

# Raport z badania przedsiębiorczości



**Global Entrepreneurship Monitor**  
**Polska 2023**



# **Raport z badania przedsiębiorczości**

**Global Entrepreneurship  
Monitor**

**Polska 2023**

Warszawa 2023

## **Raport z badania *Global Entrepreneurship Monitor* Polska 2023**

### **Autorzy**

Iwona Krysińska – rozdział 2

Melania Nieć – rozdział 4

Anna Skowrońska – rozdział 2

Anna Tarnawa – rozdziały 1, 2

Robert Zakrzewski – rozdział 3

Przemysław Zbierowski – rozdział 1, 2

Milena Gojny-Zbierowska – rozdział 2

Copyright by Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości

Raport został opracowany na podstawie danych z badań GEM za lata 2011–2022, przeprowadzonych przez Global Entrepreneurship Research Association przy współpracy zespołów badawczych z poszczególnych państw świata.

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

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

ISBN: 978-83-7633-556-8

Wydanie I

Nakład 200 egz.

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

# Spis treści

<b>Kluczowe wnioski z Raportu GEM Polska 2023.</b> . . . . .	<b>8</b>
<b>1. O badaniu GEM.</b> . . . . .	<b>16</b>
1.1. Założenia teoretyczne GEM . . . . .	17
1.2. Prowadzenie badań w GEM . . . . .	22
<b>2. Przedsiębiorczość w Polsce w 2022 r.</b> . . . . .	<b>24</b>
2.1. Postrzeganie przedsiębiorczości przez Polaków . . . . .	25
2.2. Polacy o otoczeniu, własnych umiejętnościach i planach dotyczących założenia firmy. . . . .	30
2.3. Poziom przedsiębiorczości . . . . .	34
2.4. Motywy zakładania działalności gospodarczej . . . . .	40
2.5. Przedsiębiorczość kobiet i mężczyzn . . . . .	46
2.6. Przedsiębiorczość w grupach wiekowych . . . . .	55
2.7. Stosunek przedsiębiorstw do zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialności społecznej . . . . .	59
2.8. Wpływ pandemii na digitalizację przedsiębiorstw . . . . .	64
<b>3. Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości</b> . . . . .	<b>68</b>
3.1. Szanse na start. . . . .	70
3.2. Polityka i wsparcie publiczne . . . . .	79
3.3. Badania i rozwój, transfer wiedzy i technologii. . . . .	83
3.4. Normy kulturowe i społeczne. . . . .	85
3.5. Krajowy Wskaźnik Uwarunkowań Przedsiębiorczości (NECI – National Entrepreneurship Context Index) . . . . .	87
3.6. Odbudowa przedsiębiorczości po pandemii COVID-19 . . . . .	89
3.7. Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ . . . . .	90
3.8. Podsumowanie . . . . .	95
<b>4. Temat specjalny – Startupy w Polsce.</b> . . . . .	<b>97</b>
4.1. Społeczne rozumienie pojęcia startup – definicja startupów według dorosłych Polaków . . . . .	98
4.2. Pojęcie startup w opinii osób prowadzących firmy w organizacji, nowe i dojrzałe . .	102
4.3. Ekspercka ocena uwarunkowań rozwoju startupów . . . . .	121
4.4. Podsumowanie . . . . .	124

## Szanowni Państwo,

oddajemy w Państwa ręce 12. edycję Raportu GEM Polska, który przedstawia obraz przedsiębiorczości w Polsce na tle państw Europy i świata. Jak co roku, znajdujemy w nim Państwo kluczowe dane pokazujące, jak kształtowało się postrzeganie przedsiębiorców przez polskie społeczeństwo, jak zmieniały się intencje do zakładania firm i rzeczywista aktywność biznesowa Polaków oraz jakie powody skłaniały ludzi do założenia biznesu lub wycofania się z aktywności biznesowej, a także na temat przedsiębiorczości kobiet i mężczyzn. Przytaczamy wyniki eksperckiej oceny warunków do zakładania firm, w tym – po raz pierwszy – ocenę czynników sprzyjających odbudowie przedsiębiorczości po pandemii oraz działanie w oparciu o Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ. Już po raz drugi możemy Państwu przedstawić dane pozwalające znaleźć odpowiedź na pytania, czy pandemia przyspieszyła transformację cyfrową przedsiębiorstw oraz jakie postawy przyjęły one względem takich koncepcji, jak zrównoważony rozwój czy odpowiedzialność społeczna. Stałe miejsce w raporcie mają też startupy, którym poświęcony jest ostatni rozdział.

Obraz przedsiębiorczości ukazany w Raporcie zastanawia. Z jednej strony, są w nim aspekty pozytywne – Polacy uważają, że łatwo jest założyć w Polsce firmę, wciąż są przekonani o posiadaniu wystarczających umiejętności do prowadzenia własnej działalności i wciąż silny jest wizerunek przedsiębiorcy, który odniósł sukces. Z drugiej strony, znacząco mniej Polaków deklaruje, że jest zainteresowana założeniem firmy, odczuwa silny strach przed niepowodzeniem, a traktowanie bycia na swoim jako realnej alternatywy dla pracy najemnej jest mniej powszechne niż przed pandemią. Wśród osób prowadzących firmy więcej jest właścicieli dojrzałych firm niż młodych.

Warto pamiętać, że badania realizowane były głównie w II kw. 2022 r., a więc krótko po inwazji Rosji na Ukrainę i po doświadczeniu dwóch lat pandemii. Wydarzenia te przyniosły niepewność i wzrost kosztów prowadzenia działalności. Dodatkowym elementem, który wymagał działań dostosowawczych ze strony przedsiębiorstw, szczególnie działających na mniejszą skalę, był Polski Ład. A wszystko to na tle zmieniających się preferencji konsumenckich, zmian prawnych dotyczących zrównoważonego rozwoju czy przyspieszającej cyfryzacji. Wydaje się, że przedsiębiorczość na wzór hydroponicznych upraw znalazła się w nowej rzeczywistości.

Jako PARP od ponad 20 lat wspieramy przedsiębiorców zarówno na wczesnym etapie rozwoju, jak i późniejszym. Czyniliśmy to w czasie pandemii i nie ustajemy w wysiłkach. Już w bieżącym roku uruchomiliśmy pierwsze instrumenty, z których przedsiębiorcy będą mogli korzystać przez całą nową perspektywę finansową.

Kończąc, chciałbym bardzo podziękować Ekspertom, którzy zgodzili się wziąć udział w naszym badaniu uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości, którego wyniki prezentujemy w niniejszym Raporcie.

Zapraszam Państwa do lektury Raportu.

Mikołaj Różycki  
Prezes Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości

# Kluczowe wnioski z Raportu GEM Polska 2023

Aktywność przedsiębiorcza ludzi na świecie i uwarunkowania jej rozwoju stanowią główny obszar zainteresowań badaczy z ponad 50 państw świata, którzy co roku, na zasadzie dobrowolności, uczestniczą w ramach inicjatywy, jaką jest projekt badawczy GEM – Global Entrepreneurship Monitor. Od 24 lat dostarcza on danych, które pozwalają określić różnice pomiędzy państwami w zakresie przedsiębiorczych postaw, działań i aspiracji oraz wskazać czynniki kształtujące poziom aktywności przedsiębiorczej i jej charakter. W Polsce badania w ramach projektu GEM realizowane są od 2011 r. Wnioski przedstawione w niniejszym Raporcie GEM Polska 2023 zostały opracowane na podstawie wyników badania ilościowego przeprowadzonego na reprezentatywnej próbie przynajmniej 2000 mieszkańców w wieku 18–64 l. w każdym z 49 państw świata oraz badania jakościowego, w którym przynajmniej 36 ekspertów z każdego z 51 państw dokonało oceny uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości.

Badania w Polsce realizowano w okresie od kwietnia do lipca 2022 r., niedługo po wybuchu wojny w Ukrainie, która przyniosła nowe wyzwania przedsiębiorcom i społeczeństwu – w postaci inflacji, szczególnie w zakresie cen energii i gazu, oraz niepewności. Wszystko to wpływało na przedsiębiorczość, szczególnie będącą na wczesnym etapie, która jest głównym przedmiotem zainteresowania GEM. Poniżej przedstawiono kluczowe wnioski z Raportu na temat przedsiębiorczości w Polsce na tle badanych państw Europy (więcej porównań międzynarodowych znajduje się w kolejnych rozdziałach).

## **Polacy znacznie bardziej ostrożni w myśleniu o przedsiębiorczości jako sposobie na życie i zarobkowanie niż kiedykolwiek**

**W 2022 r. jedynie 42% Polaków wyrażało przekonanie, że prowadzenie firmy jest sposobem na karierę (55% w 2021 r. i 78% w 2019 r.). Jednocześnie 64% było skłonnych docenić tych, którym udało się w biznesie (66% w 2021 r. i 77% w 2019 r.). Są to wyniki niższe niż średnia**



europejska, szczególnie w zakresie pierwszego wskaźnika (62% dla uznania własnej firmy za opcję kariery i 71% dla uznania sukcesu przedsiębiorców).

Jednocześnie tylko **38% Polaków potwierdziło, że dostrzega w mediach publicznych i Internecie treści poświęcone przedsiębiorcom, którzy odnieśli sukces**. Jest to wynik na poziomie poprzedniego i 2019 roku oraz najniższy wśród badanych państw świata. Jest to też wynik niższy niż średnia dla badanych państw Europy (66%).

## **Postawy przedsiębiorcze Polaków negatywnie dotknięte pandemią**

**Widać zmiany w postrzeganiu otoczenia przez Polaków.** Wzrosła świadomość wyjątkowo trudnej sytuacji przedsiębiorców. **Udział osób twierdzących, że znają przynajmniej jedną osobę, która założyła działalność w ciągu ostatnich dwóch lat, spadł aż o 7 p.p. r/r, do poziomu 47%, poniżej średniej europejskiej (50%).**

**W 2022 r. aż 79% Polaków uważało, że założenie firmy w naszym kraju jest proste** (wzrost o 15 p.p. względem 2021 r., przy czym w 2019 r. było to 90%), co jest wynikiem wyższym niż średnia dla Europy (52%). **Natomiast na podobnym poziomie jak rok wcześniej utrzymały się oczekiwania Polaków co do warunków do założenia firmy w swoim otoczeniu w perspektywie pół roku** (aktualnie pozytywnie ocenia je 72% Polaków wobec 73% rok wcześniej).

**Pozytywna ocena warunków do zakładania działalności gospodarczej nie przełożyła się na intencje przedsiębiorcze Polaków. Wydarzenia z 2022 r. jeszcze je osłabiły – w 2022 r. udział osób niezaangażowanych w prowadzenie działalności gospodarczej, które odpowiedziały twierdząco na pytanie o to, czy planują w ciągu najbliższych trzech lat założyć firmę, wyniósł jedynie 2,5%** (spadek o 0,5 p.p. r/r i o 4 p.p. w porównaniu z 2019 r.). Wynik dla Polski jest znacznie niższy od średniej dla Europy, która wynosi 11%.

Pogorszeniu uległa też samoocena przygotowania do prowadzenia własnego biznesu – w 2022 r. **48% Polaków było zdania, że posiada wystarczające umiejętności i wiedzę do prowadzenia firmy** (60% rok wcześniej) (średnia dla Europy – 51%).

Wzrósł także odsetek osób, które choć widzą szanse biznesowe, obawiają się porażki – **53% w 2022 r.** (43% w 2021 r.) **dorostłych Polaków przyznało, że ryzyko nieosiągnięcia sukcesu zniechęca ich do założenia firmy.** Jest to wynik na poziomie średniej europejskiej (44%).

## **Aktywność przedsiębiorcza Polaków – spadek udziału osób prowadzących młode firmy i dojrzałe**

Drugi rok pandemii przyniósł niekorzystne zmiany w aktywności przedsiębiorczej Polaków, w szczególności dotyczy to młodych firm, reprezentowanych przez osoby, które są na etapie organizowania/zakładania swojego biznesu i osoby, które prowadzą działalność do 3,5 roku – ich udział zmniejszył się znacząco. Według pomiaru z połowy 2022 r. **1,6% Polaków w wieku 18–64 l. prowadziło młode firmy, a 9,8% – dojrzałe firmy** (obecne na rynku ponad 3,5 roku). W odniesieniu do liczby osób dorosłych daje to ok. 355 tys.<sup>1</sup> osób prowadzących firmy młode i 2,17 mln osób prowadzących firmy dojrzałe. Przy tym warto pamiętać, że wśród 355 tys. osób prowadzących młode firmy, 177 tys. stanowią osoby na bardzo początkowym etapie działalności (do 3 miesięcy wypłat) oraz, że jedna osoba może prowadzić więcej niż jedną firmę o różnym stażu na rynku.

**Oznacza to, że w Polsce dominują osoby prowadzące firmy dojrzałe, osób prowadzących młode firmy jest 6-krotnie mniej.** W Europie jest odwrotnie – osoby prowadzące młode firmy stanowią średnio 9% dorosłej populacji Europy, a prowadzące dojrzałe firmy – 6,9%.

**W ostatnim badaniu 3,7% Polaków przyznało, że zaprzestało prowadzenia działalności gospodarczej w ciągu ostatnich 12 miesięcy.** Dla porównania w 2021 r. było to 4,5% dorosłych. Podobnie jak w 2021 r., również w 2022 r. **głównym powodem, który skłaniał Polaków do wycofania się z prowadzenia działalności gospodarczej, była pandemia COVID-19 – wskazało na nią 58% osób, które zaprzestały prowadzenia działalności.** Drugą najczęściej wskazywaną przyczyną było **przejście na emeryturę (11%),** a kolejnymi – **sprawy rodzinne lub osobiste oraz inna praca lub okazja biznesowa (po 8%).** Mniej osób wskazywało na inne przyczyny, tj.: politykę rządu/podatki/biurokrację (5%), nierentowność prowadzonego biznesu (3%).

<sup>1</sup> Liczba osób dorosłych 18–59/64, stan w dniu 31 grudnia 2022 – 22 169 tys., źródło: Ludność. Stan i struktura oraz ruch naturalny w przekroju terytorialnym w 2022 r. Stan w dniu 31 grudnia., GUS, 2023.

W porównaniu z poprzednią edycją badania, w 2022 r. częściej wskazywaną przyczyną wycofania się z działalności była pandemia oraz polityka rządu/podatki/biurokracja, natomiast rzadziej – kwestie rodzinne i osobiste.

Co ciekawe, **Polacy znacznie częściej niż mieszkańcy innych państw Europy wskazywali pandemię jako powód zaprzestania prowadzenia działalności** (średnia dla Europy to 15%) **oraz przejście na emeryturę** (średnia 6%).

## **Pandemia nie bez wpływu na motywacje do zakładania działalności – główny motyw finansowy**

Pandemia i wojna w 2022 r. spowodowały istotną zmianę w strukturze motywacji, która skłoniła Polaków prowadzących młode firmy do założenia działalności gospodarczej.

**Głównym czynnikiem, według danych z 2022 r., jest pragnienie zapewnienia sobie utrzymania z uwagi na brak ofert pracy na rynku (73%) oraz chęć wzbogacenia się (48%).** Rzadziej jest nim chęć zmiany świata (17%) czy kontynuowania rodzinnej tradycji (14%).

Nie różnimy się pod tym względem znacząco od Europy. Wiodącymi motywacjami są chęć zapewnienia sobie utrzymania (średnia 57%) i wzbogacenia się (49%). Znacznie częściej wskazywano za to chęć zmiany świata i kontynuowania rodzinnej tradycji (43% i 25%).

## **Postawy i aktywność przedsiębiorcza kobiet i mężczyzn – ograniczona wiara kobiet we własne możliwości**

Analiza sytuacji kobiet i mężczyzn w zakresie ich postaw i aktywności przedsiębiorczych pozwala stwierdzić, że w 2022 r. w Polsce, pierwszy raz od 2017 r., **udział Polek dostrzegających szanse biznesowe w swoim otoczeniu jest wyższy niż udział Polaków (74% vs. 70%).**

Mimo dostrzegania perspektyw biznesowych przez większą niż w 2021 r. część kobiet, **znacznie zmniejszył się (spadek z 59% w 2021 r. do 46% w 2022 r.) udział Polek, które odczuwają, że mają odpowiednie kwalifikacje, wiedzę, umiejętności i doświadczenie potrzebne do założenia własnej działalności gospodarczej.** W przypadku mężczyzn, co drugi Polak dostrzega swoje zdolności przedsiębiorcze, co również wskazuje na zmianę negatywną w stosunku do poprzedniego roku.

Wraz z obserwowanym mniejszym, w stosunku do 2021 r., udziałem Polek i Polaków oceniających pozytywnie swoje zdolności przedsiębiorcze, **wzrosły odsetki osób mających obawy przed założeniem firmy, bojących się podjęcia ryzyka i w razie niepowodzenia – porażki (o 14 p.p. – do poziomu 59% w przypadku kobiet i o 11 p.p. – do poziomu 56% w przypadku mężczyzn).**

## **Zrównoważony rozwój i odpowiedzialność społeczna – rozważanie a działanie**

**Świadomość społecznej i środowiskowej odpowiedzialności biznesu wydaje się wysoka wśród polskich przedsiębiorców** – średnio ponad 90% firm działających na rynku co najmniej 3,5 roku (firmy dojrzałe) i ok. 85% działających co najwyżej 3,5 roku (firmy młode) deklaruje, że podczas podejmowania decyzji biznesowych zawsze bierze pod uwagę społeczne i/lub środowiskowe skutki swoich działań.

**Faktyczne działanie jest mniej popularne, a – co więcej – różnica między działaniami młodych i dojrzałych firm jest bardziej znacząca** (na korzyść firm będących dłużej na rynku) (3 na 5 młodych przedsiębiorców i 3 na 4 dojrzałych w ciągu ostatniego roku podjęło działania prospołeczne, natomiast w przypadku działań prośrodowiskowych było to kolejno: 55% reprezentantów firm młodych i 70% firm dojrzałych). Patrząc na firmy dojrzałe, o ile w kolejnej edycji utrzymany zostanie wzrostowy trend w analizowanym zakresie, będzie można z nadzieją patrzeć na dążenie do zrównania wskaźników deklarowanego uwzględniania aspektów zrównoważonego rozwoju i społecznej odpowiedzialności oraz podejmowanych realnych działań.

Wraz z dojrzałością rynkową rośnie zrozumienie potrzeb społecznych/środowiskowych i równocześnie gotowość do zrzeczenia się części własnych zysków. W przypadku Polski, **deklarowaną gotowość do przekładania celów społecznych i/lub środowiskowych ponad wzrost lub zyskowność własnej firmy odnotowano w przypadku 28% przedsiębiorców działających co najwyżej 3,5 roku na rynku i 33% – co najmniej 3,5 roku.**

Polska notuje także relatywnie wysokie wyniki, jeśli chodzi o **rozpoznawalność 17 Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ – zna je 43% młodych przedsiębiorców i 60% dojrzałych** (w Europie kolejno średnio: 29% i 28%).

## Otwartość polskich firm na digitalizację

Wyniki z 2022 r. pozwalają zaobserwować a) ogólnie **większą otwartość polskich firm na digitalizację** oraz b) **większą otwartość** na digitalizację **firm krócej (do 3,5 roku) operujących na rynku** (co również może być powiązane z czasem i warunkami towarzyszącymi rozpoczęciu działalności).

52% firm młodych (działających na rynku nie dłużej niż 3,5 roku) i 57% firm dojrzałych (funkcjonujących co najmniej 3,5 roku) uważa, że wprowadzenie technologii cyfrowych do biznesu (w kontekście sprzedaży produktów czy usług) nie jest konieczne ze względu na to, że firma z powodzeniem radzi sobie, podejmując bardziej tradycyjne działania. Opinia ta jest mniej popularna niż w 2021 r., kiedy odsetki te były wyższe o kolejno 13 p.p. i 7 p.p. Jednocześnie **wzrosły** – w stosunku do ubiegłego roku – **udziały firm deklarujących wsparcie sprzedaży dóbr i usług technologiami cyfrowymi w wyniku pandemii** (wzrost o kolejno: 25 p.p. do niemal 40% w przypadku młodych firm i o 15 p.p. do ponad 20% w przypadku firm dojrzałych). Warto zauważyć, że **firmy młode częściej niż dojrzałe (29% vs. 15%) spodziewają się także zwiększonego wykorzystania technologii cyfrowych do sprzedaży produktów/ usług w ciągu 6 miesięcy** następujących po przeprowadzeniu badania.

## Nadal przeciętne uwarunkowania rozwoju młodych firm

Analiza opinii ekspertów pozyskanych w badaniu NES pokazuje, że **w 2022 r. w Polsce nie nastąpiła poprawa uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w porównaniu do poprzednich dwóch lat**. Warunki do powstawania i rozwoju przedsiębiorstw w Polsce na tle objętych badaniem GEM krajów europejskich i gospodarek o wysokich dochodach były przeciętne. W 2022 r., w porównaniu do poprzednich trzech lat, nieznacznie spadła wartość Krajowego Wskaźnika Uwarunkowań Przedsiębiorczości (NECI) – do 3,8 pkt na 10 możliwych (z 4,2 pkt w latach 2020–2021 oraz 4,1 pkt w 2019 r.).

Podobnie jak w latach 2019–2021, w 2022 r. tylko jeden z obszarów – **otwartość rynku zewnętrznego** – **został oceniony przez polskich ekspertów znacznie lepiej niż wyniosła średnia dla krajów Europy**. Wysoką ocenę uzyskał też obszar dotyczący dostępu do infrastruktury technicznej. **Poprawy natomiast wymagają przede wszystkim edukacja przedsiębiorczości** (zarówno na poziomie podstawowym i średnim, jak i na etapie uczelni

i kształcenia zawodowego), **polityka wspierania przedsiębiorczości** oraz **polityka związana z biurokracją i podatkami** oraz **obszar związany z B+R i transferem wiedzy**.

**Obszar dotyczący odbudowy przedsiębiorczości po pandemii COVID-19 został przez ekspertów oceniony na poziomie zbliżonym do krajów Europy i gospodarek o wysokich dochodach.** Polskie firmy, aby odbudować działalność, zwiększyły wykorzystanie narzędzi cyfrowych, a zatrudnienie pracowników wróciło do poziomu sprzed pandemii. Tylko nieznacznie niżej niż w krajach odniesienia oceniono stwierdzenia mówiące, że większość firm wróciła do poziomu działalności sprzed pandemii oraz przeszła z globalnych do lokalnych łańcuchów dostaw. Opinie ekspertów mogą świadczyć o tym, że polskie przedsiębiorstwa stosunkowo dobrze poradziły sobie z pandemią i odbudowały działalność po tym trudnym okresie.

**Eksperci oceniali także stwierdzenia odnoszące się do postępów w realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju Organizacji Narodów Zjednoczonych.** Ocena ta była niższa niż przeciętnie w krajach europejskich i gospodarkach o wysokich dochodach. W obszarze tym szczególnym problemem może być to, że polskie przedsiębiorstwa skupiają się na generowaniu zysków, a społeczne zaangażowanie nie jest dla nich priorytetem oraz nie postrzegają płacenia podatków jako części ich odpowiedzialności społecznej. Również inwestorzy nie są zainteresowani finansowaniem nowych firm, które są społecznie odpowiedzialne. Nisko oceniono też obszar rządowego wsparcia firm zorientowanych na zrównoważony rozwój. W opinii ekspertów rząd nie zapewnia specjalnych regulacji wspierających startupy zorientowane na zrównoważony rozwój, nie wspiera też takich firm poprzez dotacje, specjalne prawa czy obniżki podatków.

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

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

Wyniki badania GEM na reprezentatywnej próbie dorosłych Polaków wskazują, że **startup to firma** (kolejność wg częstości wskazań): **nastawiona na innowacje (72%), młoda (71%),**

**technologiczna (59%), działająca w obszarze IT (52%), korzystająca z finansowania zewnętrznego (19%).** Młodość, czyli czas funkcjonowania takiego podmiotu na rynku, według badanych, określana jest najczęściej do 3 lat (60%) i do 5 lat (36%).

**Wśród osób dorosłych zaangażowanych w działalność typu startup w 2022 r. większość stanowią kobiety (53%), nieco rzadziej mężczyźni (47%)** prowadzili tego typu podmioty. 80% reprezentujących startupy było w wieku powyżej 35. roku życia. **Głównym powodem założenia startupu jest chęć wzbogacenia się i osiągnięcia wysokich dochodów.** Osoby działające w formule startup szukają sposobu na zrewolucjonizowanie branży lub już wyróżniają się tym, że rewolucjonizują dotychczasowe zasady w branży.

Najczęściej w działalność startup zaangażowane są osoby z 3–4-osobowych gospodarstw domowych, z wykształceniem wyższym magisterskim. Mediana czasu funkcjonowania na rynku badanych startupów to 12 lat. **Startupy zdecydowanie częściej niż inne firmy korzystają ze wsparcia finansowego w postaci programów rządowych, a także akceleratorów czy platform startowych.** Zdeklarowane startupy w swoich szeregach mają ludzi z wcześniejszym doświadczeniem biznesowym czy startupowym.

**Czynnikami, które w największym stopniu utrudniają rozwój startupów, są obciążenia podatkowe, biurokracja i formalności.** Respondenci w dalszej kolejności wskazują również na zmienność prawa, w tym prawa pracy, która nie sprzyja rozwojowi firm, szczególnie gdy jest i tak już ograniczona dostępność pracowników o odpowiednich kwalifikacjach.

**Eksperska ocena ekosystemu startupów w Polsce wskazuje, że niezmiennie od czterech edycji badania uznawane są one za bardzo istotne dla rozwoju polskiej gospodarki.** Wskazano na potrzebę działań szkoleniowo-doradczych w zakresie umiejętności budowania współpracy między dużymi i średnimi firmami a startupami. Rok 2022 przyniósł pogorszenie ocen w zakresie wszystkich ocenianych wymiarów, w tym dot. zapewnienia odpowiedniej przestrzeni i warunków pracy (coworking i mentoring), możliwości finansowania ze strony seed/venture capital czy dedykowane startupom programy publiczne.

# 1. O badaniu GEM

**GEM jest największym projektem badawczym w zakresie przedsiębiorczości, który koncentruje się na przedsiębiorczości we wczesnym stadium działalności.** Służy trzem celom: 1) umożliwia pomiar różnic w przedsiębiorczych postawach, aktywności i aspiracjach pomiędzy państwami; 2) pozwala zidentyfikować czynniki determinujące naturę i poziom aktywności przedsiębiorczej; 3) umożliwia sformułowanie wniosków istotnych dla polityki społeczno-gospodarczej, w tym wspierania przedsiębiorczości.

Projekt powstał w 1997 r. z inicjatywy naukowców z Babson College (USA) oraz London Business School (Wielka Brytania), którzy dostrzegli potrzebę stworzenia globalnego wskaźnika przedsiębiorczości na podobieństwo wskaźnika konkurencyjności opracowywanego przez World Economic Forum. W 1999 r. została przeprowadzona pierwsza edycja badań obejmująca 10 państw, **w roku 2022 badania GEM zostały przeprowadzone przez 51 państw, które łącznie odpowiadają za ok. dwie trzecie populacji świata<sup>2</sup>.**

GEM opiera się na jednolitej metodologii pozyskiwania danych. W każdym z państw co roku przeprowadzane jest badanie ilościowe na reprezentatywnej próbie dorosłych mieszkańców oraz badanie jakościowe z udziałem ekspertów w dziedzinie przedsiębiorczości<sup>3</sup>. Za proces zbierania danych odpowiadają Zespoły Krajowe (ang. *National Teams*), tworzone w większości przypadków przez przedstawicieli uczelni z poszczególnych państw. Dodatkowo proces pozyskiwania i przetwarzania danych jest ściśle kontrolowany przez centralny zespół metodologów. GEM co roku publikuje raport z danymi nt. wszystkich krajów – GEM Global Report, jak również raporty tematyczne, poświęcone m.in. przedsiębiorczości kobiet czy osób młodych, firmom rodzinnym czy polityce publicznej<sup>4</sup>.

Polskę od 2011 r. reprezentuje w GEM Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości wraz z Uniwersytetem Ekonomicznym w Katowicach.

---

<sup>2</sup> Przy tym badanie jakościowe – ekspercka ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości – zostało przeprowadzone przez 51 państw, a badanie ilościowe osób dorosłych – przez 49 państw (poza Argentyną i Włochami). Szczegółowy wykaz państw, które wzięły udział w badaniach GEM w 2022 r., przedstawia Tabela 1.1.

<sup>3</sup> Więcej w rozdziale 1.2.

<sup>4</sup> <https://gemconsortium.org/>



## 1.1. Założenia teoretyczne GEM

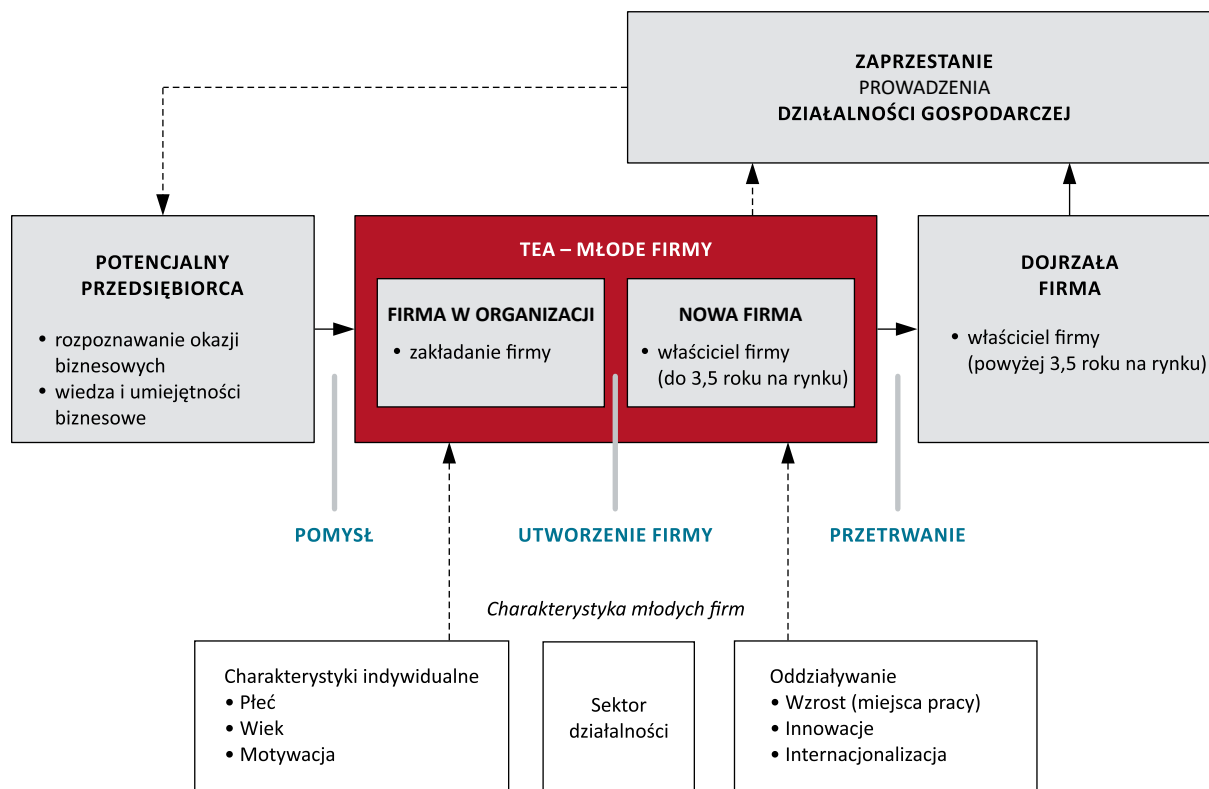
Badania w ramach GEM są oparte na modelach teoretycznych stworzonych na bazie wieloletniego dorobku nauki o przedsiębiorczości. Dwa najważniejsze to **model procesu przedsiębiorczego** oraz **model koncepcyjny**.

### Model procesu przedsiębiorczego

**Przedsiębiorczość** jest terminem bardzo pojemnym, z wieloma różnorodnymi znaczeniami. GEM operacjonalizuje to pojęcie jako „**każdą próbę tworzenia nowej firmy lub nowego przedsięwzięcia, taką jak samozatrudnienie, nowa organizacja gospodarcza, ekspansja istniejącej organizacji, dokonaną przez jednostkę, zespół ludzi lub istniejącą organizację**”<sup>5</sup>. Podczas gdy definicja przedsiębiorczości jako nowej aktywności gospodarczej jest wąska, samo pojęcie aktywności gospodarczej jest rozumiane dość szeroko. Ma to swoje implikacje w pomiarze poziomu przedsiębiorczości w GEM, która nie jest ograniczana do rejestracji nowej działalności gospodarczej. Traktowana jest bardziej w kategoriach behawioralnych niż instytucjonalnych i obejmuje zarówno zachowania przedsiębiorcze prowadzące do rejestracji nowych podmiotów gospodarczych, jak i zachowania przedsiębiorcze w już istniejących organizacjach. Podejście do procesu przedsiębiorczego przyjęte w GEM polega na identyfikowaniu fazy, w jakiej znajduje się przedsięwzięcie gospodarcze danej osoby (Rysunek 1.1). W momencie badania może być ona na etapie rozpoznawania okazji biznesowych i samooceny własnych umiejętności przedsiębiorczych, może to być też etap prowadzenia firmy bądź wycofania się z tej działalności. Jednocześnie uwaga w modelu skoncentrowana jest na wczesnych etapach działalności. Jest to jeden z istotnych elementów odróżniających GEM od innych projektów badawczych w dziedzinie przedsiębiorczości, w których często bada się zarejestrowane podmioty gospodarcze na podstawie danych z krajowych urzędów statystycznych, co nie pozwala na dogłębny wgląd w charakterystyki nowych przedsięwzięć.

---

<sup>5</sup> P.D. Reynolds, M. Hay, S.M. Camp, Global Entrepreneurship Monitor 1999 Executive Report, Paul D. Reynolds, Michael Hay and Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership at the Ewing Marion Kauffman Foundation, 1999.

**Rysunek 1.1.** Model procesu przedsiębiorczego według GEM

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

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

- **Firmy w organizacji** (w poprzednich edycjach Raportu GEM Polska określane jako preprzedsiębiorcy) (*nascent*), rozumiane jako osoby zaangażowane w zakładanie i organizowanie swojej firmy, przy czym okres wypłacania właścicielom wynagrodzeń nie przekracza trzech miesięcy.
- **Nowe firmy** (*new businesses*), osoby, które są właścicielami i zarządzają nową firmą, tj. prowadzą działalność gospodarczą, w ramach której przez ponad 3, ale nie dłużej niż 42 miesiące, wypłacane są właścicielom wynagrodzenia. Okres 3,5 roku uznaje się za krytyczny w działalności przedsiębiorczej. Jego przetrwanie świadczy o sukcesie pierwszego etapu, czyli założenia działalności i przejściu do kolejnego etapu, czyli zarządzania istniejącą firmą.
- **Dojrzałe firmy**, osoby prowadzące firmę dłużej niż 42 miesiące (tj. ponad 3,5 roku wypłacają wynagrodzenie).

**TEA** (*Total early-stage Entrepreneurial Activity*), czyli **całkowita przedsiębiorczość we wczesnym stadium**, jest centralnym wskaźnikiem tworzonym w badaniach GEM. Oznacza on **procent ludności w wieku produkcyjnym (18–64 l.), która jest zaangażowana w zakładanie działalności gospodarczej lub prowadzenie nowej firmy (działającej, tj. wypłacającej wynagrodzenia właścicielom do 3,5 roku)**. W modelu procesu przedsiębiorczości GEM do TEA (całkowitej przedsiębiorczości we wczesnym stadium) zalicza się firmy w organizacji i nowych przedsiębiorców, nie zalicza się natomiast firm dojrzałych. Metodologia obliczania wskaźnika TEA jest dość złożona i opiera się na odpowiedziach na kilka pytań z kwestionariusza badania GEM, dotyczących zamiarów oraz działań podejmowanych w zakresie zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej. Należy podkreślić, że **wskaźnik TEA nie mierzy udziału ludności prowadzącej działalność gospodarczą, ale udział ludności zakładającej i prowadzącej ją we wczesnym stadium wśród populacji osób dorosłych**. Jest w tym kontekście wskaźnikiem wyprzedzającym, pozwala na prognozowanie intensywności działalności gospodarczej w społeczeństwie.

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

Warto podkreślić, że podejście polegające na poddawaniu badaniom osób, a nie firm, jest charakterystyczne dla GEM i pozwala na znacznie głębszy wgląd w naturę procesu przedsiębiorczości. Daje to rezultaty dwojakiego rodzaju. Umożliwia analizę procesu przedsiębiorczości w wielu układach, na przykład identyfikację ludzi o podobnym nastawieniu i charakterystykach. Daje także możliwość odkrycia większej liczby różnic między państwami. Otrzymujemy bowiem informacje nie tylko na temat liczby przedsiębiorców w danym kraju, ale również na temat różnic w ich nastawieniu i charakterystykach w poszczególnych fazach prowadzenia działalności.

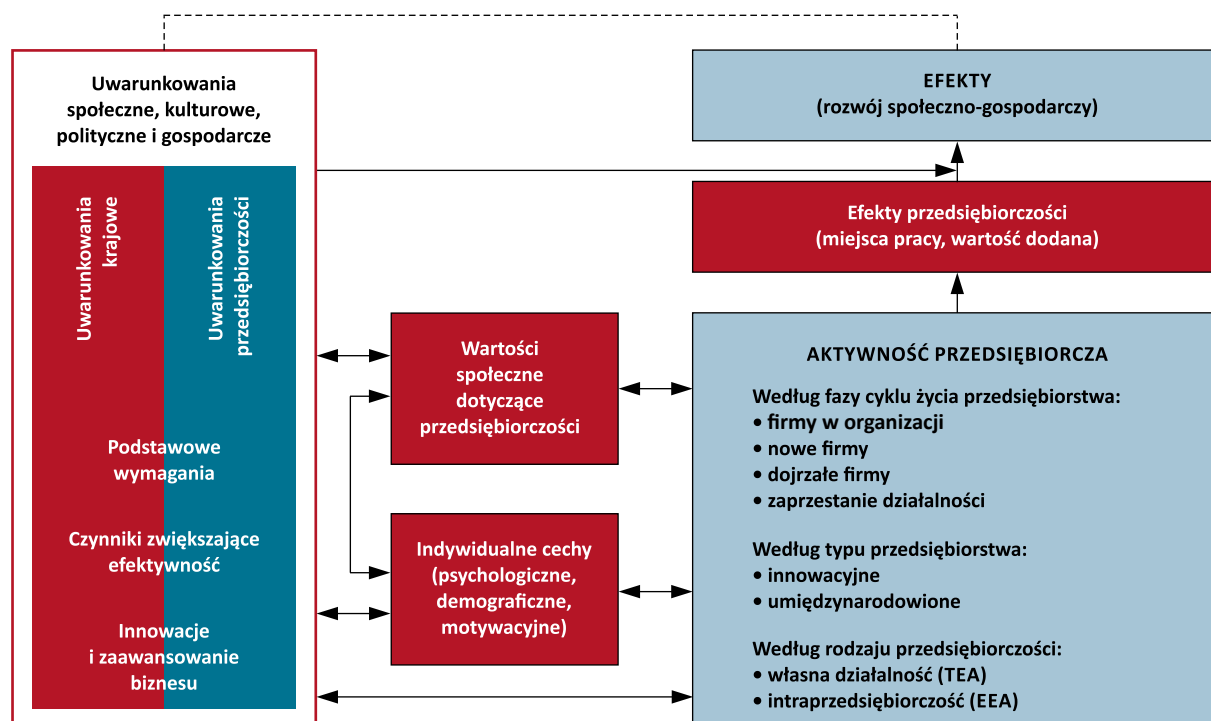
## Model koncepcyjny GEM

Model koncepcyjny GEM odnosi się do przedsiębiorczości jako kluczowego elementu rozwoju gospodarczego. Opiera się on na kilku istotnych założeniach.

Po pierwsze, stan gospodarki jest silnie uzależniony od osób angażujących się w działalność gospodarczą. Zależność ta zachodzi na wszystkich etapach rozwoju gospodarczego, może ona jednak przybierać różne nasilenie i mieć różny charakter. Przedsiębiorczość z przymusu, szczególnie w regionach słabiej rozwiniętych gospodarczo lub cierpiących na czasowy wzrost bezrobocia, może wspomagać gospodarkę w sytuacji, gdy opcje zatrudnienia są ograniczone. Bardziej rozwinięte gospodarki w wyniku swojego bogactwa i potencjału innowacyjnego tworzą więcej okazji biznesowych, oferując większą liczbę miejsc pracy dla osób, które mogłyby alternatywnie zostać przedsiębiorcami.

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

**Rysunek 1.2.** Model koncepcyjny GEM



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

## Klasyfikacja państw

W niniejszym raporcie stosowany jest podział państw według poziomu rozwoju gospodarczego zgodnie z podejściem World Economic Forum (WEF)<sup>6</sup>. Zgodnie z nim wyróżnia się cztery grupy państw: o niskim poziomie dochodu (*low-income*), niższym-średnim poziomie dochodu (*lower-middle*), wyższym-średnim (*upper-middle*) oraz wysokim (*high*). Dochód mierzony jest za pomocą dochodu narodowego brutto (GNI) na mieszkańca w USD<sup>7</sup>.

Na użytek analiz gospodarki o niższym-średnim i wyższym-średnim poziomie dochodu narodowego zostały połączone przez GEM w jedną grupę – o średnim poziomie dochodu. W ten sposób powstały trzy grupy państw: o niskim, średnim i wysokim poziomie dochodu<sup>8</sup>. Polska należy do grupy państw o wysokim poziomie dochodu. Pełne zestawienie państw, które wzięły udział w badaniu GEM w 2022 r., przedstawia Tabela 1.1. Łącznie jest to **51 państw<sup>9</sup>, w tym 22 państwa Europy.**

<sup>6</sup> Do 2017 r. WEF klasyfikował gospodarki na zorientowane na czynniki produkcji, efektywność oraz innowacyjność (więcej nt. w Raporcie z badania *GEM Polska 2017/2018*, PARP 2018, s. 14). W 2018 r. WEF zmienił podejście na klasyfikację według poziomu dochodu (patrz *The Global Competitiveness Report 2018*, WEF 2019).

<sup>7</sup> Jest to klasyfikacja Banku Światowego. Wartości w USD uzyskiwane są po przeliczeniu z wartości GNI w walucie krajowej przy wykorzystaniu metody *World Bank Atlas method*.

<sup>8</sup> Bank Światowy 1 lipca każdego roku weryfikuje klasyfikację krajów wg kryterium dochodowego. W 2022 r. obowiązywały następujące progi dla poszczególnych grup: low-income – do 1135 USD na mieszkańca, middle-income – od 1136 do 13 845 USD, high-income – powyżej 13 845 USD. Więcej: <https://datahelpdesk.worldbank.org/knowledgebase/articles/378834-how-does-the-world-bank-classify-countries> oraz <https://blogs.worldbank.org/opendata/new-world-bank-country-classifications-income-level-2021-2022> [dostęp: 21.06.2023] oraz OGHIST.xlsx (live.com) [dostęp: 7.08.2023].

<sup>9</sup> Badania jakościowe przeprowadziło 51 państw, ilościowe – 49 (bez Argentyny i Włoch).

**Tabela 1.1.** Klasyfikacja państw uczestniczących w GEM w 2022 r. według poziomu dochodu narodowego w przeliczeniu na mieszkańca danego kraju

Niski poziom dochodu	Średni poziom dochodu	Wysoki poziom dochodu
Egipt, Indie, Indonezja, Iran, Maroko, Togo, Tunezja	Argentyna*, Brazylia, Chiny, Gwatemala, Kolumbia, Meksyk, Republika Południowej Afryki, <b>Serbia</b> , Wenezuela	Arabia Saudyjska, <b>Austria</b> , Chile, <b>Chorwacja</b> , <b>Cypr</b> , <b>Francja</b> , <b>Grecja</b> , <b>Hiszpania</b> , <b>Holandia</b> , Izrael, Japonia, Kanada, Katar, Korea Południowa, <b>Litwa</b> , <b>Luksemburg</b> , <b>Łotwa</b> , <b>Niemcy</b> , <b>Norwegia</b> , Oman, Panama, <b>Polska</b> , Puerto Rico, <b>Rumunia</b> , <b>Słowacja</b> , <b>Słowenia</b> , Stany Zjednoczone Ameryki, <b>Szwajcaria</b> , <b>Szwecja</b> , Tajwan, Urugwaj, <b>Węgry</b> , <b>Wielka Brytania</b> , <b>Włochy*</b> , Zjednoczone Emiraty Arabskie

\*Argentyna i Włochy zrealizowały tylko badanie jakościowe – ekspercką ocenę uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości (NES) w 2022 r. Pogrubioną czcionką zostały wyróżnione państwa Europy.

## 1.2. Prowadzenie badań w GEM

Badania w projekcie GEM prowadzone są w dwóch częściach. Pierwsza z nich to typowo ilościowe badanie populacji dorosłych (*Adult Population Survey – APS*) przeprowadzane na reprezentatywnej próbie osób w wieku produkcyjnym. Druga część badań – jakościowa – polega na zbieraniu opinii krajowych ekspertów na temat uwarunkowań powstawania i rozwoju nowych firm w danym kraju (*National Experts Survey – NES*).

