

2015

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

Polska



Dorota Węclawska

Anna Tarnawa

Melania Nieć

Przemysław Zbierowski



POLSKA

Warszawa 2015

Raport z badania Global Entrepreneurship Monitor – Polska 2014

Autorzy:

Anna Tarnawa (PARP) – rozdział 2

Dorota Węclawska (PARP) – rozdział 2

Melania Nieć (PARP) – rozdział 5

prof. UE dr hab. Przemysław Zbierowski (Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach) – rozdział 1, 2, 3, 4

© Copyright by Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości

Raport został opracowany na podstawie danych z badania GEM 2011-2014 przeprowadzonych przez Global Entrepreneurship Research Association.

W skład zespołu polskiego wchodzi:

Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości oraz Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

ISBN 978-83-7633-381-6

Wydanie I

Nakład 1000

Spis treści

Streszczenie	7
1. O badaniu GEM	9
1.1. Modele GEM	9
1.1.1. Rozumienie przedsiębiorczości w GEM	9
1.1.2. Model procesu przedsiębiorczości	9
1.1.3. Model rozwoju gospodarczego GEM	10
1.1.4. Fazy rozwoju gospodarczego	11
1.2. Wskaźniki przedsiębiorczości w GEM	12
1.2.1. Całkowita przedsiębiorczość we wczesnym stadium (TEA – <i>Total early-stage Entrepreneurial Activity</i>)	12
1.2.2. Intraprzsiębiorczość (EEA – <i>Employee Entrepreneurial Activity</i>)	12
1.3. Prowadzenie badań w GEM	12
1.3.1. APS	12
1.3.2. NES	12
2. Zjawisko przedsiębiorczości w Polsce – wyniki badania populacji dorosłych (APS)	13
2.1. Społeczne uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości	13
2.2. Postawy przedsiębiorcze Polaków	16
2.3. Postawy przedsiębiorcze kobiet i mężczyzn	18
2.4. Poziom przedsiębiorczości	20
2.5. Przedsiębiorczość wśród kobiet i mężczyzn	24
2.6. Motywy zakładania działalności gospodarczej	25
2.7. Motywacje kobiet i mężczyzn	27
2.8. Działalność gospodarcza według sektorów	28
2.9. Aspiracje wzrostu	30
2.10. Internacjonalizacja	31
2.11. Intraprzsiębiorczość	33
2.12. Przedsiębiorczość młodych ludzi	37
3. Charakterystyka przedsiębiorców – analiza danych z lat 2012–2014	40
3.1. Podstawowe charakterystyki	40
3.2. Działalność gospodarcza według sektorów i etapu działalności	42
3.3. Aspiracje przedsiębiorców – nowe produkty, rynki, technologie; tworzenie miejsc pracy i eksport	43
4. Różnice regionalne w przedsiębiorczości	46
5. Uwarunkowania przedsiębiorczości – wyniki badania krajowych ekspertów przedsiębiorczości (NES)	49
5.1. Wstęp – o badaniu i uwagi techniczne	49
5.2. Stan obecny	49
5.2.1. Szanse na start	49
5.2.2. Polityka i programy rządowe	52
5.2.3. Transfer badań i rozwoju	53
5.2.4. Kultura i społeczeństwo	53
5.3. Zmiany względem poprzednich lat	53
6. Podsumowanie	55



Szanowni Państwo,

Przedstawiamy Państwu czwartą edycję Raportu pt.: **Global Entrepreneurship Monitor – Polska 2014**. Powstał on na podstawie wyników badań zrealizowanych w ramach największego międzynarodowego projektu badawczego w obszarze przedsiębiorczości – Global Entrepreneurship Monitor (GEM), zapoczątkowanego w 1999 r. jako wspólna inicjatywa Babson College (USA) i London Business School (Wielka Brytania). W 2014 r. społeczność krajów biorących udział w badaniu powiększyła się do 73 krajów, co przekłada się na ponad trzy czwarte populacji świata i 90% globalnego produktu brutto. Polska wzięła udział w badaniu GEM w 2004 r. i ponownie – jako zespół utworzony przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości oraz Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach – dołączyła do grupy krajów uczestniczących w projekcie w 2011 r.

W badaniu GEM rokrocznie poddawana jest analizie populacja dorosłych pod kątem przedsiębiorczych postaw, percepcji przedsiębiorczości oraz przedsiębiorczych aspiracji. W projekcie wypracowane zostały oryginalne wskaźniki różniące poszczególne etapy prowadzenia działalności gospodarczej, a kluczowym wskaźnikiem jest TEA (całkowita przedsiębiorczość we wczesnym stadium/*Total early-stage Entrepreneurial Activity*). Ma on charakter wyprzedzający, ponieważ jego obserwacja pozwala na prognozowanie intensywności działalności gospodarczej w społeczeństwie. Ogromnym atutem tego międzynarodowego projektu jest jego ciągłość, pozwalająca na analizę trendów oraz duża populacja, która daje możliwość regionalnych porównań w perspektywie globalnej, a także porównań między poszczególnymi krajami.

W GEM identyfikowane są i śledzone trendy związane z przedsiębiorczością kobiet, przedsiębiorczością osób młodych, innowacyjnością w zależności od etapu rozwoju firmy, czy przedsiębiorczością wewnątrz organizacyjną (intraprzsiębiorczość). Projekt jest więc niezwykle kompleksowy i nastawiony na pogłębianie wiedzy w zakresie wszystkich istotnych trendów wpływających na przedsiębiorczość.

