt odniesienia dla projektowania działań służących wspieraniu przedsiębiorczości zarówno na szczeblu krajowym, jak i regionalnym.

Tadeusz Kowalski, Profesor Akademii Ekonomicznej w Poznaniu