### APS

W każdym kraju biorącym udział w projekcie corocznie przeprowadza się badanie populacji dorosłych na próbie co najmniej 2000 osób dorosłych (18–64 l.). Badanie zazwyczaj przeprowadza się metodą CATI z uwzględnieniem telefonii stacjonarnej i komórkowej. W badaniu APS dokonuje się pomiaru m.in. społecznej percepcji przedsiębiorczości, intencji przedsiębiorczych, poziomu przedsiębiorczości, pozyskiwane są z niego również informacje na temat motywów założenia działalności gospodarczej, powodów jej zaprzestania, a od 2021 r. – zrównoważonego rozwoju i przedsiębiorczości kobiet. Więcej informacji na ten temat dostępne jest w raporcie światowym GEM Global Report 2022/23<sup>10</sup>.

<sup>10</sup> GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*) (2023). *Global Entrepreneurship Monitor 2022/2023 Global Report: Adapting to a “New Normal”*. London: GEM. Raport dostępny na stronie GEM: [www.gemconsortium.org](http://www.gemconsortium.org)

W Polsce badanie ilościowe od 2011 r. realizowane jest co roku na reprezentatywnej ogólnopolskiej próbie dorosłych mieszkańców naszego kraju w wieku 18–64 l. Do 2016 r. było to 2000 wywiadów rocznie. Od 2017 r. badanie prowadzone jest na zwiększonej próbie, z uwagi na zamysł uchwycenia grupy startupów i zdobycia wiedzy na ich temat – w rezultacie od tego czasu co roku przeprowadza się 8000 wywiadów z dorosłymi mieszkańcami naszego kraju. Również od tego roku wspólne dla wszystkich państw narzędzie badawcze rozszerzono w Polsce o blok pytań poświęconych startupom<sup>11</sup>. W 2022 r. badanie było realizowane w okresie od 26 kwietnia do 17 lipca.

## NES

NES (ang. *National Experts Survey*), czyli ekspercka ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości, to badanie jakościowe, w którym co najmniej 36 specjalistów z różnych dziedzin powiązanych bezpośrednio lub pośrednio z przedsiębiorczością dokonuje oceny funkcjonowania 13 obszarów, składających się na otoczenie przedsiębiorstw w danym kraju. Wśród nich są m.in.: finansowanie działalności gospodarczej, polityka rządu i programy publiczne, edukacja, transfer B+R, dostęp do usług prawnych i księgowych, rynek, normy społeczno-kulturowe i od 2021 r. – zrównoważony rozwój i przedsiębiorczość kobiet. W każdym kraju wyboru grupy ekspertów dokonuje się na podstawie tych samych kryteriów, z których głównymi są specjalizacja (odpowiadająca ww. obszarom), rodzaj prowadzonej działalności (naukowiec, przedsiębiorca, pracownik administracji, polityk, dziennikarz itp.) oraz doświadczenie w prowadzeniu działalności przedsiębiorczej (przedsiębiorca – nie-przedsiębiorca).

W Polsce badanie jakościowe co roku realizowane jest na co najmniej 36 celowo dobranych ekspertach<sup>12</sup>. Scenariusz wywiadu stosowany w badaniu NES w Polsce, od 2017 r. zawiera dodatkowy blok pytań poświęconych uwarunkowaniom rozwoju startupów. W 2022 r. badanie zostało przeprowadzone w okresie od 15 czerwca do 26 lipca.

<sup>11</sup> Wywiady każdego roku realizowane są techniką CATI. Cały proces pozyskiwania danych jest kilkakrotnie weryfikowany przez PARP oraz zespół metodologów GEM pod kątem zgodności cech takich jak region, płeć, wiek z rozkładem populacji.

<sup>12</sup> Badanie od 2011 r. realizowane jest techniką CAWI, koordynuje je zespół PARP, a baza wynikowa weryfikowana jest przez zespół metodologów GEM.

## 2. Przedsiębiorczość w Polsce w 2022 r.

Kiedy 26 kwietnia rozpoczynaliśmy realizację badania ilościowego, będącego podstawą do napisania niniejszego rozdziału, mieliśmy sporo obaw o obraz przedsiębiorczości, jaki się z niego wyłoni. Dwa lata pandemii COVID-19 były wyjątkowo wymagającym czasem dla większości działających przedsiębiorstw. Elementami nowej rzeczywistości stały się lockdowny, częściowe obostrzenia w prowadzeniu działalności, ponadstandardowe nieobecności pracowników i konieczność szybkiego dostosowania procesów biznesowych do funkcjonowania w świecie cyfrowym. Media nie ustawały w dostarczaniu informacji o trudnym, wręcz katastrofalnym w przypadku pewnych sektorów, położeniu przedsiębiorców. Rząd uruchamiał kolejne Tarcze Antykryzysowe, starając się ochronić miejsca pracy i złagodzić straty finansowe przedsiębiorstw. Wszystko to nie pozostało bez wpływu na intencje przedsiębiorcze Polek i Polaków. Skłonność do zakładania firm spadła do najniższego poziomu w historii 12 lat badań GEM. Można powiedzieć, że wszyscy zderzyliśmy się z prawdą znaną, acz zapominaną w spokojnych czasach – że nieodłącznym elementem działalności gospodarczej jest ryzyko oraz że przedsiębiorstwo to przede wszystkim ludzie.

W momencie, kiedy pandemia zdawała się być nieco oswojona, a wszelkie prognozy dawały nadzieję na powrót na ścieżkę szybszego tempa wzrostu gospodarczego i lepszych warunków dla rozwoju przedsiębiorczości, Rosja zaatakowała Ukrainę, a Polska stała się jednym z liderów wspierających Ukrainę w formie pieniężnej (m.in. sprzętu wojskowego), ale też niepieniężnej. Do naszego kraju od wybuchu wojny, tj. 24 lutego, do końca kwietnia 2022 r. „ze stref bezpośrednio albo pośrednio objętych działaniami wojennymi uciekło około 3 mln osób”<sup>13</sup>. Wzrósł niepokój i niepewność jutra, a społeczeństwo i przedsiębiorcy zostali dotknięci inflacją, w tym rosnącymi kosztami energii i gazu oraz surowców.

Według CBOS, „rok 2022 w opinii badanych był dla Polski tylko minimalnie lepszy od rekordowo złego roku 2020, a obok 2021 zalicza się do trzech najgorszych lat dla

<sup>13</sup> Duszczyk M., Kaczmarczyk P. (2022) *Wojna i migracja: napływ uchodźców wojennych z Ukrainy i możliwe scenariusze na przyszłość*, CMR Spotlight 4(39).



Polski w całej historii badań [CBOS], czyli od roku 1986”<sup>14</sup>. Oceny ubiegłego roku w wymiarze globalnym były także najniższe w historii. Podobne nastroje panowały wśród przedsiębiorców – według Szybkiego Monitoringu NBP w 3 kw. 2022 r. wskaźnik niepewności wśród firm był na najwyższym poziomie w historii tego badania, tj. od 2011 r., również udział firm z wysokiej ekspozycji na ryzyko bankructwa był na drugim najwyższym poziomie w historii. Warto także dodać, że w 2022 r. weszły w życie zmiany w systemie podatkowym, w ramach programu Polski Ład, dotyczące także osób prowadzących działalność gospodarczą. Ich wprowadzaniu, z uwagi na nagłość procesu oraz kilkukrotne poprawki, także towarzyszyło zaniepokojenie<sup>15</sup>.

Przejdźmy zatem do omówienia kluczowych wskaźników obrazujących nastawienie polskiego społeczeństwa do przedsiębiorczości i aktywność przedsiębiorczą Polaków na tle państw Europy<sup>16</sup> i świata<sup>17</sup> uczestniczących w badaniu w 2022 r. Dodatkowo omówiono wyniki w obszarze świadomości społeczeństwa nt. Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ oraz zastosowania ich w działalności gospodarczej.

## 2.1. Postrzeganie przedsiębiorczości przez Polaków

**W 2022 r., po raz pierwszy w 12-letniej historii prowadzenia badań GEM w Polsce, mniej niż połowa Polaków podzielała pogląd, że w naszym kraju prowadzenie własnej firmy jest dobrym sposobem na zrobienie kariery. Uważały tak jedynie 4 osoby na 10, podczas**

<sup>14</sup> Oceny roku 2022., Komunikat z badań, nr 161/2022, CBOS, grudzień 2022.

<sup>15</sup> Najwięcej komentarzy wzbudzały zmiany polegające m.in. na podniesieniu kwoty wolnej od podatku do 30 tys. zł, podwyższeniu drugiego progu podatkowego do 120 tys. zł, a przede wszystkim – braku możliwości odliczenia składki zdrowotnej od podatku i zmianie zasad jej naliczania (uzależnieniu jej wysokości od dochodu dla właścicieli firm). Jak wskazują badania CBOS, miesiąc po wejściu w życie Polskiego Ładu, tj. w lutym 2022 r. Polacy czuli się niedostatecznie poinformowani o obowiązujących zmianach w podatkach. Przy tym trzeba zaznaczyć, że pracujący na własny rachunek byli tą grupą społeczno-zawodową, w której najczęściej oczekiwano strat w wyniku reformy (uważało tak prawie 6 na 10 przedsiębiorców), i której większość (70%) była niezadowolona z wprowadzonych zmian. Źródło: Polski Ład w praktyce – wstępne opinie i oceny, CBOS, luty 2022.

<sup>16</sup> Państwa europejskie, które zrealizowały badanie ilościowe dorosłych w 2022 r. to: Austria, Chorwacja, Cypr, Francja, Grecja, Hiszpania, Holandia, Litwa, Luksemburg, Łotwa, Niemcy, Norwegia, Polska, Rumunia, Serbia, Słowacja, Słowenia, Szwajcaria, Szwecja, Węgry, Wielka Brytania.

<sup>17</sup> Szczegółowy wykaz wszystkich państw, które wzięły udział w badaniach ilościowych i jakościowych GEM w 2022 r., w podziale według poziomu dochodu zamieszczono w Tabeli 1.1.

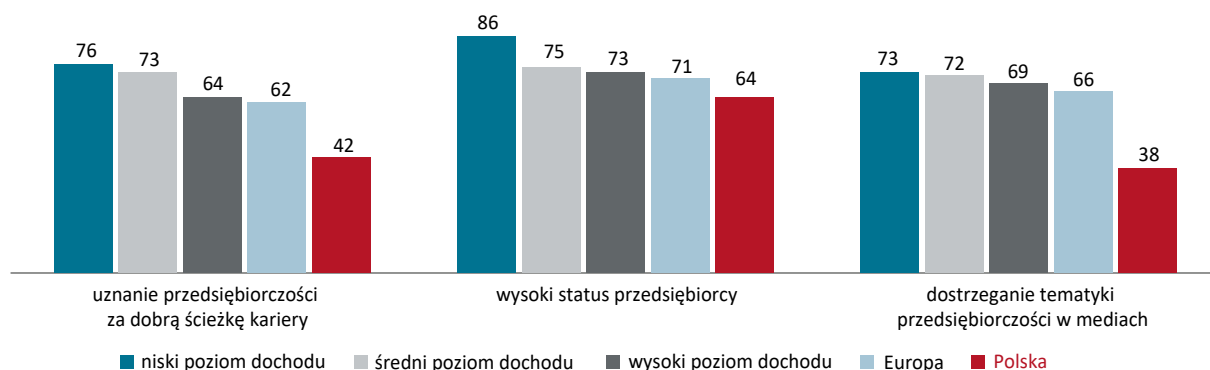
gdy w czasie pandemii było to 6 osób na 10, a w okresie wcześniejszym – nawet 8–9 na 10 badanych (patrz Wykres 2.2). Wynik ten plasuje nas na przedostatnim miejscu wśród państw europejskich – przed Szwajcarią (38%) i trzecim od końca wśród 43 państw świata<sup>18</sup> – po Japonii (24%) i wspomnianej Szwajcarii. Generalnie prowadzenie działalności gospodarczej postrzegane jest jako alternatywa dla pracy najemnej w krajach uboższych. Wraz ze wzrostem zamożności i towarzyszącemu mu efektywniej funkcjonującemu rynkowi pracy oraz sile roboczej dysponującej specjalistycznymi umiejętnościami na atrakcyjności zyskuje praca najemna. Zależność ta widoczna jest na Wykresie 2.1 – w grupie państw najbogatszych w porównaniu z grupą państw o niskim poziomie dochodu średnio mniej mieszkańców postrzega prowadzenie działalności jako realny sposób na zarobkowanie (64% wobec 76%). Ta ogólna zależność powinna być jednak zawsze rozpatrywana w kontekście uwarunkowań, choćby społeczno-kulturowych, ale także prawno-instytucjonalnych poszczególnych gospodarek, ponieważ w ramach każdej grupy państw występują spore rozbieżności w zakresie tego wskaźnika, jak i pozostałych analizowanych w niniejszym Raporcie. Warto jeszcze dodać, że państwami o najwyższym udziale osób będących zdania, że prowadzenie działalności jest opcją na zarabianie, są: Arabia Saudyjska (95%), Gwatemala (94%) i Togo (85%).

Podobna zależność cechuje mieszkańców analizowanych grup państw, jeśli chodzi o **wizerunek przedsiębiorcy**. W państwach o niskim poziomie dochodu średnio prawie 9 na 10 mieszkańców uważa, że osobom, które odniosły sukces w biznesie, należy się szacunek i uznanie, w państwach najbogatszych i w Europie tego zdania jest nieco ponad 7 na 10 osób. Najbardziej powszechne uznanie dla osób, które z sukcesem założyły firmę, cechuje, według danych z 2022 r., mieszkańców Arabii Saudyjskiej (97%), Indii (91%), Korei Południowej (90%), a z państw europejskich – Norwegii i Słowenii (po 89%). Na końcu rankingu zestawienia światowego są: Chorwacja, Francja i Hiszpania (po 55%). Polacy odbiegają znacznie mniej od średniej europejskiej pod względem tego wskaźnika niż miało to miejsce w przypadku postrzegania prowadzenia firmy jako możliwości realizacji planów zawodowych. **Według danych z 2022 r. 64% Polaków podziela pogląd, że osobom, które założyły firmę i odniosły sukces, należy się uznanie (66% rok wcześniej).**

<sup>18</sup> Pytania dotyczące nastawienia społeczeństwa do przedsiębiorczości były w 2022 r. opcjonalne dla zespołów krajowych, dlatego dane dostępne są dla 43 państw z 49. Brak danych nt. wszystkich trzech wskaźników dla: Brazylii, Holandii, Luksemburga, Puerto Rico, Szwecji i Wenezueli.

Trzeba też pamiętać, że w każdej grupie państw klasyfikowanych do jednej grupy dochodowej występuje spory rozstrzał wartości przyjmowanych przez dany wskaźnik. Należy więc uśrednione wyniki traktować z dużą ostrożnością.

**Wykres 2.1.** Społeczna percepcja przedsiębiorczości w Polsce na tle średniej dla badanych państw Europy\* oraz grup gospodarek według poziomu dochodu w 2022 r. (% osób w wieku 18–64 l.)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM; \*mniejsza liczba państw – patrz przypis 16.

Trzeci wskaźnik stosowany w GEM w bloku dotyczącym postrzegania przedsiębiorczości przez społeczeństwo odnosi się do mediów i do ich roli w kształtowaniu pozytywnego wizerunku przedsiębiorcy. **W 2022 r., tak samo jak rok wcześniej, jedynie 38% Polaków potwierdziło, że dostrzega w mediach publicznych i Internecie treści poświęcone przedsiębiorcom, którzy odnieśli sukces.** Jest to najniższy<sup>19</sup> wynik wśród 43 państw świata, dla których dostępne są dane na ten temat. Wśród nich pierwsze trzy miejsca należą do: Arabii Saudyjskiej (95%), Zjednoczonych Emiratów Arabskich (86%) i Słowenii (85%). Jest to też wynik niższy niż średnia europejska (66%).

Przyjrzyjmy się przez chwilę temu, jak mieszkańcy badanych państw Europy postrzegają przedsiębiorczość. Ogólnie można powiedzieć, że Europejczycy doceniają wysiłki osób, które postanowiły założyć własną firmę (średnio 71% osób podziela opinię, że tym, którzy odnieśli sukces w biznesie, należy się uznanie), również relatywnie sporo osób (62%) uważa, że posiadanie własnej firmy może być dobrą ścieżką kariery. Podobnie jest, jeśli chodzi o dostrzeganie pozytywnych treści nt. przedsiębiorczości w mediach i Internecie (66%). Jednocześnie – jak pokazuje Tabela 2.1 – występują dość duże różnice między poszczególnymi społeczeństwami w zakresie każdego z tych wskaźników. W Norwegii i Słowenii aż 9 na 10 mieszkańców jest przekonanych o potrzebie doceniania wysiłków przedsiębiorców, relatywnie najrzadziej opinię tę podzielają Chorwaci, Francuzi i Hiszpanie (niemal 6/10). Jeśli chodzi o uznanie przedsiębiorczości za dobrą ścieżkę kariery, najwyższy

<sup>19</sup> Drugim od końca krajem w zestawieniu jest Hiszpania (47%), a trzecim – Słowacja (52%).

wynik notuje Rumunia (82%), najniższy zaś Szwajcaria (38%). Największe różnice między 18 społeczeństwami Europy widoczne są jednak w zakresie roli mediów w kształtowaniu pozytywnego wizerunku przedsiębiorcy. Można powiedzieć, że według danych za 2022 r. najlepiej z tego zadania wywiązują się media w Słowenii i Norwegii, najstąbiej – jak już wspomniano – w Polsce.

**Tabela 2.1.** Społeczna percepcja przedsiębiorczości w państwach Europy w 2022 r. (% osób w wieku 18–64 l.)

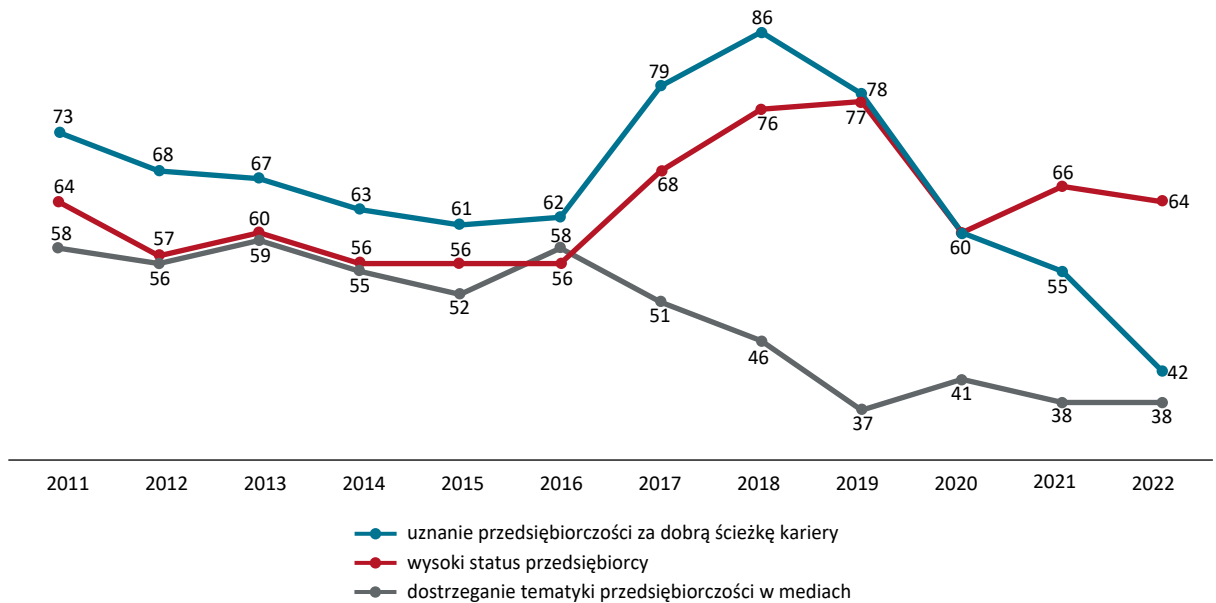
Państwo	Uznanie przedsiębiorczości za dobrą ścieżkę kariery	Wysoki status przedsiębiorcy	Dostrzeganie tematyki przedsiębiorczości w mediach
Austria	49	78	76
Cypr	77	72	67
Chorwacja	63	55	67
Francja	68	55	75
Grecja	72	72	57
Hiszpania	47	55	47
Litwa	70	63	69
Łotwa	53	58	56
Niemcy	61	80	62
Norwegia	67	89	80
<b>Polska</b>	<b>42</b>	<b>64</b>	<b>38</b>
Rumunia	82	85	71
Serbia	75	81	77
Słowacja	51	65	52
Słowenia	73	89	85
Szwajcaria	38	74	63
Węgry	64	63	64
Wielka Brytania	72	83	76
Średnia Europa (18)	<b>62</b>	<b>71</b>	<b>66</b>

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Analiza danych w latach 2011–2022 (Wykres 2.2) pozwala zaobserwować pewne tendencje, jeśli chodzi o podejście polskiego społeczeństwa do przedsiębiorczości. Pierwsze 6 lat (do 2016 r.) na tle kolejnych to czas względnej stabilności wszystkich trzech wskaźników. Wówczas ponad połowa Polaków dostrzegała pozytywną rolę mediów i Internetu w kształtowaniu korzystnego wizerunku przedsiębiorcy, a ok. 60% uważało, że osobom, które z powodzeniem założyły firmę, należy się uznanie i że założenie firmy jest dobrą opcją

na życie. Od 2017 r. nastąpiły silniejsze zmiany. Z roku na rok coraz mniej Polaków zauważało pozytywny przekaz w mediach nt. przedsiębiorczości. Jeśli chodzi o społeczny odbiór przedsiębiorczości, do 2018/2019 r. poprawiał się on, osiągając najwyższe wartości w tym okresie, po czym osłabł w czasie pandemii i w ostatnim 2022 r.

**Wykres 2.2.** Percepcja przedsiębiorczości w polskim społeczeństwie w latach 2011–2022 (% osób w wieku 18–64 l.)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Podsumowując, wydarzenia ostatnich trzech lat zmieniły społeczną percepcję przedsiębiorczości. Z niemal wspólnego wszystkim Polakom przekonania, że przedsiębiorczość jest dobrym wyborem na życie, przeszliśmy do nowej rzeczywistości, w której wciąż uznajemy wysiłki osób, które zdecydowały się na ten krok, ale znacznie rzadziej traktujemy prowadzenie firmy jako realną opcję. Zauważalne jest także, że w porównaniu z latami 2011–2016 r. znacznie mniej Polaków dostrzega pozytywne treści dotyczące przedsiębiorczości w mediach i Internecie.

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

**W 2022 r. udział osób twierdzących, że znają przynajmniej jedną osobę, która założyła działalność w ciągu ostatnich dwóch lat, spadł o 7 p.p. r/r i o 16 p.p. wobec 2020 r., i wyniósł 47%.** Choć brzmi to trochę dramatycznie, **wynik ten nie odbiegał zbytnio od średniej dla państw europejskich (50%) czy dla pozostałych analizowanych grup i był zbliżony do wartości zanotowanej w Polsce przed pandemią (50% w 2019 r.).** Wydaje się także, że wzrost zainteresowania Polaków sytuacją przedsiębiorstw, notowany w pierwszym roku pandemii (63%, +13 p.p. r/r) można uznać za efekt zwiększonego napływu informacji o wyjątkowo trudnym położeniu firm w tym czasie, a późniejsze spadki – za powolne osvajanie się z nową rzeczywistością.

Gdy porówna się uśrednione dane na temat wskaźnika osób znających nowo powstałe firmy dla czterech grup państw, widać stosunkowo niewielkie różnice. Nieco większy odsetek deklaracji o posiadaniu znajomych, którzy założyli firmę, odnotowano w grupie państw o niskim dochodzie (56% vs. 52% dla państw o wysokich dochodach i 50% dla państw europejskich). W całym rankingu państw biorących udział w badaniu GEM w 2022 r. najwyższą wartość tego wskaźnika osiągnęły: Arabia Saudyjska (88%), Cypr (82%) i Brazylia (76%), natomiast najniższą – podobnie jak w 2021 r. – Japonia (20%), Grecja i Tajwan (po 29%).

Ocena warunków do zakładania działalności w Polsce od lat jest relatywnie wysoka. W 2019 r. odsetek respondentów będących zdania, że założenie firmy nie jest trudne, wyniósł 90% i choć w pierwszym roku pandemii spadł do 59%, od 2021 r. rośnie. **W 2022 r. 79% Polaków wyraziło opinię, że założenie firmy w naszym kraju jest proste.** To znacznie lepszy wynik niż średnia dla Europy (52%) czy którejkolwiek z rozważanych grup państw.

**Tabela 2.2.** Odsetek osób będących zdania, że łatwo jest założyć firmę w 2022 r.

Rok	Niski poziom dochodu	Średni poziom dochodu	Wysoki poziom dochodu	Europa	Polska
2022	54	45	52	52	79

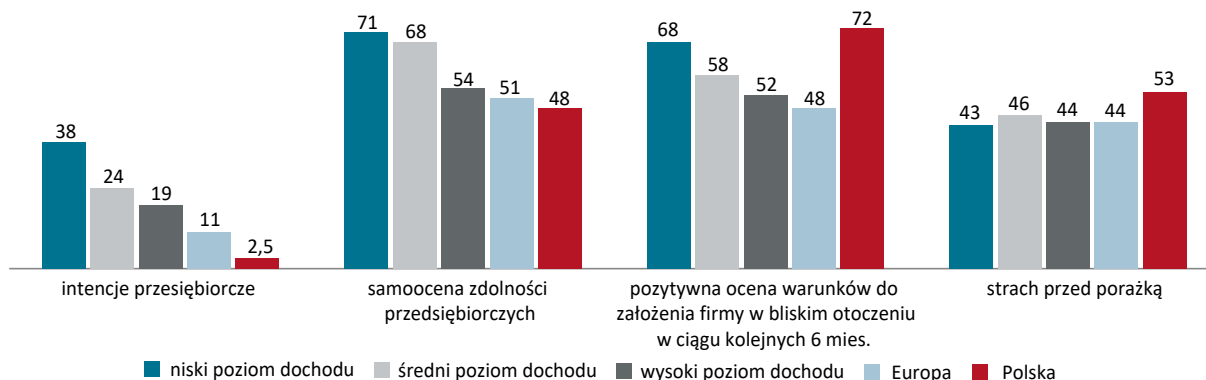
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Wśród państw, które wzięły udział w badaniu w 2022 r., najwyżej warunki do rozpoczęcia działalności w swoim kraju ocenili mieszkańcy Arabii Saudyjskiej (89% pozytywnych wskazań), Holandii i Norwegii (po 83%) oraz Szwecji (80%). Najtrudniej było rozpocząć działalność gospodarczą w Izraelu (jedynie 13% mieszkańców tego kraju zgodziło się z twierdzeniem, że założenie firmy w ich kraju jest proste). Niskie wyniki uzyskały także Słowacja (20%), Iran (24%) i Chiny (26%).

**W połowie 2022 r. perspektywy zakładania działalności w bliskim otoczeniu w ciągu kolejnych 6 miesięcy zostały przez rodzimych respondentów ocenione równie dobrze jak rok wcześniej (72% vs. 73% w 2021 r.), ale wskaźnik nie wrócił do poziomu z 2019 r. (87%).** W rankingu wszystkich państw biorących udział w badaniu Polska znalazła się ponownie na 9. miejscu i na trzecim wśród państw europejskich – wśród których większym optymizmem wykazali się tylko Szwedzi (77%) i Norwegowie (74%). Co się tyczy najbliższej przyszłości, najczęściej dobrej myśli byli mieszkańcy państw o niskim poziomie dochodu (68% wskazań), w pozostałych grupach odsetek pozytywnych odpowiedzi wyniósł: 58% dla państw o średnim dochodzie i 52% – o wysokim. Pozytywnej odpowiedzi udzieliło 48% badanych Europejczyków. Wśród 49 badanych państw najwyższe wyniki zanotowano ponownie w Arabii Saudyjskiej (90%), Indonezji (87%) i Katarze (81%), najniższe – w Japonii (13%), Hiszpanii (26%) i Cyprze (27%).

**Pomimo pozytywnej oceny warunków do zakładania działalności gospodarczej, Polacy nie garną się do prowadzenia własnej firmy, a pandemia tę niechęć jeszcze pogłębiła – w 2022 r. udział osób niezaangażowanych w prowadzenie działalności gospodarczej, które odpowiedziały twierdząco na pytanie o to, czy planują w ciągu najbliższych 3 lat założyć firmę, wyniósł jedynie 2,5% (–0,5 p.p. r/r) i był niższy o 3,5 p.p. w porównaniu z 2019 r.** To równocześnie najniższy wynik wśród 49 państw objętych badaniem GEM w 2022 r. Tak znaczący spadek intencji przedsiębiorczych można tłumaczyć racjonalną oceną ryzyka związanego z prowadzeniem biznesu przy niepewności wywołanej trwającą dwa lata pandemią, potem wybuchem wojny i skutkami tych wydarzeń w postaci rosnących cen i rosnących wynagrodzeń (także na skutek corocznie zwiększanej płacy minimalnej), przekładającej się na wzrost atrakcyjności pracy najemnej. Najwyższe odsetki osób planujących założenie działalności zanotowały Panama, Brazylia (po 53%) i Togo (52%), a wśród państw europejskich – Chorwacja (20%), Cypr (18%) i Łotwa (blisko 18%). Generalnie Europa pod względem intencji przedsiębiorczych wyraźnie odstaje od pozostałych grup państw – średnia wyniosła niecałe 11%. Średnie dla pozostałych grup są wyższe – 19% dla państw najbogatszych, 24% dla państw o średnich dochodach i 38% dla państw najuboższych.

**Wykres 2.3.** Postawy przedsiębiorcze w Polsce na tle średniej dla badanych państw Europy oraz grup gospodarek według poziomu dochodu w 2022 r. (% osób w wieku 18–64 l.)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

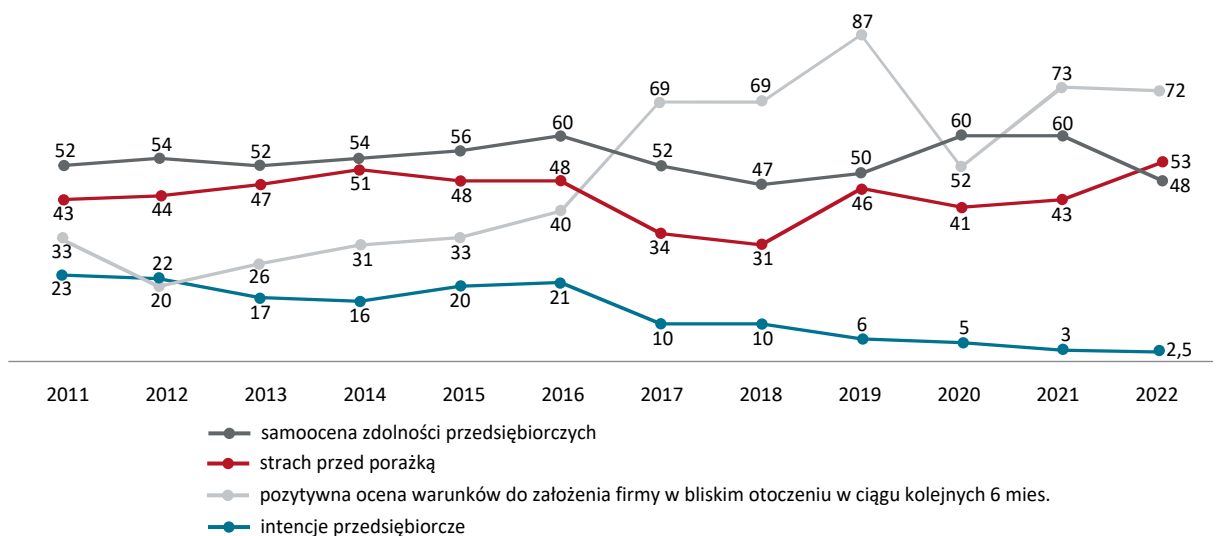
**Przeciętny Polak, choć rzadko planuje zakładanie firmy, czuje się stosunkowo dobrze przygotowany do prowadzenia własnego biznesu. W 2022 r. 48% osób było przekonanych, że dysponują wystarczającą wiedzą i umiejętnościami do prowadzenia firmy.** Jest to kolejny wskaźnik, który wrócił do poziomu sprzed pandemii, choć spadł w porównaniu z okresem, w którym doświadczaliśmy pandemii COVID-19 (50% w 2019 r., 47% w 2018 r. vs. 60% w 2020 i 2021 r.). W Europie najwyższe wyniki pod względem samooceny wiedzy i umiejętności potrzebnych do założenia działalności odnotowano kolejny raz w Chorwacji (74% w 2022 r. vs. 71% w 2021 r. vs. 75% w 2020 r.), najniższe zaś – w Niemczech (36%) i na Węgrzech (37%). Średnia dla uczestniczących w badaniu państw europejskich to 51%. Wśród wszystkich badanych państw najbardziej samokrytyczni odnośnie do swoich umiejętności biznesowych byli mieszkańcy Japonii (15%), a najmniej – w Arabii Saudyjskiej, Togo (po 88%) i Wenezueli (83%). Jeżeli porównamy grupy państw zróżnicowane pod względem dochodu, widać, że podobnie jak rok wcześniej, im niższy dochód, tym wyższa samoocena zdolności przedsiębiorczych (odpowiednio 71% vs. 68% vs. 54%).

Znacząco (o 10 p.p.) wzrósł w Polsce odsetek osób, które choć widzą szanse biznesowe, obawiają się porażki. **W 2022 r. ponad 53% dorosłych Polaków przyznało, że ryzyko nieosiągnięcia sukcesu zniechęca ich do założenia firmy. Jest to odsetek znacznie wyższy niż średnie dla analizowanych grup** (najwyższy wynik to blisko 46% dla krajów o średnim dochodzie, kraje europejskie uzyskały 44%) **i 6. wynik w całym rankingu.** Państwami, których mieszkańcy bardziej obawiali się porażki niż Polacy, były: Arabia Saudyjska (63%), Republika Południowej Afryki (59%), Chiny (57%), Rumunia (56%) i Indie (54%).



Od początku badania, tj. 2011 r., wskaźnik strachu przed porażką w Polsce oscylował między 31 a 53%, aby w 2021 r. osiągnąć wartość wyjściową (43%). Jego zmienność łatwo powiązać z wydarzeniami, jakie miały miejsce w kolejnych latach. Wzrost o 10 p.p. w 2022 r. wiąże się niewątpliwie z działaniami wojennymi w sąsiadującej z Polską Ukrainie – sytuacją o nieprzewidywalnych konsekwencjach. **Jak natomiast można wyjaśnić tendencję spadkową wskaźnika mierzącego intencje przedsiębiorcze w naszym kraju? – jego wartość obniżyła się z 23% w 2011 r. do niespełna 3% w 2022 r.** Generalnie trudna sytuacja, jak wysokie bezrobocie czy pandemia, zwiększają determinację utrzymania miejsca pracy i powodują, że nowe firmy zakładane są z konieczności, tj. zapewnienia sobie utrzymania (brak ofert na rynku pracy) lub chęci podwyższenia standardu życia (wzbogacenia się). W połowie roku 2011 liczba osób bezrobotnych w Polsce sięgała 1960,1 tys., a stopa bezrobocia w Polsce wynosiła ponad 12,3%, w połowie 2022 r. było to odpowiednio – 844,7 tys. oraz 5%. **Spadek intencji przedsiębiorczych w Polsce może być zatem skutkiem bardzo dobrej kondycji polskiego rynku pracy.**

**Wykres 2.4.** Postawy przedsiębiorcze w Polsce w latach 2011–2022 (% osób w wieku 18–64 l.)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Wyniki analizy pozostałych parametrów za lata 2011–2022 wydają się średnio optymistyczne.

**Reasumując, Polacy wysoko oceniają warunki do założenia działalności w najbliższym otoczeniu, szczególnie po 2016 r., oraz swoje zdolności i umiejętności biznesowe, jednak nie garną się do prowadzenia działalności gospodarczej, co może być następstwem dobrej pozycji pracownika na krajowym rynku pracy.**

## 2.3. Poziom przedsiębiorczości

GEM, zgodnie z Modelem procesu przedsiębiorczego (rozdział 1), pozwala określić poziom przedsiębiorczości poprzez identyfikację osób znajdujących się w różnych fazach rozwoju przedsięwzięcia biznesowego. Podejście to jest znamienne, ponieważ oznacza, że **proces przedsiębiorczy zaczyna się zanim firma zacznie formalnie funkcjonować, a tym samym osoby będące na etapie organizowania swojego przedsięwzięcia są traktowane jako zaangażowane w przedsiębiorczość.**

Wyróżnikiem pozwalającym oddzielić poszczególne fazy procesu przedsiębiorczego w GEM jest **okres wypłacania wynagrodzenia, w którym kluczowe są dwa momenty: 3 miesiące wypłat – traktowane jako narodziny firmy oraz 42 miesiące (3,5 roku) – osiągnięcie przez nią dojrzałości.** W ten sposób otrzymujemy dwie zgrubne kategorie osób będących na różnych etapach prowadzenia działalności biznesowej w momencie realizacji badania, tj.:

- **osoby prowadzące młode firmy**, inaczej – zaangażowane we wczesną przedsiębiorczość (TEA – *Total early-stage Entrepreneurial Activity*), dalej określane mianem **młodych firm**, to kategoria obejmująca *osoby, będące w trakcie organizacji swoich firm* (ang. *nascents*), w których nie wypłacono wynagrodzeń lub wypłacano je przez okres krótszy niż 3 miesiące i *osoby prowadzące nowe firmy* (ang. *new*) z wypłatami realizowanymi od 3 do 42 miesięcy;
- **osoby prowadzące dojrzałe firmy**, dalej nazywane **dojrzałymi firmami** – wynagrodzenia wypłacane są przez co najmniej 42 miesiące.

Dodatkową monitorowaną grupą są **zaprzestający prowadzenia biznesu**, czyli osoby, które w ciągu 12 miesięcy poprzedzających realizację badania wycofały się z prowadzenia działalności i sprzedały/przekazały firmę innemu podmiotowi/osobie, pozostawiając firmę na rynku, lub ją zlikwidowały<sup>20</sup>.

<sup>20</sup> Porównaj definicje na stronie 18.

## Zaczynający i prowadzący działalność gospodarczą

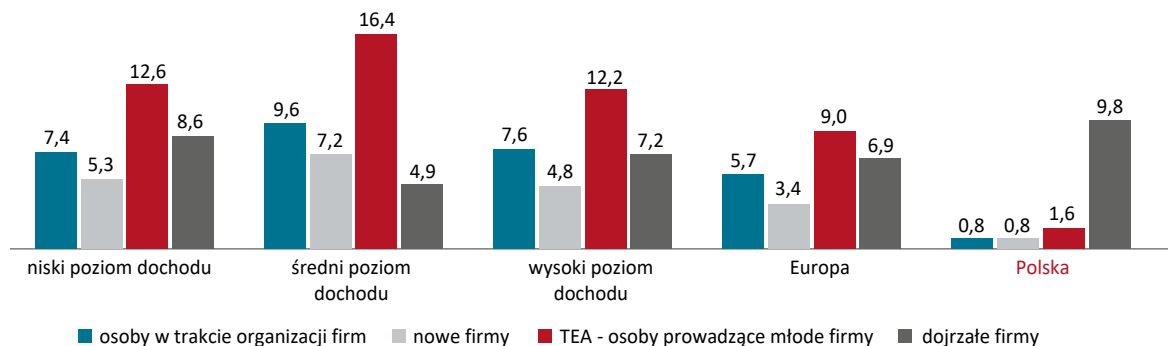
Według ostatniego pomiaru, dokonanego ok. połowy 2022 r., **jedynie 1,6% dorosłych (18–64 l.) prowadziło młode firmy**. Przy tym 0,8% to osoby będące na etapie organizowania swojej firmy (do 3 miesięcy realizowania wypłat z tytułu prowadzonej działalności), i tyle samo – 0,8% – osoby prowadzące nowe firmy (realizujące wypłaty od 3 do 42 miesięcy). **Polacy prowadzący firmy dojrzałe** (powyżej 42 miesięcy obecności na rynku i realizowania wypłat) **stanowili 9,1% mieszkańców**. W odniesieniu do bezwzględnej liczby osób dorosłych daje to ok. 355 tys.<sup>21</sup> osób prowadzących firmy młode i 2,17 mln osób prowadzących firmy dojrzałe. Przy tym warto pamiętać, że wśród 355 tys. osób prowadzących młode firmy, 177 tys. stanowią osoby będące na bardzo początkowym etapie działalności (do 3 miesięcy wypłat) oraz że jedna osoba może prowadzić więcej niż jedną firmę o różnym stażu na rynku.

W porównaniu z Europą czy trzema grupami państw o różnym poziomie dochodu w Polsce mamy od kilku lat odmienną strukturę przedsiębiorstw. **W naszym kraju dominują osoby prowadzące firmy dojrzałe, młodych jest 6-krotnie mniej (w 2021 r. było ich 5-krotnie mniej)**. W Europie i pozostałych grupach państw przeciętnie więcej jest młodych firm niż dojrzałych, przy czym największa różnica (nieco ponad 3-krotna) na korzyść młodych firm występuje w grupie państw o średnim poziomie dochodu. Co więcej, **pod względem wskaźnika osób prowadzących młode firmy** (dla przypomnienia – będące na rynku i wypłacające wynagrodzenie/zysk z tytułu prowadzenia działalności do 3,5 roku) **znaleźliśmy się w 2022 r. na końcu zestawienia 49 państw świata**. Zaraz przed nami są: Maroko (4,2% młodych firm), Grecja (4,9%) i Tajwan (5,6%). Z kolei najwyższe wskaźniki młodych firm mają Gwatemala (29,4% populacji) oraz Kolumbia i Panama (po 28%). Warto też dodać, że udział osób prowadzących młode firmy zmniejszył się między 2021 a 2022 r. w 17 z 35 państw, które zrealizowały badanie ilościowe GEM w obu edycjach tego projektu, przy czym w 8 spadek był mniejszy niż 1 p.p. W pozostałych 18 państwach wskaźnik uległ poprawie, w tym w 12 – o więcej niż 1 p.p.

Wskaźniki dotyczące udziału osób prowadzących dojrzałe firmy (powyżej 3,5 roku na rynku) mieszczą się w znacznie węższym przedziale wartości niż dotyczące młodych firm. Państwami, w których notuje się najwięcej osób prowadzących dojrzałe firmy, są według danych z 2022 r.: Korea Pd. (19,9%), Togo (18%) i Grecja (13,3%), a najmniej – Meksyk (1,6%), RPA (1,8%).

<sup>21</sup> Liczba osób dorosłych 18–59/64, stan w dniu 31 grudnia 2022 r. – 22 169 tys., źródło: *Ludność. Stan i struktura oraz ruch naturalny w przekroju terytorialnym w 2022 r. Stan w dniu 31 grudnia.*, GUS, 2023.

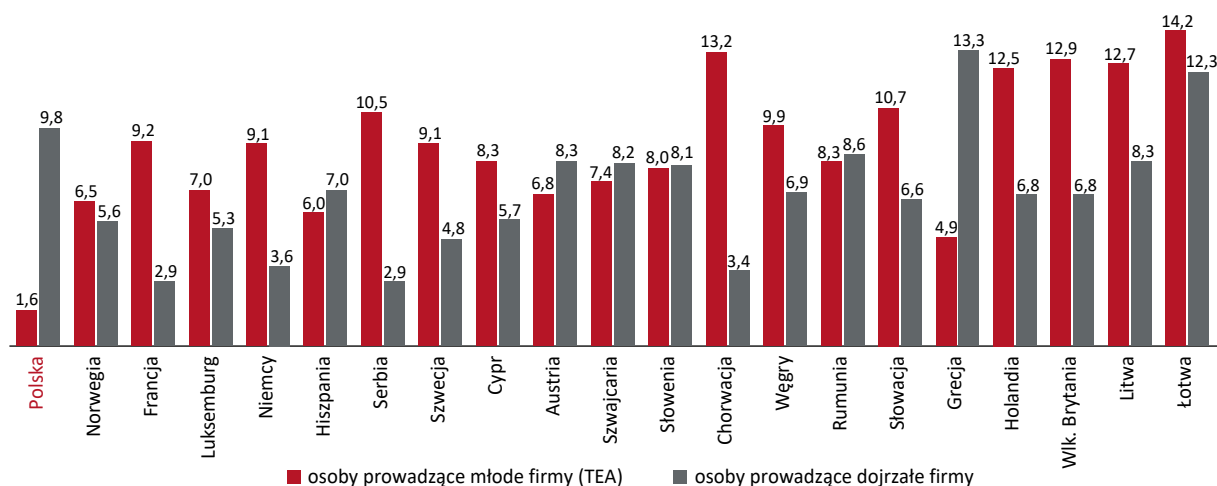
**Wykres 2.5.** Poziom aktywności przedsiębiorczej w Polsce na tle średniej dla badanych państw Europy i grup gospodarek według poziomu dochodu w 2022 r. (% osób w wieku 18–64 l.)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

**W dużym przybliżeniu (z uwagi na ograniczenia wspomniane wyżej) można powiedzieć, że w 2022 r. 11,4% dorosłych rozpoczęło lub prowadziło działalność gospodarczą w Polsce, w Europie – blisko 16%.** Wśród 21 państw Europy, dla których dostępne są dane, tylko w Grecji i Polsce notuje się znaczącą przewagę osób prowadzących dojrzałe firmy nad tymi, które są właścicielami młodych przedsiębiorstw. W ośmiu, tj.: Norwegii, Hiszpanii, Luksemburgu, Austrii, Szwajcarii, Słowenii, Rumunii i w Łotwie sytuacja jest dużo bardziej zbilansowana. W 11 pozostałych relacja jest odwrotna – dominują osoby prowadzące młode firmy (Wykres 2.6).