Każdy kolejny rok udziału Polski w GEM pozwala nam na coraz lepsze uchwycenie różnych zjawisk i bardziej pogłębione interpretacje, ponieważ zwiększa nam się zasób danych i baza samych respondentów. Dlatego też w tegorocznej polskiej edycji, oprócz analizy głównych wskaźników GEM, przedstawiamy Państwu analizę danych łącznie za lata 2012-2014, a także analizę danych pod kątem przedsiębiorczości młodych.

W imieniu autorów Raportu, pozostałych osób zaangażowanych w realizację projektu GEM w PARP i na Uniwersytecie Ekonomicznym w Katowicach oraz własnym, chciałabym serdecznie podziękować wszystkim Ekspertom, którzy wzięli udział w Krajowym Badaniu Ekspertów (National Experts Survey), stanowiącym stały element projektu GEM.

Serdecznie Państwa zachęcam do lektury Raportu.

Bożena Lublińska-Kasprzak
Prezes Polskiej Agencji
Rozwoju Przedsiębiorczości

Streszczenie

Polska przedsiębiorczość: wiedza, ambicje i obawy

Wizerunek przedsiębiorczości

Polacy doceniają ścieżkę kariery zawodowej przez tworzenie własnych firm. Taką opinię wyraża 63% naszego społeczeństwa i daje nam to 5. miejsce wśród krajów Unii Europejskiej. Tej opinii nie towarzyszy pozytywne postrzeganie osób, które z powodzeniem założyły nową firmę. Co prawda, w opinii ponad połowy Polaków (56%) przedsiębiorcy, którzy odnieśli sukces mogą liczyć na wysoki społeczny status i szacunek, ale w wielu krajach europejskich, podobne wskazania są o wiele częstsze (przy średniej dla UE na poziomie 67%). Mimo rosnącego rynku start-upowego w Polsce oraz rozwoju szeregu inicjatyw na rzecz ekosystemu start-upowego realizowanych praktycznie z poziomu każdego sektora (publicznego, prywatnego i pozarządowego), tylko niespełna 55% Polaków dostrzega obecność tematyki związanej z zakładaniem nowych firm w mediach. Jest to nieco więcej niż wynosi średnia unijna (53%), ale mocno odbiega od wskazań w krajach zorientowanych na innowacje (67%). W porównaniu z badaniem z 2013 r., wartości wszystkich trzech wskaźników spadły.

Postawy przedsiębiorcze

Intencje przedsiębiorcze, czyli procent osób, które planują założenie firmy w ciągu trzech najbliższych lat, to wskaźnik, który wyróżnia pozytywnie Polskę na przestrzeni ostatnich lat (16% w Polsce i po 12% dla UE i krajów innowacyjnych). Niemniej jednak bliżej nam z tą wartością do wspomnianych grup krajów niż do grupy krajów zorientowanych na efektywność (do której Polska formalnie należy), gdyż tam ten wskaźnik osiąga wartość 23%. To co dzieje się zdecydowanie pozytywnego, to kwestia rozpoznawania szansy. Rośnie udział Polaków uważających, że w ich otoczeniu panują dobre warunki do założenia firmy (31% w 2014 r., 26% w 2013 r. i 20% w 2012 r.), jak również rośnie samoocena zdolności przedsiębiorczych (54% w 2014 r. i 52% w 2013 r.). Na tym tle dziwi znaczący wzrost udziału Polaków, którzy obawiają się ryzyka porażki w biznesie (58%). W całej Europie, to Polacy najczęściej wyrażają takie obawy i wyprzedzamy pod tym względem również średnie dla wszystkich grup gospodarek analizowanych w badaniu GEM.

Poziom przedsiębiorczości

Poziom przedsiębiorczości mierzony odsetkiem firm znajdujących się w różnych fazach rozwoju jest w Polsce bliższy grupie krajów innowacyjnych niż tych zorientowanych na efektywność. W porównaniu z badaniem z 2013 r. marginalnie spadła wartość wskaźnika TEA obejmującego pre-przedsiębiorców (firmy w przygotowaniu działające nie dłużej niż 3 miesiące) oraz firmy obecne na rynku do 3,5 lat, i wyniosła 9,2% (7,8% to średnia UE). Wzrósł za to odsetek dojrzałych firm z 6,5% w 2013 r. do 7,3% w 2014 r. Wskaźniki dotyczące zamykania firm w Polsce nie uległy pogorszeniu w 2014 r. w porównaniu z 2013 r. W 2014 r. działalność gospodarczą zamknęło 4% przedsiębiorców, z czego na cztery firmy, jedna pozostawała na rynku, a trzy były całkowicie likwidowane. W krajach innowacyjnych i średnio w UE przeżywalność firm jest nieco wyższa, w 2014 r. średnia związana z zaprzestaniem działalności dotyczyła 2,6-2,7% przedsiębiorców.