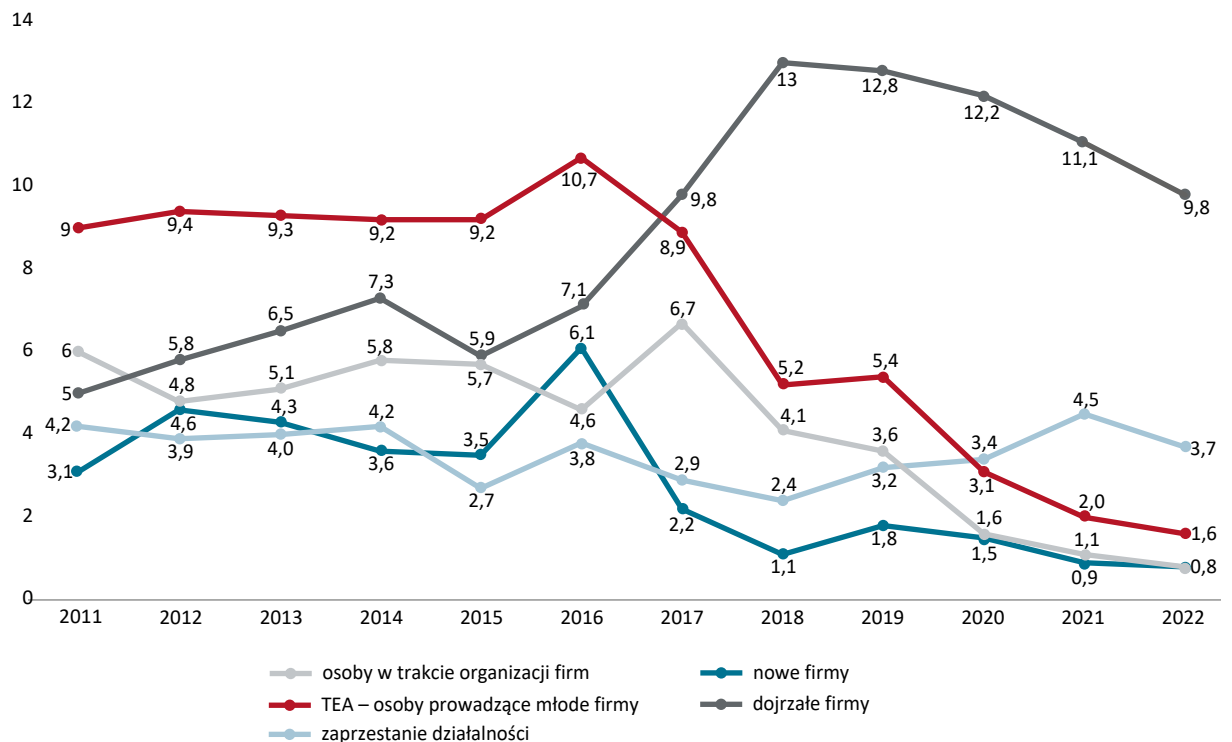
**Wykres 2.6.** Poziom aktywności przedsiębiorczej w Europie w 2022 r. – osoby prowadzące młode i dojrzałe firmy (% osób w wieku 18–64 l.)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Analiza zmian aktywności przedsiębiorczej Polaków w ostatnich 12 latach przedstawiona jest na Wykresie 2.7. **Przez ten czas udział osób prowadzących młode firmy zmniejszył się ponad 5-krotnie – z 9% do 1,6%, natomiast wskaźnik osób prowadzących dojrzałe firmy wzrósł prawie dwukrotnie – z 5% do 9,8%.** Warto też zwrócić uwagę na 2017 r., który jest rokiem odwrócenia relacji – przez 6 lat, aż do 2016 r. włącznie, widoczna jest przewaga młodych firm nad dojrzałymi, po czym w przywoływanym 2017 r. udział młodych firm zaczyna się zmniejszać, a dojrzałych rośnie. W kolejnych latach to dojrzałe firmy przeważają nad młodymi. Widoczny jest także negatywny wpływ pandemii i wydarzeń 2022 r. na aktywność przedsiębiorczą Polaków.

**Wykres 2.7.** Poziom przedsiębiorczości w Polsce w latach 2011–2022 (% osób w wieku 18–64 l.)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Warto też odnotować zmiany, jakim podlegały od 2016 i 2017 r. wskaźniki składające się na wskaźnik młodych firm. Chodzi tutaj o osoby prowadzące nowe firmy (wyplacające wynagrodzenia przez okres od 3 do 42 miesięcy), których udział mocno wzrósł w 2016 r. (z 3,5% w 2016 r. do 6,1%), po czym od 2017 r. systematycznie spada, przy czym przez ostatnie 4 lata nie przekracza 2%. Obecna wartość tego wskaźnika jest na poziomie 0,8% i jest ona ponad 4 razy niższa niż w 2011 r. – 3%. Jeszcze bardziej przez ten czas zmniejszyła się druga grupa tworząca TEA – młode firmy, czyli osoby w trakcie organizowania swojego

biznesu (do 3 miesięcy wypłat) – ich udział w populacji dorosłych Polaków zmniejszył się przez 12 lat 7-krotnie – z 6% do 0,8%, podczas gdy jeszcze w 2017 r. wynosił 6,7%.

## Wycofywanie się z działalności gospodarczej

Relatywnie najbardziej stabilnym w czasie ostatnich 12 latach wskaźnikiem analizowanym w ramach niniejszego podrozdziału jest udział osób, które zaprzestały prowadzenia działalności gospodarczej (w ostatnich 12 miesiącach przed badaniem), w populacji dorosłych w wieku 18–64 l. W 2011 r. wynosił on w Polsce 4,2%, przez kolejne lata spadał do 2,4% w 2018 r., po czym zaczął rosnąć, szczególnie w okresie pandemii (do 4,5%). W 2022 r. zmniejszył się do 3,7%.

**GEM stara się monitorować przyczyny wycofania się z prowadzenia działalności gospodarczej.** Z uwagi na międzynarodowy charakter badania kafeteria możliwych powodów jest weryfikowana i aktualizowana najpóźniej na pół roku przed uruchomieniem każdego cyklu badań. Dlatego też w 2022 r. pandemia COVID-19 była wciąż jedną z możliwych opcji. I jak się okazuje, **w Polsce to właśnie pandemia była najczęściej wskazywanym powodem wycofania się z prowadzenia działalności gospodarczej w ciągu 12 miesięcy poprzedzających realizację badania – wskazało na nią 58% osób, które zaprzestały prowadzenia działalności w okresie od II poł. 2021 do I poł. 2022 r.** Drugą najczęściej wskazywaną przyczyną było **przejście na emeryturę (11%)**, a kolejnymi – **sprawy rodzinne lub osobiste oraz inna praca lub okazja biznesowa (po 8%)**. Znacznie mniej osób wskazywało na inne przyczyny, tj.: politykę rządu/podatki/biurokrację (5%), nierentowność prowadzonego biznesu (3%).

W porównaniu z poprzednią edycją badania, w 2022 r. częściej wskazywaną przyczyną wycofania się z działalności była pandemia oraz polityka rządu/podatki/biurokracja, natomiast rzadziej – kwestie rodzinne i osobiste. W porównaniu natomiast z przedpandemicznym rokiem 2019 widać wzrost znaczenia czynnika, jakim jest przechodzenie na emeryturę (i jak można zakładać – brak następcy), natomiast zmniejszyło się (i to wielokrotnie) – znaczenie powodów takich jak: okazja do sprzedaży firmy, nierentowność biznesu, problemy z uzyskaniem finansowania czy inne zdarzenia losowe. Rządziej też obecnie wskazuje się na czynnik związany z podatkami, biurokracją i ogólną polityką rządu, choć w 2022 r. widać wzrost wskazań na ten powód w porównaniu z 2021 r.

**Tabela 2.3.** Przyczyny wycofania się z działalności gospodarczej w Polsce (% osób, które zaprzestały prowadzenia działalności w okresie 12 miesięcy poprzedzających realizację badania)

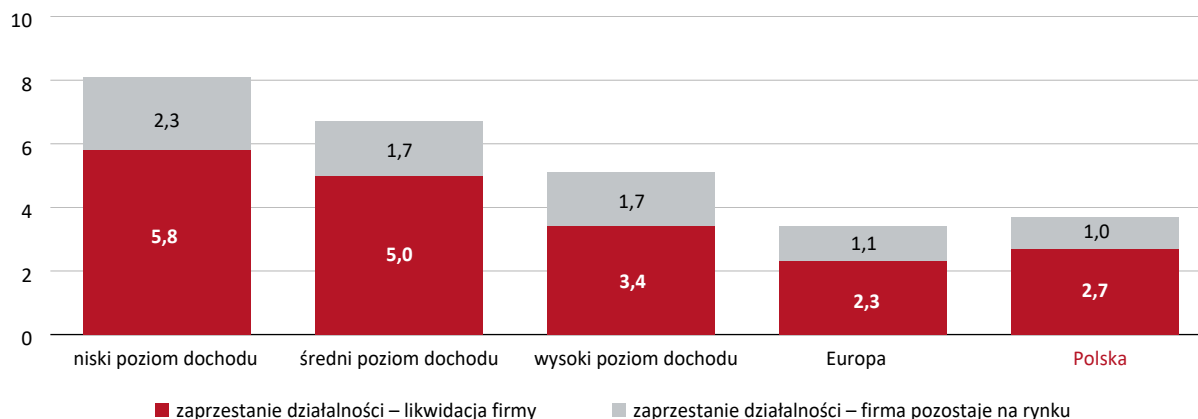
Rok	Okazja do sprzedaży firmy	Firma była nierentowna	Problemy z uzyskaniem finansowania	Inna praca lub inna okazja biznesowa	Odejście planowane było wcześniej	Przejęcie na emeryturę	Powody rodzinne i osobiste	Zdarzenie losowe inne niż pandemia koronawirusa	Polityka rządu/podatki/biurokracja	Pandemia koronawirusa
2019	5,6	21,1	9,6	10,0	3,2	6,8	13,6	17,1	13,2	b/d
2020	0,8	9,9	4,5	8,8	2,3	6,3	4,6	4,9	5,7	52,4
2021	1,7	4,7	2,0	6,4	3,4	14,9	11,2	2,0	2,8	51,1
2022	0,4	3,3	2,0	7,8	3,2	11,4	7,9	0,9	5,0	58,1

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Warto też zauważyć, że Polacy znacznie częściej niż mieszkańcy innych państw Europy wskazywali w 2022 r. pandemię jako powód zaprzestania prowadzenia działalności (średnia dla Europy to 15%, przy czym najwyższy wynik należy do Polski, a najniższy do Szwecji – 4%) oraz przejście na emeryturę (średnia 6%, o 5 p.p. mniej). Zdecydowanie rzadziej natomiast wskazywali brak rentowności (średnia dla Europy 19%, o 16 p.p. więcej niż w Polsce) oraz skorzystanie z innej pracy/okazji biznesowej czy powody rodzinne osobiste (w obu przypadkach średnia dla Europy 14%, o 6 p.p. więcej).

Wskaźnik osób zaprzestających prowadzenia działalności gospodarczej w czasie 12 miesięcy poprzedzających badanie GEM w 2022 r. był w Polsce na podobnym poziomie jak średnio w Europie (3,7% vs. 3,4%), ale niższym niż w grupie państw najbogatszych (5,1%), średniozamożnych (6,7%) i najmniej zamożnych (8,1%).

**Wykres 2.8.** Zaprzestanie działalności gospodarczej – osoby, które w badaniu w 2022 r. przyznały, że w ciągu ostatnich 12 miesięcy zakończyły prowadzenie biznesu (% osób w wieku 18–64 l.)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Niezależnie od poziomu zamożności gospodarki wraz z zaprzestaniem działalności gospodarczej większość firm jest likwidowana, tylko część pozostaje na rynku. **W Polsce w 2022 r. na 100 osób, które zlikwidowały firmę, wycofując się z biznesu, przypadło 37, które pozostawiły firmy na rynku**, co jest wynikiem niższym w porównaniu z 2021 r. (61/100), ale nieco wyższym niż w 2020 r. (21/100) i 2019 r. (29/100) oraz czterema grupami państw, dla których relacja kształtuje się w następująco: 47 firm pozostawionych na rynku/100 zlikwidowanych – Europa, 39/100 – grupa krajów o niskim poziomie dochodu, 34/100 – średnim i 50/100 – wysokim.

## 2.4. Motywy zakładania działalności gospodarczej

Decyzję o rozpoczęciu działalności gospodarczej poprzedza analiza wielu czynników, poczynając od makroekonomicznych i społeczno-kulturowych, a kończąc na osobistych predyspozycjach jednostki. Ale tym, co inicjuje proces i ma znaczenie w jego rozwoju<sup>22</sup>,

<sup>22</sup> de Vries, N., Liebrechts, W., van Stel, A. (2020). *Explaining entrepreneurial performance of solo self-employed from a motivational perspective*. *Small Business Economics*, 55, 447–460.



jest motywacja. W odniesieniu do działalności gospodarczej od 2002 r. za sprawą GEM w literaturze przedmiotu mówiono o przedsiębiorczości:

- pozytywnie zmotywowanej, tj. zorientowanej na wykorzystanie okazji biznesowej, samorozwój, oraz
- wymuszonej, tj. wynikającej z konieczności zdobycia środków do życia wobec braku alternatywy w postaci pracy najemnej lub braku satysfakcji z dotychczas wykonywanej pracy<sup>23</sup>.

Do 2018 r. to dychotomiczne podejście do motywacji stosowano w badaniach GEM.

Mając jednak na uwadze pojawiające się publikacje, wskazujące na potrzebę większego zniuansowania motywacji<sup>24</sup>, i po przeprowadzeniu badań pilotażowych, w 2019 r.

zmodyfikowano stanowisko w tej kwestii – w pytaniu o powód założenia firmy respondenci proszeni są o wskazanie jednego z czterech rodzajów czynników motywujących:

- 1) „zmienić świat”, co oznacza dążenie do realizacji pragnienia tworzenia czegoś, co ma sens, znaczenie;
- 2) „mocno się wzbogacić lub osiągać wysokie dochody”, innymi słowy zarabiać relatywnie duże pieniądze;
- 3) „kontynuować rodzinną tradycję”;
- 4) „zapewnić sobie utrzymanie, ponieważ za mało jest ofert pracy na rynku”.

Każdy z ww. czynników podlega ocenie respondentów w 5-stopniowej skali. W pytaniu nie uwzględnia się dążenia do niezależności czy autonomii, gdyż ten czynnik jest ważny dla zdecydowanej większości przedsiębiorców i nie stanowi czynnika różnicującego.

---

<sup>23</sup> Reynolds, P. D., Camp, S. M., Bygrave, W. D., Autio, E., & Hay, M. (2002). *Global Entrepreneurship Monitor, 2001 Executive Report*. Wellesley/ London/ Kansas City: Babson College/ London Business School/ Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership; Deakins D., Whittam G. (2000). *Business Startup: Theory, Practice and Policy*, [w:] S. Carter, D. Jones-Evans (red.), *Enterprise and Small Business. Principles, Practice and Policy*, Harlow, Financial Times. Ph. A. Wickham dzieli motywatory przedsiębiorców do założenia własnej firmy na czynniki zachęcające oraz czynniki popychające (zmuszające). Wśród czynników „zmuszających” autor wymienia: ograniczone korzyści finansowe, niepewność zatrudnienia, brak możliwości rozwoju zawodowego, osiągnięcie celów narzuconych przez kierownictwo oraz brak pracy [Wickham Ph. A. 2004: *Strategic Entrepreneurship*, wyd. III, Prentice Hall, Financial Times, Harlow].

<sup>24</sup> Carter, N., Gartner, W., Shaver, K., & Gatewood, E. (2003). *The career reasons of nascent entrepreneurs*. *Journal of Business Venturing*, 18, 13–39; Douglas, E.J. (2013). Reconstructing entrepreneurial intentions to identify predisposition for growth. *Journal of Business Venturing*, 28(5), 633–651.

Analiza wyników badania GEM z 2022 r. pokazuje, że hierarchia ważności badanych motywatorów pozostała taka sama jak rok wcześniej. **We wszystkich grupach państw<sup>25</sup>, niezależnie od poziomu dochodu, głównym powodem podejmowania działalności gospodarczej jest dążenie do zapewnienia sobie utrzymania z uwagi na niewystarczającą dostępność miejsc pracy najemnej** (Wykres 2.9). Jednak znaczenie tego czynnika maleje wraz ze wzrostem zamożności społeczeństwa (81% w krajach o niskim poziomie dochodu vs. 57% w krajach o wysokim poziomie dochodu i dla Europy). Wśród państw z największym odsetkiem respondentów podejmujących działalność gospodarczą z myślą o zapewnieniu sobie utrzymania znalazły się: Wenezuela, Tunezja i Republika Południowej Afryki (po 90%). Wynik powyżej 85% uzyskały także: Gwatemala (89%), Meksyk, Kolumbia (po 87%) i Arabia Saudyjska (85%). Wśród państw europejskich najwyższy odsetek deklarujących, że głównym powodem podjęcia decyzji o założeniu działalności była konieczność spowodowana brakiem odpowiednich ofert pracy na rynku zanotowano w Serbii (81%), Słowacji (79%) i w Polsce (73%). Najniższy poziom wymuszonej przedsiębiorczości zaobserwowano w Szwecji (25%), Korei Południowej (27%), Norwegii (30%), Tajwanie (31%) i Japonii (37%).

**Drugim najczęściej wskazywanym powodem zakładania i prowadzenia firmy jest chęć wzbogacenia się i osiągnięcia wysokich dochodów.** I w tym przypadku w państwach najbogatszych i w Europie – odpowiednio 56% i 49% wskazań – ma on mniejsze znaczenie niż w państwach o niskim (73%) czy średnim poziomie dochodu (62%). Najwyższy odsetek kierujących się taką przesłanką zanotowano w Arabii Saudyjskiej (87%), Iranie (85%) i Togo (83%). Wynik powyżej 80% uzyskały także: Katar i Indonezja (po 82%) oraz Republika Południowej Afryki (81%). Wśród państw europejskich najwyższe wartości wskaźnika osiągnęły: Cypr (78%), Rumunia (74%) i Wielka Brytania (61%). Motyw bogacenia się pojawiał się najrzadziej w odpowiedziach respondentów ze Słowacji, Węgier, Szwajcarii i Austrii (po ok. 37%). Wśród 15 krajów, które deklarowały najniższe odsetki chętnych do wzbogacenia się poprzez prowadzenie działalności gospodarczej, jest 13 państw europejskich oraz Japonia i Urugwaj. Na drugim końcu rankingu jest odwrotnie – w pierwszej piętnastce są tylko dwa kraje europejskie: Cypr i Rumunia.

**Trzecią pod względem częstości wskazań pobudką jest chęć zmiany świata** – tak zadeklarowało w 2022 r. średnio 46% osób prowadzących młode firmy w państwach o niskim dochodzie, 55% – w państwach o średnim poziomie dochodu oraz 46% – w państwach

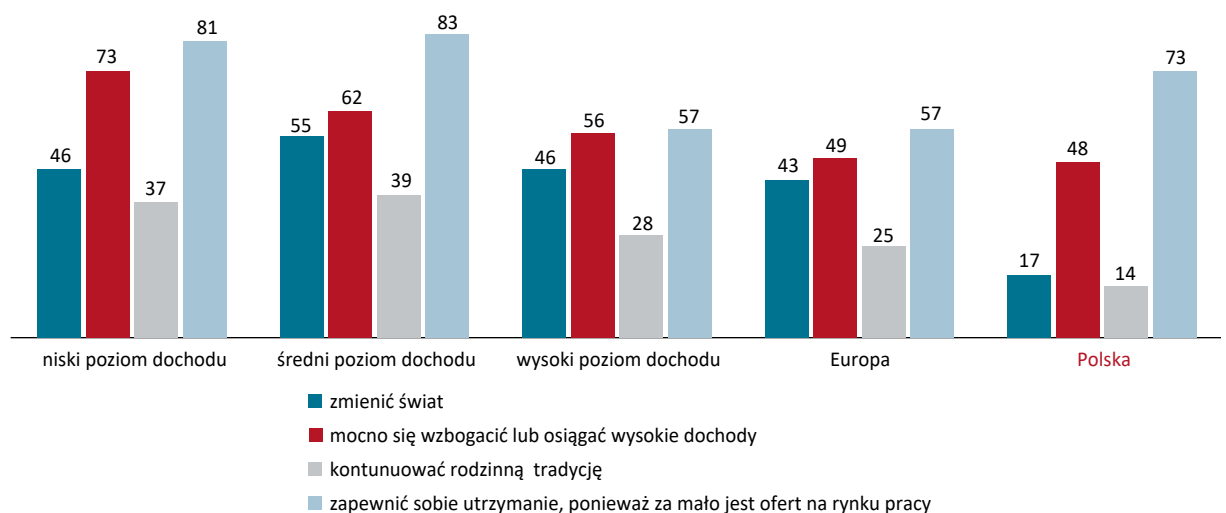
<sup>25</sup> W analizie zestawiono tylko te państwa europejskie, które brały udział we wszystkich edycjach badań prowadzonych zgodnie z nową metodologią.

najbogatszych. Jak widać, różnice między grupami państw są stosunkowo nieduże, z czego można wnioskować, że chęć zmian cechuje młodych przedsiębiorców, niezależnie od sytuacji gospodarczej w ich kraju. Najślabiej w tym zestawieniu wypadają państwa europejskie (średnio 43%). Na 49 państw biorących udział w badaniu, najczęściej chęć do zmian zgłaszali młodzi przedsiębiorcy z Rumunii (82%). W ścisłej czołówce znalazły się ponownie Gwatemala i Indie (po 81%) oraz Republika Południowej Afryki (80%) i Brazylia (75%), a z państw europejskich – Węgry (67%), Szwajcaria (57%) i Luksemburg (56%). Na drugim końcu rankingu uplasowały się: Korea Południowa (8%), Maroko (14%), Chiny (15%), Polska (17%) i Serbia (22%).

### Tradycja rodzinna wydaje się mieć najmniej wpływ na decyzję o zakładaniu

**i prowadzeniu działalności.** Jej rola jest zdecydowanie większa w państwach o niskich (37%) i średnich (39%) dochodach (vs. 28% dla państw o wysokich dochodach i 25% dla Europy). W rankingu poszczególnych państw największym przywiązaniem do tradycji wykazali się przedsiębiorcy z Indii (69%), Arabii Saudyjskiej (62%) i Meksyku (53%), a wśród państw europejskich biorących udział w badaniu – Grecja (40%), Rumunia (41%) i Luksemburg (38%). Kwestia tradycji rodzinnych miała najmniejsze znaczenie dla respondentów z Korei Południowej (5% wskazań), Szwajcarii (11%) oraz Polski (14%), Szwecji (16%) i Izraela (17%).

**Wykres 2.9.** Motywacje do zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce, badanych państwach Europy i grupach państw według poziomu dochodu w 2022 r. (% osób prowadzących młode firmy – TEA)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

**Tabela 2.4.** Motywacje do zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej w Europie w 2022 r. (% osób prowadzących młode firmy – TEA)\*

Państwo	Aby zmienić świat	Aby mocno się wzbogacić lub osiągać wysokie dochody	Aby kontynuować rodzinną tradycję	Aby zapewnić sobie utrzymanie, ponieważ za mało jest ofert na rynku pracy
Austria	38	37	19	46
Chorwacja	41	49	27	70
Cypr	45	78	25	61
Francja	24	42	22	43
Grecja	24	57	40	64
Hiszpania	39	39	21	71
Holandia	47	46	25	39
Litwa	41	47	24	67
Luksemburg	56	48	38	47
Łotwa	29	40	23	64
Niemcy	43	48	33	47
Norwegia	48	46	23	30
<b>Polska</b>	<b>17</b>	<b>48</b>	<b>14</b>	<b>73</b>
Rumunia	82	74	41	71
Serbia	22	43	23	81
Słowacja	29	37	30	79
Słowenia	50	57	30	57
Szwajcaria	57	37	11	47
Szwecja	44	52	16	25
Węgry	67	37	22	58
Wielka Brytania	52	61	19	61

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

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

**Sekwencja powodów zakładania działalności w Polsce jest taka sama, jak dla całego rankingu. Najczęściej wskazywanym przez badanych Polaków powodem zakładania działalności była w 2022 r. chęć zapewnienia sobie utrzymania, ponieważ za mało jest ofert na rynku pracy – 73% wskazań, i jest to wynik najbardziej zbliżony do uzyskanego dla grup państw o niskim (81%) i średnim dochodzie (83%). Jednocześnie jest to motyw, który od poprzedniego badania bardzo wyraźnie zyskał na znaczeniu (wzrost o 20 p.p. r/r), nie mówiąc o wyniku sprzed pandemii (16% w 2019 r.). Odsetek wskazań motywu zapewnienia**

sobie utrzymania plasuje młodych polskich przedsiębiorców na 18. miejscu w rankingu 49 państw i na trzecim wśród państw europejskich biorących udział w badaniu.

Drugim w kolejności motywem była **chęć wzbogacenia się i osiągnięcia wysokich dochodów**. W tym przypadku wynik (48% wskazań) jest najbliższy uzyskanemu dla grupy państw europejskich (49%). Jest to jednocześnie wynik niższy o 14 p.p. w porównaniu z 2021 r. Poziom determinacji w osiągnięciu wysokich dochodów jest wśród młodych rodzimych przedsiębiorców stosunkowo niski (36. miejsce w rankingu). Można to oczywiście różnie interpretować, np. jako przejaw zwrócenia większej uwagi na inne kwestie, chociażby klimatyczne („być” ważniejsze niż „mieć”), albo też odwrotnie – chęć zapewnienia większego bezpieczeństwa finansowego w reakcji na niepewność związaną z wojną za wschodnią granicą.

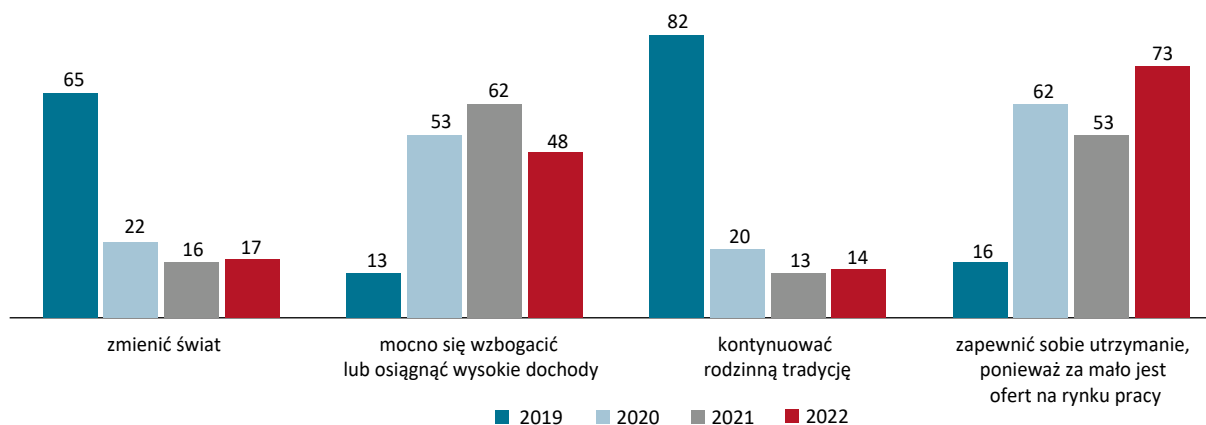
Trzeci rok z rzędu **Polska znacząco odbiega od innych analizowanych państw pod względem motywu zakładania i prowadzenia działalności, jakim jest chęć zmiany świata** – odsetek pozytywnych wskazań wzrósł co prawda o 1 p.p. r/r (z 16 do 17%), ale ponownie jest najniższy wśród badanych państw europejskich i czwarty od końca w całym rankingu. Mniejszy zapał do zmian wykazują tylko badani z Korei Południowej (8%), Maroka (14%) i Chin (15%). Dystans dzielący nasz kraj od lidera, którym w 2022 r. została Rumunia (82%), to ponownie 65 p.p.! Wynik dla Polski jest o tyle zastanawiający, że w roku 2019 nasz kraj z wynikiem 65% wskazań był na pierwszym miejscu wśród państw europejskich, które wówczas brały udział w badaniu, a od ówczesnego lidera (Indii) dzielił nas dystans 22 p.p.

**Chęć kontynuowania rodzinnej tradycji wykazał tylko co siódmy badany w Polsce** (14,4%) i był to ponownie wynik trzeci od końca w całym rankingu, ponownie przed Koreą Południową (5%) i Szwajcarią (11%). Od najwyższego wyniku w rankingu należącego do Indii dzieliło Polskę 55 p.p., a od lidera europejskiego (Rumunii) – 27 p.p.

Zestawienie danych dla Polski sprzed pandemii (2019) z wynikami uzyskanymi w latach 2020–2022 pokazuje radykalną zmianę nastawienia. Młodzi polscy przedsiębiorcy, którzy w 2019 r. na tle innych państw w rankingu prezentowali ponadprzeciętny idealizm – chcieli przede wszystkim zmieniać świat i kontynuować tradycje rodzinne (odpowiednio 65% i 82% wskazań), traktując kwestie utrzymania się i osiągnięcia wysokich dochodów niemal marginalnie (odpowiednio 16% i 13%) – w dobie pandemicznego kryzysu zwrócili się ku bardziej racjonalnym przesłankom, w pierwszym rzędzie zapewnienia sobie utrzymania (Wykres 2.10). Ta tendencja pogłębiła się jeszcze po agresji Rosji na Ukrainę, gdy pogorszyło

się otoczenie makroekonomiczne i wzrosło bezpośrednie zagrożenie bezpieczeństwa narodowego.

**Wykres 2.10.** Zmiany motywacji do zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce w latach 2019–2022 (% osób prowadzących młode firmy – TEA)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Poziom determinacji Polaków w zapewnieniu sobie wysokich dochodów był najbardziej zbliżony do zaobserwowanego w grupie państw europejskich (48 vs. 49% dla Europy) i jednocześnie niższy niż w latach 2020–2021, co być może jest sygnałem zmiany naszych priorytetów.

## 2.5. Przedsiębiorczość kobiet i mężczyzn

Wyniki badania GEM dotyczące roku 2022 pozwalają na ciekawe obserwacje w kontekście postaw przedsiębiorczych Polek i Polaków. Pierwszy raz od 2017 r. **udział Polek dostrzegających szanse biznesowe w swoim otoczeniu jest wyższy niż udział Polaków (3 na 4 Polki vs. 7 na 10 Polaków)<sup>26</sup>**. Co więcej, o ile w przypadku kobiet obserwuje się ponowny wzrost tego wskaźnika, po chwili zwątpienia w czasie pandemii<sup>27</sup>, to odsetek mężczyzn – mimo że wciąż wysoki – jest niższy niż odnotowany w poprzedniej edycji.

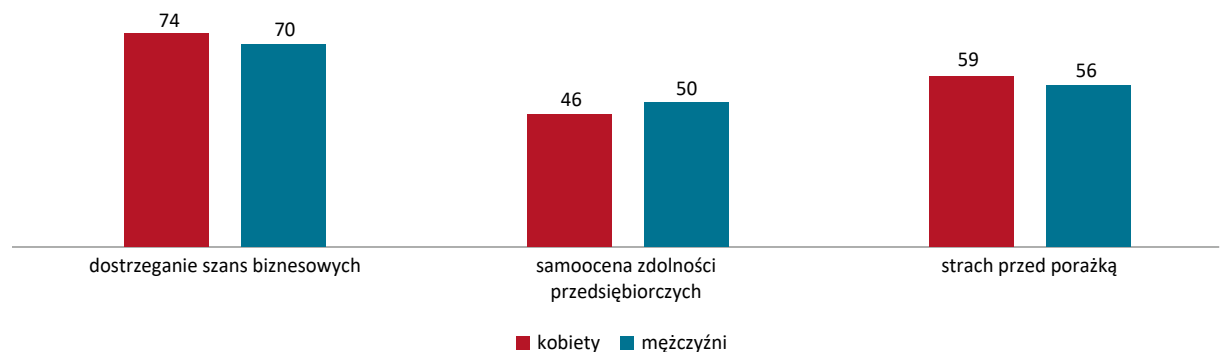
<sup>26</sup> Różnica 4 p.p. może wydawać się niewielka, ale patrząc na dane historyczne od 2013 r. do 2021 r. różnica między płciami wahała się zaledwie między 1 p.p. a 3 p.p.

<sup>27</sup> W 2020 r. co druga Polka i trochę częściej niż co drugi Polak widzieli w swoim otoczeniu szanse biznesowe. W żadnym roku od 2017 r. te perspektywy nie były aż tak słabo oceniane.

Mimo dostrzegania perspektyw biznesowych przez większą część kobiet niż w 2021 r., **znacznie zmniejszył się udział Polek, które odczuwają, że mają odpowiednie kwalifikacje, wiedzę, umiejętności i doświadczenie potrzebne do założenia własnej działalności gospodarczej (spadek z 59% w 2021 r. do 46% obecnie)** co oznacza, że rosnący od 2018 r. trend, w 2022 roku się załamał. W przypadku mężczyzn, co drugi Polak dostrzega swoje zdolności przedsiębiorcze, co również wskazuje na zmianę negatywną w stosunku do poprzedniego roku, aczkolwiek w tej grupie trend spadkowy obserwowany jest od niemal rekordowego roku 2020, w którym 7 na 10 Polaków pozytywnie oceniało swoją wiedzę i umiejętności potrzebne do rozpoczęcia działalności gospodarczej. Większy sceptycyzm kobiet spowodował zwiększenie w 2022 r. różnicy między wskaźnikiem samooceny umiejętności przedsiębiorczych mężczyzn i kobiet.

Wraz ze zmniejszeniem się w stosunku do ubiegłego roku udziałów Polek i Polaków oceniających pozytywnie swoje zdolności przedsiębiorcze, **wzrosły odsetki osób mających obawy przed założeniem firmy, bojących się podjęcia ryzyka i w razie niepowodzenia – porażki (o 14 p.p. – do poziomu 59% w przypadku kobiet i o 11 p.p. – do poziomu 56% w przypadku mężczyzn).**

**Wykres 2.11.** Postawy przedsiębiorcze wśród kobiet i mężczyzn w Polsce w 2022 r. (% dorosłych kobiet/mężczyzn)<sup>28</sup>



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

O ile w 2022 r. **znacznie więcej Polek i Polaków niż przeciętnie mieszkanek i mieszkańców Europy** (z krajów biorących udział w badaniu) **pozytywnie oceniło warunki do zakładania**

<sup>28</sup> W tym rozdziale wartość wskaźnika „strach przed porażką”, będącego wyrazem obawy przed podjęciem ryzyka nie odniesienia sukcesu, odnosi się do całej populacji kobiet i mężczyzn w wieku 18–64 l., a nie – jak w rozdziale 2.2. – do osób w wieku 18–64 l., które dostrzegają szanse na rozpoczęcie biznesu w swoim otoczeniu.

**biznesu we własnym otoczeniu (74% Polek vs. 46% Europejki i 70% Polaków vs. 50% Europejczyków)**, o tyle porównanie tych populacji pod kątem posiadania odpowiednich wiedzy czy umiejętności nie pokazuje aż tak spektakularnych różnic (co nie znaczy, że się ich nie obserwuje). Co więcej, o ile w przypadku kobiet odsetek Polek uważających, że posiada odpowiednie w zakresie przedsiębiorczości umiejętności jest na podobnym poziomie co w przypadku Europejki (ok. 2 p.p. na korzyść Polek), o tyle odsetek w przypadku Polaków jest niższy (o niemal 9 p.p.) niż w przypadku Europejczyków. Polki i Polacy przeciętnie częściej niż mieszkanki i mieszkańcy Europy odczuwali strach przed poniesieniem porażki, który blokowałby ich przed podjęciem decyzji o rozpoczęciu działalności biznesowej – przy czym różnica jest większa w przypadku mężczyzn (10 p.p.) niż kobiet (6 p.p.).

Zarówno w przypadku kobiet, jak i mężczyzn, odsetek przekonanych, że w czasie następnych 6 miesięcy zaistnieją dogodne warunki do rozpoczęcia biznesu, maleje wraz ze wzrostem poziomu dochodu krajów uczestniczących w badaniu. Maleje też udział osób uważających, że ma zdolności i doświadczenie do prowadzenia biznesu. W obu tych przypadkach odsetki dla każdej grupy dochodowej są wyższe w przypadku mężczyzn.

**Tabela 2.5.** Postawy przedsiębiorcze kobiet i mężczyzn w Polsce na tle średniej dla badanych państw Europy oraz grup gospodarek według poziomu dochodu w 2022 r. (% dorosłych wśród kobiet/mężczyzn)

Postawa	Niski poziom dochodu	Średni poziom dochodu	Wysoki poziom dochodu	Europa	Polska
<b>Dostrzeganie szans biznesowych</b>					
– kobiety	67	56	50	46	74
– mężczyźni	70	60	53	50	70
<b>Samoocena zdolności przedsiębiorczych</b>					
– kobiety	67	64	48	44	46
– mężczyźni	75	73	60	59	50
<b>Strach przed porażką</b>					
– kobiety	44	50	50	53	59
– mężczyźni	41	44	45	46	56

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.



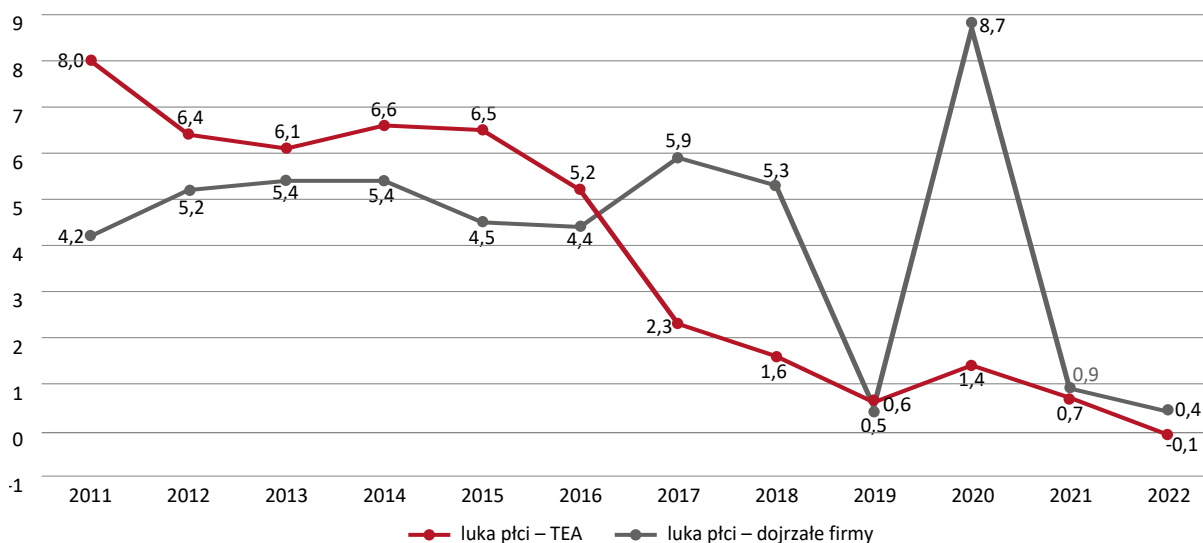
**Zarówno wśród dorosłych Polek, jak i Polaków, niezależnie od czasu funkcjonowania jako przedsiębiorca na rynku, w 2022 r. udziały prowadzących firmy zmniejszyły się w stosunku do zeszłego roku.** Przy tym, patrząc na różnice, trzeba mieć na względzie obserwowane poziomy wyjściowe odsetków – w przypadku młodszych firm (działających do 3,5 roku na rynku) znacznie niższe niż w przypadku dojrzałych (powyżej 3,5 roku) (ok. 1,5% vs. ok. 10%). Szybciej malejący udział firm prowadzonych przez mężczyzn niż przez kobiety spowodował jeszcze większe niż zaobserwowano w ubiegłym roku zbliżenie się odsetków dla przedsiębiorczych kobiet i mężczyzn – zarówno w przypadku młodych, jak i dojrzałych firm.

**Tabela 2.6.** Poziom aktywności przedsiębiorczej wśród kobiet i mężczyzn w latach 2011–2022 (% osób prowadzących młode/dojrzałe firmy wśród kobiet/mężczyzn w wieku 18–64 l.)

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

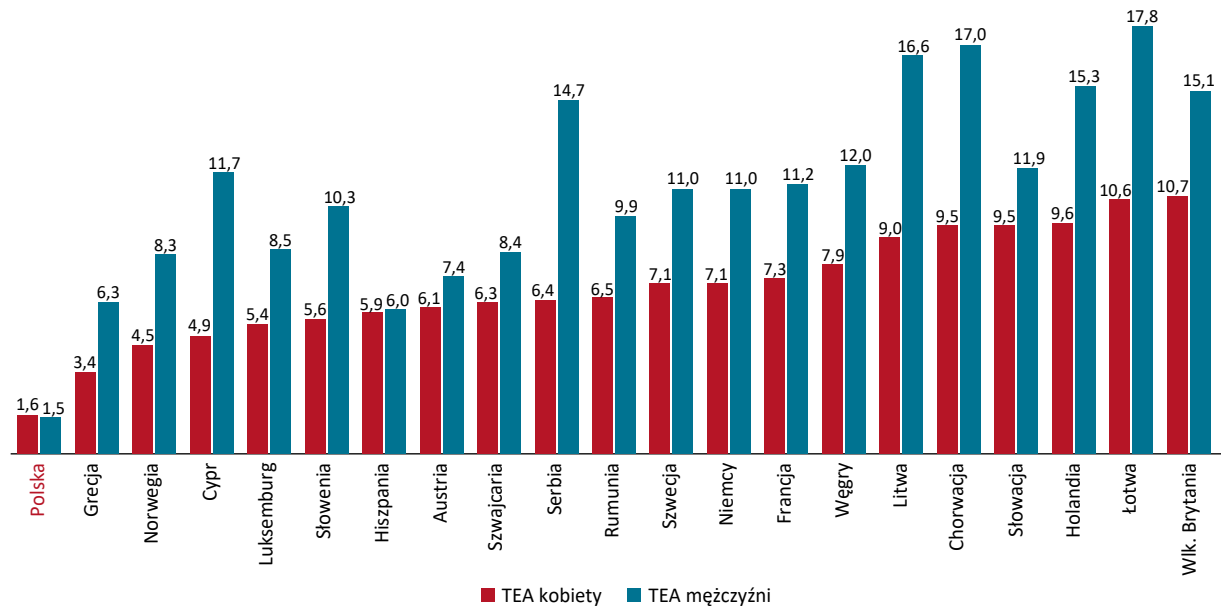
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Dodatkowo, zaobserwowane zmiany nie tylko przełożyły się po raz kolejny na zmniejszenie luki płci (będącej różnicą pomiędzy odsetkiem mężczyzn prowadzących firmy wśród mężczyzn a odsetkiem kobiet prowadzących firmy wśród kobiet) w Polsce, ale po raz pierwszy w historii GEM luka płci w przypadku młodych firm osiągnęła ujemną wartość – co oznacza przewagę kobiet. Zesłoroczny powrót do niewielkiej różnicy między wartościami wskaźnika po roku, w którym rozpoczęła się pandemia COVID-19 został utrzymany, aczkolwiek trudno ocenić, czy ten poziom względnej stabilności i niskich różnic się utrzyma, a rok 2020 był wyjątkowym incydentem, czy też nie.