Motywy zakładania firm

W 2014 r., po raz pierwszy w czteroletnim cyklu badawczym motyw szansy wyprzedził konieczność, jeśli chodzi o tworzenie nowych firm w Polsce. Przez trzy lata Polacy częściej zakładali firmy z konieczności, w 2014 r. ta tendencja się zupełnie odwróciła. W tej chwili 47% przedsiębiorców młodych firm założyło je z powodu dostrzeżenia szansy, a 37% z konieczności. Co prawda, motywacja z konieczności to nadal bardzo silna cecha polskich przedsiębiorców (średnio w UE deklaruje to 23% firm), niemniej motywacja pozytywna związana z dostrzeżeniem szansy jest praktycznie równa średniej UE (48%).

Sektory działalności młodych firm

W porównaniu do 2013 r. spadły odsetki firm zakładanych w sektorze wydobywczym i produkcyjnym na korzyść sektora B2B i B2C. Największa pozytywna zmiana dotyczy wzmocnienia udziału młodych firm w usługach typu B2B z 15% w 2013 r. do ponad 24% w 2014 r. Wydobycie i produkcja to sektory dominujące w gospodarkach opartych na czynnikach produkcji (wydobycie) i gospodarkach efektywnościowych (produkcja). Silniejsze zaangażowanie polskich firm w nowoczesne usługi typu B2B i B2C zbliżają nas strukturalnie do gospodarek innowacyjnych, w których dużą rolę odgrywa sektor usługowy, a w nim wyspecjalizowane usługi dla biznesu.

Ambicje wzrostu

Właściciele młodych firm w Polsce (obecnych na rynku do 3,5 roku) generalnie częściej planują wzrost swoich firm w ciągu 5 lat poprzez zwiększenie zatrudnienia. Wysokie aspiracje wzrostu (10 nowych miejsc pracy i wzrost zatrudnienia o 50% w ciągu 5 lat) deklaruje 23% firm, gdy średnia dla UE i krajów innowacyjnych wynosi 17%, a w krajach nastawionych na efektywność – 14%. Średnie aspiracje wzrostu (5 nowych miejsc pracy w ciągu 5 lat) deklaruje 28% przedsiębiorców w Polsce, średnio w UE i krajach innowacyjnych jest to nieco mniej (po 26%). Indywidualne dane krajowe są dość mocno zróżnicowane w przypadku tych wskaźników, dlatego interpretacji dla nich należałoby szukać poprzez dodatkową analizę wybranych parametrów w poszczególnych krajach.

Internacjonalizacja

W 2014 r. zmniejszył się odsetek firm nieprowadzących działań eksportowych (z 21% do 17%), przy jednoczesnym bardzo silnym wzroście udziału firm eksportujących na małą skalę (z 56% w 2013 r. do 69% w 2014 r.). Odbiło się to jednak kosztem eksporterów bardziej wyspecjalizowanych (spadek o 5 p.p. wśród eksporterów o średniej skali i o 3 p.p. wśród eksporterów zaawansowanych).

Przedsiębiorczość kobiet

Kobiety niezmiennie do kilku lat istotnie rzadziej doceniają swoje umiejętności do prowadzenia firmy niż mężczyźni (39% dla kobiet wobec 70% dla mężczyzn w 2014 r.). Silniej też obawiają się porażki w biznesie, ale tu różnice nie są tak duże (62% dla kobiet i 55% dla mężczyzn). W odróżnieniu od innych krajów w Europie, polskie kobiety wyróżnia wyższe niż u mężczyzn dostrzeganie szansy, czyli przekonanie o sprzyjających warunkach do tworzenia firm (33% dla kobiet i 30% dla mężczyzn). Znajduje to swoje odbicie w udziale kobiet w firmach obecnych na rynku. Kobiety w Polsce dokładnie dwa razy rzadziej niż mężczyźni są reprezentowane jako właścicielki firm, zarówno w odniesieniu do firm młodych, jak i dojrzałych.

Intraprzedsiębiorczość

W badaniu GEM wyodrębniona została kategoria intraprzsiębiorczości czyli przedsiębiorczości organizacyjnej, która może również sprzyjać rozwojowi poziomu społeczno-gospodarczego, czasem nawet w sposób bardziej znaczący niż przedsiębiorczość indywidualna. Najsilniej intraprzsiębiorczość jest obecna w krajach nastawionych na innowacje. W Polsce poziom intraprzsiębiorczości jest wyższy niż średnia dla naszej grupy krajów (zorientowanych na efektywność). Wiodącą rolę w przedsiębiorczości organizacyjnej w ciągu ostatnich 3 lat deklaruje 7% pracowników (8% w krajach innowacyjnych). Teraźniejszą aktywność w tym obszarze deklarowało 4,4% pracowników w Polsce i 6,4% średnio w krajach innowacyjnych.

Wybrane wskaźniki przedsiębiorczości w Polsce i w UE (średnia) (%)

Wskaźnik	Polska	UE	Polska	UE
	2014		2013	
Intencje przedsiębiorcze	15,6	12,1	17,3	13,5
Rozpoznawanie szansy	31,4	34,8	26,1	28,7
Samoocena zdolności przedsiębiorczych	54,3	42,3	51,8	42,3
Strach przed porażką	58,5	40,7	46,7	39,8
Przedsiębiorczość jako dobra ścieżka kariery	63,3	56,9	66,8	56,9
Wysoki status przedsiębiorczości	56,5	66,6	59,9	65,5
Pozytywny wizerunek przedsiębiorczości w mediach	54,5	53,3	58,5	49
TEA	9,2	7,8	9,3	8,0
Dojrzałe firmy	7,3	6,7	6,5	6,4
Zaprzestanie działalności	4,2	2,6	4,0	2,9
Przedsiębiorczość z konieczności	36,8	22,8	47,4	22,7

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych *Global Entrepreneurship Monitor* 2013–2014.