**Wykres 2.12.** Luka płci dla młodych firm i firm dojrzałych w Polsce w latach 2011–2022 (%)

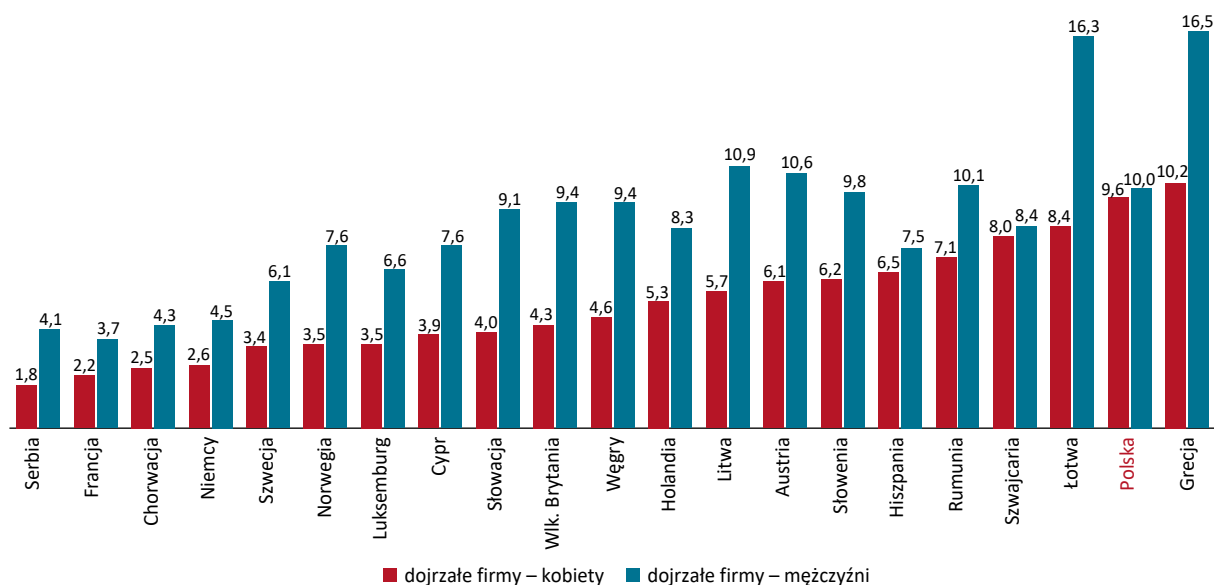
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

**Warto przy tym zauważyć, że wśród młodych firm luka płci na korzyść kobiet występuje nie tylko w Polsce, ale jest to jedna z najwyższych przewag wśród krajów badanych przez GEM.** Kobiety jako właścicielki młodych firm mają wyższą przewagę liczebną (mierzoną jako stosunek wskaźnika TEA wśród kobiet do wskaźnika TEA wśród mężczyzn) jedynie w Indonezji oraz Togo. Kobiet wśród właścicieli młodych firm jest więcej niż mężczyzn jeszcze tylko w Katarze, w pozostałych krajach mężczyźni mają liczebną przewagę, wśród krajów europejskich najmniejsza jest ona w Hiszpanii, a największa na Cyprze i w Serbii, gdzie kobiety stanowią jedynie 30% właścicieli młodych firm.

**Wykres 2.13.** Luka płci wśród właścicieli młodych firm w Europie (% osób dorosłych 18–64 l.)

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

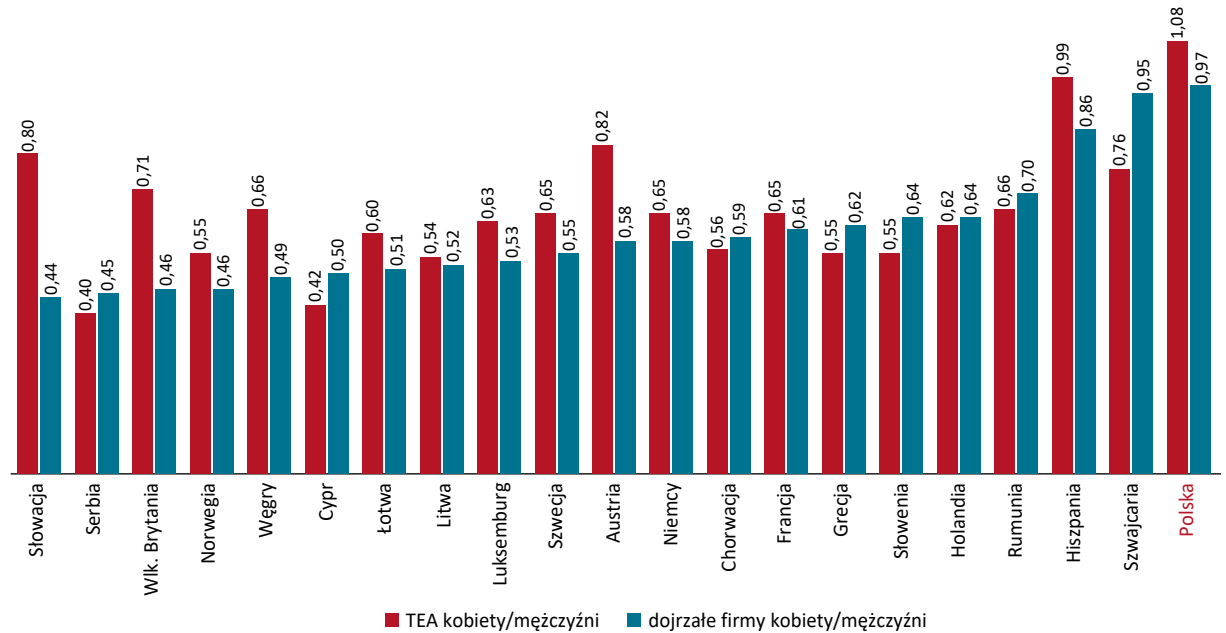
**W przypadku dojrzałych firm we wszystkich krajach europejskich objętych badaniem GEM przewagę liczebną mają mężczyźni. W Polsce przewaga ta jest najmniejsza – kobiety stanowią ponad 49% właścicieli tych firm.** Jedynym krajem europejskim o podobnej strukturze własności dojrzałych firm jest Szwajcaria. W pozostałych krajach mężczyźni mają liczebną przewagę, przy czym w kilku krajach kobiety ponownie stanowią jedynie ok. 30% właścicieli dojrzałych firm (Norwegia, Serbia, Słowacja, Wielka Brytania). W kilku krajach poza Europą kobiety stanowią większość właścicieli dojrzałych firm (Indonezja, Togo, Wenezuela, Arabia Saudyjska, Izrael), są przy tym kraje, w których poniżej 20% właścicieli dojrzałych firm to kobiety (Maroko, Iran).

**Wykres 2.14.** Luka płci wśród właścicieli **dojrzałych firm** w Europie (% osób dorosłych 18–64 l.)

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Bardzo istotny jest fakt, że **w Polsce nie mamy do czynienia z powiększaniem się luki płci pomiędzy młodymi i dojrzałymi firmami**. Sytuacja taka występuje w kilku krajach europejskich, między innymi na Słowacji i Węgrzech oraz w Wielkiej Brytanii i Austrii. Świadczy to o tym, że kobiety i mężczyźni doświadczają podobnych warunków funkcjonowania biznesu i wskaźnik przetrwania firmy nie jest wyższy wśród podmiotów zarządzanych przez kobiety. Biorąc pod uwagę występującą w Polsce w latach ubiegłych lukę płci na niekorzyść kobiet wśród właścicieli młodych firm można nawet zaryzykować stwierdzenie, że upadłość firm na wczesnym etapie działalności częściej dotyka mężczyzn niż kobiety. Wskazuje to również na fakt, że firmy prowadzone przez kobiety potrafiły oprzeć się negatywnemu wpływowi pandemii, mimo iż wyniki badań wskazują na to, że były one narażone na upadłość między innymi z uwagi na fakt, że częściej niż firmy prowadzone przez mężczyzn działają w sektorach usług dla osób fizycznych, które wymagają bezpośredniego kontaktu z klientem<sup>29</sup>.

<sup>29</sup> Stephan, U., Zbierowski, P., Pérez-Luño, A., & Klausen, A. (2001). *Entrepreneurship during the Covid-19 Pandemic: A global study of entrepreneurs' challenges, resilience, and well-being*. London: King's College London <https://www.kcl.ac.uk/research/supporting-entrepreneurship-covid-19-pandemic-global-study-entrepreneurs-resilience-well-being>

**Wykres 2.15.** Porównanie luki płci wśród właścicieli młodych i dojrzałych firm w Europie

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

## Motywy kobiet i mężczyzn do zakładania firm

Polscy przedsiębiorcy, którzy założyli firmy w ciągu 3,5 roku poprzedzających badanie, w 2022 r. **najczęściej decydowali się na ten ruch ze względu na świadomość konieczności zapewnienia sobie utrzymania (a więc zadbania o swój byt w kontekście relatywnie niewielu interesujących ofert na rynku pracy)<sup>30</sup> oraz chęć zdobycia wysokich dochodów czy znacznego wzbogacenia się.** Względy tradycji rodzinnych czy potrzeba ulepszenia świata wydają się mniej istotne, aczkolwiek w analizowanym roku obie pobudki okazały się równie ważne<sup>31</sup>. Płeć nie różnicuje znacząco tych motywacji.

O ile na poziomie europejskim ta główna motywacja zarówno w przypadku kobiet prowadzących młode firmy, jak i mężczyzn prowadzących tego typu firmy jest taka sama – zapewnienie

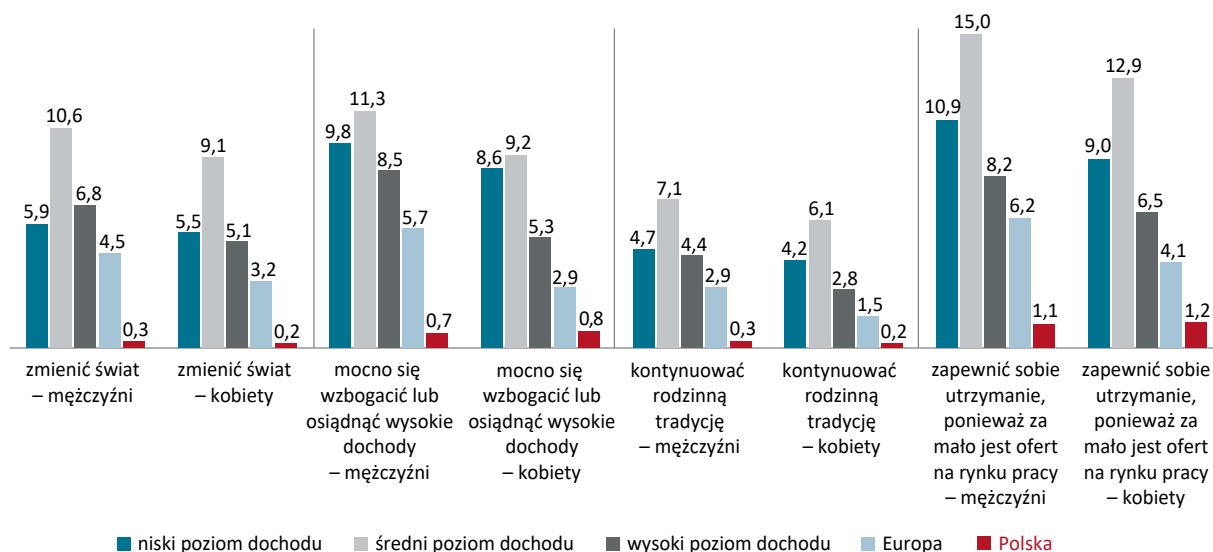
<sup>30</sup> W Polsce kobiety nieznacznie częściej wskazywały na znaczenie poczucia konieczności zapewnienia sobie utrzymania niż mężczyźni. Pogłębienie badań w tym zakresie mogłoby pomóc odpowiedzieć na pytania m.in. o powiązanie takiego przekonania z odgrywanymi rolami społecznymi czy o istotność well-beingu w życiu kobiet.

<sup>31</sup> Patrząc na dane warto mieć świadomość, że motywacje przyjęte na potrzeby badania GEM nie wyczerpują listy możliwych powodów skłaniających ludzi do zakładania firm.

utrzymania ze względu na niesatysfakcjonujące oferty dostępne na rynku pracy, o tyle w drugiej kolejności kobiety w Europie decydują się na rozpoczęcie działalności biznesowej ze względu na chęć zmiany świata (to trzecia motywacja w grupie mężczyzn), a mężczyźni – ze względu na chęć osiągnięcia wysokich zysków/wzbogacenia się (to trzecia motywacja w grupie kobiet). Kontynuacja tradycji rodzinnych jest najmniej popularnym motywatorem. O ile w przypadku Europy wszystkie wymienione pobudki były znacznie częściej wymieniane przez mężczyzn prowadzących młode firmy niż przez kobiety, o tyle w Polsce raczej te udziały są na relatywnie równym poziomie (aczkolwiek są zdecydowanie niższe niż w Europie).

Biorąc pod uwagę zróżnicowanie krajów europejskich, które wzięły udział w badaniu ze względu na średni poziom dochodów, warto zauważyć, że w krajach o niższym i średnim przeciętnym dochodzie silne znaczenie mają pobudki bardziej ekonomiczne, jak zapewnienie sobie utrzymania i potrzeba wzbogacenia się – niezależnie od płci. W przypadku krajów o wysokim i średnim poziomie też są znacznie częściej wskazywane niż średnio w Europie czy Polsce, natomiast warto zauważyć, że w tej grupie państw główna motywacja kobiet i mężczyzn się różni – kobiety częściej wskazują na konieczność utrzymania się, natomiast mężczyźni – na chęć osiągnięcia wysokich dochodów.

**Wykres 2.16.** Motywacje kobiet i mężczyzn do zakładania firm w 2022 r. (% kobiet/mężczyzn prowadzących młode firmy w populacji kobiet/mężczyzn)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

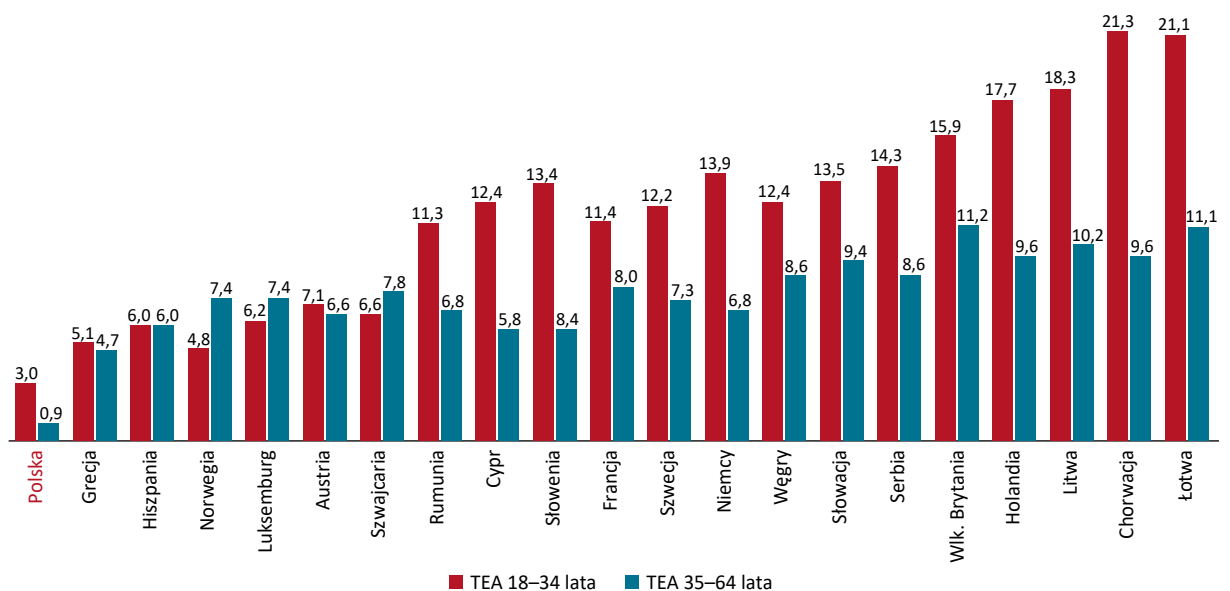
Badanie GEM tylko zaznacza pewne kwestie związane z przedsiębiorczością kobiet i mężczyzn, a wyniki dotyczące 2022 r. dodatkowo potwierdzają poczucie jedynie dotknięcia tematu i jednocześnie zachęcają do dalszego odkrywania tej tematyki oraz wyszukiwania powiązań między przedsiębiorczością kobiet i mężczyzn a np. uwarunkowaniami społecznymi.

## 2.6. Przedsiębiorczość w grupach wiekowych

Analiza aktywności gospodarczej w grupach wiekowych może dostarczać cennych informacji o przedsiębiorczości i pozwalać na formułowanie prognoz, szczególnie, jeśli przeprowadza się ją w kontekście zachodzących zmian demograficznych. W przypadku Polski analiza wieku właścicieli młodych firm dostarcza szczególnie istotnych informacji. Okazuje się, że **w przypadku 62% młodych firm ich właścicielami są osoby młode, do 34. r.ż.**

Nie jest to sytuacja niezwykła, podobną strukturę obserwujemy w innych krajach objętych badaniem GEM. W Polsce jednak przewaga osób młodych jest szczególnie duża. Kolejnym krajem europejskim o najwyższym udziale osób młodych jest Cypr, gdzie osoby do 34. r.ż. są właścicielami 56% młodych firm, a średnia dla krajów europejskich wynosi 43%.

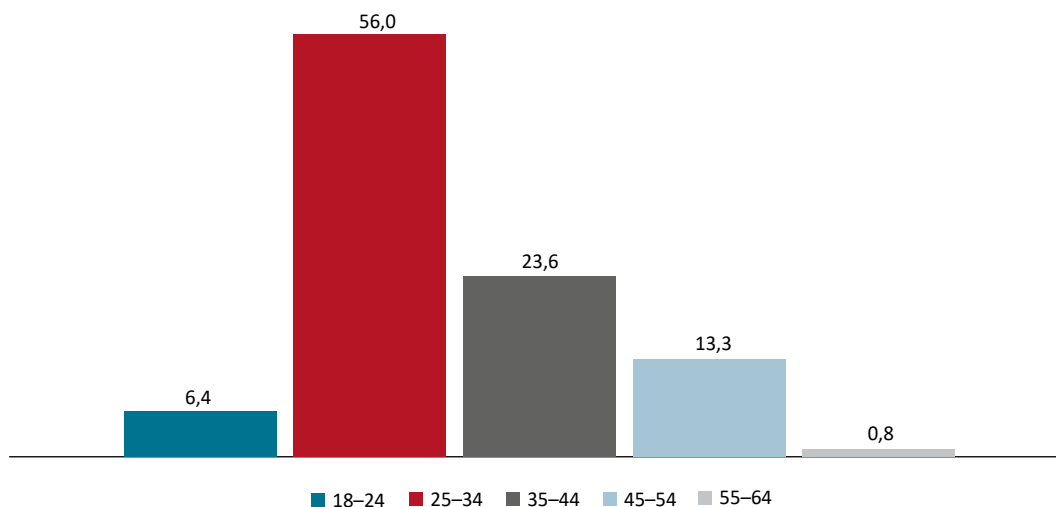
**Wykres 2.17.** Właściciele młodych firm w grupach wiekowych w Europie (% osób dorosłych)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Sytuacja w Polsce jest wyjątkowa jeszcze z dwóch powodów. Po pierwsze, właścicielami młodych firm w bardzo małym stopniu są osoby z najmłodszej grupy wiekowej 18–24 l. – stanowią one tylko 6% właścicieli przy średniej europejskiej 14%. Liderami przedsiębiorczości młodych ludzi w Europie są Rumunia (23%), Szwecja (23%) oraz Holandia (21%). Po drugie, właścicielami młodych firm są w znikomym stopniu osoby z najstarszej grupy wiekowej 55–64 l., stanowią one w Polsce jedynie poniżej 1% właścicieli tych firm, przy średniej europejskiej 10%. Najwyższą przedsiębiorczość osób starszych obserwujemy w Norwegii (20%) oraz Francji, Szwajcarii i Grecji (po 15%). Okazuje się zatem, że w Polsce wśród właścicieli młodych firm dominują osoby między 25. a 34. r.ż. (56%). Jest to grupa Polaków stosunkowo mocno zaangażowana w przedsiębiorczość, właścicielem młodej firmy w tej grupie jest 4% populacji, przy około jednym procencie w pozostałych grupach wiekowych (18–24 l., 35–44 l., 45–54 l.), poza grupą najstarszą, w której prawie nikt nie rozpoczyna działalności gospodarczej. Wyniki te wskazują na fakt, że istnieje w Polsce pewien niezagospodarowany potencjał przedsiębiorczości wśród osób najmłodszych i po 35. r.ż.

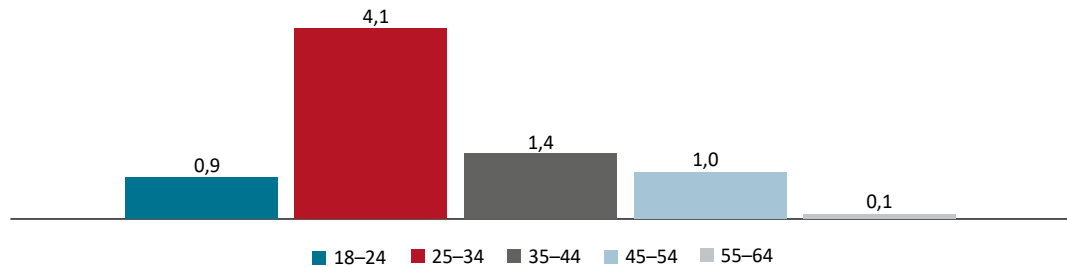
**Wykres 2.18.** Właściciele młodych firm w grupach wiekowych w Polsce w 2022 r. jako % młodych firm (TEA)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.



**Wykres 2.19.** Właściciele młodych firm w grupach wiekowych w Polsce w 2022 r. jako % osób dorosłych

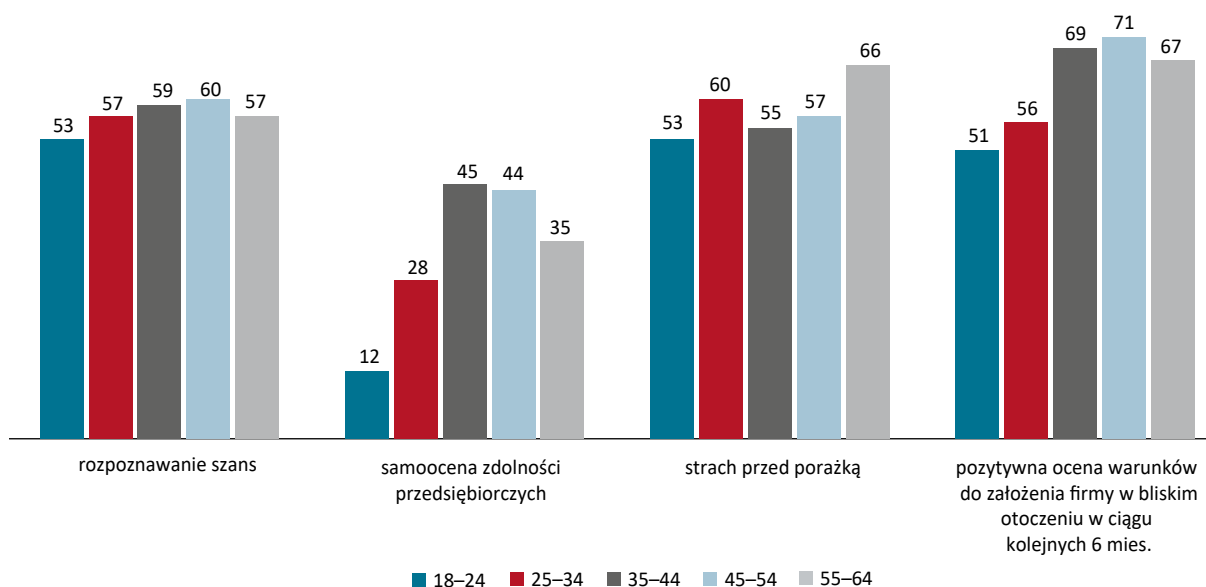


Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Powinien zatem zostać podjęty wysiłek aktywizacji tych osób. Może w tym pomóc w pewnym zakresie zmiana sposobu edukacji przedsiębiorczości w szkołach ponadpodstawowych, konieczne jest jednak dalsze wsparcie tych osób w procesie rozpoczynania działalności gospodarczej. Jest to również niezwykle istotne w kontekście starzejącego się społeczeństwa, przy niskiej aktywności przedsiębiorczej osób starszych oraz zmianie struktury wiekowej społeczeństwa można się spodziewać dalszego ogólnego spadku wskaźnika TEA.

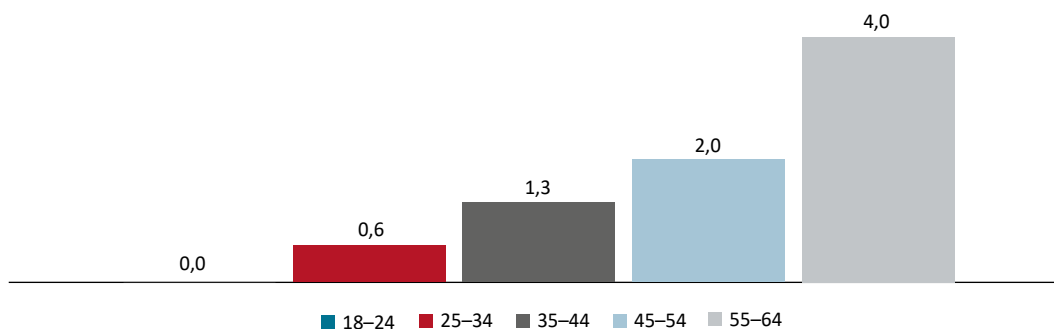
#### **Warto również przyjrzeć się postawom przedsiębiorczym w grupach wiekowych**

jako czynnikowi, który przynajmniej częściowo może tłumaczyć bardzo niski poziom przedsiębiorczości w grupie Polaków najmłodszych i po 35. r.ż. Okazuje się, że grupy starsze przejawiają postawy przedsiębiorcze wyższe niż grupy młodsze. Dotyczy to rzecz jasna samooceny zdolności przedsiębiorczych, ale również pozytywnej oceny warunków do założenia firmy. Polacy po 35. r.ż. rzadziej odczuwają również strach przed porażką (oprócz najstarszej grupy), a także częściej rozpoznają szanse biznesowe.

**Wykres 2.20.** Postawy przedsiębiorcze w grupach wiekowych w Polsce w 2022 r. (% osób dorosłych)

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

**Jako częściowe wyjaśnienie niskiej aktywności przedsiębiorczej pośród Polaków po 35. r.ż. posłużyć może analiza aktywności w zakresie bezpośredniego finansowania przedsiębiorstw. Aktywność ta rośnie wraz z wiekiem, w najmłodszej grupie wiekowej w zasadzie nie występuje, głównie z powodu braku zakumulowanego kapitału, który mógłby być zainwestowany. W grupie osób między 25. a 34. r.ż. w ciągu ostatnich trzech lat w inne przedsięwzięcia gospodarcze swoje środki zainwestowało 0,6% osób, w kolejnych grupach wiekowych było to 1,3%, 2% oraz 4% w grupie osób między 55. a 64. r.ż.**

**Wykres 2.21.** Inwestorzy prywatni w grupach wiekowych w Polsce w 2022 r.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Wskazuje to na fakt, że osoby w starszych grupach wiekowych angażują się w działalność gospodarczą finansowo, ale nie zarządzają firmami. Otwiera to natomiast pewne pole aktywności państwa i instytucji pozarządowych w kierunku aktywizacji tych osób do zakładania firm, którymi same by zarządzały. Działania te powinny być jednak poprzedzone dodatkowymi analizami przedsiębiorczości w grupach wiekowych, w szczególności analizą różnego rodzaju barier, które mogą ograniczać aktywność przedsiębiorczą.

## 2.7. Stosunek przedsiębiorstw do zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialności społecznej

**Świadomość społecznej i środowiskowej odpowiedzialności biznesu wydaje się wysoka wśród polskich przedsiębiorców**<sup>32</sup> – średnio ponad 90% firm działających na rynku co najmniej 3,5 roku (firmy dojrzałe) deklaruje, że podejmując decyzje biznesowe zawsze bierze pod uwagę społeczne i/lub środowiskowe skutki swoich działań. W przedsiębiorstwach funkcjonujących co najwyżej 3,5 roku na rynku (firmy młode) odsetek ten jest niewiele niższy – średnio ok. 85%. Są to wyniki zbliżone, aczkolwiek niższe (z wyjątkiem jednego wskaźnika)<sup>33</sup> niż w ubiegłej edycji.

Wyniki Polski w analizowanym zakresie są wciąż znacznie wyższe niż średnie dla Europy. Ciekawe wydają się dane uwzględniające poziom dochodu. Przedsiębiorcy z krajów zaklasyfikowanych w badaniu GEM do grupy krajów o średnim poziomie dochodów przeciętnie znacznie częściej niż przedsiębiorcy z krajów o niższym i też częściej niż

<sup>32</sup> Przez społeczne skutki należy rozumieć m.in. wpływ na zdrowie, bezpieczeństwo, jakość warunków pracy, otwarte i niewykluczające środowisko pracy, dostęp do edukacji, mieszkalnictwo czy transport, natomiast skutki dla środowiska – m.in. wpływ na zachowanie obszarów zielonych, redukcję gazów cieplarnianych i toksycznych, selektywną zbiórkę odpadów, racjonalne zużycie wody, elektryczności i paliw.

<sup>33</sup> W przypadku młodych firm obserwuje się spadek na poziomie 1 p.p. w przypadku skutków środowiskowych decyzji biznesowych i 2 p.p. w przypadku skutków społecznych, a w przypadku firm dojrzałych spadek o 1 p.p. w kwestii skutków społecznych, natomiast wzrost o 2 p.p. w przypadku rozważania skutków środowiskowych. Zmiany są minimalne, przywołujemy je z racji na ważkość zagadnienia, niemniej mieszczą się w granicach błędu statystycznego, dlatego ważne jest kontynuowanie pomiaru tego zjawiska w kolejnych latach.

przedsiębiorcy z krajów o wyższym dochodzie deklarowali rozważanie konsekwencji własnych decyzji biznesowych czy to dla środowiska (84% młodych firm i 83% dojrzałych firm z krajów o średnim poziomie dochodów) czy dla społeczeństwa (po 82% firm niezależnie od stażu prowadzenia działalności w analizowanej grupie dochodowej).

**O ile deklaracja polskich przedsiębiorców odnośnie sfery rozważań jest niemal powszechna, o tyle już samo faktyczne działanie jest mniej popularne, a co więcej – różnica między działaniami młodych i dojrzałych firm jest bardziej znacząca** (na korzyść obecnych na rynku dłużej). 3 na 5 młodych przedsiębiorców w ciągu ostatniego roku podjęło działania prospołeczne, a w grupie przedsiębiorców dojrzałych – już 3 na 4<sup>34</sup> przedsiębiorców. Biorąc pod uwagę działania prośrodowiskowe, podjęcie w ciągu ostatniego roku takich inicjatyw deklarowało 55% reprezentantów firm młodych i 70% firm dojrzałych<sup>35</sup>. Warto zauważyć, że – niezależnie od stażu firmy – **większy odsetek polskich firm deklarował działania zwiększające społeczne oddziaływanie firmy niż zmniejszające negatywne skutki dla środowiska naturalnego**. O ile w przypadku firm funkcjonujących na rynku do 3,5 roku zmiana w stosunku do zeszłego roku jest nieznaczna i niejednoznaczna, o tyle w przypadku firm dojrzałych wyraźnie widać rozwój – działania prospołeczne w ciągu ostatniego roku podjęło o 9 p.p. więcej przedsiębiorców (76% deklaracji obecnie vs. 67% w ubiegłej edycji), a prośrodowiskowe o 5 p.p. więcej (kolejno: 70% i 65%). Jeżeli w kolejnej edycji utrzymany zostanie wzrostowy trend w analizowanym zakresie w przypadku firm dojrzałych, będzie można z nadzieją patrzeć na dążenie do zrównania wskaźników deklarowanego uwzględniania aspektów zrównoważonego rozwoju i społecznej odpowiedzialności oraz podejmowanych realnych działań.

Patrząc na średnie charakteryzujące ogółem kraje Europy uwzględnione w badaniu widać, że – niezależnie od wieku firmy – większy odsetek przedsiębiorców w minionym roku podejmował działania biznesowe z uwzględnieniem kwestii środowiskowych (średnio 52% młodych firm z Europy i 57% firm dojrzałych) niż z uwzględnieniem oddziaływania

<sup>34</sup> Działania zwiększające społeczne oddziaływanie firmy to m.in. tworzenie miejsc pracy dla młodych bezrobotnych i innych grup o ograniczonym dostępie do rynku pracy, włączanie przedsiębiorstw społecznych do łańcucha dostaw, zapewnienie zróżnicowanej siły roboczej, jeśli chodzi np. o kraj pochodzenia czy rasę, korzystanie w pierwszej kolejności z usług firm/dostawców działających z poszanowaniem praw człowieka i środowiska, walkę z wszelkimi formami pracy dzieci lub pracy niewolniczej.

<sup>35</sup> Działania zmniejszające negatywne oddziaływanie firmy na środowisko to działania pozwalające m.in. na oszczędzanie energii (elektrycznej, ciepłej), zmniejszenie emisji CO<sub>2</sub>, ułatwienie pracownikom korzystania z bezemisyjnych środków transportu (np. rowerów).

na społeczeństwo (średnio kolejno: 41% i 40% firm). Jest to tendencja obserwowana również w krajach zaklasyfikowanych w badaniu GEM do krajów o średnim i wysokim poziomie dochodu (do którego również zalicza się Polskę), natomiast odwrotna niż obserwowana w przypadku Polski, o czym pisano wcześniej.

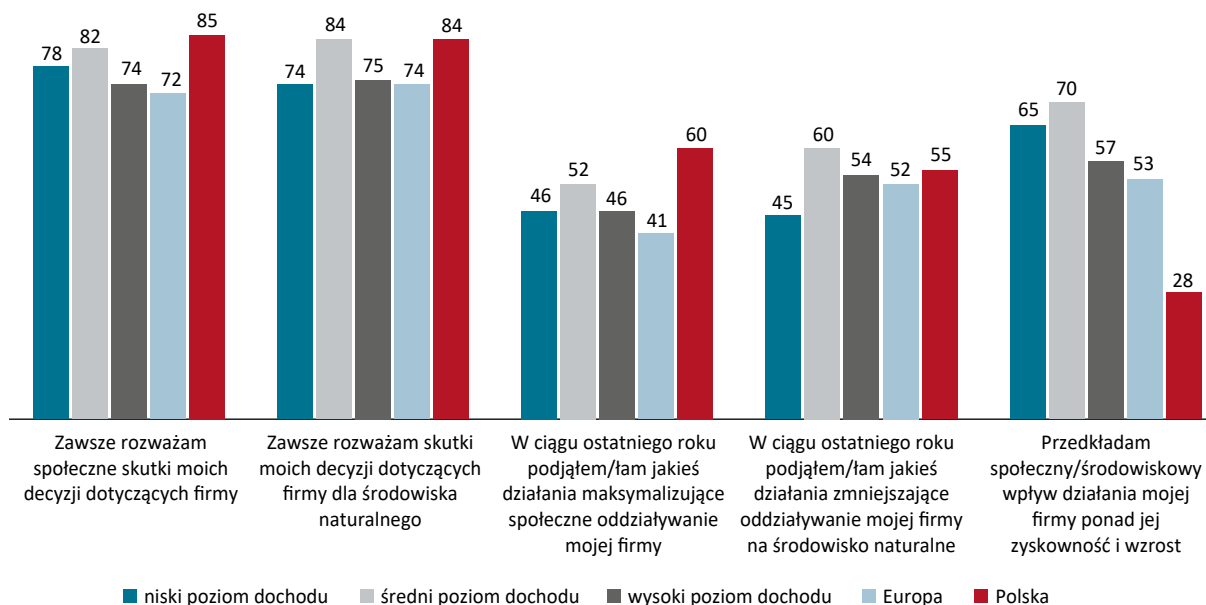
Wskaźnikiem w bardziej dosadny sposób pokazującym liczenie się z kwestiami związanymi ze społeczną odpowiedzialnością i zrównoważonym rozwojem jest przedkładanie wpływu społecznego czy środowiskowego ponad zyskowność i wzrost firmy. Zakłada on bowiem rezygnację z części zysku czy rozwoju na rzecz czegoś, co jest bardziej abstrakcyjne i potencjalnie dopiero w przyszłości może przynieść korzyść i to niekoniecznie bezpośrednio przedsiębiorcy. Jest to jedyny wskaźnik spośród analizowanych w tym podrozdziale, w przypadku którego wyniki polskich przedsiębiorstw prezentują się znacznie gorzej od uśrednionego wyniku dla przedsiębiorstw z Europy<sup>36</sup>. **Deklarowaną gotowość do przedkładania celów społecznych i/lub środowiskowych ponad wzrost lub zyskowność własnej firmy odnotowano w przypadku 28% młodych (działających co najwyżej 3,5 roku na rynku) i 33% dojrzałych (co najmniej 3,5 roku działalności) przedsiębiorców z Polski<sup>37</sup>**, a więc wraz z dojrzałością rynkową rośnie zrozumienie potrzeb społecznych/środowiskowych i równocześnie gotowość do zrzeczenia się części własnych zysków. Średnie wskaźniki dla Europy (kolejno: 53% i 50%) pokazują odwrotną tendencję – to większy odsetek młodszych graczy rynkowych do kosztów prowadzenia działalności jest w stanie doliczyć konieczność działania na rzecz społeczeństwa i/lub środowiska.

Co ciekawe, większy odsetek przedsiębiorców reprezentujących kraje o niższym poziomie dochodów jest skory do deklaracji o przedkładaniu społecznego/środowiskowego wpływu działania firmy ponad zyskowność/wzrost niż w przypadku przedsiębiorców z krajów o wyższym poziomie dochodów, jednak zdecydowanie ponad wszystkich wybijają się przedsiębiorcy z krajów o średnim dochodzie (70% w przypadku młodych przedsiębiorców i 66% w przypadku dojrzałych).

<sup>36</sup> Być może wśród przedsiębiorców funkcjonuje przekonanie, że można działać prospołecznie i prośrodowiskowo nie rezygnując z własnych profitów – zysku firmy czy rozwoju – albo wręcz np. działania prośrodowiskowe, jak np. termomodernizacje, są w Polsce rozpatrywane w kategoriach rozwoju i działania dla zysku. Stąd też może dla polskich przedsiębiorców obie kwestie nie idą w parze – zwłaszcza gdy pytanie obejmuje łącznie: kwestie społeczne i kwestie środowiskowe.

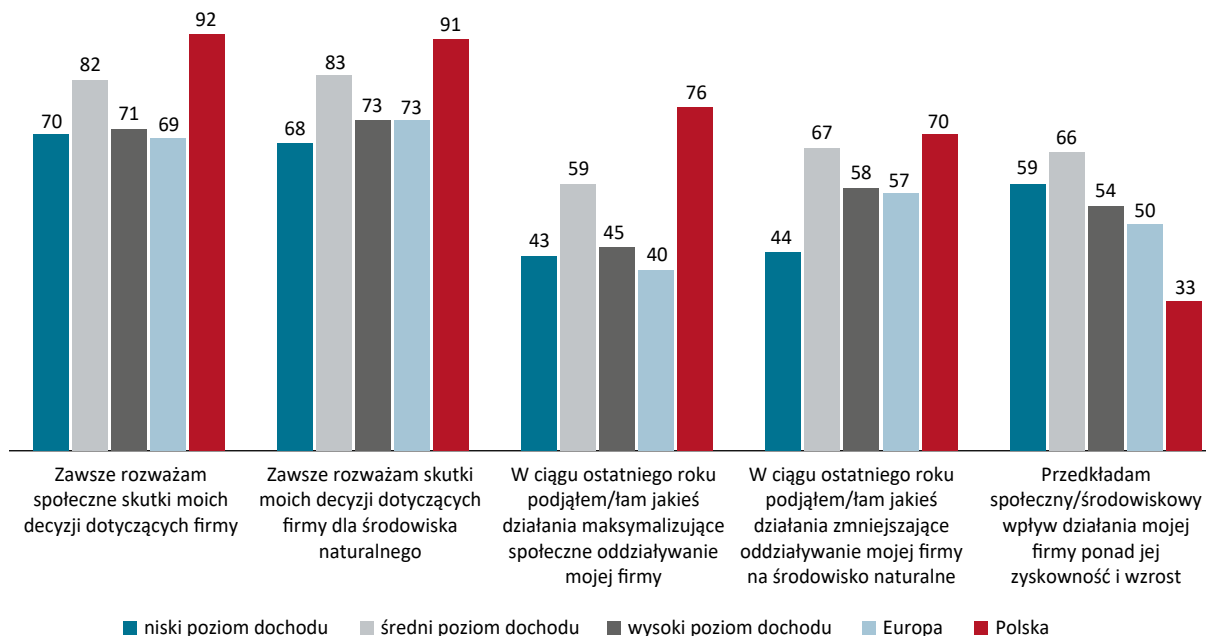
<sup>37</sup> W przypadku Polski, niezależnie od stażu działania na rynku, zaobserwowano spadek odsetków w stosunku do ubiegłego roku.

**Wykres 2.22.** Społeczna i środowiskowa odpowiedzialność w działaniach i przekonaniach osób prowadzących **młode firmy** (% młodych firm TEA)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

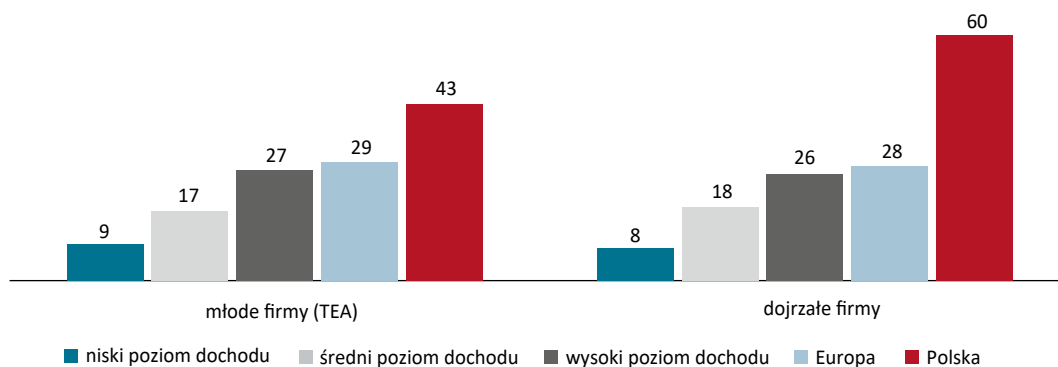
**Wykres 2.23.** Społeczna i środowiskowa odpowiedzialność w działaniach i przekonaniach osób prowadzących **dojrzałe firmy** (% dojrzałych firm)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

W badaniu GEM przedsiębiorcy pytani są o znajomość 17 Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ (tzw. SDGs – *Sustainable Development Goals*)<sup>38</sup>. **Znajomość tych założeń deklaruje znacznie mniejsza część polskich przedsiębiorców działających na rynku krócej – do 3,5 roku niż tych, którzy działają dłużej – powyżej 3,5 lat (kolejno: 43% i 60%), aczkolwiek odsetki te są wyższe niż w ubiegłym roku (wzrost aż o 14 p.p. w przypadku młodych firm i 2 p.p. w przypadku dojrzałych)<sup>39</sup>. Średnia dla Polski jest wciąż zdecydowanie wyższa niż średnia dla krajów europejskich wziętych pod uwagę w analizach. Biorąc pod uwagę czas funkcjonowania firm na rynku, średnie dla Europy są na stosunkowo równym poziomie (29% w przypadku firm będących na rynku do 3,5 roku i 28% w przypadku co najmniej 3,5 lat). Niezależnie od tej zmiennej, widać prawidłowość związaną ze średnim poziomem dochodów państw biorących udział w badaniu – im ten przeciętny dochód jest wyższy, tym większy udział przedsiębiorców deklarujących znajomość Celów SDGs.**

**Wykres 2.24.** Znajomość 17 Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ – Agenda 2030 na rzecz zrównoważonego rozwoju (% młodych firm i % dojrzałych firm)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Wyniki badania GEM przedstawiają stosunkowo pozytywny – na tle Europy – obraz przedsiębiorcy świadomego istoty społecznej i środowiskowego oddziaływania biznesu oraz starającego się działać prospołeczne i/lub prośrodowiskowo, natomiast, analizując dane należy pamiętać o deklaratorywnym podejściu do tych tematów oraz możliwym bardzo subiektywnym ocenianiu faktycznych działań i poziomie zaangażowania.

<sup>38</sup> Pytanie opcjonalne. W roku 2022 zostało uwzględnione przez: Austrię, Kanadę, Chile, Chiny, Kolumbię, Chorwację, Cypr, Egipt, Francję, Grecję, Węgry, Indie, Indonezję, Izrael, Łotwę, Litwę, Meksyk, Maroko, Norwegię, Polskę, Katar, Rumunię, Serbię, Słowację, Słowenię, RPA, Koreę Pd., Hiszpanię, Szwajcarię, Tajwan, Togo, Tunezję, Zjednoczone Emiraty Arabskie, Urugwaj.

<sup>39</sup> Warto zaznaczyć, że jest to deklarowana ogólna znajomość Agendy – badanie nie pozwala na ocenę, czy przedsiębiorcy są jedynie świadomi istnienia zapisów, czy znają bardziej ogólnie lub szczegółowo treść dokumentu.