1. O badaniu GEM

Globalny Monitor Przedsiębiorczości dynamicznie rozwija się od chwili powstania w 1997 roku i prowadzenia pierwszych badań w 1999 roku, kiedy w projekcie uczestniczyło ok. 10 krajów. W roku 2014 badaniami objęto 73 kraje świata. GEM opiera się na jednolitej metodologii pozyskiwania danych (zakłada przeprowadzenie badania ilościowego na minimalnej próbie 2000 dorosłych respondentów oraz min. 36 indywidualnych wywiadów z ekspertami w dziedzinie przedsiębiorczości). Proces zbierania danych jest ściśle kontrolowany przez osoby odpowiedzialne za jakość danych w ramach GEM.

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

Globalny Monitor Przedsiębiorczości posiada trzy główne cele:

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

1.1. Modele GEM

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

1.1.1. Rozumienie przedsiębiorczości w GEM

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

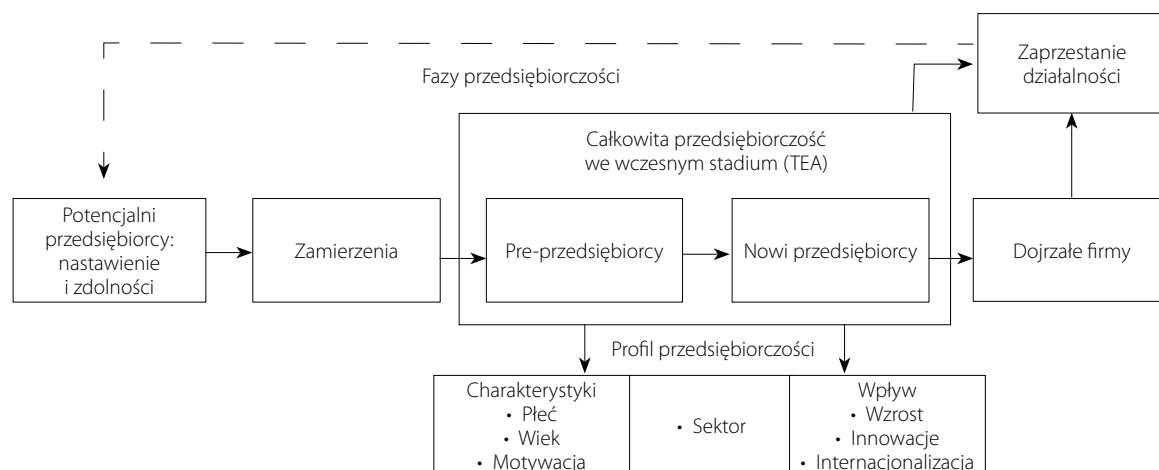
1.1.2. Model procesu przedsiębiorczości

W GEM istotne jest rozróżnienie na fazę, w której znajduje się przedsięwzięcie gospodarcze (Rysunek 1), przy czym analizą objęte są również fazy przed formalnym rozpoczęciem realizacji przedsięwzięcia, a uwaga skoncentrowana jest na wczesne etapy działalności. Jest to jeden z istotnych elementów odróżniających GEM od innych projektów badawczych w dziedzinie przedsiębiorczości, gdzie często bada się rejestrację nowych podmiotów na podstawie danych krajowych urzędów statystycznych, co nie pozwala na dogłębny wgląd w charakterystyki nowych przedsięwzięć.

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

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

Rysunek 1. Model procesu przedsiębiorczości GEM



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

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

Podejście polegające na poddawaniu badaniom i analizie osób a nie firm jest charakterystyczne dla GEM i pozwala na znacznie głębszy wgląd w naturę procesu przedsiębiorczości. Daje to rezultaty dwojakiego rodzaju. Pozwala na analizę procesu przedsiębiorczości w wielu układach, na przykład identyfikację ludzi o podobnym nastawieniu i charakterystykach. Z drugiej strony pozwala odkryć więcej różnic między krajami, otrzymujemy bowiem informacje nie tylko na temat liczby przedsiębiorców w danym kraju, ale również na temat różnic w ich nastawieniu i charakterystykach w poszczególnych fazach prowadzenia działalności.