## 2.8. Wpływ pandemii na digitalizację przedsiębiorstw

W badaniu GEM przedsiębiorcy – w konsekwencji doświadczenia pandemii COVID-19 – pytani byli o to, czy w jej efekcie, w firmach nastąpiły zmiany w zakresie wykorzystywania technologii cyfrowych w celu sprzedaży produktów lub usług. Upływ czasu i rozmycie tematu pandemii z jednej strony może oddalać myślenie przedsiębiorców o pewnych ruchach biznesowych jako o bezpośrednich efektach pandemii koronawirusa, ale z drugiej strony czas może dawać lepszą perspektywę. Ta perspektywa w analizowanym aspekcie może umożliwić przede wszystkim bardziej pogłębioną refleksję nad tym, czy faktycznie w wyniku pandemii trwale rozszerzono zakres stosowania technologii (poprzez ulepszenie używanych bądź wprowadzenie nowych rozwiązań) lub czy firma rzeczywiście była/jest w stanie prowadzić działalność bez wykorzystania technologii cyfrowych do sprzedaży produktów i/lub usług<sup>40</sup>.

Patrząc na dane dla Polski, w poprzedniej edycji badania 65% przedsiębiorców reprezentujących młode firmy (działające na rynku do 3,5 roku) i 64% prowadzących firmy dojrzałe (funkcjonujące co najmniej 3,5 roku) twierdziło, że wprowadzenie technologii cyfrowych do biznesu (w kontekście sprzedaży produktów czy usług) nie jest konieczne, bo firma z powodzeniem radzi sobie, wykorzystując kanały bardziej tradycyjne. Obecnie – tj. w 2022 r. – odsetki te spadły o 13 p.p. w przypadku firm młodych i 7 p.p. w przypadku firm dojrzałych.

Te zmiany same w sobie świadczą o uczynieniu przez polskich przedsiębiorców relatywnie dużego kroku w stronę digitalizacji, ale jeszcze bardziej **znaczące wydają się w kontekście obecnie odnotowywanych odsetków przedsiębiorców, którzy zaczęli w odpowiedzi na pandemię stosować technologie cyfrowe do sprzedaży dóbr i usług – w 2022 r. taką deklarację złożyło niemal 40% reprezentantów polskich młodych firm i niewiele ponad 20% – firm dojrzałych (wzrost o kolejno: 25 p.p. i 15 p.p.)<sup>41</sup>**. Na znacznie większą otwartość polskich przedsiębiorców funkcjonujących na rynku do 3,5 roku w porównaniu do pozostałych wskazuje również **niemal**

<sup>40</sup> Ogólnie zmiany mogły nastąpić, ponieważ przedsiębiorcy mogli a) zacząć wykorzystywać technologie lub b) rozszerzyć zakres stosowania, albo mogły nie nastąpić, ponieważ c) już wcześniej wykorzystywali technologie lub d) w ogóle nie widzą takiej potrzeby.

<sup>41</sup> Należy mieć świadomość, że firmy młode to firmy, które bądź rozpoczynały działalność biznesową niewiele przed rozpoczęciem pandemii COVID-19, bądź już w jej trakcie. Można przypuszczać, że ci ostatni przedsiębiorcy, w pełni świadomi nowych realiów związanych z pandemią mogli mieć wręcz wpisaną digitalizację w strategię działania.



**dwukrotnie wyższy udział osób (29% młodych firm vs. 15% dojrzałych firm), które spodziewają się (a być może można zaryzykować stwierdzenie, że planują) wzrostu wykorzystania w ich firmach technologii cyfrowych do sprzedaży produktów/usług w ciągu 6 miesięcy następujących po przeprowadzeniu badania.** Wyniki z 2022 r. wskazują na a) ogólnie większą otwartość polskich firm na digitalizację, b) większą otwartość na digitalizację firm krócej operujących na rynku (co również może być powiązane z czasem i warunkami towarzyszącymi rozpoczęciu działalności).

W Europie średnio 40% młodych firm zaczęło stosować lub zwiększyło stosowanie technologii cyfrowych w efekcie pandemii (w Polsce: 42% młodych firm), 28% planowało takie działania wcześniej – jeszcze przed pandemią (w Polsce: 6%)<sup>42</sup>, a 32% uważa, że to nie jest konieczne do dobrego funkcjonowania firmy (w Polsce: 52%)<sup>43</sup>. W niemal każdym kraju europejskim brany pod uwagę w badaniu, odsetek młodych firm, które podjęły decyzję o wprowadzeniu technologii cyfrowych do biznesu w wyniku pandemii, jest wyższy niż wśród firm dojrzałych<sup>44</sup>, przy czym największą różnicę zaobserwowano w przypadku: Grecji (47% młodych firm i 15% firm dojrzałych), Wielkiej Brytanii (kolejno: 28% i 9%) i Polski (kolejno: 38% i 21%). W kontekście porównań międzynarodowych warto również spojrzeć na deklaracje dotyczące decyzji o rozwoju technologicznym niezwiązanej z pandemią – podjętą niezależnie, bo przed jej rozpoczęciem. Można zaryzykować stwierdzenie, że taki rozwój jest bardziej przemyślany i być może opierający się na bardziej sprawdzonych rozwiązaniach. W tym względzie znacznie powyżej średniej dla badanych krajów europejskich są Szwecja (z odsetkiem 47% młodych firm i 40% firm dojrzałych), Słowenia (kolejno: 43% i 48%), Szwajcaria (kolejno: 42% i 35%) i Francja (kolejno: 40% i 41%).

Patrząc na zróżnicowanie ze względu na średni poziom dochodu krajów biorących udział w badaniu, można stwierdzić, że niezależnie od długości funkcjonowania firm na rynku jednoznacznie obserwowana jest następująca tendencja: wraz ze spadkiem średniego poziomu dochodu rośnie odsetek przedsiębiorców deklarujących brak konieczności korzystania z technologii cyfrowych w celach sprzedażowych. Warto zwrócić uwagę, że w krajach o wysokim poziomie dochodów – zwłaszcza w grupie przedsiębiorców krócej funkcjonujących

<sup>42</sup> W przypadku dojrzałych firm z Europy odsetek przedsiębiorców, którzy wprowadzili technologie cyfrowe do sprzedaży jest o 7 p.p. niższy w stosunku do firm młodych ze względu na nieznacznie wyższy w tej grupie odsetek osób mających przekonanie, że firma może działać bez zaangażowania w technologie cyfrowe oraz tych, którzy już wcześniej – przed rozpoczęciem pandemii – przymierzali się do rozwoju w tym kierunku.

<sup>43</sup> Zarówno wśród młodych europejskich firm, jak i dojrzałych, Polska odnotowuje zdecydowanie najwyższy odsetek przedsiębiorców deklarujących, że użycie technologii cyfrowych w sprzedaży nie jest konieczne.

<sup>44</sup> Wyjątek stanowi Luksemburg, który w 2022 r. odnotował następujące udziały: 21% w przypadku młodych firm i 33% w przypadku firm dojrzałych.

na rynku – odsetki te są znacznie niższe niż w pozostałych grupach dochodowych (na poziomie 30–35% przedsiębiorców). Jednocześnie widać, że wraz ze wzrostem średniego poziomu dochodów rośnie udział przedsiębiorców, którzy już przez pandemię planowali rozwój cyfrowy lub w wyniku koronawirusa postanowili zwiększyć zakres digitalizacji.

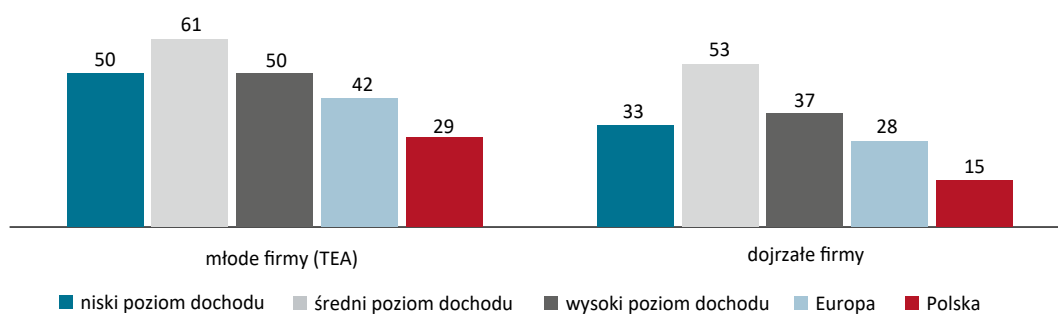
**Tabela 2.7.** Przedsiębiorcy, którzy w odpowiedzi na pandemię koronawirusa zaczęli stosować lub nie technologie cyfrowe (TC) w celu sprzedaży produktów lub usług (% młodych (mf) i % dojrzałych firm (df))

Grupa państw/ państwo	% mf Tak, zaczęli stosować	% mf Tak, zwiększyli pierwotne plany	% mf Nie, planowali wdrożenie TC przed pandemią	% mf Nie, firma może działać bez TC	% df Tak, zaczęli stosować	% df Tak, zwiększyli pierwotne plany	% df Nie, planowali wdrożenie TC przed pandemią	% df Nie, firma może działać bez TC
o niskim poziomie dochodu	25	14	15	46	18	9	15	58
o średnim poziomie dochodu	24	17	16	43	18	17	16	50
o wysokim poziomie dochodu	25	22	23	30	18	21	26	35
<b>Europa</b>	20	20	28	32	13	21	30	36
Austria	32	15	25	28	26	11	20	44
Chorwacja	18	18	35	29	14	28	33	25
Cypr	22	20	19	39	16	23	16	45
Francja	12	17	40	31	9	20	41	30
Grecja	47	15	18	20	15	17	27	41
Hiszpania	27	25	29	19	12	23	37	28
Holandia	12	27	39	23	11	26	35	28
Litwa	9	25	21	44	6	23	26	44
Luksemburg	21	28	28	24	33	22	22	22
Łotwa	15	23	37	25	5	28	33	34
Niemcy	22	33	24	21	18	21	25	35
Norwegia	24	12	31	33	21	14	43	22
<b>Polska</b>	<b>38</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>52</b>	<b>21</b>	<b>9</b>	<b>14</b>	<b>57</b>
Rumunia	20	22	12	47	10	31	22	37
Serbia	13	20	19	48	8	17	28	48
Słowacja	13	24	20	44	7	25	19	49
Słowenia	8	27	43	22	4	18	48	30
Szwajcaria	16	14	42	28	9	21	35	35
Szwecja	10	15	47	28	9	26	40	25
Węgry	12	17	29	42	5	15	35	45
Wielka Brytania	28	29	17	26	9	27	34	31

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Do informacji nt. polskich przedsiębiorców spodziewających się zwiększenia wykorzystania technologii cyfrowych w firmach do sprzedaży dóbr i usług przy uwzględnieniu bliskiej perspektywy działania warto dodać, że **udziały otwartych na digitalizację polskich przedsiębiorców znacznie wzrosły w stosunku do ubiegłej edycji – z 20% do 29% w przypadku firm młodych i z 4% do 15% w przypadku firm dojrzałych**. Jednak wynik polskich przedsiębiorców wciąż pozostaje poniżej średniej europejskiej, a co więcej w przypadku Polski odnotowano trzeci od końca wynik w grupie młodych przedsiębiorców (przed Francją (18%) i Litwą (niemal 29%)) i ostatni w grupie dojrzałych. Analiza uwzględniająca średni poziom dochodu państw również wskazuje bądź na względną stabilność, bądź na spodziewane ograniczenie wykorzystania technologii cyfrowych (co dotyczy krajów o średnio niższym dochodzie).

**Wykres 2.25.** Przedsiębiorcy, którzy spodziewają się zwiększonego wykorzystania technologii cyfrowych w celu sprzedaży produktów lub usług w firmie w ciągu kolejnych 6 miesięcy (% młodych firm i % dojrzałych firm)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Wyniki dla Polski jednoznacznie wskazują na coraz większą otwartość polskich przedsiębiorców na stosowanie technologii cyfrowych w sprzedaży produktów i/lub usług, jednak wciąż jest przestrzeń na rozwój w tym zakresie. Wraz z upływającymi latami powiązanie digitalizacji przedsiębiorstw z pandemią może stawać się mniej oczywiste, ale na pewno zostanie ona w świadomości przedsiębiorców jako czynnik wyzwalający bądź wpływający na rozwój działań technologicznych firm.

## 3. Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości

Istotnym elementem projektu GEM jest ocena otoczenia, w jakim funkcjonują nowe i rozwijające się przedsiębiorstwa w danym kraju. Podstawą tej analizy jest badanie eksperckie na temat uwarunkowań przedsiębiorczości (ang. *National Expert Survey – NES*) prowadzone wśród co najmniej 36 ekspertów<sup>45</sup> w każdym z krajów uczestniczących w projekcie GEM<sup>46</sup>. W badaniu wyodrębniono 13 obszarów wyznaczających krajowe determinanty przedsiębiorczości, których wpływ na nowo powstające i rozwijające się przedsiębiorstwa ocenili eksperci. Obszary te zostały pogrupowane w cztery bloki reprezentujące szersze kategorie opisujące uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości, tj.:

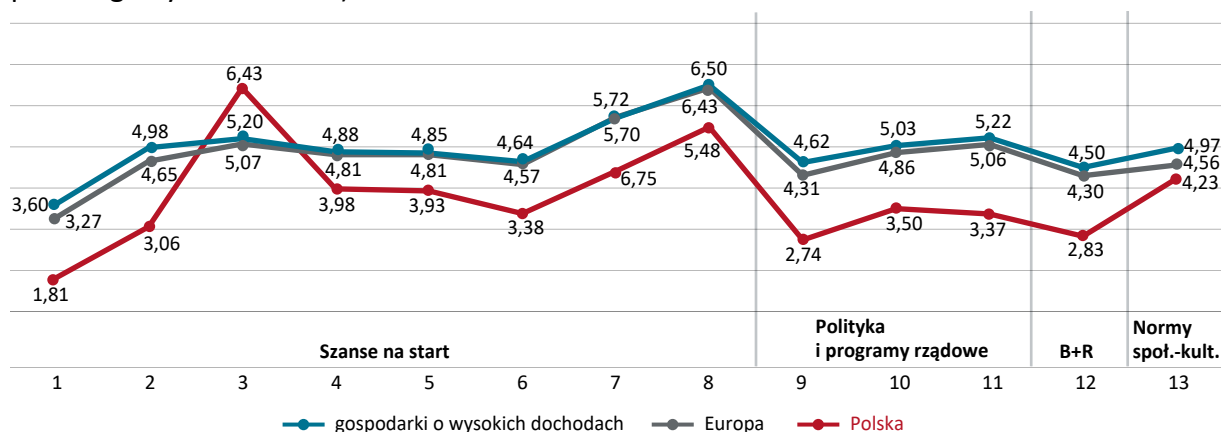
- 1. Szanse na start:** edukacja i szkolenia w zakresie przedsiębiorczości – poziom podstawowy i średni oraz poziom uczelni wyższych i kształcenie ustawiczne, poziom otwartości rynku, dostępność finansowania (wystarczająca ilość, łatwość uzyskania), infrastruktura komercyjna, usługowa i techniczna.
- 2. Polityka i wsparcie publiczne:** priorytety polityki publicznej w zakresie przedsiębiorczości, obciążenia związane z podatkami i regulacjami administracyjnymi, pomoc i wsparcie publiczne dla przedsiębiorstw.
- 3. Badania i rozwój:** badania i rozwój, transfer wiedzy i technologii.
- 4. Normy społeczno-kulturowe:** systemy wartości i normy społeczne.

<sup>45</sup> W każdym z obszarów znalazło się 3–8 stwierdzeń na temat, na który ekspert miał wyrazić opinię, używając skali od 0 do 10, gdzie 0 oznaczało „zdecydowanie się nie zgadzam” a 10 – „zdecydowanie się zgadzam”. Wszystkie stwierdzenia miały wydźwięk pozytywny, tzn. stwierdzały, że dany aspekt ma w Polsce korzystny wpływ na przedsiębiorczość, zatem im więcej punktów przyznano w danym obszarze, tym lepiej oceniono sytuację. Następnie, dla danych stwierdzeń policzono średnie z odpowiedzi wszystkich ekspertów. Im wyższą wartość osiągnęła średnia, tym lepiej oceniono dany aspekt. W dalszej kolejności poszczególne stwierdzenia zagregowano do obszarów, dla których policzono średnie. W poniższej analizie zastosowano zarówno średnie wyniki dla poszczególnych stwierdzeń, jak średnie dla danych grup – uzależniając to od kontekstu i możliwości ciekawego przedstawienia problemu. Wyniki dla Polski za rok 2022 zostały zestawione z wynikami dla gospodarek o wysokich dochodach (do których należy też Polska) oraz dla krajów europejskich uczestniczących w badaniu (2022 r. – Austria, Chorwacja, Cypr, Francja, Grecja, Hiszpania, Holandia, Litwa, Luksemburg, Łotwa, Niemcy, Norwegia, Rumunia, Serbia, Słowacja, Słowenia, Szwajcaria, Szwecja, Węgry, Wielka Brytania, Włochy).

<sup>46</sup> W badaniu NES w 2022 r. wzięło udział 51 krajów świata (patrz Tabela 1.1 niniejszego Raportu).

Analiza opinii ekspertów biorących udział w badaniu NES w 2022 r. w poszczególnych państwach pozwala stwierdzić, że warunki do powstawania i rozwoju przedsiębiorstw w Polsce na tle gospodarek o wysokich dochodach<sup>47</sup>, ale również w porównaniu z krajami europejskimi, były przeciętne (Wykres 3.1). **W porównaniu z ekspertami z tych dwóch grup krajów polscy eksperci wyżej ocenili tylko jeden obszar – dynamikę rynku (jego otwartość na nowe firmy). Kolejnym obszarem, który w 2022 r. osiągnął w Polsce wysoką ocenę, był dostęp do infrastruktury technicznej.** W rezultacie te dwa najwyżej oceniane przez polskich ekspertów obszary można uznać za stymulatory rozwoju nowych przedsięwzięć w Polsce. Warto dodać, że ocena ta jest podobna do oceny z lat 2019–2021 – eksperci wtedy również najwyżej ocenili te dwie sfery uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości. Pozostałe obszary uzyskały oceny niższe niż średnia w grupach krajów będących punktami odniesienia, a wśród nich **część można uznać za wręcz utrudniające rozwój przedsiębiorczości. To przede wszystkim: edukacja przedsiębiorczości (zarówno na poziomie podstawowym i szkoły średniej, jak i wyższym) i szkolenia, kwestia biurokracji i podatków, priorytety polityki publicznej w zakresie przedsiębiorczości, a także uwarunkowania w obszarze badań, rozwoju i transferu wiedzy.**

**Wykres 3.1.** Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości (2022 r.): Polska w porównaniu z gospodarkami o wysokich dochodach i krajami europejskimi (średnie oceny dla poszczególnych obszarów)



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

<sup>47</sup> Zgodnie z definicją Banku Światowego, gospodarki o wysokich dochodach to te, których dochód narodowy brutto na jednego mieszkańca wynosi 13 845 USD lub więcej (OGHIST.xlsx (live.com)).

W latach 2020–2022 badanie GEM, w tym badanie eksperckie NES, było przeprowadzone w szczególnych oraz bardzo trudnych warunkach – pandemii COVID-19 i wojny w Ukrainie. Ta nietypowa sytuacja mogła też wpłynąć na większą ostrożność ekspertów w ocenie uwarunkowań funkcjonowania nowych i rozwijających się firm w Polsce. I tak osiem obszarów uzyskało w 2022 r. ocenę niższą niż rok wcześniej, kolejne pięć oceniono nieco wyżej. Jednak gdy oceny z 2022 r. porównamy z oceną ekspertów dokonaną w 2019 r.<sup>48</sup> – a więc przed pandemią – to spadek dotyczy już 9 obszarów, jeden obszar pozostał na tym samym poziomie, a wzrost natomiast – tylko dwóch (Polityka rządu: podatki, regulacje, obowiązki sprawozdawcze oraz biurokracja; Normy kulturowe i społeczne).

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

W 2022 r. do kwestionariusza badania NES dodano stwierdzenia dotyczące odbudowy przedsiębiorczości po pandemii COVID-19, a także blok pytań odnoszących się do realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju Organizacji Narodów Zjednoczonych. Omówiono je na końcu rozdziału.

## 3.1. Szanse na start

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

---

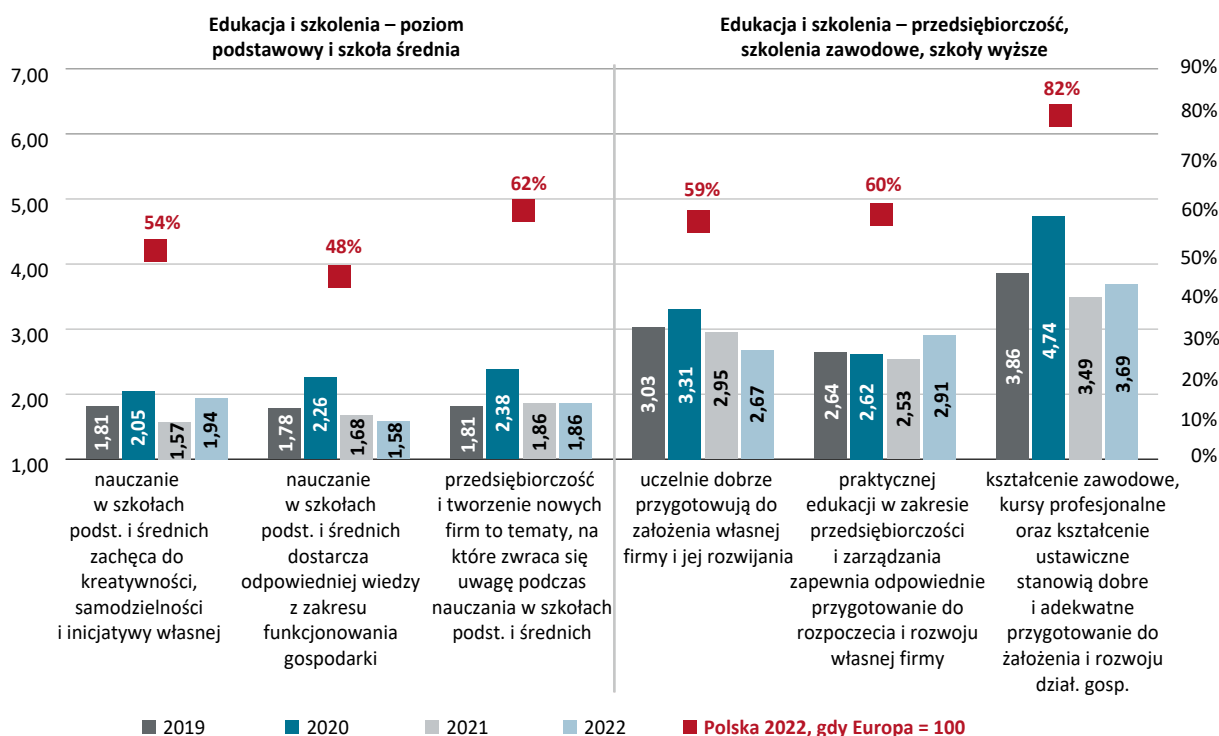
<sup>48</sup> W 2019 r. eksperci nie oceniali obszaru Finansowanie – łatwość uzyskania. Obszar ten dodano do badania NES w 2021 r.

## Edukacja i szkolenia w zakresie przedsiębiorczości

Całościowo obszar Edukacji i szkoleń – poziom podstawowy został w 2022 r. oceniony na 1,8 pkt – podobnie jak w 2019 r. i nieznacznie lepiej niż w 2021 r. (w 2021 r. – 1,7 pkt, 2019 – 1,8 pkt). Jednak była to niższa ocena niż przeciętnie w krajach Europy (55% oceny tych krajów) czy gospodarkach o wysokich dochodach (50%). Trzeba zauważyć, że niska ocena obszaru związanego z edukacją i szkoleniami przez polskich ekspertów nie jest odosobniona. Również w Europie i państwach najzamożniejszych aspekt ten jest relatywnie najniżej oceniany w porównaniu z innymi obszarami stanowiącymi determinanty rozwoju przedsiębiorczości (Wykres 3.1).

Jeśli przyjrzymy się poszczególnym stwierdzeniom oceniającym nauczanie w szkołach podstawowych i średnich okazuje się, że polscy eksperci szczególnie nisko ocenili: dostarczanie wiedzy z zakresu funkcjonowania gospodarki, zachęcanie do kreatywności, samodzielności i inicjatywy własnej oraz zwracanie uwagi na przedsiębiorczość i tworzenie jej nowych form. Ocena tych uwarunkowań jest też niższa niż przeciętnie w krajach europejskich (Wykres 3.2), co nie napawa optymizmem. Edukacja jest jednym z najważniejszych czynników wpływających na przedsiębiorczość – kształtowanie potencjalnych przedsiębiorców, ich postrzeganie przez społeczeństwo – a także na efekty działalności gospodarczej.

**Wykres 3.2.** Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – **edukacja i szkolenia w zakresie przedsiębiorczości**. Zmiany w latach 2019–2022 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2022 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania GEM.

W 2022 r., w porównaniu do 2021 r., nastąpiła nieznaczna poprawa postrzegania przez ekspertów obszaru edukacji przedsiębiorczości na poziomie szkolnictwa wyższego oraz kształcenia ustawicznego. W 2022 r. osiągnęła ona wartość 3,1 pkt, co stanowiło 66% średniej oceny badanych krajów europejskich i 61% oceny gospodarek o wysokich dochodach (w 2021 r. ocena wyniosła 2,9 pkt). Jednak nadal była to nieco niższa ocena niż w 2019 r. (3,2 pkt).

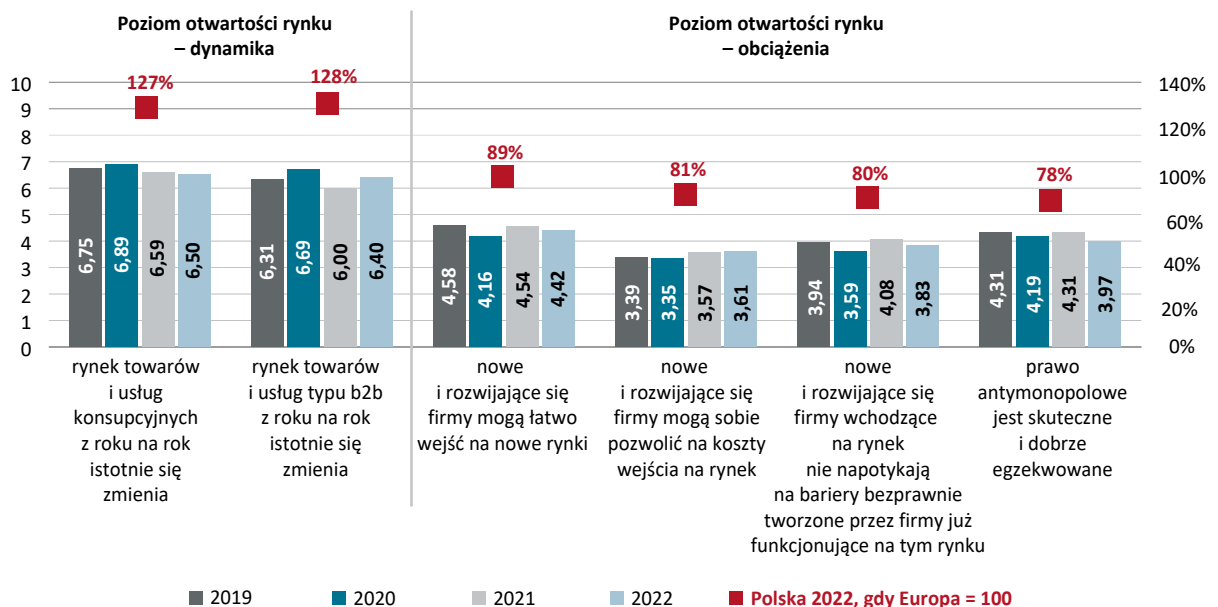
W 2022 r. nieco lepiej niż w roku poprzednim eksperci ocenili także obszar dotyczący kształcenia zawodowego, kursów profesjonalnych i kształcenia ustawicznego w kontekście ich skuteczności przygotowania do zakładania i rozwijania firmy – 3,7 pkt (w 2021 r. – 3,5 pkt; w 2019 – 3,9 pkt). Nieznacznie wyżej niż w ubiegłych latach oceniono stwierdzenie, że jakość praktycznej edukacji w zakresie przedsiębiorczości i zarządzania zapewnia odpowiednie przygotowanie do rozpoczęcia i rozwoju własnej firmy – 2,9 pkt (w 2021 r. – 2,5 pkt; w latach 2019–2020 – 2,6 pkt).



## Otwartość rynku – dynamika i obciążenia

Otwartość rynku wewnętrznego to jeden z najlepiej ocenianych przez ekspertów obszarów składających się na uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości w Polsce. Średnio otwartość naszego rynku została oceniona na 6,4 pkt – jest to wynik znacznie lepszy zarówno w porównaniu z badanymi państwami europejskimi (127% wartości dla tych krajów), jak i gospodarkami o wysokich dochodach<sup>49</sup> (124%) (Wykres 3.1). Eksperti ocenili ten obszar na podobnym poziomie co w latach poprzednich. Warto zwrócić uwagę na jedno ze stwierdzeń składających się na obszar otwartość rynku, tj. polski rynek towarów i usług konsumpcyjnych oraz business-to-business (b2b) z roku na rok istotnie się zmienia, którego ocena po nieznacznym spadku w 2021 r., poprawiła się w 2022 r. (Wykres 3.3).

**Wykres 3.3.** Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – poziom otwartości rynku. Zmiany w latach 2019–2022 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2022 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania GEM.

<sup>49</sup> Ocena tego obszaru w Polsce była jedną z najwyższych wśród badanych krajów europejskich (wyższą ocenę miały tylko Łotwa – 7,1 i Chorwacja – 6,5) i wśród gospodarek o wysokich dochodach (oprócz Łotwy i Chorwacji wyższą była tylko w Korei Południowej – 7,8, Arabii Saudyjskiej – 7,3, Zjednoczonych Emiratach Arabskich – 7,1 i Japonii – 7,1).

Jeśli chodzi o kwestię możliwych obciążeń determinujących otwartość rynku (tj. koszty wejścia, bariery ze strony konkurencji, prawo antymonopolowe), według ekspertów nie są one istotnym problemem dla nowych i rozwijających się firm. Średnia ocena 4,0 pkt, podobnie jak w poprzednich latach (w 2021 r. – 3,9 pkt, w 2019 r. – 4,1 pkt). Trzeba jednak zauważyć, że jest to wynik niższy w porównaniu ze średnią ocen dla badanych krajów europejskich (83% średniej oceny dla tych krajów) i gospodarek o wysokich dochodach (82%) (Wykres 3.1).

W 2022 r., podobnie jak w poprzednich latach, ekspertom było dość trudno ocenić stwierdzenie, że nowe i rozwijające się firmy mogą łatwo wejść na nowe rynki (4,4 pkt, ocena zbliżona do „ani się zgadzam ani się nie zgadzam”; 89% oceny krajów europejskich). Natomiast przeszkodą dla nowych firm może być w ich opinii egzekwowanie prawa antymonopolowego (4,0 pkt – 78% oceny krajów europejskich), bariery bezprawnie tworzone przez firmy już funkcjonujące na rynku (3,8 pkt – 80% oceny krajów europejskich) czy koszty wejścia na rynek (ocena dla Polski 3,6 pkt – 81% średniej oceny dla krajów europejskich) (Wykres 3.3).

## Finansowanie

Obszarem, który eksperci ocenili w 2022 r. gorzej niż w poprzednich latach, jest finansowanie. Na obszar ten składają się dwa bloki stwierdzeń – pierwszy dotyczy wystarczającej ilości środków finansowych dla nowych i rozwijających się firm, a drugi – łatwości ich pozyskania<sup>50</sup>.

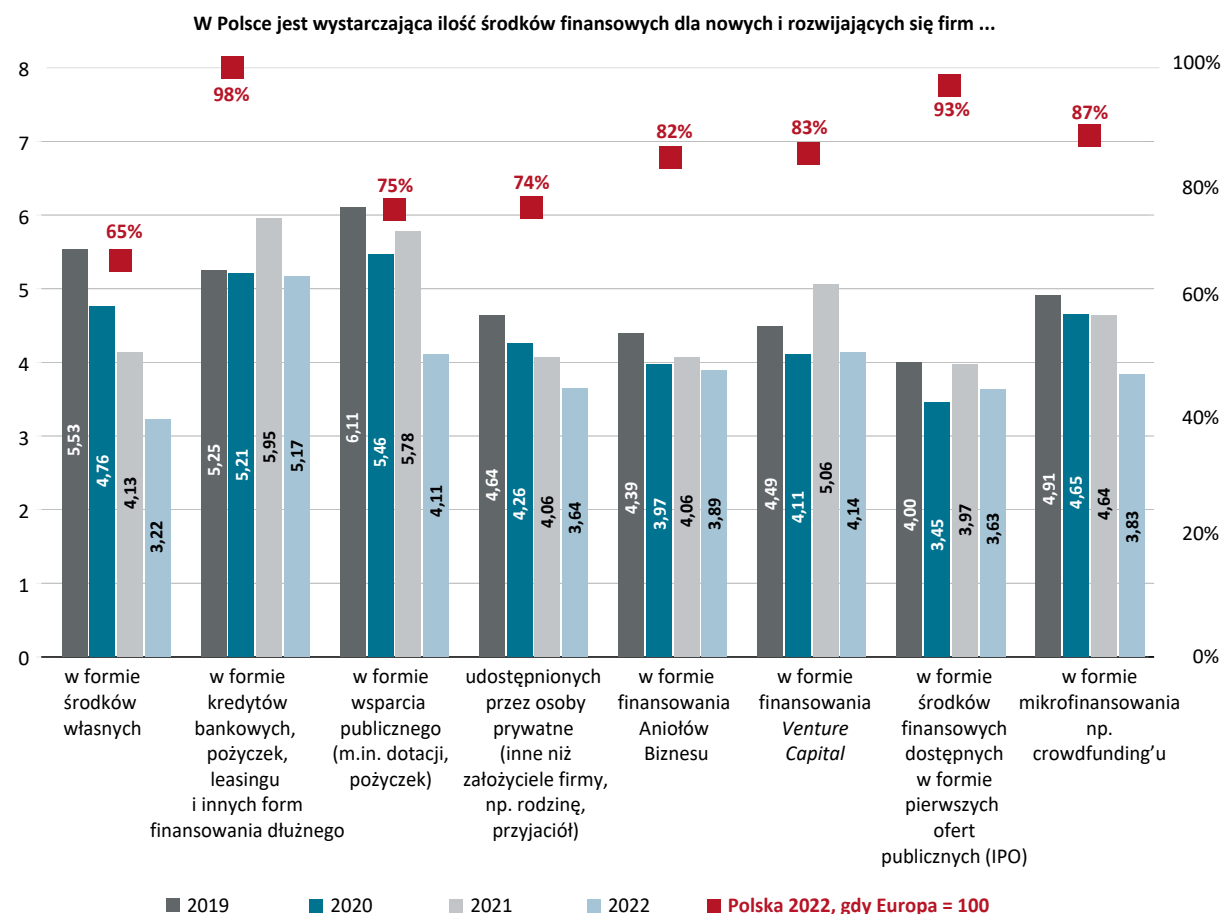
Blok zagadnień dotyczący **wystarczającej ilości środków** został oceniony średnio na 3,9 pkt, niżej niż w gospodarkach o wysokich dochodach i państwach Europy (81% oceny gospodarek najzamożniejszych i 82% europejskich) (Wykres 3.1). Była to też ocena niższa niż w latach 2019–2021 (2021 – 4,7 pkt, 2019 – 4,9 pkt).

Na poziomie zbliżonym do średniej dla Europy polscy eksperci ocenili stwierdzenie dotyczące dostępu do finansowania dłużnego – 5,2 pkt (98% wartości średniej oceny dla państw Europy), ale należy dodać, że mieści się ona w wartości dla „ani się zgadzam, ani się nie zgadzam”, co można interpretować, że eksperci zarówno z Polski jak i Europy nie

<sup>50</sup> Blok ten został włączony do badania GEM w 2021 r.

mają wyrobionego zdania w tym obszarze. Eksperti niżej ocenili stwierdzenie dotyczące wystarczającej ilości środków własnych – 3,2 pkt (65% wartości średniej oceny dla krajów europejskich), co może stanowić barierę dla nowych i rozwijających się firm. Znacznie niżej niż w poprzednich latach oceniono dostępność środków w formie wsparcia publicznego (4,1 pkt, 75% wartości średniej oceny dla krajów Europy). Eksperti też raczej nie zgodzili się ze stwierdzeniami dotyczącymi wystarczającej ilości środków w formie finansowania *venture capital* (4,1 pkt, 83% wartości średniej oceny dla krajów Europy), finansowania aniołów biznesu (3,9 pkt, 82%), środków finansowych dostępnych w formie pierwszych ofert publicznych (3,6 pkt, 93%) oraz mikrofinansowania, np. w postaci crowdfundingu (3,8 pkt, 87%) (Wykres 3.4).

**Wykres 3.4.** Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – finansowanie (wystarczająca ilość). Zmiany w latach 2019–2022 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2022 r.

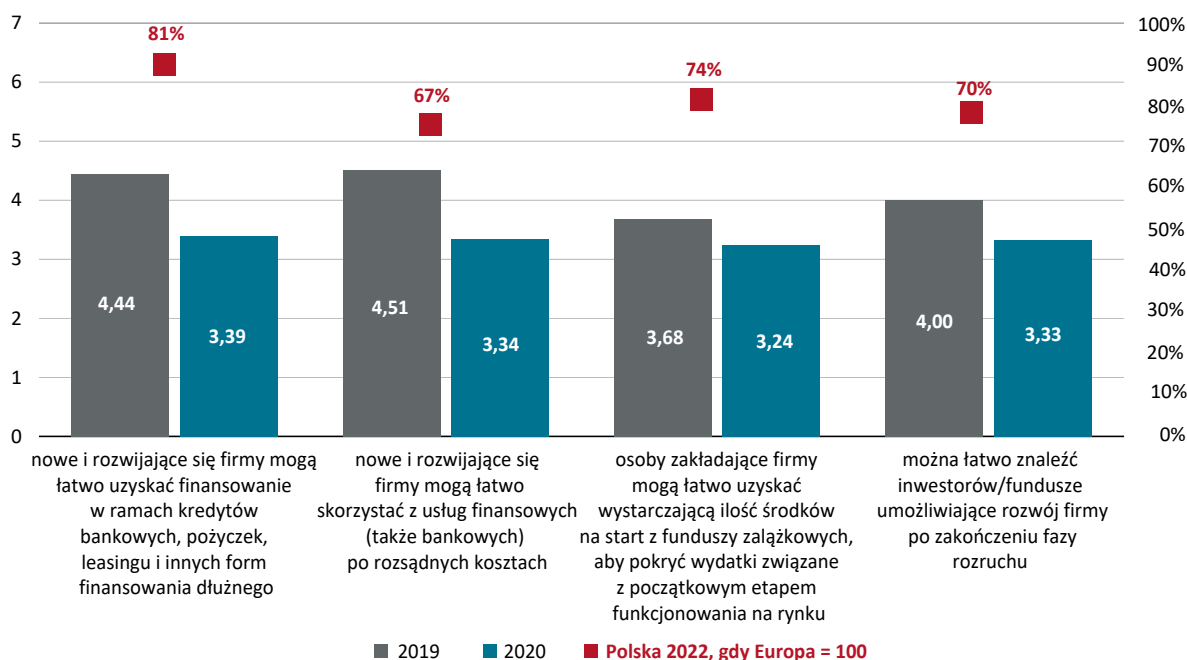


Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania GEM.

Blok stwierdzeń dotyczący łatwości pozyskania finansowania przez nowe i rozwijające się przedsiębiorstwa został oceniony w 2022 r. na 3,4 pkt (73% oceny gospodarek o wysokich dochodach i 74% europejskich) (Wykres 3.1). Ocena ekspertów była też niższa niż w 2021 r. (4,1 pkt).

Oceny poszczególnych stwierdzeń wskazują, że przeszkodą dla nowych i rozwijających się firm może być uzyskanie finansowania dłużnego (3,4 pkt, 81% średniej oceny dla krajów Europy), skorzystanie z usług finansowych po rozsądnych kosztach (3,3 pkt, 67%), znalezienie inwestorów umożliwiających rozwój po zakończeniu fazy rozruchu (3,3 pkt, 70%). Ponadto osoby zakładające firmy mogą mieć trudności z pozyskaniem wystarczającej ilości środków na start z funduszy załączkowych, aby pokryć wydatki związane z początkowym etapem funkcjonowania na rynku (3,2 pkt, 74%) (Wykres 3.5).

**Wykres 3.5.** Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – finansowanie (łatwość uzyskania). Zmiany w latach 2019–2022 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2022 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania GEM.

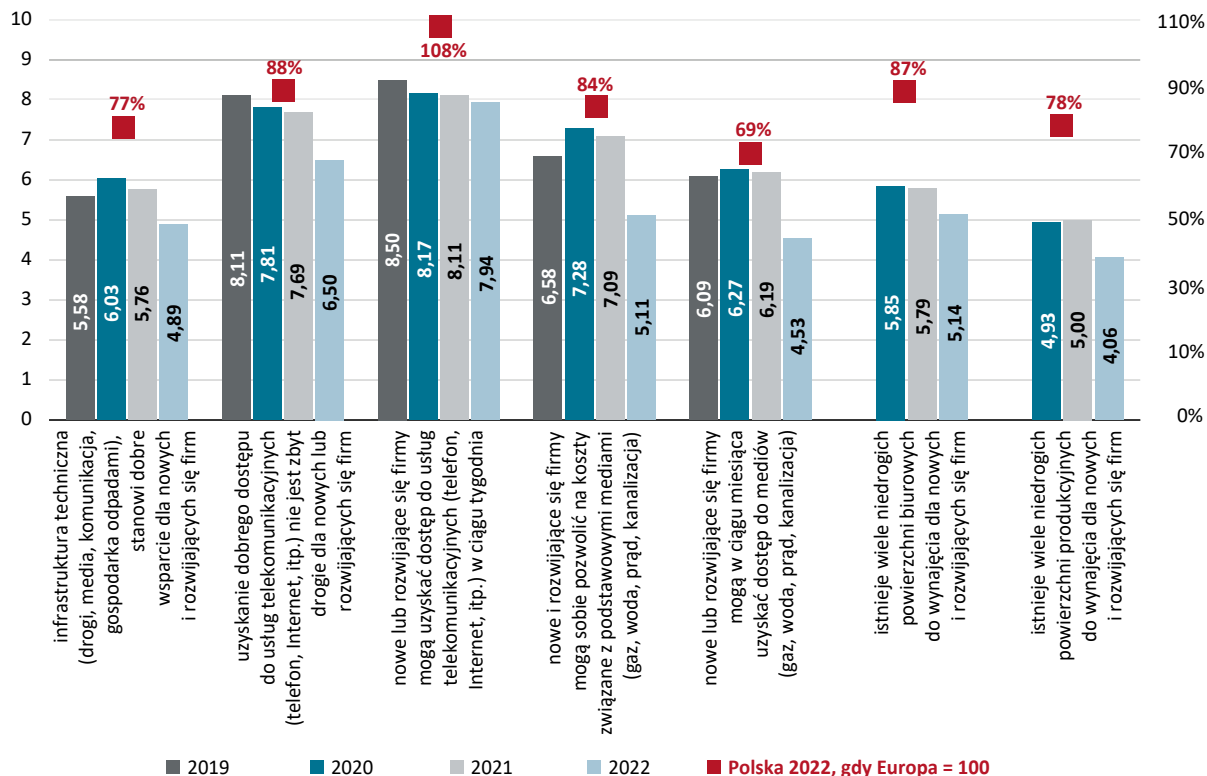
## Infrastruktura

**Infrastruktura techniczna** to obszar, który w 2022 r. został słabiej oceniony przez ekspertów niż w poprzednich latach – 5,5 pkt (2021 r. – 6,8 pkt, 2020 r. – 6,5 pkt, 2019 – 6,9 pkt). Ocena ta była też nieco niższa w porównaniu do oceny ekspertów z krajów odniesienia (84% oceny gospodarek o wysokich dochodach, 85% – krajów Europy) (Wykres 3.1).

Wykres 3.6 przedstawia opinię ekspertów nt. stwierdzeń składających się na ten blok. Polscy eksperci wysoko oceniają dostępność usług telekomunikacyjnych dla nowych i rozwijających się firm (7,9 pkt – 108% oceny badanych państw Europy). Równocześnie eksperci raczej zgadzają się ze stwierdzeniem, że usługi te nie są zbyt drogie (6,5 pkt – 88% oceny krajów europejskich). W 2022 r., w porównaniu do poprzednich lat, istotnie spadła ocena dostępu do podstawowych mediów (gaz, woda, prąd, kanalizacja) – 4,5 pkt (69% oceny krajów europejskich, 2021 r. – 6,2 pkt, 2019 r. – 6,1 pkt) oraz związanych z tym kosztów – 5,1 pkt (84% oceny krajów europejskich, 2021 r. – 7,1 pkt, 2019 r. – 6,6 pkt), na co wpływ miała wojna w Ukrainie i wzrost cen energii. Niższa niż w poprzednich latach jest też ocena stwierdzenia, że infrastruktura techniczna (drogi, media, komunikacja, gospodarka odpadami) stanowi dobre wsparcie dla nowych i rozwijających się firm – 4,9 pkt (77% oceny krajów europejskich, 2021 r. – 5,8 pkt, 2019 r. – 5,6 pkt).