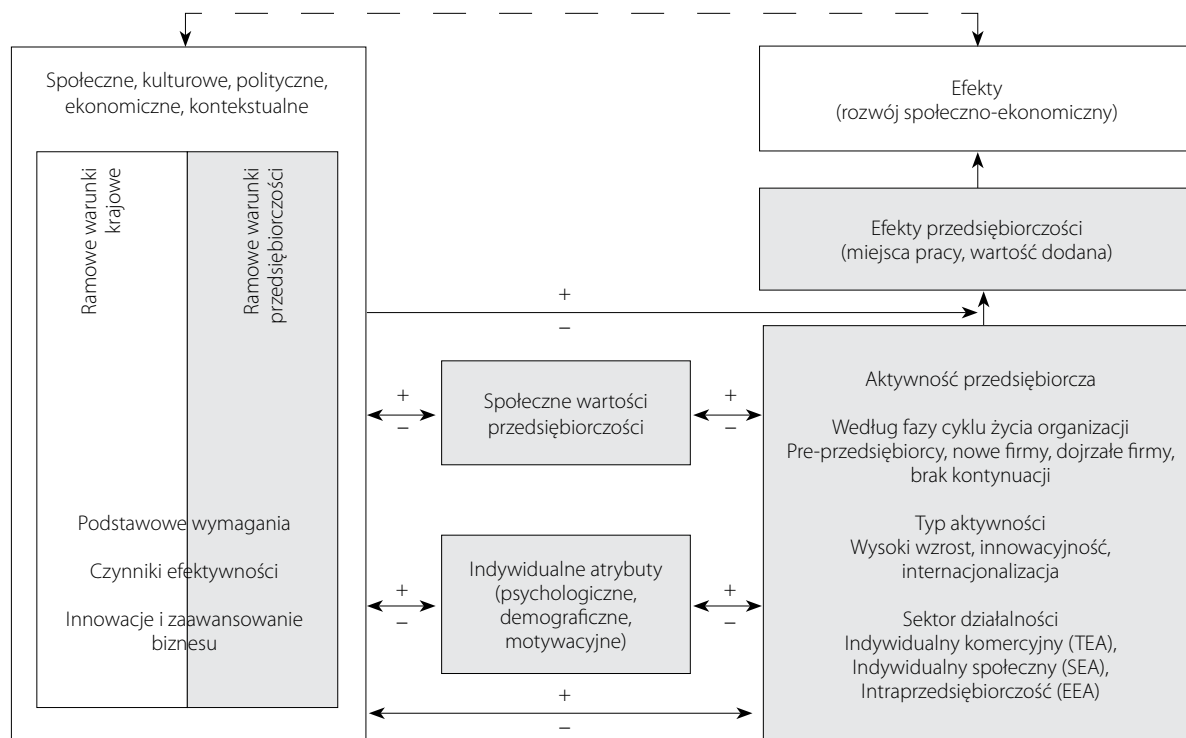
1.1.3. Model rozwoju gospodarczego GEM

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

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

W roku 2014 wprowadzony został nowy model GEM (Rysunek 2). Wskazuje on na skomplikowaną sieć zależności między uwarunkowaniami przedsiębiorczości, atrybutami indywidualnymi przedsiębiorców, charakterem powstających przedsięwzięć, efektami przedsiębiorczości oraz ich wpływem na życie społeczne i gospodarcze. Szczególnie istotne w nowym modelu jest uwypuklenie znaczenia atrybutów indywidualnych (psychologicznych, demograficznych, motywacyjnych), wartości społecznych powiązanych z przedsiębiorczością oraz charakteru aktywności przedsiębiorczej. Do tej ostatniej kategorii zaliczone są fazy życia przedsięwzięcia, typ przedsięwzięcia (wysokiego wzrostu, innowacyjne, międzynarodowe) oraz sektor działalności, przez który rozumiana jest przedsiębiorczość indywidualna komercyjna (*Total early-stage Entrepreneurial Activity – TEA*), przedsiębiorczość indywidualna społeczna (*Social Entrepreneurial Activity – SEA*) oraz intraprzsiębiorczość (*Employee Entrepreneurial Activity – EEA*).

Rysunek 2. Model rozwoju gospodarczego GEM

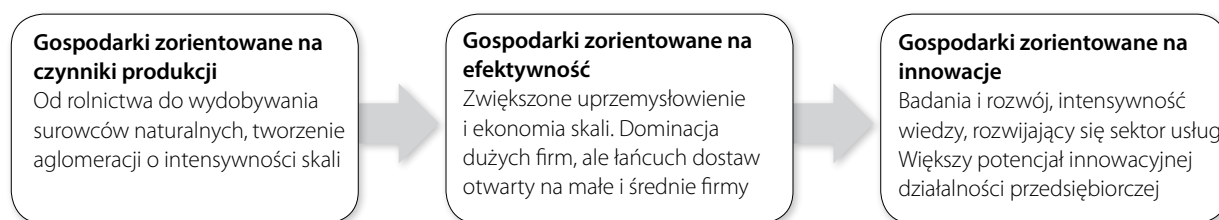


Źródło: Singer, S., Amoros, J.E., Moska, D., *Global Entrepreneurship Monitor 2014 Global Report*, London, GERA 2015, s. 20.

1.1.4. Fazy rozwoju gospodarczego

Istotny w GEM jest podział krajów według fazy rozwoju gospodarczego na trzy grupy: zorientowane na czynniki produkcji, zorientowane na efektywność i zorientowane na innowacje¹ (Rysunek 3). W krajach w fazie zorientowania na czynniki produkcji konkurencja odbywa się na poziomie czynników produkcji, takich jak praca czy zasoby naturalne. Cena jest głównym czynnikiem konkurencji przedsiębiorstw na rynku, produktywność jest niska, niskie są również koszty pracy. Kraje przechodzące do zorientowania na efektywność, wraz z rosnącymi kosztami pracy muszą tworzyć bardziej efektywne metody produkcji i podnosić jakość produktów i usług. Kraje zorientowane na innowacje mogą utrzymać wysokie wynagrodzenia i odpowiedni standard życia tylko wtedy, kiedy przedsiębiorstwa są w stanie konkurować w oparciu o nowe i wyspecjalizowane produkty i inne innowacyjne rozwiązania². Polska w 2014 roku, podobnie jak w poprzednich latach, została zaliczona do gospodarek zorientowanych na efektywność.

Rysunek 3. Charakterystyka trzech faz rozwoju gospodarczego



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

W trzech fazach rozwoju gospodarczego różna jest rola państwa we wspieraniu przedsiębiorczości i wzrostu gospodarczego. W gospodarkach zorientowanych na czynniki produkcji państwo powinno wspierać rozwój instytucji, infrastruktury, stabilność makroekonomiczną oraz zapewnić efektywny system opieki zdrowotnej i podstawowej edukacji. W gospodarkach zorientowa-

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

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

nych na efektywność zadaniem państwa jest poprawa funkcjonowania rynków kapitałowych oraz pracy, przyciąganie inwestycji zagranicznych i tworzenie systemów edukacyjnych umożliwiających kształcenie w zakresie adaptowania technologii. W gospodarkach zorientowanych na innowacje kluczowa rola państwa tkwi w tworzeniu i komercjalizacji wiedzy.

1.2. Wskaźniki przedsiębiorczości w GEM

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

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

TEA jest centralnym wskaźnikiem tworzonym w badaniach GEM. Oznacza on procent ludności w wieku produkcyjnym, która jest zaangażowana w zakładanie działalności gospodarczej lub prowadzenie nowej firmy. W modelu procesu przedsiębiorczości GEM do całkowitej przedsiębiorczości we wczesnym stadium zalicza się pre-przedsiębiorców i nowych przedsiębiorców, nie zalicza się za to dojrzałych firm. Metodologia wyliczania 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.

1.2.2. Intraprzsiębiorczość (EEA – *Employee Entrepreneurial Activity*)

Obok przedsiębiorczości indywidualnej przedmiotem zainteresowania GEM jest intraprzsiębiorczość, zwana również przedsiębiorczością organizacyjną bądź korporacyjną. Oznacza ona tworzenie przedsięwzięć przedsiębiorczych nie na własną rękę, a w imieniu pracodawcy przez pracownika. Wskaźnikiem tej formy przedsiębiorczości jest EEA, który oznacza odsetek populacji, który pełni wiodącą rolę w przedsiębiorczości organizacyjnej.

1.3. Prowadzenie badań w GEM

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

1.3.1. APS

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

1.3.2. NES

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

2. Zjawisko przedsiębiorczości w Polsce – wyniki badania populacji dorosłych (APS)

W niniejszym rozdziale przedstawiamy obraz przedsiębiorczości w Polsce na tle Europy, szczególnie Unii Europejskiej oraz świata. Powstał on na podstawie danych z badania ilościowego na populacji osób dorosłych (*adult population survey, APS*), przeprowadzonego w ramach projektu GEM w 2014 roku. W badaniu uczestniczyło ponad 206 tys. mieszkańców z 73 krajów świata, w tym 23 krajów należących do Unii Europejskiej³. Badanie APS pozwala na porównanie stopnia rozwoju przedsiębiorczości w poszczególnych krajach w kilku wymiarach: percepcji przedsiębiorczości, postaw (w tym aspiracji) przedsiębiorczych, działań przedsiębiorczych oraz cech charakteryzujących przedsiębiorców. Każdy z tych wymiarów został zaprezentowany w niniejszym rozdziale. Dane dla wszystkich 73 krajów uczestniczących w badaniu GEM w 2014 roku zostały przedstawione w głównym raporcie *Global Entrepreneurship Monitor. 2014 Global Report*⁴. W niniejszym raporcie krajowym prezentujemy je przede wszystkim jako tło dla danych dla Polski, grupując poszczególne kraje świata zgodnie z metodologią GEM w trzy kategorie krajów: o gospodarkach zorientowanych na czynniki produkcji, na efektywność (do których należy Polska) i na innowacje. Przy tym szczególnie mocno odniosimy się do dwóch punktów – średniej dla krajów UE oraz średniej dla krajów o gospodarkach zorientowanych na innowacje, które są naszym benchmarkiem w procesie rozwoju gospodarczego. W 2014 r. badania w ramach projektu GEM zostały w Polsce zrealizowane po raz czwarty z rzędu, co w większym niż dotychczas stopniu pozwala nam na stawianie tez i hipotez dotyczących trendów oraz zależności, wyłaniających się z porównania danych za ten okres.

2.1. Społeczne uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości

Według założeń modelu GEM działalność gospodarcza jest wynikiem trzech rodzajów czynników: indywidualnych (złożonych z uwarunkowań psychologicznych, demograficznych oraz motywacji), uwarunkowań zewnętrznych (gospodarczych, politycznych, społecznych i kulturowych – opisanych w Rozdziale 5) oraz wartości społecznych odnoszących się do przedsiębiorczości. Wartości społeczne wyrażone są czterema zmiennymi: dążenie do równości standardu życia, przedsiębiorczość jako dobra ścieżka kariery, wysoki status przedsiębiorczości i przedsiębiorczość w mediach. Są one próbą uchwycenia postrzegania przedsiębiorczości przez społeczeństwo danego kraju, które, tworząc określone ramy, wpływa na jej poziom i rozwój. Poniżej prezentujemy dane dla Polski, innych krajów UE i świata. Czytając je należy mieć na uwadze, że chociaż są one wynikiem odpowiedzi na te same pytania zadane mieszkańcom 73 państw objętych badaniem w 2014 roku, to ze względu na uwarunkowania historyczne, kulturowe, polityczne, a przede wszystkim gospodarcze, mogą być one inaczej rozumiane przez osoby zamieszkujące poszczególne kraje.