W 2020 r. do obszaru Infrastruktura techniczna dodano dwa nowe stwierdzenia dotyczące dostępu nowych i rozwijających się firm do niedrogich powierzchni biurowych i produkcyjnych. W 2022 r. pierwsze z nich (dostęp do powierzchni biurowych) eksperci ocenili na 5,1 pkt (87% średniej oceny dla państw Europy). Nieco gorzej natomiast postrzegają dostęp do niedrogich powierzchni produkcyjnych – 4,1 pkt (78%). Oba stwierdzenia zostały także niżej ocenione niż w poprzednich latach.

**Wykres 3.6.** Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – infrastruktura techniczna. Zmiany w latach 2019–2022 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2022 r.



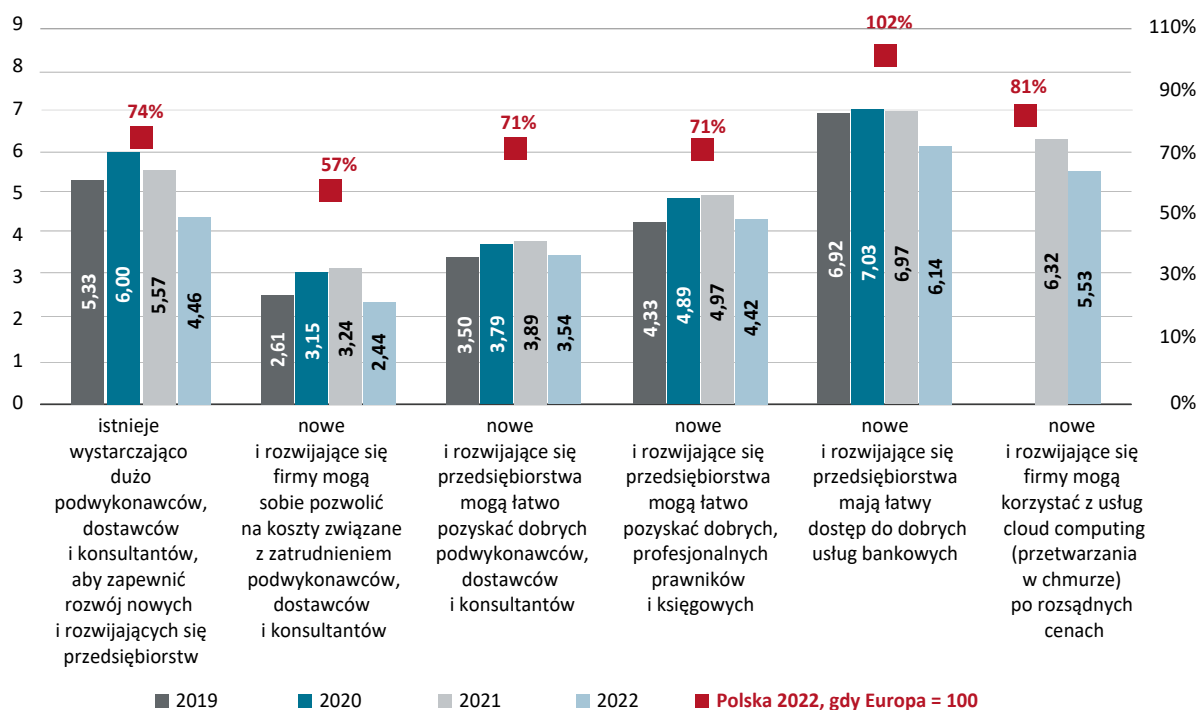
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania GEM.

Eksperti generalnie raczej nie zgadzają się ze stwierdzeniami potwierdzającymi pozytywny wpływ na polską przedsiębiorczość kwestii związanych z **infrastrukturą komercyjną i usługową**. Średnia ocena przyznana w 2022 r. to 4,4 pkt (77% oceny gospodarek o wysokich dochodach i oceny krajów europejskich) (Wykres 3.1). Przy tym należy dodać, że stwierdzenia składające się na ten obszar zostało nieco niżej ocenione przez polskich ekspertów niż w latach 2019–2021.

Analizując wyniki dla poszczególnych kategorii (Wykres 3.7), widzimy, że w opinii ekspertów w Polsce ograniczeniem dla nowych i rozwijających się firm są koszty związane z zatrudnianiem podwykonawców, dostawców i konsultantów (2,4 pkt, 57% oceny krajów europejskich) oraz trudności z pozyskaniem dobrych podwykonawców, dostawców i konsultantów (3,5 pkt, 71% oceny krajów europejskich). Nieco wyżej, ale wciąż przeciętnie oceniane są takie aspekty jak łatwość pozyskania dobrych, profesjonalnych prawników i księgowych (4,4 pkt, 71% oceny krajów Europy), liczba podwykonawców, dostawców

i konsultantów w naszym kraju umożliwiającą zapewnienie rozwoju nowych i rozwijających się przedsiębiorstw (4,5 pkt, 74%) oraz koszty dostępu do usług *cloud computing* (5,5 pkt, 81%). Najlepiej eksperci ocenili dostęp nowych i rozwijających się firm do dobrych usług bankowych (dostęp do konta, rachunki bieżące, transakcje walutowe, akredytywa itp.) – 6,1 pkt (102% oceny krajów europejskich), ale ocena tego stwierdzenia była nieco niższa niż w poprzednich latach.

**Wykres 3.7.** Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – infrastruktura komercyjna i usługowa. Zmiany w latach 2019–2022 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2022 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania GEM.

## 3.2. Polityka i wsparcie publiczne

Ten blok składa się z trzech obszarów, w których eksperci oceniali stwierdzenia dotyczące polityki i działań administracji publicznej, skierowane do nowych i rozwijających się firm. Pierwszy obszar (I) dotyczy ogólnego podejścia władz, zarówno na poziomie centralnym, jak i regionalnym, do rozwoju firm. W praktyce oznacza to weryfikację, czy nowe i rozwijające

się przedsiębiorstwa znajdują istotne miejsce w polityce państwa na różnych szczeblach zarządzania (kraj, region). Drugi obszar tematyczny (II) dotyczy obciążeń fiskalnych i administracyjnych związanych z prowadzeniem działalności gospodarczej, a trzeci (III) obejmuje ocenę dostępności i efektywności programów publicznych wspierających rozwój firm.

**Polityka publiczna w zakresie przedsiębiorczości (obszar I)**, w tym jej priorytety, to blok stwierdzeń oceniany przez polskich ekspertów średnio na 2,7 pkt (niżej niż przeciętna ocena dla badanych krajów europejskich – 63% i gospodarek o wysokich dochodach – 59%) (Wykres 3.1). W porównaniu z latami 2019–2021 ocena tego obszaru w naszym kraju uległa obniżeniu (2021 r. – 3,5 pkt, 2020 r. – 4,3 pkt, 2019 r. – 4,1 pkt).

Jeżeli chodzi o poszczególne stwierdzenia składające się na ten obszar (Wykres 3.8), to każde z nich zostało niżej ocenione przez ekspertów w porównaniu do poprzednich trzech lat. Stwierdzenie, że wsparcie dla nowych i rozwijających się firm jest ważnym priorytetem dla polityki na szczeblu regionalnym, zostało ocenione relatywnie najlepiej – na 3,4 pkt (75% oceny dla krajów Europy). Niższe oceny dotyczą stwierdzeń: wsparcie dla nowych i rozwijających się firm jest ważnym priorytetem dla polityki na szczeblu centralnym (2,7 pkt, 59% oceny dla krajów europejskich) oraz polityka rządu (np. zamówienia publiczne) konsekwentnie sprzyja nowym przedsiębiorcom (2,1 pkt, 54% oceny ekspertów z krajów europejskich).

Nieco słabiej niż w 2021 r. eksperci ocenili **obszar związany z biurokracją i podatkami (obszar II)**. Jego ocena w 2022 wyniosła 3,5 pkt i stanowiła 72% wartości średniej oceny badanych państw europejskich i 70% – gospodarek o wysokich dochodach (2021 r. – 4,2 pkt). Jednocześnie trzeba dodać, że obszar ten eksperci ocenili nieco lepiej niż w latach 2019–2020 (2020 r. – 2,8 pkt, 2019 r. – 2,9 pkt).

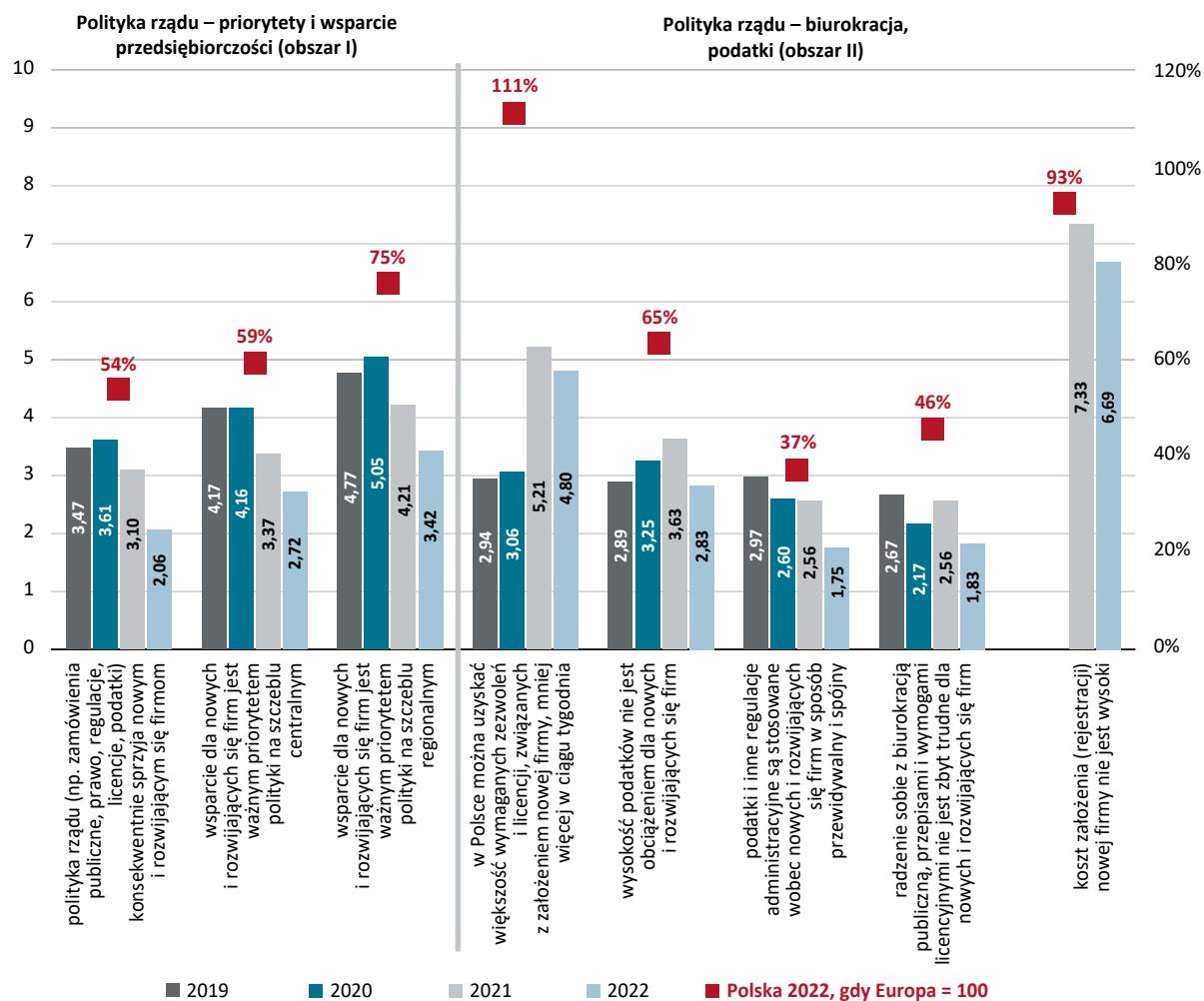
Analiza poszczególnych kategorii składających się na obszar II (Wykres 3.8) pokazuje trzy sfery, które zdaniem ekspertów stanowią utrudnienie dla nowych i rozwijających się firm. Pierwsza z nich dotyczy stosowania podatków i innych regulacji administracyjnych w sposób przewidywalny i spójny (1,8 pkt, 37% oceny państw Europy). Druga – łatwości radzenia sobie nowych i rozwijających się firm z biurokracją publiczną, przepisami i wymogami licencyjnymi (1,8 pkt, 46%). Trzecia natomiast – wysokości podatków (2,8 pkt, 65%). Te trzy obszary zostały przez ekspertów ocenione słabiej niż w poprzednich latach.



Lepiej niż w krajach Europy (choć blisko poziomu „ani się zgadzam ani się nie zgadzam”) oceniono stwierdzenie, że nowe firmy mogą uzyskać większość wymaganych zezwoleń i licencji mniej więcej w ciągu tygodnia (4,8 pkt, 111% oceny krajów europejskich). Była to też ocena wyraźnie wyższa niż w latach 2019–2020.

Dość wysoko oceniono nowe, dodane w 2021 r., stwierdzenie dotyczące wysokości kosztów założenia nowej firmy – 6,7 pkt, 95% oceny krajów europejskich.

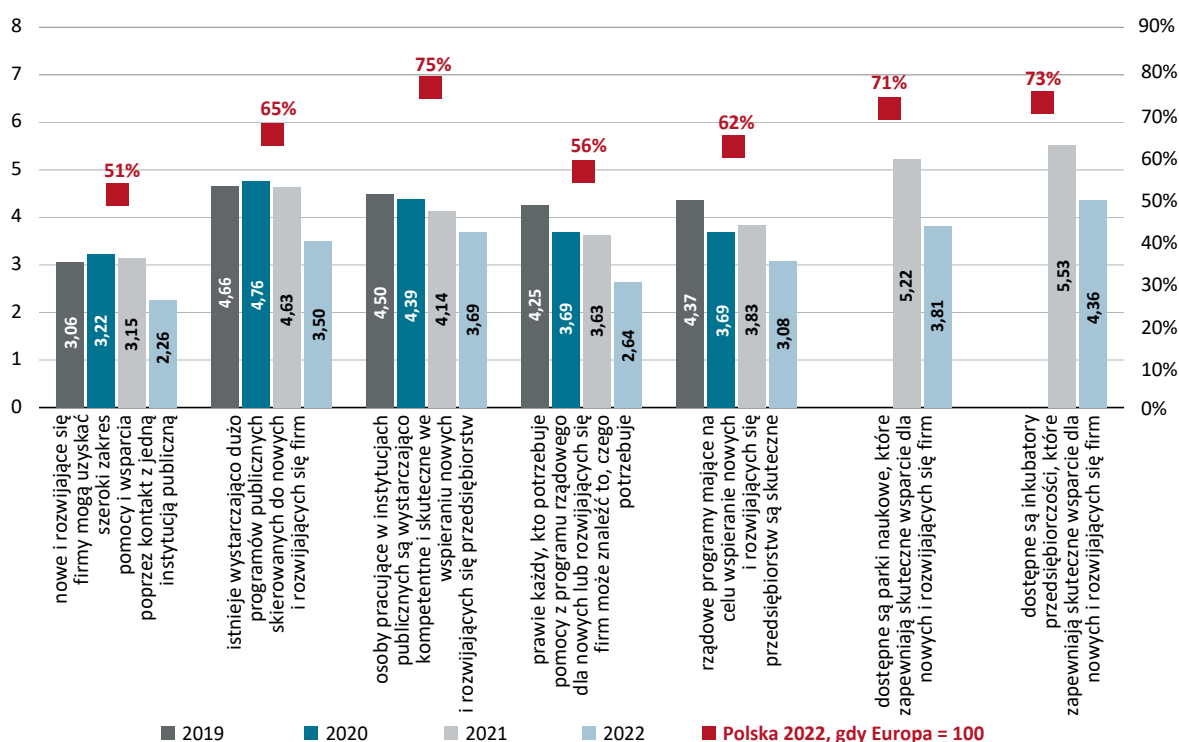
**Wykres 3.8.** Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – **polityka rządu.** Zmiany w latach 2019–2022 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2022 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania GEM.

Ocena obszaru **wsparcie publiczne (obszar III)**, dotyczącego dostępności i efektywności publicznych programów mających na celu rozwój przedsiębiorczości, była w 2022 r. nieco niższa niż w poprzednich latach (2022 r. – 3,4 pkt, 2021 – 4,3 pkt, 2020 – 4,1 pkt, 2019 – 4,3 pkt). W porównaniu do krajów odniesienia stanowiła ona 65% wartości średniej oceny gospodarek o wysokich dochodach i 67% średniej państw Europy. Opinię ekspertów nt. poszczególnych stwierdzeń ocenianych w ramach tego bloku przedstawiono na Wykresie 3.9.

**Wykres 3.9.** Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – **programy rządowe** (obszar III). Zmiany w latach 2019–2022 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2022 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania GEM.

Utrudnieniem dla nowych i rozwijających się firm, w opinii polskich ekspertów, może być rozproszenie form wsparcia w wielu podmiotach publicznych – stwierdzenie o możliwości uzyskania szerokiego zakresu pomocy i wsparcia poprzez kontakt z jedną instytucją publiczną zostało ocenione jedynie na 2,2 pkt (51% średniej oceny państw europejskich). Nisko oceniono także stwierdzenia, że prawie każdy, kto potrzebuje pomocy z programu publicznego dla nowych i rozwijających się firm, może znaleźć to, czego potrzebuje (2,6 pkt, 56% oceny krajów europejskich) oraz że publiczne programy mające na celu wspieranie nowych i rozwijających się przedsiębiorstw są skuteczne (3,0 pkt, 62%). Nieco

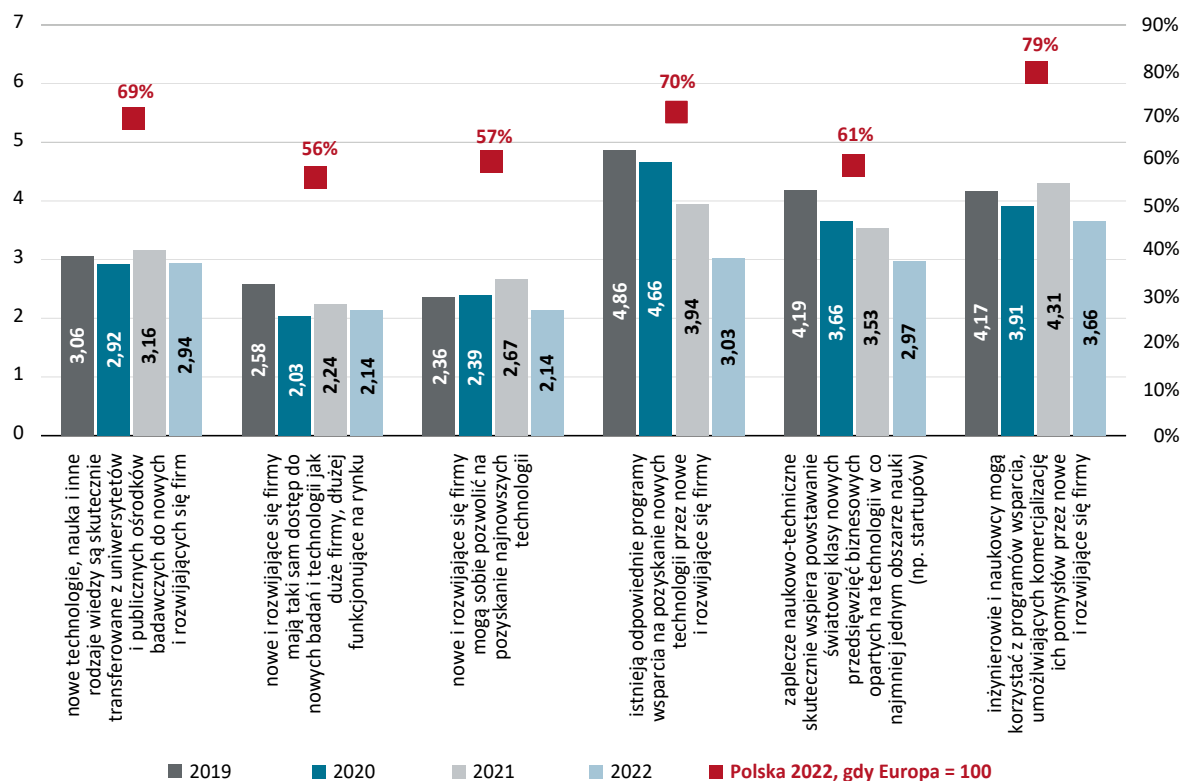
lepiej, choć wciąż relatywnie nisko, oceniono stwierdzenie, że istnieje wystarczająco dużo programów publicznych skierowanych do młodych i rozwijających się firm (3,5 pkt, 65%) oraz dotyczące wystarczających kompetencji i skuteczności osób pracujących w instytucjach publicznych do wspierania nowych i rozwijających się przedsiębiorstw (3,7 pkt, 75%). Słabiej niż w poprzednim roku eksperci ocenili nowe stwierdzenia mówiące o dostępności parków naukowych (3,8 pkt, 71% średniej oceny państw europejskich) i inkubatorów przedsiębiorczości, które zapewniają skuteczne wsparcie dla nowych i rozwijających się firm (4,4 pkt, 73%)<sup>51</sup>.

### 3.3. Badania i rozwój, transfer wiedzy i technologii

W tym bloku poruszane są tematy związane ze skutecznym transferowaniem technologii, wiedzy z uczelni i publicznych ośrodków badawczych do nowych i rozwijających się firm, pozyskiwaniem nowych technologii, dostępem do badań i technologii, a także z ofertą odpowiednich programów wsparcia. W 2022 r. średnia ocena tego obszaru przez ekspertów była nieco niższa niż w latach 2019–2021 (2022 r. – 2,8 pkt, 2021 i 2020 – 3,3 pkt, 2019 – 3,6 pkt) oraz niższa od średniej oceny gospodarek o wysokich dochodach (stanowiła 63% średniej oceny dla tych krajów) i dla badanych państw europejskich (66%) (Wykres 3.1).

<sup>51</sup> Stwierdzenia te dodano w 2021 r. W poprzednich latach eksperci oceniali jedno stwierdzenie dotyczące zarówno parków naukowych, jak i inkubatorów przedsiębiorczości: „W Polsce parki naukowe i inkubatory przedsiębiorczości zapewniają skuteczne wsparcie dla nowych i rozwijających się firm”.

**Wykres 3.10.** Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – badania i rozwój, transfer wiedzy i technologii. Zmiany w latach 2019–2022 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2022 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania GEM.

Wszystkie stwierdzenia składające się na opisywany obszar zostały w 2022 r. ocenione słabiej niż wynosi średnia dla badanych państw europejskich (Wykres 3.10). Niskie oceny ekspertów wskazują na istniejące bariery w podejmowaniu działalności badawczo-rozwojowej przez nowe i rozwijające się firmy. Relatywnie najwyżej ocenione zostały programy wsparcia umożliwiające inżynierom i naukowcom komercjalizację ich pomysłów przez nowe i rozwijające się firmy (3,7 pkt, 79% średniej oceny gospodarek Europy). Przeszkodą jest nierównowaga małych firm w dostępie do nowych badań w porównaniu z dużymi, dłużej funkcjonującymi na rynku (2,1 pkt, 56%), Nowe i rozwijające się polskie firmy, w opinii ekspertów, nie mogą sobie pozwolić na pozyskanie najnowszych technologii (2,1 pkt, 57%). Utrzymuje się problem transferu wiedzy, technologii z uniwersytetów i ośrodków naukowych do firm (2,9 pkt, 69%).

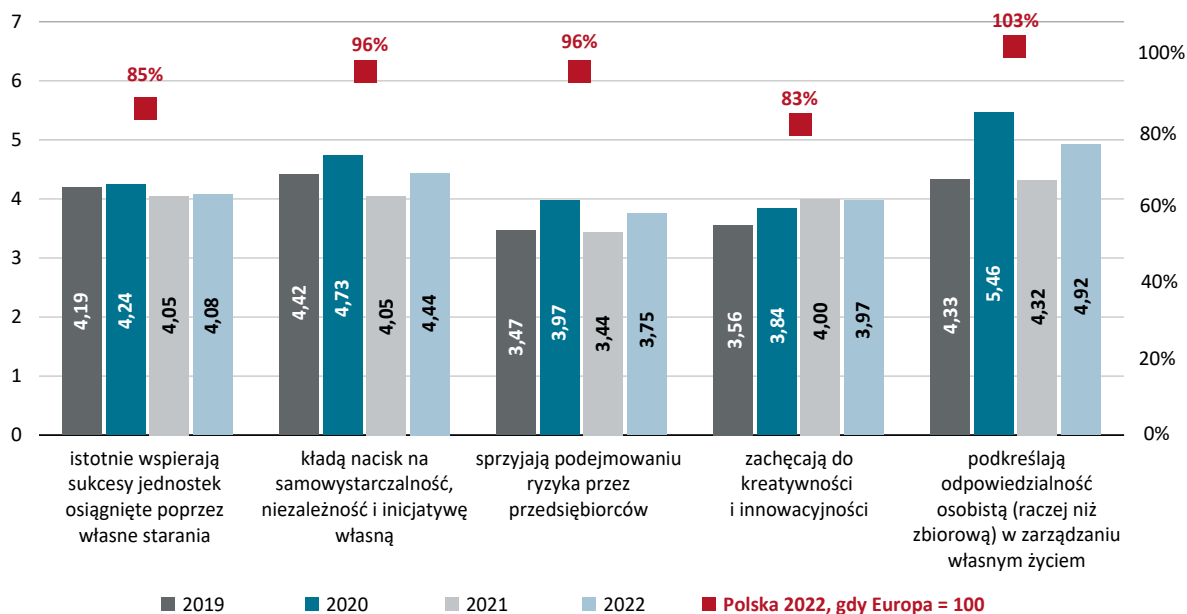
Mimo że w ostatnich latach wiele uwagi poświęca się współpracy nauki z biznesem, powstało szereg inicjatyw promujących tego typu działania (choćby dotacje z funduszy europejskich), a nakłady wewnętrzne na B+R rosną (wg danych GUS nakłady wewnętrzne na działalność B+R w 2021 r. wyniosły 37,7 mld zł i wzrosły o 16,3% w porównaniu z 2020 r.<sup>52</sup>), to jednak oceny ekspertów wskazują, że działania te nie są jeszcze wystarczające. Stworzenie odpowiednich warunków do szybkiego rozwoju sektora B+R cały czas pozostaje jednym z największych wyzwań państwa.

## 3.4. Normy kulturowe i społeczne

Ostatni z analizowanych bloków dotyczący norm ugruntowanych w kulturze i społeczeństwie prezentuje opinie nt. uwarunkowań, które sprzyjają indywidualnym sukcesom, kreatywności, własnej inicjatywie czy podejmowaniu ryzyka. Średnia ocena ekspertów dotycząca uwarunkowań kulturowych i społecznych w odniesieniu do przedsiębiorczości to 4,2 pkt. Jest ona nieco niższa niż w gospodarkach o wysokich dochodach (85% średniej oceny dla tych krajów) i objętych badaniem państwach Europy (93%) (Wykres 3.1). Jednocześnie w roku 2022 odnotowano nieznaczny wzrost oceny ekspertów w porównaniu z 2021 r. i 2019 r., kiedy wynosiła ona 4,0 pkt. Państwa europejskie, w których najlepiej oceniane są uwarunkowania kulturowe do podejmowania i rozwoju działań przedsiębiorczych, to Litwa (6,4 pkt), Holandia (6,2 pkt), Łotwa (5,8 pkt), Norwegia (5,5 pkt) i Szwajcaria (5,5 pkt).

<sup>52</sup> Działalność badawcza i rozwojowa w Polsce w 2021 roku, GUS 2022.

**Wykres 3.11.** Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – **normy kulturowe i społeczne**. Zmiany w latach 2019–2022 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2022 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania GEM.

Najlepiej ocenione stwierdzenia w tym bloku (Wykres 3.11) dotyczą norm kulturowych i społecznych w kontekście podkreślania odpowiedzialności osobistej w zarządzaniu własnym życiem (4,9 pkt, 103% średniej oceny badanych państw europejskich), nacisku na samowystarczalność i inicjatywę własną (4,4 pkt, 96%), a także istotnego znaczenia norm kulturowych we wspieraniu indywidualnych sukcesów osiągniętych poprzez własne starania (4,1 pkt, 85%). Nieco niżej oceniono stwierdzenie, że normy kulturowe zachęcają do kreatywności i innowacyjności (4,0 pkt, 83% przeciętnej oceny państw Europy) oraz mówiące o tym, że normy kulturowe i społeczne w Polsce sprzyjają podejmowaniu ryzyka przez przedsiębiorców (3,8 pkt, 96%). Dość niska ocena tych dwóch stwierdzeń może oznaczać, że według ekspertów skłonność polskich przedsiębiorców do angażowania się w bardziej ryzykowne przedsięwzięcia, jakimi są np. projekty innowacyjne, może być hamowana przez te uwarunkowania.

## 3.5. Krajowy Wskaźnik Uwarunkowań Przedsiębiorczości (NECI – *National Entrepreneurship Context Index*)

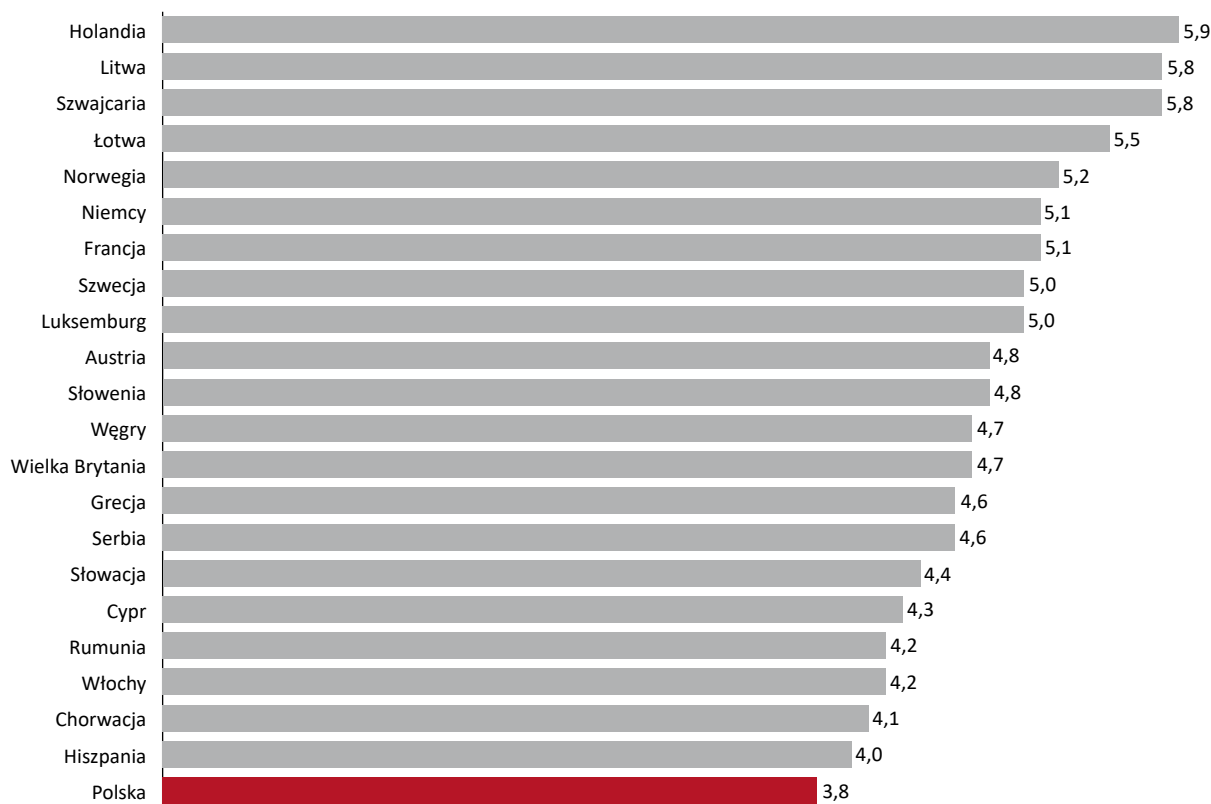
Porównanie poszczególnych gospodarek pod względem zewnętrznych uwarunkowań mogących wpływać na przedsiębiorczość umożliwia **Krajowy Wskaźnik Uwarunkowań Przedsiębiorczości (NECI – *National Entrepreneurship Context Index*)** wprowadzony do badania GEM w 2019 r.<sup>53</sup> Jest on wyliczany na podstawie danych z badania eksperckiego dotyczącego uwarunkowań przedsiębiorczości (*National Expert Survey – NES*). Wskaźnik ten ma pomóc w pomiarze i ocenie łatwości zakładania i rozwijania działalności gospodarczej w krajach uczestniczących w badaniu. Im wyższy wskaźnik ma dany kraj, tym lepsze panują w nim warunki do rozwoju przedsiębiorczości.

Polska z wynikiem 3,8 pkt, zajmuje ostatnie miejsce wśród 22 państw Europy objętych badaniem w 2022 r. (Wykres 3.12). Tu należy dodać, że w porównaniu z 2021 r. badanie w 2022 r. obejmowało mniej krajów z Europy<sup>54</sup>. W porównaniu do lat 2019–2021 wartość wskaźnika NECI dla naszego kraju nieznacznie spadła (w latach 2020–2021 było to 4,2 pkt, w 2019 r. – 4,1 pkt). Gdy pod uwagę weźmiemy wszystkie 51 gospodarek uwzględnionych w 2022 r. w badaniu NES, to Polska zajmuje 45. pozycję. Świadczy to o tym, że nadal konieczne jest podejmowanie wysiłków zmierzających do poprawy warunków dla rozwoju przedsiębiorczości w naszym kraju.

<sup>53</sup> NECI – National Entrepreneurship Context Index. Po raz pierwszy dane dotyczące wskaźnika opublikowano w raporcie „Global Entrepreneurship Monitor – Global Report 2018/2019”. W 2019 r. zmieniono podejście metodologiczne do wyliczeń dotyczących wskaźnika i wykorzystano skalę ocen od 0 do 10, gdzie 0 oznacza „zdecydowanie się nie zgadzam”, a 10 – „zdecydowanie się zgadzam” (w roku poprzednim była to skala od 1 do 9).

<sup>54</sup> W 2022 r. badanie nie obejmowało Turcji, Rosji i Białorusi – krajów, które w 2021 r. uzyskały niższą niż Polska wartość wskaźnika NECI, a także Finlandii oraz Irlandii. W 2021 r. badanie nie obejmowało Austrii i Serbii, które zostały uwzględnione w badaniu w 2022 r.

**Wykres 3.12.** Krajowy Wskaźnik Uwarunkowań Przedsiębiorczości w Polsce i krajach Europy objętych badaniem NES w 2022 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania GEM – National Expert Survey 2020.

Krajem o najwyższej wartości wskaźnika NECI w 2022 r. wśród państw europejskich jest Holandia – 5,9 pkt. Wysoko w rankingu znalazły się także takie kraje jak Litwa i Szwajcaria (po 5,8 pkt) i Łotwa (5,5 pkt). Zbliżone do Polski wartości wskaźnika wśród krajów Europy obserwujemy w Hiszpanii (4,0 pkt) i Chorwacji (4,1 pkt). Warto też dodać, że liderzy rankingu wśród krajów Europy – Holandia i Litwa – odnotowali spadek wartości wskaźnika NECI w 2022 r. względem roku poprzedniego (Holandia o 0,4 p.p., Litwa – o 0,3 p.p.).

Natomiast gdy pod uwagę weźmiemy wszystkie kraje objęte badaniem GEM, to najwyższą wartość wskaźnika NECI w 2022 r. osiągnęły Zjednoczone Emiraty Arabskie (7,2 pkt), Arabia Saudyjska (6,3 pkt), Tajwan (6,2 pkt) oraz Indie (6,1 pkt).



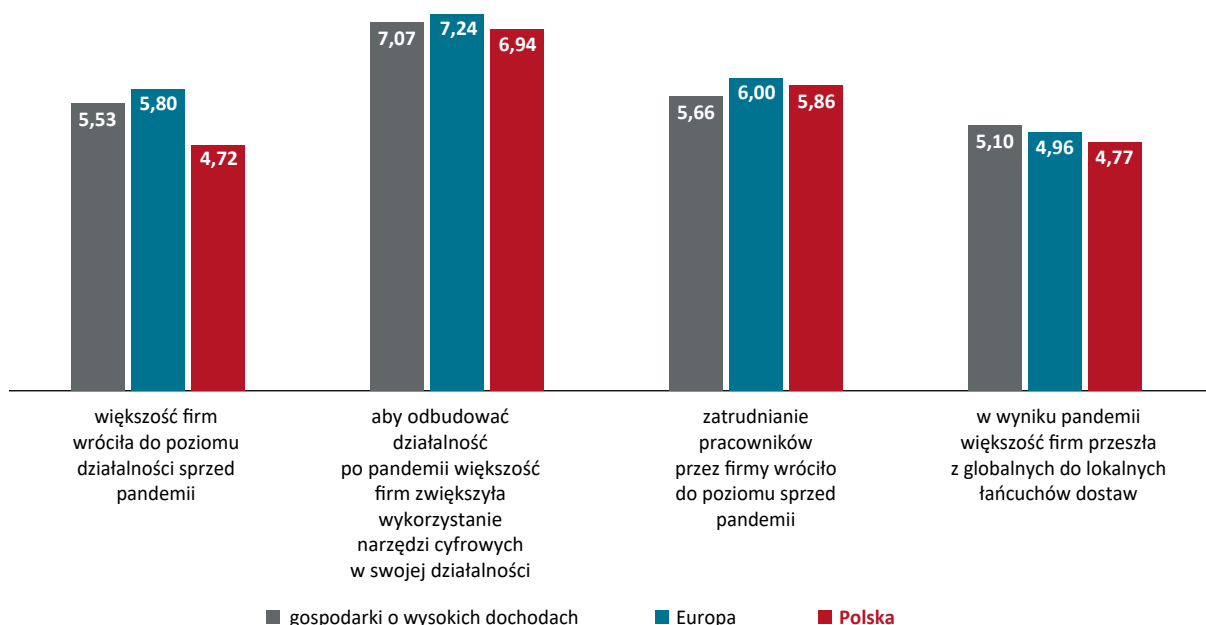
## 3.6. Odbudowa przedsiębiorczości po pandemii COVID-19

Po dwóch latach pandemii COVID-19, która znacząco wpłynęła na przedsiębiorczość na całym świecie, ekspertów poproszono o ocenę stwierdzeń dotyczących odbudowy działalności firm po tym trudnym okresie. Stwierdzenia te dotyczyły takich obszarów jak zatrudnienie, cyfryzacja, łańcuchy dostaw.

Cały blok składający się z czterech stwierdzeń został oceniony przez polskich ekspertów na średnio 5,7 pkt – na poziomie zbliżonym do oceny dla gospodarek o wysokich dochodach (96% przeciętnej oceny dla tych krajów) oraz krajów europejskich (94%).

Eksperti z Polski nieco niżej niż eksperci w krajach odniesienia ocenili stwierdzenie, że większość firm wróciła do poziomu działalności sprzed pandemii – 4,7 pkt (81% oceny krajów Europy, 85% – gospodarek o wysokich dochodach) (Wykres 3.13). Ale tu trzeba dodać, że oceny, zarówno w Polsce, jak i w grupach krajów odniesienia, są bliskie ocenie „ani się zgadzam, ani się nie zgadzam”, co może świadczyć o pewnych trudnościach w ocenie tego stwierdzenia. Podobnie jest w przypadku stwierdzenia, że w wyniku pandemii większość firm przeszła z globalnych do lokalnych łańcuchów dostaw – 4,8 pkt (95% przeciętnej oceny dla badanych krajów Europy i 94% dla gospodarek o wysokich dochodach). Najwyżej – ocena 6,9 pkt – eksperci ocenili stwierdzenie dotyczące zwiększenia wykorzystania narzędzi cyfrowych, aby odbudować działalność po pandemii (odpowiednio 96% i 98% tych ocen). Ostatnie stwierdzenie w tym bloku pytań dotyczyło powrotu zatrudnienia pracowników przez firmy do poziomu sprzed pandemii. Uzyskało ono ocenę 5,9 pkt, na poziomie krajów odniesienia (98% i 104%).

**Wykres 3.13.** Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – odbudowa przedsiębiorczości po pandemii COVID-19. Polska w porównaniu z gospodarkami o wysokich dochodach i krajami europejskimi w 2022 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania GEM.

Warto dodać, że na oceny ekspertów, szczególnie z Polski, ale też z innych krajów – wpływ mogła mieć wojna w Ukrainie, która osłabiła ożywienie gospodarcze po pandemii COVID-19, a wysiłki przedsiębiorców zahamował związany z nią wzrost kosztów prowadzenia działalności gospodarczej (spowodowany przez rosnące ceny energii oraz inflację).

## 3.7. Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ

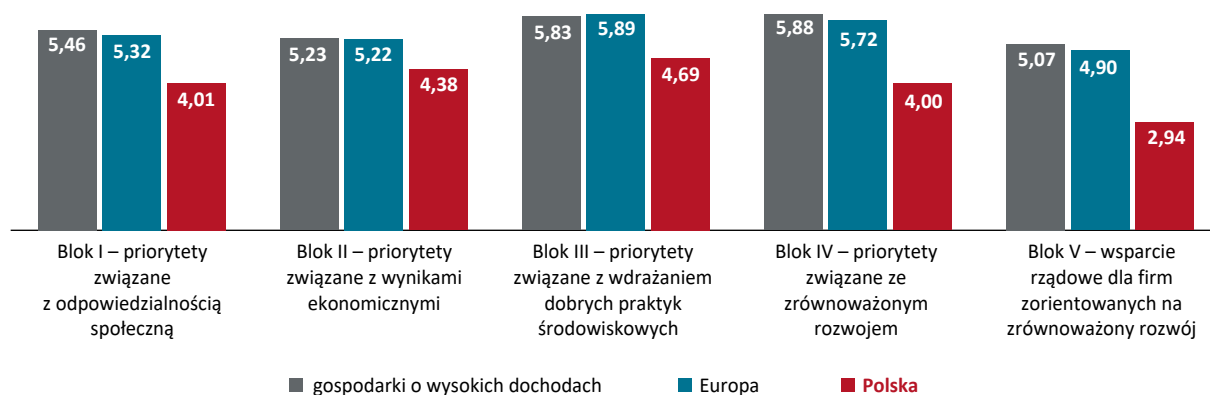
W 2022 r. w badaniu NES dodano nowe pytania dotyczące postrzegania przez ekspertów postępów w realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju Organizacji Narodów Zjednoczonych<sup>55</sup>. Oceniono 13 stwierdzeń pogrupowanych w 5 bloków tematycznych. Cztery z nich dotyczą postrzegania priorytetów nowych i rozwijających się firm związanych z:

<sup>55</sup> 17 celów dotyczących ograniczenia ubóstwa, ochrony środowiska i zapewnienia ogólnego dobrobytu dla wszystkich ludzi na świecie przyjętych przez Zgromadzenie Ogólne ONZ 25.09.2015 r. (Rezolucja Zgromadzenia Ogólnego A/RES/70/1: Agenda na Rzecz Zrównoważonego Rozwoju 2030).

odpowiedzialnością społeczną (I), wynikami ekonomicznymi (II), wdrażaniem dobrych praktyk środowiskowych (III) i zrównoważonym rozwojem (IV). Ostatni blok dotyczy postrzegania wsparcia rządowego dla firm zorientowanych na zrównoważony rozwój (V).

Średnie oceny ekspertów dla poszczególnych bloków pytań są w Polsce niższe niż przeciętnie w krajach europejskich i gospodarkach o wysokich dochodach (Wykres 3.14). Cztery pierwsze bloki, dotyczące priorytetów nowych i rozwijających się firm, zostały ocenione średnio relatywnie lepiej niż blok piąty, dotyczący wsparcia dla firm w analizowanym obszarze.