Jak wskazują dane GEM za 2014 roku w porównaniu z innymi obszarami świata, w Europie, a w szczególności w UE, przedsiębiorczość nie stanowi tak wysokiej wartości społecznej jak ma to miejsce w przypadku społeczeństw Afryki i Ameryki Północnej. Analizując poszczególne wskaźniki widać, że Europa wypada szczególnie niekorzystnie, jeśli chodzi o obraz przedsiębiorczości w mediach, a Unia, w odniesieniu do postrzegania własnego biznesu jako dobrej ścieżki kariery.

Jak na tym tle wygląda polskie społeczeństwo? Ponad 63% Polaków uważa, że przedsiębiorczość jest dobrym wyborem, jeśli chodzi o planowanie kariery. Jest to dość dobry wynik: 5. miejsce w UE, na poziomie zbliżonym do USA, a z krajów Europejskich – Chorwacji, Portugalii i Włoch. Jest to jednocześnie wynik powyżej średniej dla krajów zorientowanych na innowacje, gdzie rynek pracy najmniej stwarza równe dobre możliwości rozwoju i bogacenia się co własna działalność gospodarcza. Szczególnie dobrze obrazuje to przypadek Luksemburga, w którym jedynie 40% mieszkańców uważa, że własna firma jest dobrą ścieżką kariery i gdzie osoby prowadzące własną działalność gospodarczą stanowią jedynie 6,2% osób pracujących, zaś aż 79% pracujących przypada na sektor usługowy⁵, który od połowy lat 70. XX w. odgrywa główną rolę w gospodarce tego kraju. Szczególnie dynamicznie, zarówno jeśli chodzi o wypracowywanie wartości dodanej, jak i tworzenie miejsc pracy, rozwijają się usługi finansowe oraz usługi dla biznesu⁶. W Polsce mamy do czynienia z rozbieżną sytuacją, ponieważ nadal relatywnie wysoki odsetek Polaków uważa, że własna firma to dobry pomysł na życie. Jedną ze składowych tego przekonania jest utrzymujący się w Polsce rynek pracodawcy i niskie zarobki, które zwiększają atrakcyjność własnej działalności gospodarczej.

³ W 2014 roku w badaniu GEM udziału nie wzięły następujące kraje unijne: Bułgaria, Cypr, Czechy, Łotwa, Malta.

⁴ Singer S., Amorós J. E., Moska D., *Global Entrepreneurship Monitor. 2014 Global Report*, 2015.

⁵ Dane OECD za 2014 r., dostęp 13 listopada 2015 r.

⁶ Statistics Portal Grand Duchy of Luxembourg.

Przekonanie o dobrym wyborze, jakim jest prowadzenie własnej firmy, nie idzie w parze z przekonaniem Polaków co do wysokiego statusu społecznego przedsiębiorców. Co prawda ponad połowa dorosłych Polaków (56%) zgadza się, że sukces w roli przedsiębiorcy jest powiązany z wysokim statusem społecznym, natomiast jest to jeden z najniższych wyników w UE (4. miejsce po Belgii, Hiszpanii i Chorwacji), niższy od średniej unijnej o 10 p.p. i o 20 p.p. od USA – przykładu kraju o innowacyjnej gospodarce oraz podobnym wyniku jeśli chodzi o wybór przedsiębiorczości jako drogi kariery. Niższy wynik dla Polski w tym obszarze to efekt uwarunkowań historycznych i wciąż relatywnie krótkiego okresu wolności gospodarczej, w którym dano nam możliwość wykazania się prywatną inicjatywą.

Jak pokazało badanie PARP⁷, Polacy wciąż postrzegają przedsiębiorców jako ciężko pracujących na swoje sukcesy, jednocześnie posądzają ich o pewien egoizm wyrażony w dbaniu o własny biznes. Częściej negatywne opinie o przedsiębiorcach wyrażają osoby starsze, które, uważają że przedsiębiorcy wykorzystują innych i system prawny oraz dbają tylko o swój interes. W prowadzeniu firmy widzą więcej problemów niż korzyści. Osoby młodsze mają bardziej pozytywny stosunek do przedsiębiorców⁸.