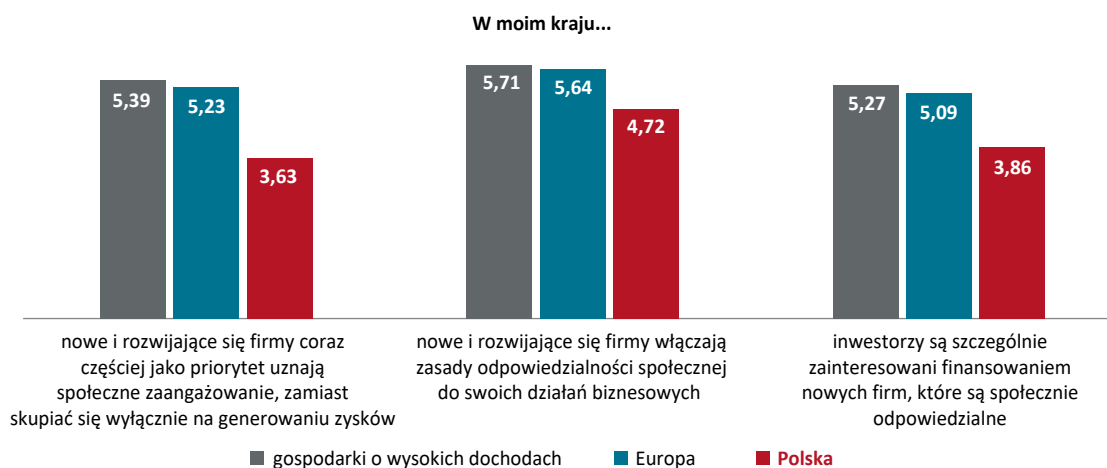
**Wykres 3.14.** Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – realizacja Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ. Polska w porównaniu z gospodarkami o wysokich dochodach i krajami europejskimi w 2022 r. (średnie oceny dla poszczególnych bloków pytań)



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania GEM.

**Blok I – priorytety związane z odpowiedzialnością społeczną** – został przez ekspertów oceniony średnio na 4,0 pkt (73% przeciętnej oceny gospodarek o wysokich dochodach, 75% – badanych krajów Europy) (Wykres 3.14). Polscy eksperci relatywnie najwyżej ocenili stwierdzenie dotyczące włączania przez nowe i rozwijające się firmy zasady odpowiedzialności społecznej do swoich działań biznesowych (4,7 pkt, 83% średniej oceny gospodarek o wysokich dochodach, 84% – krajów europejskich). Niższe oceny uzyskało stwierdzenie, że nowe i rozwijające się firmy coraz częściej jako priorytet uznają społeczne zaangażowanie, zamiast skupiać się wyłącznie na generowaniu zysków (3,6 pkt, odpowiednio 67% i 69%). Eksperti raczej nie zgodzili się także ze stwierdzeniem, że inwestorzy są szczególnie zainteresowani finansowaniem nowych firm, które są społecznie odpowiedzialne (3,9 pkt, 73% i 76%) (Wykres 3.15).

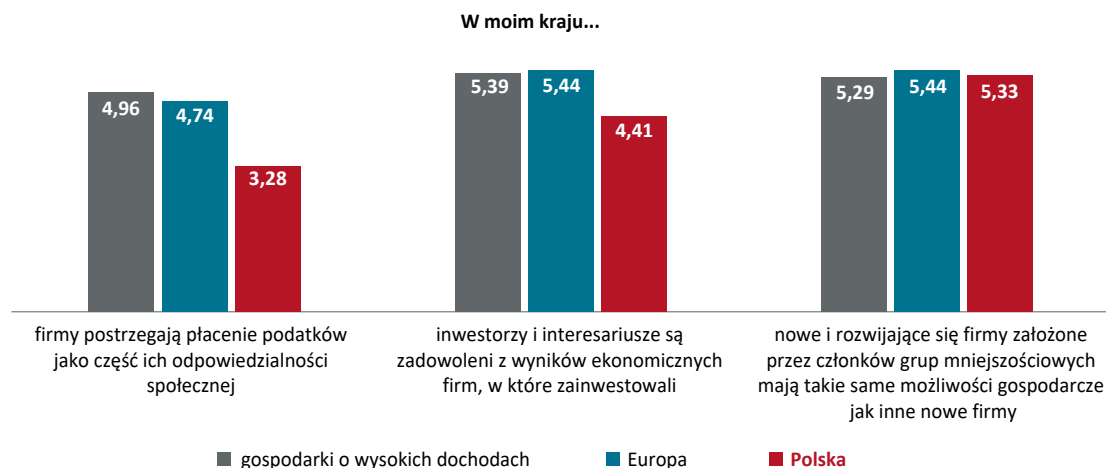
**Wykres 3.15.** Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – realizacja Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ: Blok I – priorytety związane z odpowiedzialnością społeczną. Polska w porównaniu z gospodarkami o wysokich dochodach i krajami europejskimi w 2022 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania GEM.

**Blok II dotyczy priorytetów związanych z wynikami finansowymi nowych i rozwijających się firm** uzyskał średnią ocenę na poziomie 4,4 pkt (84% przeciętnej oceny dla obu grup krajów odniesienia) (Wykres 3.14). Eksperti z Polski raczej nie podzielają opinii, że firmy postrzegają płacenie podatków jako część ich odpowiedzialności społecznej (3,3 pkt, 66% średniej oceny gospodarek o wysokich dochodach, 69% – krajów europejskich). Nieco bardziej optymistyczni są za to, jeśli chodzi o postrzeganie inwestorów i interesariuszy jako osób zadowolonych z wyników ekonomicznych firm, w które zainwestowali (4,4 pkt, odpowiednio 82% i 81%). Podobnie, także w porównaniu z grupami krajów odniesienia, oceniono stwierdzenie, że firmy założone przez członków grup mniejszościowych mają takie same możliwości gospodarcze jak inne nowe firmy (4,4 pkt, 101% i 98%) (Wykres 3.16).

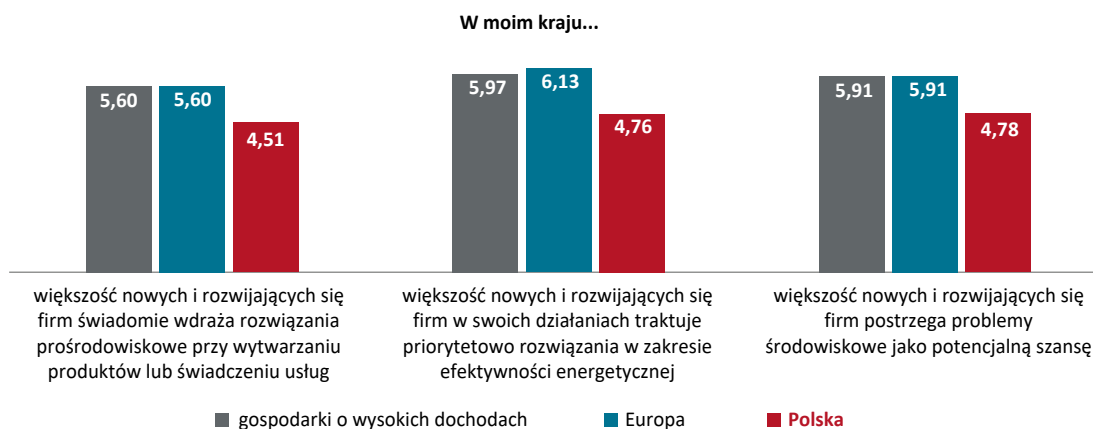
**Wykres 3.16.** Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – realizacja Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ: Blok II – priorytety związane z wynikami finansowymi firm. Polska w porównaniu z gospodarkami o wysokich dochodach i krajami europejskimi w 2022 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania GEM.

**Blok III dotyczy priorytetów nowych i rozwijających się firm związanych z wdrażaniem dobrych praktyk środowiskowych** został oceniony w Polsce na średnio 4,7 pkt, co może wskazywać, że eksperci nie mają wyrobionego zdania w tym obszarze (ocena jest na poziomie odpowiedzi „ani się zgadzam ani się nie zgadzam”). Jest to też ocena nieco niższa niż w analizowanych grupach krajów odniesienia – stanowi 80% przeciętnej oceny dla obu grup (Wykres 3.14). Trzy stwierdzenia składające się na ten obszar uzyskały podobne oceny. Stwierdzenie dotyczące świadomego wdrażania rozwiązań prośrodowiskowych przy wytwarzaniu produktów lub świadczeniu usług przez nowe i rozwijające się firmy oceniono na 4,5 pkt (81% średniej oceny dla gospodarek o wysokich dochodach i badanych krajów Europy), mówiące o priorytetowym traktowaniu rozwiązań w zakresie efektywności energetycznej – 4,8 pkt (80% średniej oceny gospodarek o wysokich dochodach, 78% – krajów europejskich), a postrzeganie problemów środowiskowych jako potencjalną szansę – na 4,8 pkt (81% przeciętnej oceny dla obu grup odniesienia) (Wykres 3.17).

**Wykres 3.17.** Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – realizacja Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ: Blok II – priorytety związane z wdrażaniem dobrych praktyk środowiskowych. Polska w porównaniu z gospodarkami o wysokich dochodach i krajami europejskimi w 2022 r.

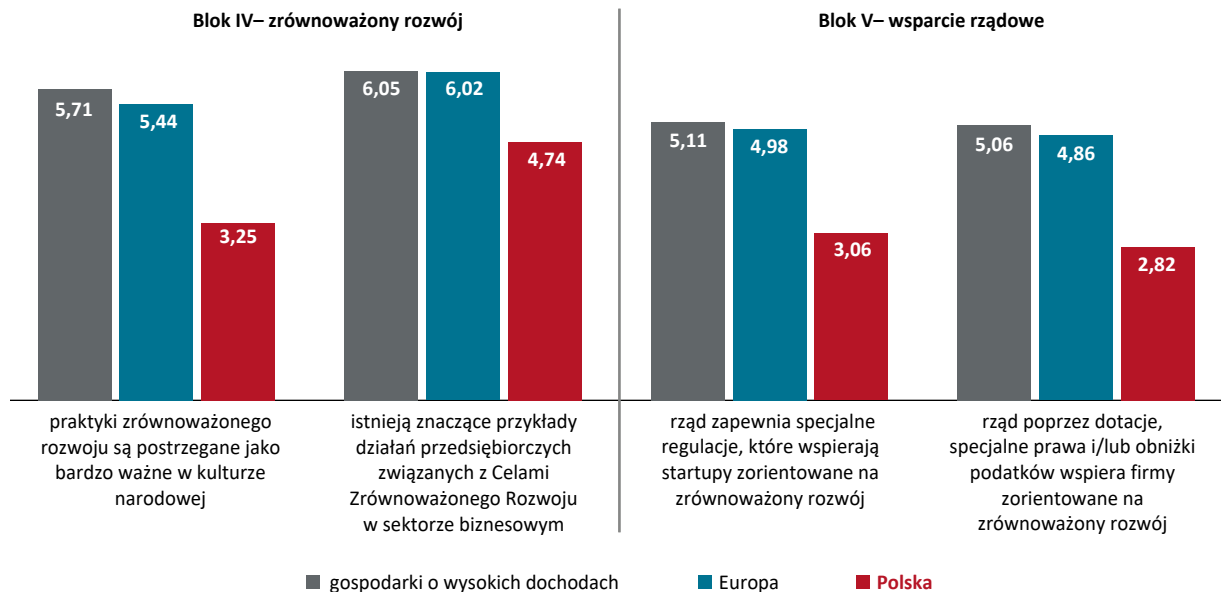


Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania GEM.

**Blok IV obejmował dwa stwierdzenia dotyczące postrzegania priorytetów nowych i rozwijających się firm związanych ze zrównoważonym rozwojem.** Eksperti z Polski ocenili go średnio na 4,0 pkt (68% średniej oceny gospodarek o wysokich dochodach, 70% – krajów europejskich) (Wykres 3.14). Eksperti są dość pesymistyczni, jeśli chodzi o postrzeganie praktyk zrównoważonego rozwoju jako bardzo ważnych w kulturze narodowej naszego kraju (3,3 pkt, odpowiednio 57% i 60%). Relatywnie lepiej oceniono stwierdzenie, że istnieją znaczące przykłady działań przedsiębiorczych związanych z Celami Zrównoważonego Rozwoju (ang. *Sustainable Development Goals* – SDGs) w sektorze biznesowym (4,7 pkt, odpowiednio 78% i 79%) (Wykres 3.18).

**Blok V – priorytety związane ze wsparciem rządowym firm zorientowanych na zrównoważony rozwój** został nisko oceniony przez ekspertów – średnia ocena obu stwierdzeń składających się na ten blok to 2,9 pkt (58% średniej oceny gospodarek o wysokich dochodach, 60% – krajów europejskich) (Wykres 3.14). W ich opinii rząd nie zapewnia specjalnych regulacji wspierających startupy zorientowane na zrównoważony rozwój (3,1 pkt, odpowiednio 60% i 61%), nie wspiera też firm zorientowanych na zrównoważony rozwój poprzez dotacje, specjalne prawa czy obniżki podatków (2,8 pkt, odpowiednio 56% i 58%) (Wykres 3.18).

**Wykres 3.18.** Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – realizacja Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ: Blok IV – priorytety związane ze zrównoważonym rozwojem, Blok V – priorytety związane ze wsparciem rządowym firm zorientowanych na zrównoważony rozwój. Polska w porównaniu z gospodarkami o wysokich dochodach i krajami europejskimi w 2022 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania GEM.

## 3.8. Podsumowanie

Analiza opinii ekspertów pozyskanych w badaniu NES pokazuje, że w 2022 r. w Polsce – w porównaniu do poprzednich trzech lat – nie nastąpiła poprawa uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości. Należy jednak pamiętać, że był to kolejny rok, kiedy badanie prowadzone było w wyjątkowej sytuacji – w latach 2020–2021 było to związane z pandemią COVID-19, w 2022 r. – z wojną w Ukrainie i obawą o przyszłość, jaką te wydarzenia spowodowały. Miało to z pewnością pewien wpływ na większą ostrożność ekspertów w ocenie uwarunkowań funkcjonowania nowych i rozwijających się firm w Polsce. Dlatego, choć wyniki najnowszej oceny eksperckiej nie napawają optymizmem, szczególnie jeśli przyjrzymy się ocenie uwarunkowań w innych państwach Europy, nie można jak na razie mówić o zdecydowanym pogorszeniu warunków rozwoju przedsiębiorczości w 2022 r. w odniesieniu do stanu z lat 2019–2021.

W 2022 r. tylko jeden z obszarów – otwartość rynku zewnętrznego – został oceniony przez polskich ekspertów znacznie lepiej niż średnio w krajach Europy. Relatywnie wysoko był też oceniony dostęp do infrastruktury technicznej, choć była to ocena nieco niższa od przeciętnej w tych krajach. Poprawy natomiast wymagają przede wszystkim edukacja przedsiębiorczości (zarówno na poziomie podstawowym i średnim, jak i na etapie uczelni i kształcenia zawodowego), polityka wspierania przedsiębiorczości oraz obszar związany z B+R i transferem wiedzy.

Na poziomie zbliżonym do średniej dla gospodarek o wysokich dochodach i dla badanych krajów Europy eksperci ocenili blok pytań dotyczący odbudowy przedsiębiorczości po pandemii COVID-19. W ich opinii, firmy, aby odbudować działalność, zwiększyły wykorzystanie narzędzi cyfrowych, co jest niezwykle korzystne w świetle działań, mających na celu przyspieszenie cyfryzacji polskiej gospodarki.

Eksperti stosunkowo nisko ocenili stwierdzenia odnoszące się do postępów w realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju Organizacji Narodów Zjednoczonych. W szczególności poprawy wymaga obszar rządowego wsparcia firm zorientowanych na zrównoważony rozwój.

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



## 4. Temat specjalny – Startupy w Polsce

O startupach słyszymy w mediach i czytamy w dokumentach rządowych, ale czy wiemy czym właściwie jest startup? Pojęcie dość powszechnie używane i odmieniane przez różne przypadki – jak można się domyślać, nie ma jednej definicji. Z uwagi na to, że jest ich wiele, są takie, które cieszą się większą popularnością i należy do nich definicja startupu Stevego Blanka. Według wspomnianego lidera innowacyjnych rozwiązań w zakresie metodologii rozwijania startupów i nauczania przedsiębiorczości – startup to tymczasowa organizacja mająca na celu poszukiwanie powtarzalnego i skalowalnego modelu biznesowego<sup>56</sup>. Jego zdaniem startupy można identyfikować poprzez ich cele (zamiary), funkcję czy strukturę finansowania. W Polsce startupy bada od wielu lat Agnieszka Skala, badaczka i mentorka kolejnych „pokoleń” startupów w Polsce, która w jednej z publikacji<sup>57</sup> proponuje spiralną definicję startupu. Punktem wyjścia tej definicji jest założenie, że cechami niezbędnymi, które musi spełniać organizacja, aby być startupem, są: ograniczone zasoby wewnętrzne oraz niepewny lub nieistniejący popyt.

Oczywiście jedno to zdefiniowanie startupu, drugie – to wiedza w społeczeństwie nt. startupów, a trzecie – badanie startupów.

Podkreślić należy, że w Polsce nie prowadzi się reprezentatywnych badań, które mogłyby określić liczbę i opisać sytuację polskich startupów. Wynika to m.in. z trudności określenia ich populacji i dotarcia do nich. PARP od 6 lat próbuje tą lukę choć częściowo wypełnić poprzez poszukiwanie startupów w reprezentatywnej próbie dorosłych Polaków w wieku 18–64 lat<sup>58</sup>.

Badanie startupów jest prowadzone w ramach badania GEM, poprzez dodatkowe pytania ujęte w kwestionariuszu do badań ilościowych, zrealizowane wyłącznie wśród polskich

<sup>56</sup> <https://steveblank.com/2010/01/25/whats-a-startup-first-principles/>; <https://www.forbes.com/sites/kevinready/2012/08/28/a-startup-conversation-with-steveblank/?sh=46fc0fc9f0db>

<sup>57</sup> Skala A., Spiralna definicja startupu, „Przegląd Organizacji”, 2017, s. 33–39, <https://przegladorganizacji.pl/arttykul/2017/10.33141po.2017.09.05>; [https://www.academia.edu/35393379/Spiralna\\_definicja\\_startupu](https://www.academia.edu/35393379/Spiralna_definicja_startupu)

<sup>58</sup> N = 8000, więcej w Rozdziale 1.

respondentów. Należy podkreślić, że pytania dotyczące kwestii działania w formule typu startup kierowane są do osób dorosłych, które są już właścicielami/współwłaścicielami istniejącego biznesu oraz do osób na etapie zakładania, tworzenia biznesu – działań, które do tego mają doprowadzić. Takie szerokie podejście daje szansę na większą trafność w poszukiwaniu tego typu podmiotów. Dodatkowo, w narzędziu do badania jakościowego, służącego ocenie kluczowych filarów ekosystemu przedsiębiorczości w Polsce, uwzględniony został blok pytań nt. uwarunkowań rozwoju startupów. Pytania te zostały poddane ocenie 36 ekspertów z różnych dziedzin związanych z przedsiębiorczością. Wynik tej oceny dopełnia przedstawiony opis. Niniejsze opracowanie składa się z trzech zasadniczych części:

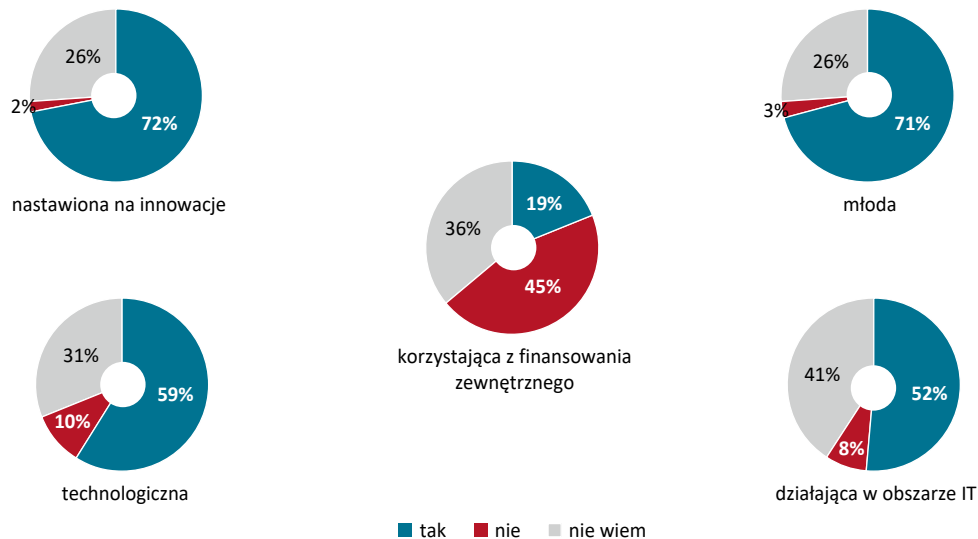
1. Społeczne rozumienie pojęcia startup
2. Charakterystyka zadeklarowanych startupów vs. pozostałe formy biznesu określane jako tradycyjne, w tym analiza ekonometryczna
3. Uwarunkowania rozwoju startupów w badaniu jakościowym.

## 4.1. Społeczne rozumienie pojęcia startup – definicja startupów według dorosłych Polaków

W 2022 r., po raz pierwszy w ramach badania GEM<sup>59</sup> postanowiliśmy sprawdzić, jak dorośli Polacy (18–64 l.) definiują działalność typu startup. W kwestionariuszu zaproponowaliśmy respondentom do wyboru 5 charakterystycznych cech, dobranych na podstawie analizy powtarzających się opisów, ujętych w różnych definicjach. Respondent mógł odnieść się do każdej cechy i wskazać, czy w według niego opis charakteryzuje startup.

---

<sup>59</sup> Co to jest według Pana/Pani startup? Czy Startup to: (1) młoda firma, (2) firma technologiczna, (3) firma świadcząca działająca w obszarze IT/ICT, (4) firma niezarabiająca na własne utrzymanie, a korzystająca z finansowania zewnętrznego, (5) firma nastawiona na innowacje (odp.: 1 – tak, 2 – nie, 3 – nie wiem, 4 – odmowa).

**Wykres 4.1.** Cechy startupów według dorosłych Polaków, *startup to firma...*

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM, N = 4106.

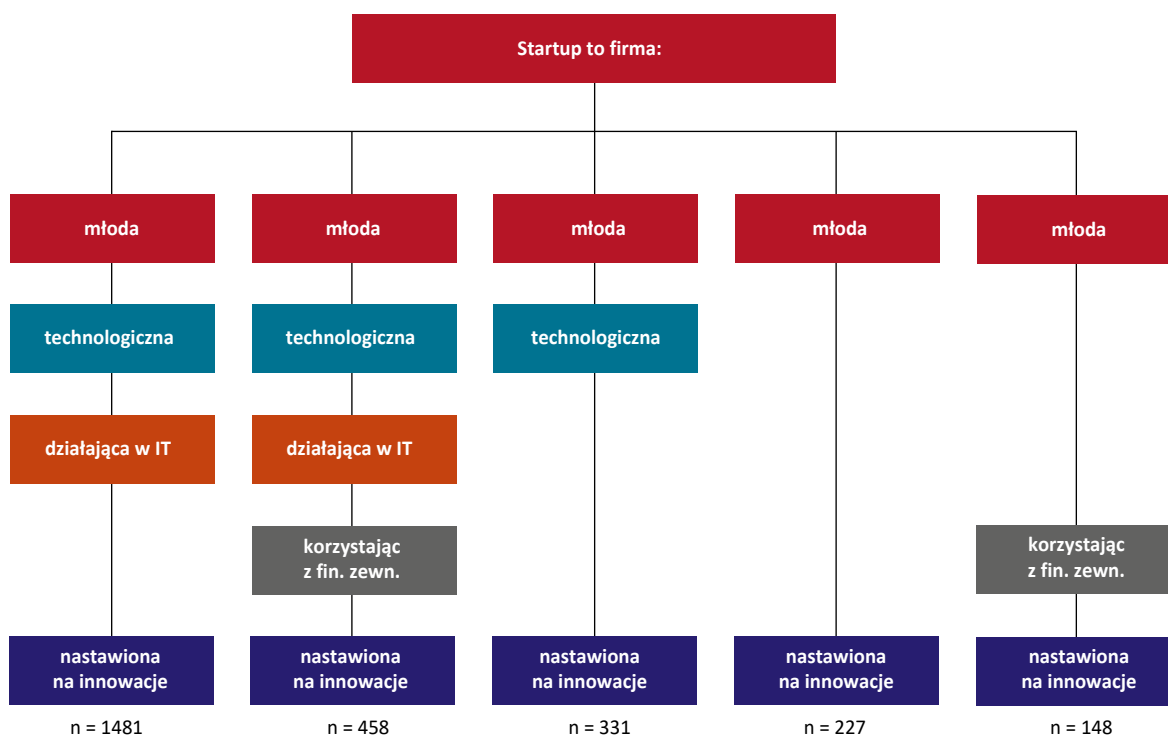
To, co ważne i wysuwa się na plan pierwszy przy analizie rozumienia przez społeczeństwo, czym jest startup, to odpowiedzi „nie wiem”. **W pewnym uproszczeniu można powiedzieć, że odsetek osób dorosłych, dla których nie jest jasne, jakie cechy ma startup, oscyluje wokół +/-30%.** Największą trudność przysporzyło pytanie, czy startup to firma działająca w obszarze IT, aż 42% osób odpowiedziało „nie wiem”. Z kolei **cechy, które bez większego problemu są przypisywane startupom, to innowacyjność i czas funkcjonowania na rynku („młodość”).**

Kwestie takie jak, czy startup jest firmą technologiczną, czy działającą w obszarze IT, sprawiały większe trudności niż w przypadku wcześniej omawianych kategorii, aczkolwiek **większość uważa, że startupy wywodzą się z podmiotów technologicznych, przede wszystkim działają w obszarze IT.** Przechodząc do opinii Polaków dotyczących kwestii finansowej samodzielności takiego podmiotu, ciekawe jest, że **według dość dużej grupy badanych (45%) startupy nie są podmiotami, które nie zarabiają na własne utrzymanie i muszą korzystać z finansowania zewnętrznego.**

Pytani respondenci podczas badania odnosili się do każdej cechy oddzielnie, ale intuicyjnie mamy świadomość, że taki podmiot to zbiór atrybutów, dlatego w dalszej analizie poszczególne odpowiedzi zostały zgrupowane w zestawy<sup>60</sup>.

Suma wszystkich możliwych kombinacji/zestawów to 32<sup>61</sup>. Na pytanie, czym jest startup, wypowiedziało się 3131<sup>62</sup> dorosłych respondentów. Najczęściej wybierane zestawy odpowiedzi (od lewej) prezentuje schemat 4.1.

**Schemat 4.1.** Najczęstsze zestawy odpowiedzi według społeczeństwa



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM, N = 3131.

<sup>60</sup> W dalszej części analizy zostały przygotowane możliwe zestawy odpowiedzi. Aby uprościć, przyjęto: 1, gdy respondent wskazał – „tak”, a pozostałe odpowiedzi 0, czyli nie wybrał danej charakterystyki, ponieważ uważał, że dana charakterystyka nie definiuje podmiotu typu startup, lub nie wiedział, czy dana cecha mieści się w definicji startupu, lub odmówił udzielenia odpowiedzi.

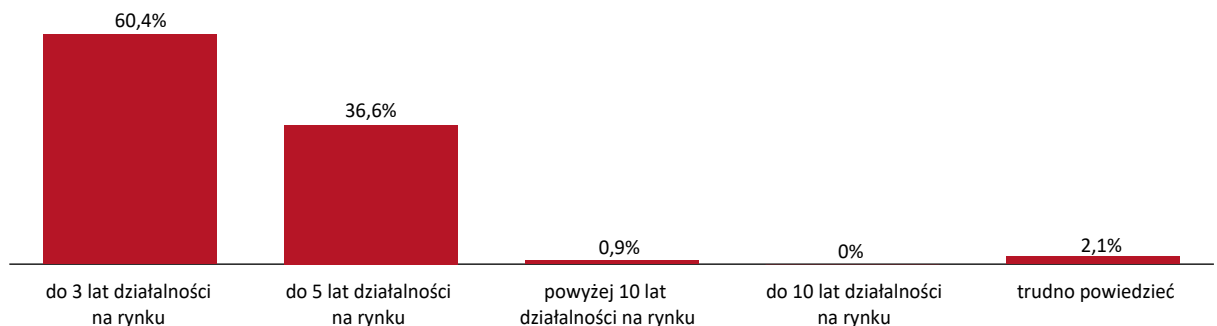
<sup>61</sup>  $\binom{5}{0} \binom{5}{1} + \binom{5}{2} + \binom{5}{3} + \binom{5}{4} + \binom{5}{5} = 32$

<sup>62</sup> Pytanie zostało zadane 8000 respondentów, ale 3894 odmówiło udzielenia odpowiedzi, z pozostałego zbioru N = 4106 zostały wykluczone odpowiedzi: „nie” i „nie wiem”.

**Według dorosłych Polaków innowacyjność to kluczowa cecha charakteryzująca startupy – wskazało na nią 72% badanych. Niemal w takim samym stopniu jak innowacyjność, cechą charakterystyczną startupu jest jego „wiek”, czyli czas funkcjonowania na rynku. Zdaniem 71% dorosłych Polaków, startupy to młode podmioty. 60% respondentów, którzy wskazali wiek jako cechę startupu, precyzują, że to podmioty funkcjonujące do 3 lat na rynku, a kolejne 36% wskazuje na nieco dłuższy okres do 5 lat.**

Kolejną istotną cechą startupu jest obszar działania – według blisko 59% respondentów są to firmy technologiczne, a dla 52% działające w obszarze IT/ICT. Przy tym podkreślić należy tu bliskość rozumienia tych dwóch cech (firma działająca w obszarze IT/ICT zawiera się w szerszej kategorii – firmy technologiczne)<sup>63</sup>. Co ciekawe, zdecydowana większość uważa, że startup może być takim podmiotem, który jest w stanie sam się finansować, tylko 1/5 respondentów jest zdania przeciwnego.

**Wykres 4.2.** Co to znaczy „młoda firma” według dorosłych, którzy wskazali na tą cechę



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM, N = 2932.

W dalszej części artykułu pojęcie startup będzie prezentowane z perspektywy osób dorosłych, które same uważają, że reprezentują tego typu podmiot oraz z perspektywy pozostałych osób, które są zaangażowane w jakąś formę przedsiębiorczości. Wybrane charakterystyki będą prezentowane dla dwóch grup – zadeklarowane startupy i pozostałe podmioty.

<sup>63</sup> Wskaźnik korelacji dla tych dwóch odpowiedzi jest na bardzo wysokim poziomie (R Pearsona = 0,756\*\*).

## 4.2. Pojęcie startup w opinii osób prowadzących firmy w organizacji, nowe i dojrzałe

### Założenia metodologiczne

Z próby (N = 8000) dorosłych Polaków wyodrębniono grupę<sup>64</sup> respondentów, którzy już są właścicielami istniejącego biznesu, oraz takich, którzy są na wczesnym etapie zakładania firmy (N = 993).

Na podstawie pytania skierowanego do grupy dorosłych osób (N = 993) zaangażowanych w przedsiębiorczość na różnym etapie, wyodrębniono osoby, które uważają, że prowadzą działalność typu startup (Ns = 293) oraz pozostałe (Np = 683) – na potrzeby artykułu często określane jako tradycyjne/pozostałe firmy/biznesy.

W prezentowanych zestawieniach, licznosci przy różnych pytaniach mogą nieznacznie się różnić – o ile nie wskazano inaczej, wynika to z odmów odpowiedzi i wówczas podana liczebność N odnosi się tylko do tych, którzy na dane pytanie odpowiedzieli.

### Definicja startupu w opinii zdeklarowanych startupów i pozostałych osób zaangażowanych w działalność biznesową

Osoby zaangażowane w działalność biznesową, niezależnie od fazy rozwoju procesu przedsiębiorczego, na której się znajdują definiują startupy podobnie jak ogół społeczeństwa.

<sup>64</sup> Wyodrębniona baza do analizy zdeklarowanych startupów vs. pozostałe firmy, na podstawie pytań q21 = 1 | q23 = 1 | q62 = 1 | q63 = 1.

q21 – czy samodzielnie lub we współpracy z innymi osobami – próbuje Pan/Pani założyć nową firmę, włączając w to samozatrudnienie lub sprzedaż wyrobów albo usług? q23 – czy w ciągu 12 miesięcy podjęła Pani/Pan jakiegokolwiek działania, żeby założyć taką firmę, takie jak poszukiwanie sprzętu, znalezienie siedziby, tworzenie zespołu pracowników, opracowanie biznes planu, zebranie środków finansowych, które byłyby pomocne w rozpoczęciu działalności?

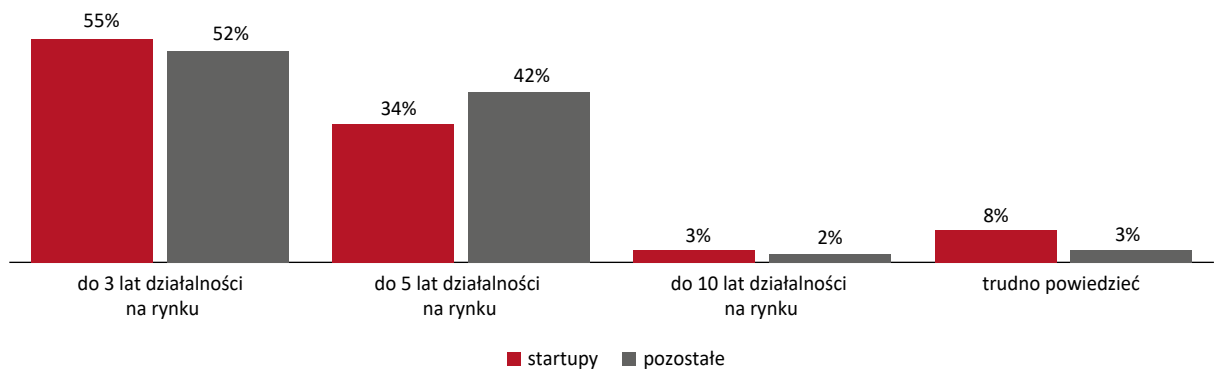
q62 – czy aktualnie jest Pan/Pani – samodzielnie lub z innymi osobami – właścicielem/właścicielką firmy, którą pomaga Pan/Pani zarządzać, samozatrudnioną(ym) lub oferuje Pan/Pani towary albo usługi innym podmiotom?

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

Natomiast **respondenci, którzy uważają, że działalność, którą ONI prowadzą, jest STARTUPEM wyraźnie i bez wahania wskazują, że startup to młoda i nastawiona na innowacje firma** – te charakterystyki zostały wskazane przez 100% zadeklarowanych startupowców.

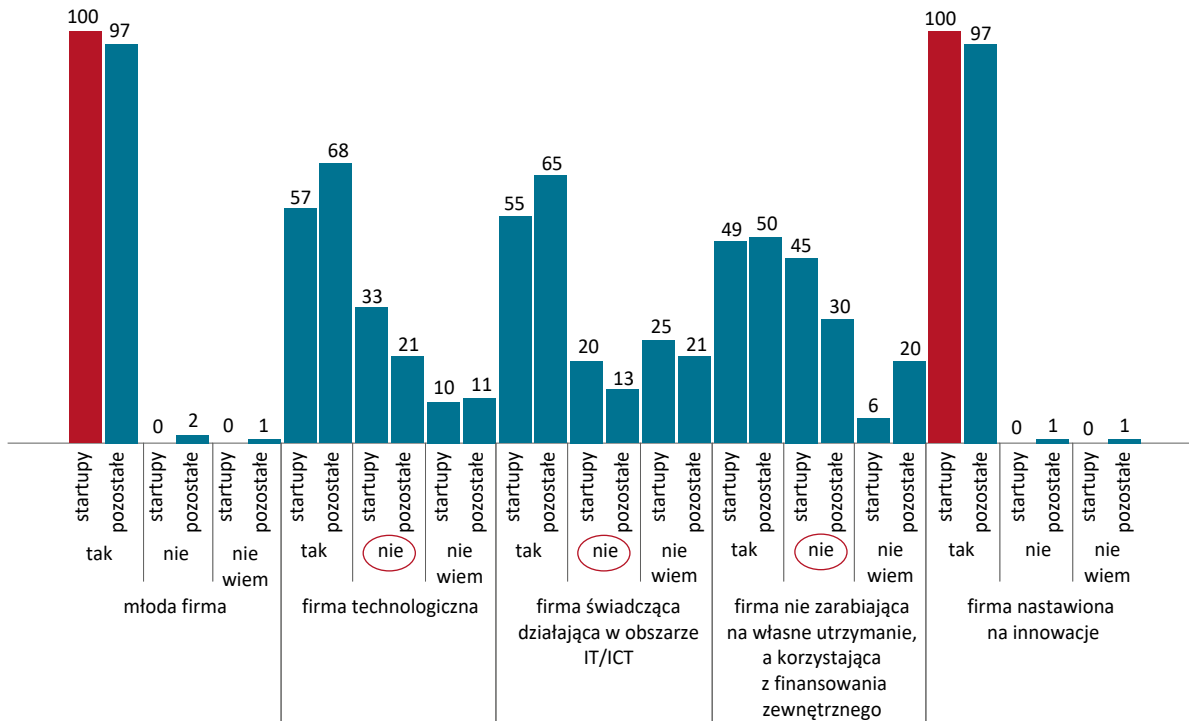
Podobnie jak w przypadku ogółu społeczeństwa **zdeklarowane startupy i osoby reprezentujące pozostałe firmy uważają, że młoda firma, to taka, która działa na rynku do 3 lat (55%; 52%) lub do 5 lat (34%; 42%)**. Należy zwrócić uwagę na wysoki odsetek respondentów wśród zadeklarowanych startupów, którzy nie potrafili określić ram czasowych dla młodej firmy i udzielili odpowiedzi „trudno powiedzieć” (8%).

**Wykres 4.3.** Co to znaczy „młoda firma” według startupów i pozostałych firm



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM, Ns = 287, Np = 652.

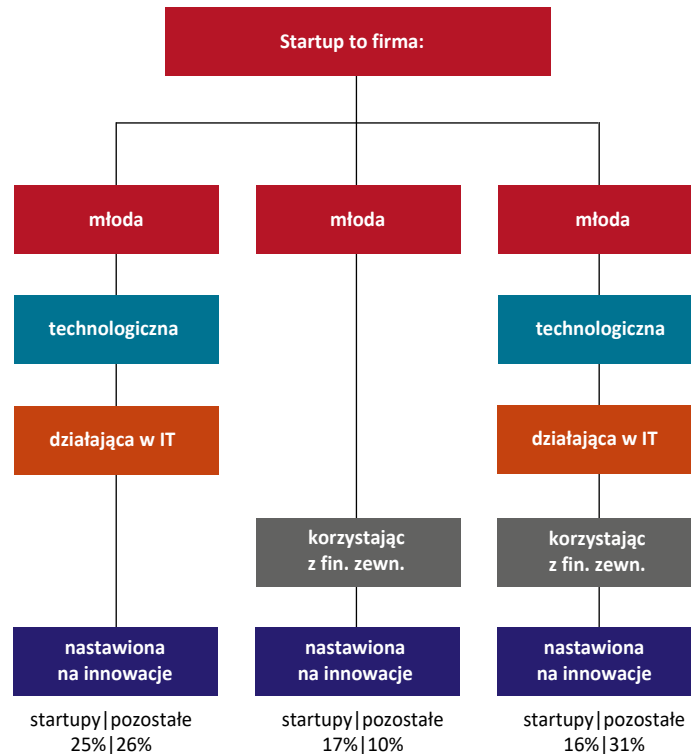
W kwestiach przypisywania startupom cech takich jak: firma technologiczna, działająca w obszarze IT/ICT, firma niezarabiająca na własne utrzymanie, a korzystająca z finansowania zewnętrznego, zdania właścicieli startupów i pozostałych firm były podzielone. Wydaje się uzasadnione, że potrzeba korzystania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

**Wykres 4.4.** Co to jest startup w opinii zadeklarowanych startupów i pozostałych firm (w %)

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM, Ns = 287, Np = 670.

Najbardziej popularne zestawy cech startupu wskazane przez respondentów, którzy swoją działalność określają jako startup, vs. pozostali respondenci prowadzący biznes przedstawia Schemat 4.2.



**Schemat 4.2.** Zestawy cech startupu wg zadeklarowanych startupów i pozostałych biznesów

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM, Ns = 287, Np = 670.

**Zdeklarowane startupy (25%) najczęściej wskazywały zestaw zawierający 4 z 5 cech możliwych do wyboru. W tym zestawie została odrzucona cecha dotycząca konieczności opierania działalności startupu na finansowaniu zewnętrznym.** Podobny odsetek pozostałych firm również wskazał na taki zestaw atrybutów startupu (26%). Zestawem wybieranym w drugiej kolejności przez startupy był zestaw, w którym startupy to młode firmy, nastawione na innowacje i korzystające z finansowania zewnętrznego (17%). Trzeci najpopularniejszy zestaw wśród zadeklarowanych startupów (16%), ale pierwszy wśród pozostałych podmiotów (31%), zawiera wszystkie możliwe charakterystyki.

## Charakterystyka osób oraz ich przedsięwzięć

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

Wśród osób dorosłych zaangażowanych w działalność typu startup w 2022 r. większość stanowiły kobiety (53%), nieco rzadziej mężczyźni (47%) prowadzili tego typu podmioty. Respondenci reprezentujący startupy na tle pozostałych osób działających w innym modelu biznesowym są wyraźnie częściej w młodszym wieku (25–34 l.) – dotyczy to zarówno kobiet, jak i mężczyzn (ogółem 18% vs. 11%). Średnia wieku również to potwierdza – jest niższa w przypadku kobiet zaangażowanych zarówno w działalność startupową, jak i działającą w oparciu o inne modele biznesowe.

**Tabela 4.1.** Wiek osób działających w formule startupy vs. pozostałe biznesy w podziale na płeć

Startupy	Mężczyźni Nsm = 139	Kobiety, Nsk = 154	Pozostałe biznesy	Mężczyźni Npm = 354	Kobiety Npk = 329
18–24	1%	1%	18–24	1%	1%
25–34	17%	19%	25–34	8%	14%
35–44	31%	35%	35–44	39%	40%
45–54	36%	31%	45–54	36%	30%
55–64	15%	13%	55–64	16%	14%

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Pozyskane dane wskazują, że kobiety są bardziej odważne, jeśli chodzi o działalność startupową i nie powstrzymuje ich młody wiek – wcześniej próbują swoich sił jako przedsiębiorczynie. Świadczy o tym 5-letnia różnica między wiekiem minimalnym dla kobiet i mężczyzn w grupie startupów. Z pewnością jest to bardzo ciekawa obserwacja do głębszej analizy. W przypadku pozostałych firm nie ma różnicy, jeśli chodzi o płeć.

**Tabela 4.2.** Średnia, min. i maks. wieku właścicieli startupów vs. pozostałe biznesy w podziale na płeć

	Startupy Nsm = 139, Nsk = 154			Pozostałe biznesy Npm = 354, Npk = 329		
	Średnia	Max	Min	Średnia	Max	Min
Ogółem	43,5			44,4		
Mężczyźni	44,4	64,0	23,0	45,1	64,0	18,0
Kobiety	42,6	64,0	18,0	43,7	64,0	18,0

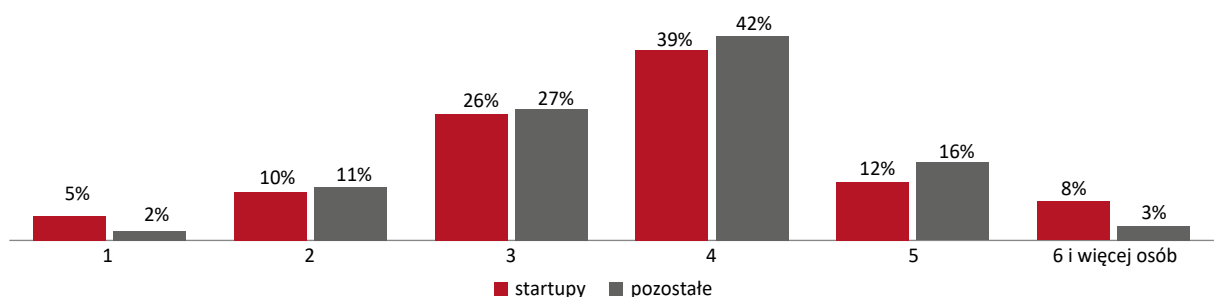
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

### Wielkość gospodarstwa domowego osób działających w formule startup vs. pozostałe firmy

Wyniki analizy wielkości gospodarstw domowych osób działających w formule startup vs. pozostałe firmy wskazują, że ogólnie nie ma większych różnic między tymi dwiema grupami.

**Największy odsetek osób zajmujący się przedsiębiorczością żyje w 4-osobowych gospodarstwach domowych.** Największe różnice (startupy vs. pozostałe firmy) możemy zaobserwować w jednoosobowych gospodarstwach domowych oraz w tych największych 6 i więcej osób. W przypadku jednoosobowego gospodarstwa domowego łatwo to wyjaśnić – większy optymizm charakteryzuje osoby bez obowiązków rodzinnych czy też skłonność do ryzyka towarzyszącego w przedsięwzięciu startupowym. W przypadku dużych rodzin trudniej to wyjaśnić – być może przychody z tradycyjnego biznesu nie wystarczają i stąd większe zaangażowanie w startup.

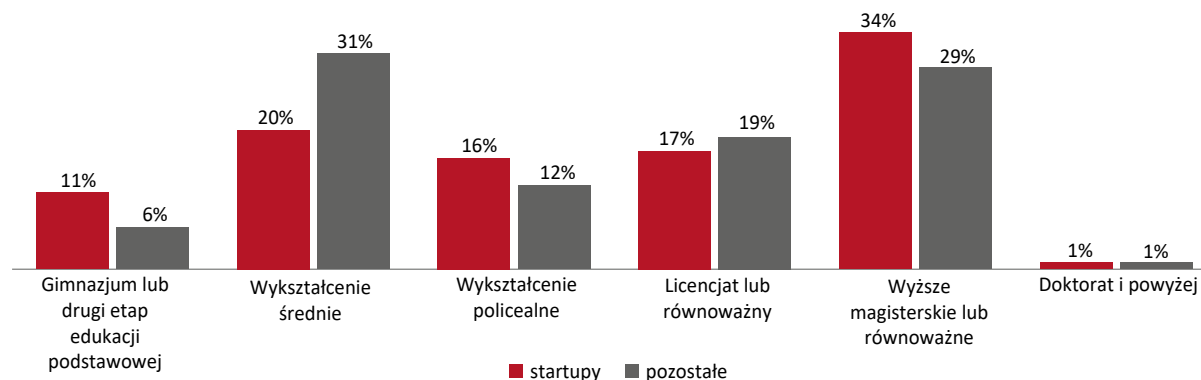
**Wykres 4.5.** Wielkość gospodarstwa domowego osób prowadzących startupy i pozostałe firmy (liczba osób w gospodarstwie, %)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM, Ns = 292, Np = 683.

W porównaniu do kategorii wieku poziom wykształcenia znacznie bardziej różnicuje omawiane grupy, niemniej trudno mówić tu o jakiejś prawidłowości w kontekście osoby prowadzącej startup czy inny biznes.

**Wykres 4.6.** Wykształcenie osób działających w formule startup vs. pozostałe firmy

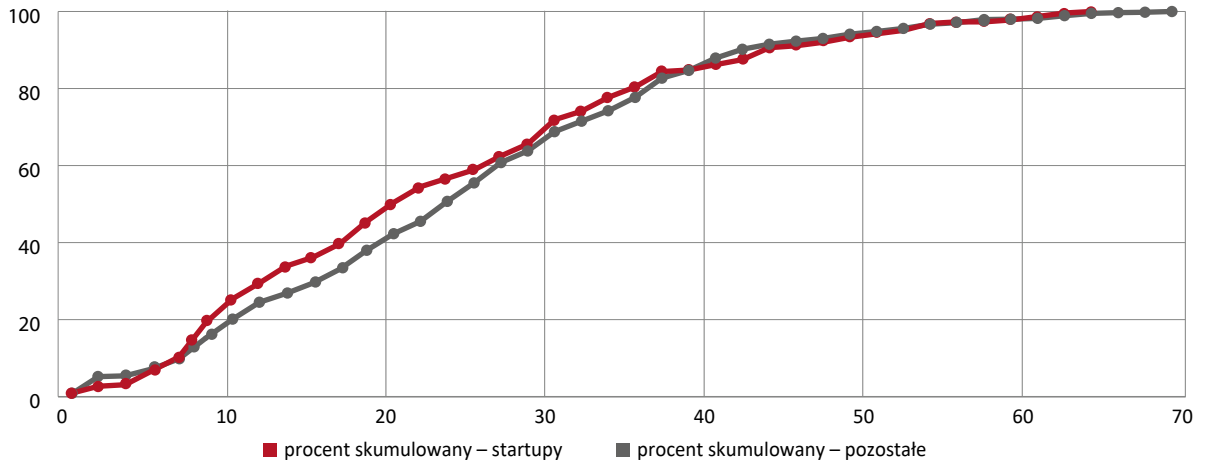


Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM, Ns = 292, Np = 683.

### Przybliżony czas funkcjonowania firm na rynku

W celu przybliżenia wieku podmiotów działających w formule startup i pozostałych firm wykorzystano pytanie, w którym respondenci wskazywali rok, w którym po raz pierwszy wypłacane zostały pensje, zyski lub wynagrodzenie w innej formie (np. w naturze). Do obliczenia przybliżonego wieku firmy posłużył 2022 r. – jako punkt wyjścia. Poniższy wykres prezentuje skumulowany procent podmiotów w poszczególnych grupach w zależności od wieku podmiotu. Bliskość linii na wykresie wskazuje na nieznaczne różnice między startupami a pozostałymi podmiotami. **W grupie zadeklarowanych startupów odsetek pomiotów do 10 lat to 40% w przypadku pozostałych firm jest ich 33%.**

**Wykres 4.7.** Przybliżony czas funkcjonowania zadeklarowanych startupów i pozostałych firm. Oś X liczba lat funkcjonowania biznesu od wypłaty pierwszego wynagrodzenia = hipotetyczny wiek firmy



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM, Ns = 224, Np = 613.

Podstawowa statystyka opisowa dostarcza szczegółów: średnia wieku startupów jest nieco niższa niż tradycyjnego biznesu (14,1 lat vs. 14,8 lat), nieco większą różnicę można zauważyć w przypadku mediany (12 vs. 14 lat).

**Tabela 4.3.** Podstawowa statystyka opisowa czasu funkcjonowania osób prowadzących startupy i pozostałe firmy

	Startupy N = 224	Pozostałe N = 613
Średnia	14,08	14,86
Mediana	12	14
Minimum	0	0
Maksimum	38	66

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM, Ns = 224, Np = 613.

Wyniki są dość zastanawiające, biorąc pod uwagę, że zadeklarowane startupy w zdecydowanej większości wskazywały w kontekście definicji, że startup to młoda firma funkcjonująca na rynku w przybliżeniu do 5 lat. Wśród respondentów była również dość znacząca grupa, która nie odniosła się do przedziału czasowego i częściowo ten aspekt może tłumaczyć rozbieżności w podejściu definicyjnym vs. rzeczywisty wiek podmiotu. Te rozbieżności wzmacniane są jeszcze odpowiedziami zadeklarowanych startupów w wieku 40+, którzy wskazują że startup to młoda firma – do 5 lat, ale sami reprezentują znacznie starsze

podmioty. Analiza pokazuje, że wpojony wizerunek startupu nie pokrywa się z rzeczywistością i trudno jednoznacznie wyjaśnić tę kwestię.

## **Ekonometryczna analiza charakterystyk sprzyjających działalności typu startup vs. pozostałe rodzaje działalności**

### **Ogólne założenia**

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

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

- płeć,
- wiek właściciela lub potencjalnego właściciela,
- pierwsze wypłacone wynagrodzenie,
- motywacje/powody założenia firmy,
- wyróżniające aspekty konkutowania firmy na tle innych firm,
- źródła finansowania,
- rynek docelowy,
- etapy rozwoju przedsięwzięcia biznesowego,
- typ działalności,
- atuty firmy,
- nowość wprowadzanych produktów i usług,
- nowość stosowanych technologii i metod pracy.

W początkowym etapie tworzenia modelu okazało się, że znalazło się w nim wiele zmiennych nieistotnych statystycznie. Dlatego zostały one usunięte krokowo, tzn. w kolejnych krokach

usuwano zmienną o najniższej istotności (najwyższym p-value), a model wyliczano od nowa. Takie kroki powtarzano, aż uzyskano model mający tylko zmienne istotne. Jest to tzw. metoda selekcji wstecznej.

### Wyniki modelu<sup>65</sup>

Z analizy modelu wynika, że spośród 44 zmiennych 12 miało statystycznie istotny wpływ na fakt, czy mamy do czynienia ze startupem, czy też z tradycyjnym biznesem. Kierunek wpływu zmiennych sprzyjających klasyfikacji działalności jako startup vs. tradycyjne firmy był zgodny z przewidywanym.

Ostatecznie w modelu zostały tylko zmienne statystycznie istotne – prezentowane w tabeli 4.4.

---

<sup>65</sup> Wyniki testów i wartość logarytmu wiarygodności oraz pseudo-R2 dla modelu:

- Model ten charakteryzuje się dość wysokimi współczynnikami R2. Wynoszą one 0,143 dla R2 Coxa Snella oraz 0,2 dla R2 Nagelkerkego. Oznacza to, że model jest dość dobrze dopasowany do danych.
- Za pomocą testu Hosmera-Lemeshowa sprawdzono, czy model jest jednakowo dobrze dopasowany do całego zbioru danych, p-value w teście było większe od 0,05, więc nie było podstaw do odrzucenia H0. Jest to pozytywny wniosek, wskazujący na poprawność modelu.
- Wyniki testu Hosmera-Lemeshowa: Chi-kwadrat = 11,647; df = 8; Istotność = 0,222.
- Na podstawie tabeli klasyfikacji – model poprawnie zaklasyfikował 71,6% obserwacji.

**Tabela 4.4.** Wyniki estymacji

Lp.	Opis zmiennych	B	Exp(B)	Większa szansa wystąpienia danego zdarzenia w grupie startupów/ pozostałych firm
1.	Powody: Aby mocno się wzbogacić lub osiągnąć wysokie dochody	0,341	1,407	startupy
2.	Powody: Aby zapewnić sobie utrzymanie, ponieważ jest za mało ofert na rynku pracy	-0,179	0,836	pozostałe
3.	Wyróżnik: Ma unikalne przewagi konkurencyjne	-0,332	0,717	pozostałe
4.	Wyróżnik: Rewolucjonizuje dotychczasowe zasady w branży	0,39	1,477	startupy
5.	Wyróżnik: Jest innowacyjna w skali kraju	-0,477	0,621	pozostałe
6.	Źródła finansowania: Banki i inne instytucje finansowe	-0,405	0,667	pozostałe
7.	Źródła finansowania: Akcelerator/platforma startowa	2,005	7,429	startupy
8.	Źródła finansowania: Programy rządowe, dotacje, granty	0,429	1,536	startupy
9.	Etap rozwoju: Umacnianie pozycji na rynku	-0,416	0,66	pozostałe
10.	Opis biznesu: Działalność, która szuka sposobu, aby zrewolucjonizować branżę	1,095	2,988	startupy
11.	Działalność, która nie zakłada szybkiego wzrostu, a dochody z niej pozwalają na bieżące funkcjonowanie firmy	-0,572	0,564	pozostałe
12.	Atuty: Mamy w firmie ludzi z wcześniejszym doświadczeniem biznesowym/startupowym	0,358	1,431	startupy
	Stała	-0,719	0,487	

**WNIOSKI:**

1. Bardziej prawdopodobne jest to, że startupy (1,4 razy większe szanse), a nie pozostałe firmy, zakładają działalność dla wzbogacenia się i osiągnięcia wysokich dochodów
2. Bardziej prawdopodobne jest to, że pozostałe biznesy (84% większe szanse), a nie startupy, wskażą, że powodem założenia firmy jest brak ofert na rynku pracy
3. Bardziej prawdopodobne jest to, że pozostałe biznesy (70% większe szanse) będą wyróżniały się unikalnymi przewagami konkurencyjnymi
4. Bardziej prawdopodobne jest to, że startupy (1,5 razy większa szansa) wyróżniają się na tle konkurencji tym, że chcą rewolucjonizować dotychczasowe zasady w branży
5. Bardziej prawdopodobne jest to, że pozostałe firmy a nie startupy wyróżniają się na tle konkurencji tym, że ich firma jest innowacyjna w skali kraju
6. Bardziej prawdopodobne jest to, że pozostałe firmy, a nie startupy, korzystają z finansowania banków i innych instytucji finansowych
7. Bardziej prawdopodobne jest to, że startupy (7 razy większe szanse), a nie pozostałe firmy, będą korzystały z finansowania akceleratorów/platform startowych
8. Bardziej prawdopodobne jest to, że startupy (1,5 razy większe szanse), a nie tradycyjne biznesy, będą korzystały z finansowania w postaci programów rządowych
9. Bardziej prawdopodobne jest to, że etap umacniania pozycji na rynku będzie dotyczył tradycyjnych firm (66% większe szanse), a nie startupów
10. Bardziej prawdopodobne jest to, że działalność, która szuka sposobu, aby zrewolucjonizować branżę, jest startupem (niemal 3 krotnie większe szanse),
11. Nieznacznie bardziej prawdopodobne jest, że pozostałe firmy, a nie startupy, myślą o działalności, która nie zakłada szybkiego wzrostu, a dochody z niej pozwalają na bieżące funkcjonowanie firmy
12. Bardziej prawdopodobne jest to, że atutem startupu (1,4 razy większe szanse), a nie tradycyjnych podmiotów, będzie posiadanie w firmie ludzi z wcześniejszym doświadczeniem biznesowym/startupowym.

Źródło: opracowanie własne z wykorzystaniem pakietu SPSS. Jeżeli  $Exp(B) > 1$ , to w pierwszej grupie zajście zdarzenia jest bardziej prawdopodobne. Jeżeli  $Exp(B) < 1$ , to w drugiej grupie zajście zdarzenia jest bardziej prawdopodobne. Jeżeli  $Exp(B) = 1$ , to w obu klasach obserwacji zdarzenie jest tak samo prawdopodobne



## Szczegółowa analiza czynników różnicujących istotnie zdeklarowane startupy vs. pozostałe biznesy

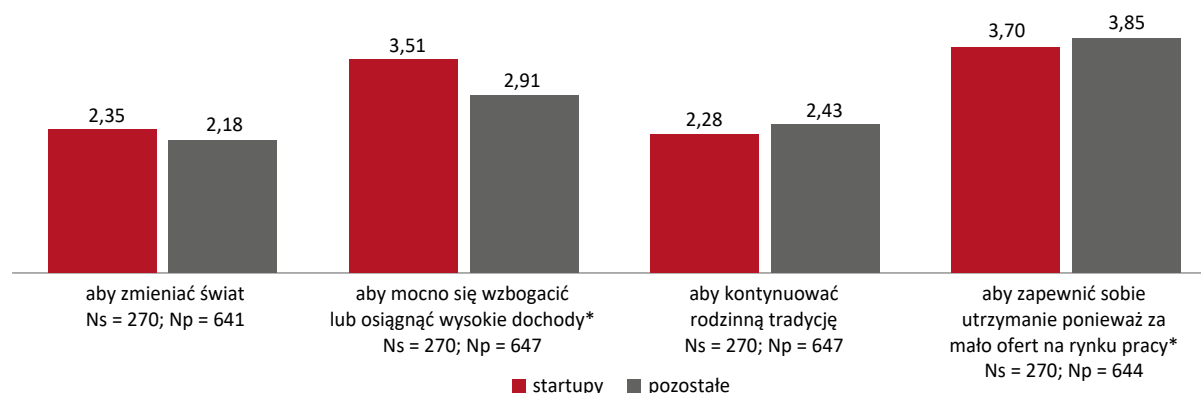
### Powody zakładania firm

Wśród determinantów różnicujących startupy vs. pozostałe firmy kluczowa wydaje się motywacja towarzysząca podjęciu decyzji o rozpoczęciu działalności. W kwestionariuszu wśród możliwych powodów zakładania firm respondenci mieli do wyboru następujące opcje: (1) Aby zmienić świat, (2) Aby mocno się wzbogacić lub osiągać wysokie dochody, (3) Aby kontynuować rodzinną tradycję i (4) Aby zapewnić sobie utrzymanie, ponieważ za mało jest ofert na rynku pracy. W zaprezentowanym wcześniej modelu znalazły się dwa (na wykresie oznaczone \*) z czterech powodów, przy czym jeden z nich miał wpływ stymulujący na wystąpienie badanego zjawiska, a drugi – ograniczający. **Wyniki modelu wskazały, że mamy 1,4 raza większe szanse na to, że motyw chęci wzbogacenia się i osiągnięcia wysokich dochodów ma większą szansę wystąpienia w grupie osób, które zdeklarowały, że prowadzą startup.** Jednocześnie, co różnicuje grupę zdeklarowanych startupów vs. pozostałe firmy, mamy 85% większe szanse na to, że pozostałe biznesy, jako powód zakładania firmy, wskażą konieczność zapewnienia sobie utrzymania, ponieważ za mało jest ofert na rynku pracy.

Na podstawie tych dwóch przytoczonych motywów jasno wynika, że zdecydowanie częściej zdeklarowane startupy widzą swój biznes w większej skali dochodowej niż tylko zapewnienie utrzymania, jak w przypadku podejścia osób trudniących się biznesem rozumianym inaczej.

Pozostałe kategorie – powody nie miały statystycznie istotnego wpływu różnicującego omawiane grupy, przy czym **widać większą motywację wśród startupów do działań zmierzających do zmiany świata, a w przypadku osób prowadzących pozostałe firmy – do kontynuowania rodzinnych tradycji.**

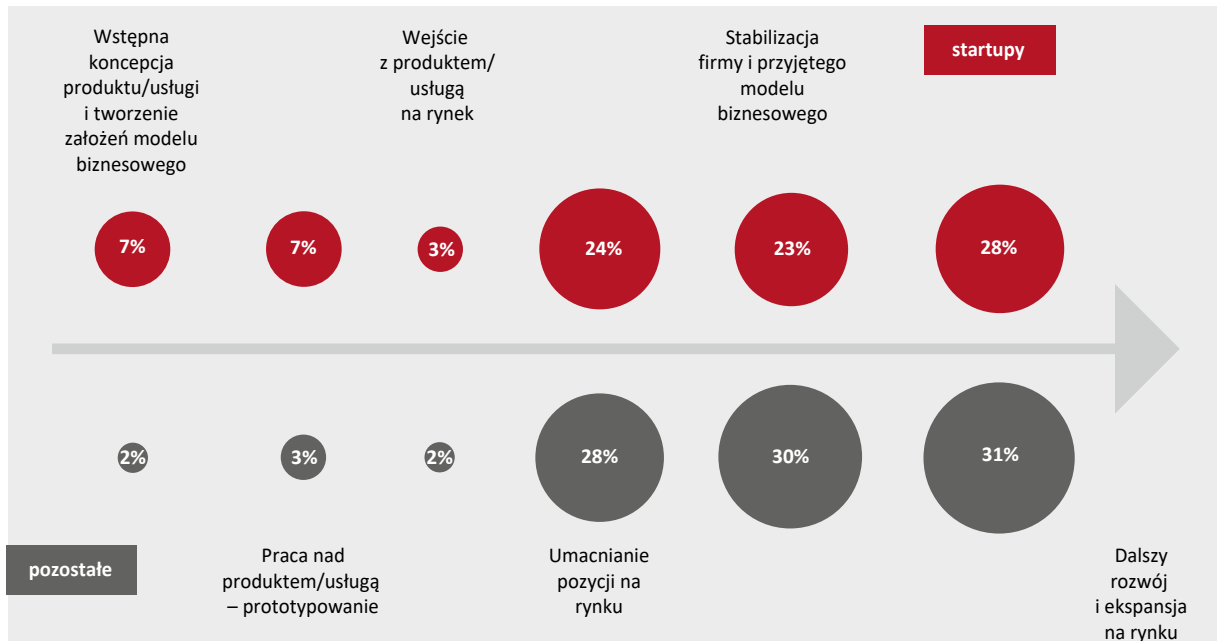
Poniżej zostały przedstawione średnie oceny dla poszczególnych stwierdzeń. Wyższa średnia to większa zgoda, że dany powód miał znaczenie w podjęciu decyzji o założeniu firmy.

**Wykres 4.8.** Średnie oceny dla stwierdzeń odzwierciedlające powody założenia firmy

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM, \* zmienne statystycznie istotne.

### Etapy rozwoju przedsięwzięcia biznesowego

Wyniki badania GEM wskazują, że rozkład firm w podziale na etapy rozwoju przedsięwzięcia biznesowego startupów vs. pozostałe firmy jest bardzo podobny. **Największy odsetek podmiotów w obu grupach jest na etapie dalszego rozwoju i ekspansji na rynku (28% i 31%).** Po ok. 1/4 – na etapie umacniania pozycji na rynku, stabilizacji firmy i przyjętego modelu biznesowego. Firm na początkowym etapie wstępnej koncepcji produktu/usługi, tworzenia założeń modelu biznesowego czy wejścia z produktem/usługą na rynek jest najmniej. Z jednej strony, taki obraz wskazuje na pewną dojrzałość rynkową analizowanych firm i funkcjonowanie na rynku od kilku lat, a z drugiej, że niewielki odsetek nowych podmiotów pracuje nad nowym produktem i mierzy się z wejściem na rynek. Biorąc pod uwagę szerszy kontekst, może to wynikać z utrudnień rynkowych i niestabilnej sytuacji spowodowanej najpierw pandemią, a potem wojną w Ukrainie.

**Schemat 4.3.** Etapy rozwoju przedsięwzięcia biznesowego, startupy vs. pozostałe firm

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM, Ns = 293, Np = 683.

### Cechy wyróżniające działalność na tle konkurencji

Wskazania dotyczące etapu rozwoju firm sugerują, że startupy i pozostałe firmy w większości znają cechy wyróżniające je na tle konkurencji. Zarówno **startupy, jak i pozostałe firmy wskazują najczęściej na potencjał do wzrostu swojego podmiotu (80%; 84%), co niewątpliwie – szczególnie w przypadku pozostałych biznesów – może być związane z posiadaniem unikalnych przewag konkurencyjnych (59%; 72%).** Warto podkreślić, że cecha „ma unikalne przewagi konkurencyjne” z mniejszym prawdopodobieństwem wystąpi wśród startupów niż wśród pozostałych firm. Z kolei **startupy istotnie wyróżniają się na tle konkurencji tym, że ich działalność rewolucjonizuje dotychczasowe zasady w branży.** Pozostałe biznesy nieco bardziej niż startupy cechuje innowacyjność na skalę kraju. Innowacyjność na poziomie światowym w bardzo niewielkim stopniu dotyczy obydwu grup i jednocześnie nie jest istotną cechą różnicującą podmioty.

**Tabela 4.5.** Czym wyróżnia się firma na tle konkurencji (%)

Wyróżnik	Startupy	Pozostałe
Ma potencjał wzrostu	80%; n = 254	84%; n = 585
Ma unikalne przewagi konkurencyjne*	59%; n = 273	72%; n = 619
Jest liderem w swojej branży	19%; n = 253	15%; n = 572
Rewolucjonizuje dotychczasowe zasady w branży*	29%; n = 266	16%; n = 642
Jest innowacyjna w skali kraju*	20%; n = 259	22%; n = 638
Jest innowacyjna w skali świata	2%; n = 259	3%; n = 611

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM, \* zmienne statystycznie istotne.

### Stwierdzenie, które najlepiej opisuje działalność prowadzoną przez zadeklarowane startupy i pozostałe firmy

Pozostałe firmy wyraźnie częściej niż startupy (68% vs. 47%) funkcjonują w oparciu o dochody, które pozwalają im na bieżące funkcjonowanie, ale nie zakładają szybkiego wzrostu. W przypadku startupów jest to również najczęściej wskazywane stwierdzenie, ale, jak opisuje model logistyczny, różnice są na tyle istotne, że różnicuje grupę startupów i tradycyjnych firm – co powoduje, że mamy 56% większe szanse na to, że ta charakterystyka dotyczy pozostałych firm.

**Tabela 4.6.** Stwierdzenie, które najlepiej opisuje działalność

	Startupy	Pozostałe	Różnica (p.p.)
Działalność, która nie zakłada szybkiego wzrostu, a dochody z niej pozwalają na bieżące funkcjonowanie firmy*	47%	68%	-21
Działalność, która tworzy nowe produkty i usługi w warunkach skrajnej niepewności	15%	11%	4
Działalność, która zakłada szybki wzrost	13%	8%	5
Działalność, która szuka sposobu, aby zrewolucjonizować branżę*	6%	2%	4
Nie wiem/odmowa	18%	12%	6

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM, \* zmienne statystycznie istotne.

**Podobny odsetek firm, zarówno wśród startupów, jak i pozostałych firm, wskazuje, że tworzy produkty i usługi w warunkach skrajnej niepewności.**

**Startupy nieznacznie częściej (różnica 5 p.p.) wskazują, że działalność, którą prowadzą, zakłada szybki wzrost.** Również respondenci zadeklarowanych startupów częściej wskazują, że przez ich działalność szukają sposobu, aby zrewolucjonizować branżę. **Mamy niemal 3-krotnie większe szanse, że działalność, która szuka sposobu, aby zrewolucjonizować branżę, jest startupem.**

### **Atuty startupy vs. pozostałe firmy**

Z analizy odpowiedzi dotyczących mocnych stron firmy na plan pierwszy wysuwa się większa siła zadeklarowanych startupów niż pozostałych firm w niemal wszystkich obszarach. **Startupy na podstawie zaprezentowanych mocnych stron prezentują się jako podmioty dynamiczne, z kulturą nastawioną na współpracę, z kontaktami, korzystające z mentoringu, a także charakteryzujące się tym, że mają w firmie ludzi z wcześniejszym doświadczeniem biznesowym czy startupowym.**

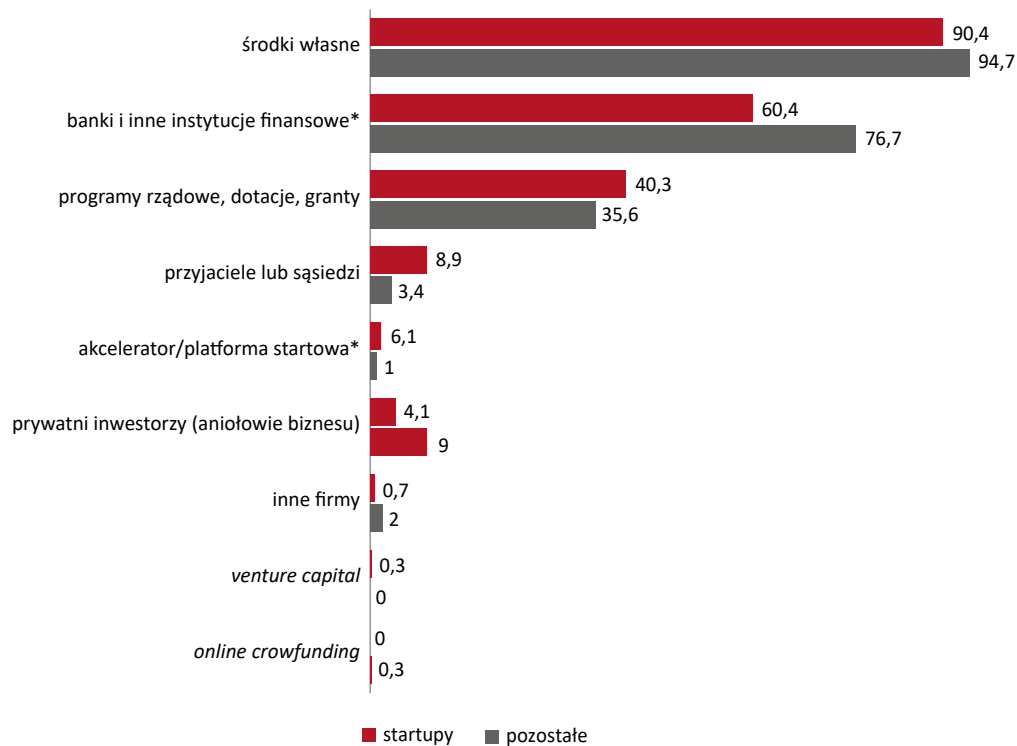
Wyjątek, że pozostałe firmy mają niejako przewagę nad zadeklarowanymi startupami, dotyczy atutu, jakim jest ogromna wiedza i umiejętności założycieli/właścicieli firmy. Respondenci reprezentujący zbiór firm pozostałych częściej wskazywali na tę cechę niż startupy (92% vs. 82%). Taki wynik nie jest zaskakujący, tym bardziej że nierzadko respondenci z pozostałych firm cechują się większym stażem i doświadczeniem niż osoby reprezentujące zadeklarowane startupy.

**Wykres 4.9.** Atuty zadeklarowanych startupów vs. pozostałe firmy

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM, Ns = 293, Np = 683, \* zmienna statystycznie istotna.

### Źródła finansowania działalności gospodarczej

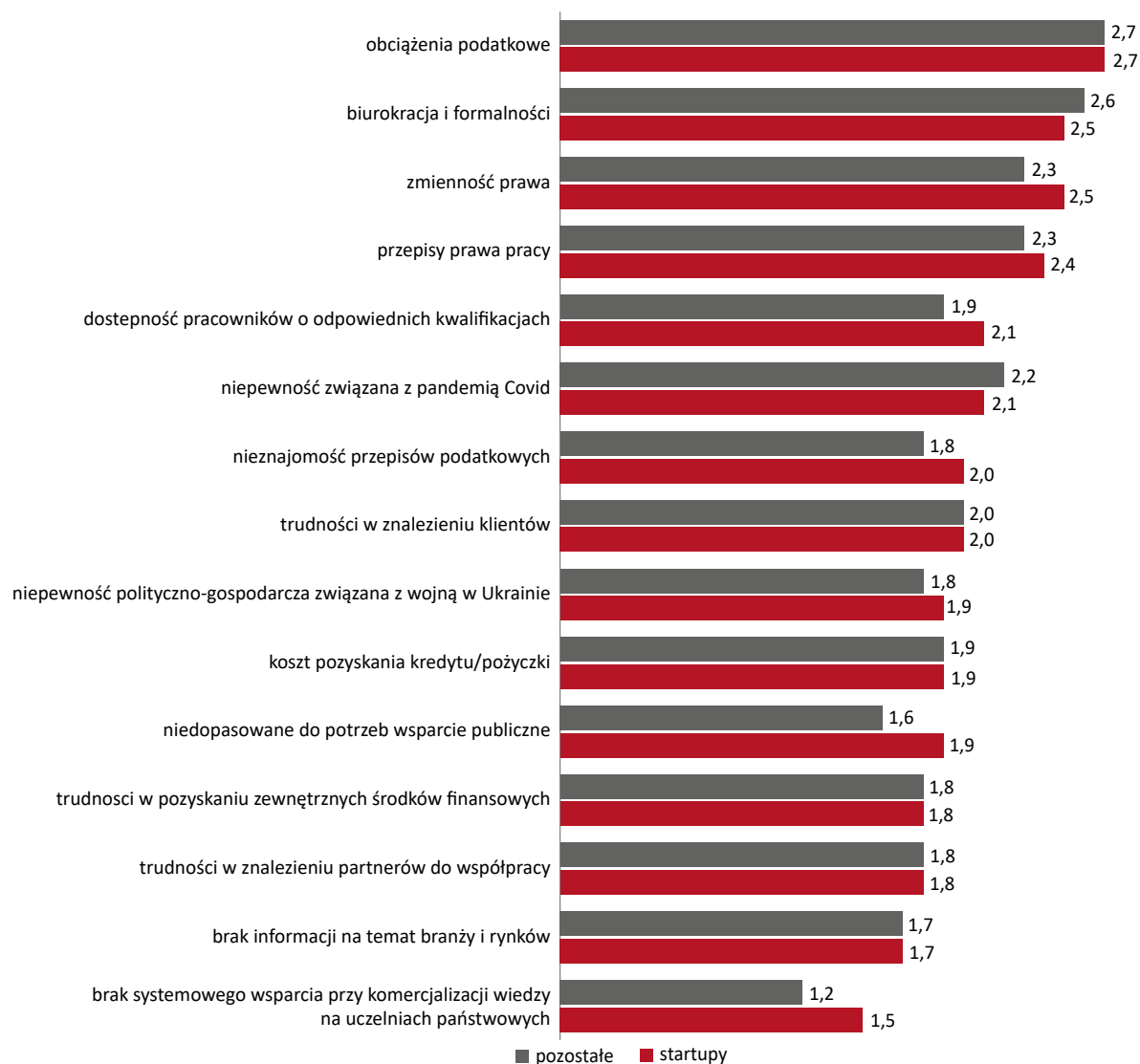
Wyniki badania wskazują, że zarówno startupy, jak pozostałe biznesy (będące na etapie zakładania lub prowadzenia działalności) finansowały działalność przede wszystkim ze środków własnych (odpowiednio 90% i 95% wskazań). Choć pozyskanie środków z banku w obu grupach podmiotów znajduje się na drugim miejscu, to wśród pozostałych firm – nie startupów – ta forma finansowania jest zdecydowanie bardziej popularna. Trzecie **bardzo istotne źródło, wskazywane przez 40% zadeklarowanych startupów i 36% pozostałych firm, to programy rządowe lub dotacje. Ten typ finansowania istotnie częściej był wskazywany przez startupy – prawdopodobnie są takie podmioty, które bez takiego wsparcia nie mogłyby zaistnieć na rynku.** Wyższy odsetek wskazań startupów korzystających z akceleratorów czy platform startowych jest oczywisty, gdyż właśnie do tego typu podmiotów skierowane jest to wsparcie.

**Wykres 4.10.** Źródła finansowania podczas zakładania/prowadzenia firmy (%)

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM, Ns = 293, Np = 683, \* zmienne statystycznie istotne.

## Czynniki i bariery rozwoju startupów

Zarówno zadeklarowane startupy, jak pozostałe firmy wyróżniały dwa kluczowe **czynniki utrudniające rozwój ich firm: wysokie obciążenia podatkowe oraz nadmiar biurokracji i formalności**. Na trzecim miejscu, jako bariera utrudniająca rozwój firmy, wskazywana była zmienność prawa.

**Wykres 4.11.** Czynniki utrudniające rozwój startupów i tradycyjnych firm – średnia ocen

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM, Ns = 293, Np = 683; odpowiedzi: 1 – nie utrudniają, 2 – średnio utrudniają, 3 – bardzo utrudniają.



## 4.3. Eksperska ocena uwarunkowań rozwoju startupów

W ramach prowadzonego jako element projektu GEM badania jakościowego *National Experts Survey*, co najmniej 36 ekspertów z Polski, zajmujących się różnymi dziedzinami (finansowanie, polityka rządu, programy rządowe, otwartość i dynamika rynku krajowego, normy kulturowe i społeczne, edukacja, B+R, infrastruktura usługowa, infrastruktura techniczna) powiązanych bezpośrednio lub pośrednio z przedsiębiorczością, jest pytanych o zdanie na temat uwarunkowań powstawania startupów i warunków ich rozwoju. Respondenci oceniają poszczególne stwierdzenia, wybierając odpowiednią opcję od 0 – „zdecydowanie się nie zgadzam” do 10 – „zdecydowanie się zgadzam”, gdzie 5 stanowi wartość środkową – „ani się zgadzam, ani się nie zgadzam”.

Poniżej prezentowane są wyniki badania NES w kontekście rozwoju startupów na przestrzeni ostatnich czterech lat realizacji badania GEM w Polsce (2019–2022). Szersze opracowanie w zakresie ogólnej oceny uwarunkowań rozwoju firm w Polsce w roku 2022 zamieszczone jest w rozdziale 3.

**Zdaniem polskich ekspertów, generalnie startupy odgrywają kluczową rolę w gospodarce,** co obrazuje średnia ocen dla tego stwierdzenia, wahająca się w ostatnich czterech latach od poziomu 6,39 pkt do 6,55 pkt, przy czym w 2022 r. wyniosła 6,49 pkt. Ekspertcy są **przekonani, że potrzebne są przede wszystkim działania szkoleniowo-doradcze dla dużych i średnich firm z obszaru budowania i rozwoju współpracy ze startupami** (średnia ocen dla tego stwierdzenia wzrosła z poziomu 6,94 pkt w roku 2019 do poziomu 7,0 pkt w 2022 r.).

**Ekspertcy pozytywnie ocenili dostępność infrastruktury dla startupów w postaci przestrzeni coworkingowej,** choć średnia ocena tego obszaru była najniższa od 4 lat (5,68 pkt).

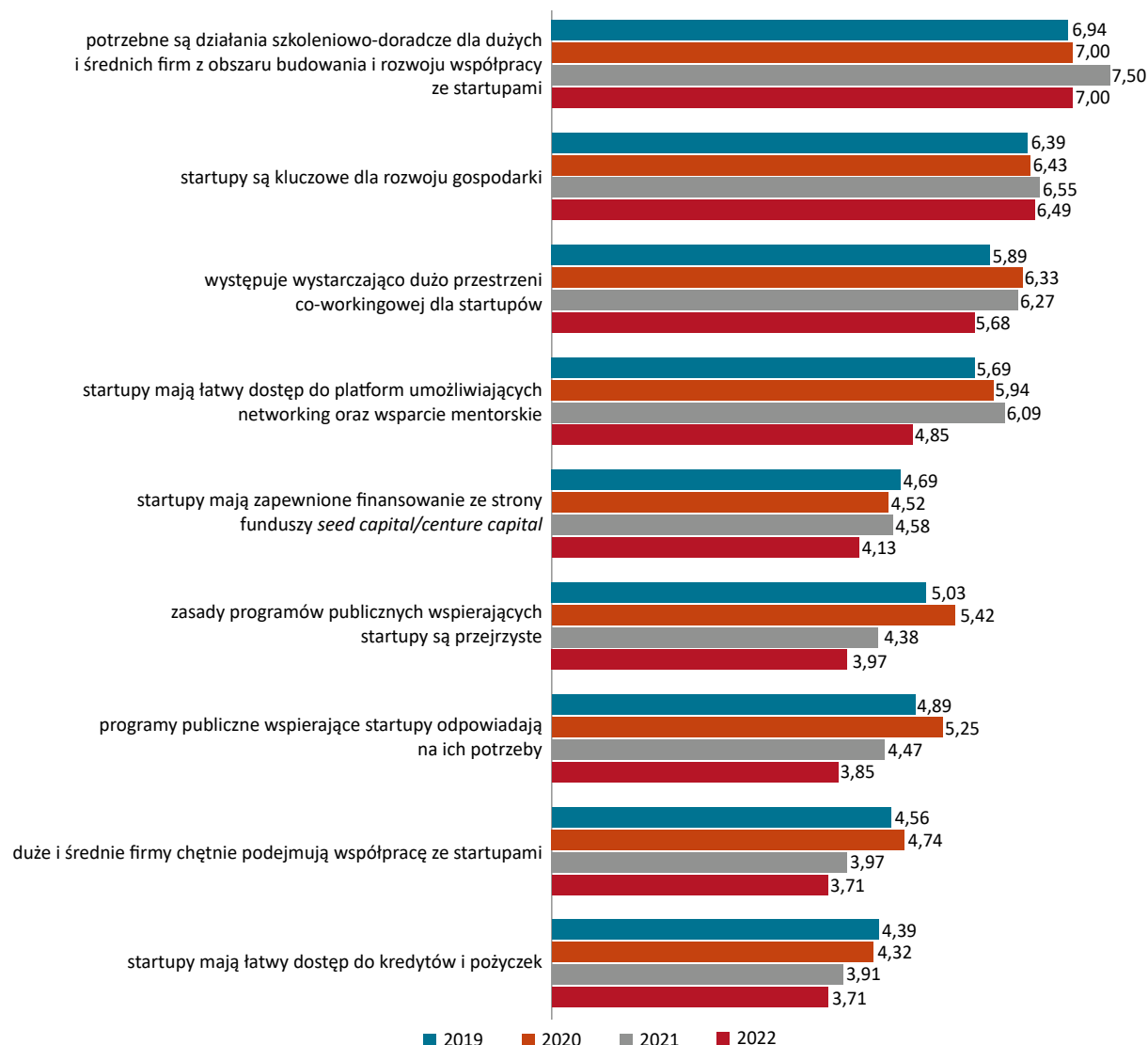
**W kwestii dostępu do platform umożliwiających networking oraz wsparcie mentorskie,** w porównaniu z ocenami w latach ubiegłych, średnia spadła poniżej 5 pkt, co może oznaczać, że pewne mechanizmy wsparcia zostały wyczerpane, a nowe jeszcze nie zostały uruchomione.

Rynek funduszy dla startupów w Polsce wciąż się rozwija, ale tak niskich ocen jak w 2022 r. od czterech lat nie odnotowaliśmy dla tego obszaru. Eksperska ocena kwestii finansowania startupów przez fundusze *seed capital/venture capital* w 2022 r. wyniosła ok. 4,13 pkt, co oznacza, że **eksperci raczej nie zgadzali się ze stwierdzeniem, że „startupy mają zapewnione finansowanie ze strony funduszy *seed capital/venture capital*”**.

Badani **eksperci** na przestrzeni ostatnich czterech lat **przeciętnie oceniali przejrzystość zasad programów publicznych, wspierających startupy, podobnie jak dostosowanie tej oferty do potrzeb młodych firm**. Ponadto w roku 2022 średnie oceny tych aspektów zanotowały kolejne spadki w stosunku do poprzednich lat do poziomu poniżej 3,97 pkt. (z pułapu oscylującego w okolicach 5,4 pkt w 2020 r.). Relatywnie **nisko oceniono również dostęp startupów do kredytów i pożyczek**. Dodatkowo średnia ocena także spadła z poziomu 4,39 pkt w 2019 r. do 3,71 pkt w 2022 roku.

Warto zwrócić uwagę, że w latach 2019–2022 eksperckie oceny poszczególnych aspektów opisujących ekosystem startupowy w Polsce były generalnie ze sobą zbieżne. Startupy niezmiennie uznawano za bardzo istotne dla rozwoju polskiej gospodarki. Panowało przekonanie co do potrzeby realizowania działań szkoleniowo-doradczych w zakresie umiejętności budowania współpracy między dużym i średnimi firmami a startupami.

**Wykres 4.12.** Średnie oceny ekspertów dla poszczególnych stwierdzeń opisujących ekosystem startupów w latach 2019–2022



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM, N2019 min. = 35, N2020 min. = 31, N2021 min. = 32, N2022 min. = 31.

Rok 2022 przyniósł pogorszenie ocen w zakresie wszystkich ocenianych wymiarów. Znacznie słabiej zostały ocenione zarówno warunki funkcjonowania startupów związane z przestrzenią i warunkami pracy tego typu firm, jak i warunki finansowania oraz dedykowane startupom programy publiczne. Sytuacja ta może być konsekwencją turbulencji w gospodarce – najpierw powodowanych pandemią COVID-19, a później dalszym negatywnym skutkiem wojny w Ukrainie, jak również zbliżaniu się do końca obecnej perspektywy finansowej, w ramach której dostępne jest wsparcie publiczne także dla działalności startupowej.

## 4.4. Podsumowanie

Wyniki badania na reprezentatywnej próbie dorosłych Polaków w zakresie rozumienia pojęcia startup wskazują, że około 30% dorosłych Polaków nie potrafi jednoznacznie określić cech startupu. Pozostali, którzy mieli zdanie, bez większego problemu wskazywali na innowacyjność (72%) i czas funkcjonowania na rynku (71%) („młodość”) jako kluczowe cechy startupu. Większość społeczeństwa uważa również, że startupy wywodzą się z podmiotów technologicznych (59%), przede wszystkim działających w obszarze IT (51%). Według dość licznej grupy badanych (45%) startupy nie są podmiotami, które nie zarabiają na własne utrzymanie i muszą korzystać z finansowania zewnętrznego.

Pytania dotyczące definicji startupu w grupie osób, które już są właścicielami istniejącego biznesu, oraz takich, które są na wczesnym etapie zakładania firmy, wydaje się przysporzyło mniej kłopotów np. 100% zadeklarowanych startupów jako kluczową cechę startupu wskazało: innowacyjność i młodość, tzn. krótki czas funkcjonowania na rynku. Większe różnice między zadeklarowanymi startupami a pozostałymi firmami widoczne są, jeśli chodzi o rozumienie obszaru działania czy sposobu finansowania startupów.

Przechodząc do podsumowania startupów jako podmiotów, można ogólnie powiedzieć, że startupy to firmy zakładane przez ludzi w średnim wieku (43 lata). Bez względu na ich płeć – 80% prowadzących startupy to osoby po 35. r.ż., których głównym powodem założenia tego typu podmiotu jest chęć wzbogacenia się i osiągnięcia wysokich dochodów. Osoby działające w formule startupowej znacznie częściej niż właściciele pozostałych firm szukają sposobu na zrewolucjonizowanie branży lub już wyróżniają się tym, że rewolucjonizują dotychczasowe zasady w branży. Najczęściej w działalność startupową zaangażowane są osoby z 3–4-osobowych gospodarstw domowych, z wykształceniem wyższym magisterskim. Mediana czasu funkcjonowania na rynku badanych startupów to 12 lat, choć według zadeklarowanych startupów – teoretycznie startupy to firmy młode działające do 5 lat na rynku. Startupy zdecydowanie częściej niż inne firmy korzystają ze wsparcia finansowego w postaci programów rządowych, a także z akceleratorów czy platform startowych. Zdeklarowane startupy w swoich szeregach mają ludzi z wcześniejszym doświadczeniem biznesowym czy startupowym, co z pewnością sprzyja ich rozwojowi.

Czynniki, które w największym stopniu utrudniają rozwój startupów, to obciążenia podatkowe, biurokracja i formalności oraz zmienność prawa.

Ekspercka ocena ekosystemu startupów w Polsce w czterech ostatnich latach realizacji badania była generalnie ze sobą zbieżna. Startupy niezmiennie uznaje się za bardzo istotne dla rozwoju polskiej gospodarki. Panuje przekonanie co do potrzeby realizowania działań szkoleniowo-doradczych w zakresie umiejętności budowania współpracy między dużym i średnimi firmami a startupami. Rok 2022 przyniósł pogorszenie ocen w zakresie wszystkich ocenianych wymiarów. Znacznie słabiej zostały ocenione dostęp do przestrzeni co-workingowej, dostęp do finansowania ze strony funduszy *seed/venture capital* oraz dedykowane startupom programy publiczne.



[www.parp.gov.pl](http://www.parp.gov.pl)

---