Tabela 1. Percepcja przedsiębiorczości w społeczeństwach krajów europejskich oraz USA (%)

Kraj	Przedsiębiorczość jako dobra ścieżka kariery	Wysoki status przedsiębiorczości	Przedsiębiorczość w mediach	Dążenie do równego standardu życia
Kraje zorientowane na czynniki produkcji	67,78	76,08	72,28	58,34
Kraje zorientowane na efektywność	68,05	66,09	63,82	63,12
Kraje zorientowane na innowacje	55,07	68,22	60,32	62,53
Średnia dla UE	56,9	66,6	53,3	65,72
Austria	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
Belgia	52,41	51,73	50,82	55,78
Bośnia i Hercegowina	78,15	69,94	39,85	86,92
Chorwacja	63,27	46,58	40,44	75,8
Dania	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
Estonia	55,56	64,93	43,34	57,72
Finlandia	41,24	84,4	66,93	68,55
Francja	59,05	70,43	38,98	52,66
Grecja	58,42	66,42	45,8	56,4
Hiszpania	53,94	48,99	46,33	71,92
Holandia	79,11	67,77	55,66	61,44
Irlandia	49,39	76,88	75,68	74,55
Litwa	68,81	58,33	55,14	71,34
Luksemburg	40,66	68,18	43,54	44,28
Niemcy	51,66	79,1	51,41	63,27
Norwegia	58,16	83,47	b.d.	b.d.
Polska	63,28	56,45	54,52	71,25
Portugalia	62,23	62,94	69,75	75,99
Rosja	67,12	65,93	50,43	67,79
Rumunia	73,64	75,22	71,34	68,61
Słowacja	45,42	58,05	52,57	68,43
Słowenia	53,39	72,31	57,56	82
Szwajcaria	42,3	65,81	50,43	52,25
Szwecja	51,58	70,9	60,3	57,91
USA	64,73	76,87	75,83	49,19
Węgry	47,39	72,38	33,47	66,19
Wielka Brytania	60,3	74,99	58,36	b.d.
Włochy	65,05	72,09	48,28	70,27

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor za 2014 r.

⁷ Raport z badania: *Badanie skuteczności działań podejmowanych w projekcie – Poprawa wizerunku przedsiębiorców i promocja postaw przedsiębiorczych*, PARP 2013; badanie przeprowadzono w grudniu 2012 r.

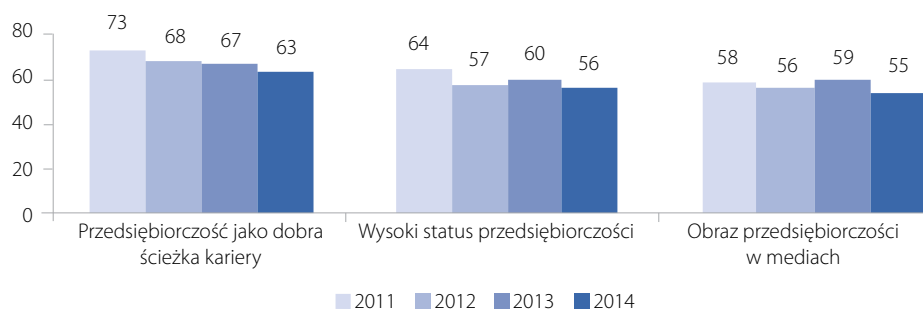
⁸ Ibidem.

Zbliżone do polskiego wyniki obserwowane są na Słowacji i Litwie, czyli w krajach z podobnie krótkim okresem swobody gospodarczej. Z kolei najniższy status społeczny przedsiębiorców według danych GEM jest obecnie notowany w Hiszpanii i Chorwacji (48-46%), na co wpływ ma trudna sytuacja gospodarcza.

Poglądy społeczeństwa nt. przedsiębiorców i ich działalności to także w pewnym stopniu efekt oddziaływania mediów. Dlatego w GEM badane są opinie na temat obecności tematu przedsiębiorczości w nośnikach informacji. W Polsce ok. 55% osób uważa, że media poświęcają przedsiębiorczości dużo uwagi. Pod tym względem plasujemy się pośrodku zestawienia krajów unijnych, za Holandią i Litwą i przed Słowacją oraz Niemcami. To zdecydowana zmiana wobec poprzedniej edycji badania, kiedy od średniej unijnej dzieliło nas 9 p.p. (obecnie to 1 p.p.), choć na tę zmianę ma przede wszystkim wpływ zmniejszenie wartości tego wskaźnika dla UE.

Percepcja przedsiębiorczości przez Polaków zmienia się w czasie (Wykres 1). We wszystkich trzech kategoriach opisanych powyżej (tj. postrzeganie przedsiębiorczości jako dobrej ścieżki kariery, statusu przedsiębiorczości i obecności tego zjawiska w mediach) widoczne jest stopniowe zmniejszanie się wartości wskaźników od 2011 r. Największy spadek dotyczy postrzegania przedsiębiorczości jako dobrej ścieżki kariery. Kiedy w 2011 roku rozpoczynaliśmy realizację badań, 73% dorosłych Polaków uważało, że własna firma to dobry wybór, po czterech latach sądzi tak jedynie 63% z nas, to tak jakby co dziesiąty Polak zmienił zdanie. Również znacząco (z 64 do 56%) zmniejszył się odsetek osób darzących odnoszących sukcesy przedsiębiorców wysokim statusem społecznym. Na tym tle spadek o 3 p.p. w ciągu czterech lat odsetka Polaków dostrzegających rolę mediów w przekazywaniu wizerunku przedsiębiorcy jest dość dobrym wynikiem. Warto w tym miejscu spojrzeć na zmiany w porównaniu z poprzednią edycją badania (2013 r.). Tu także widoczne są spadki rzędu 4-6 p.p. we wszystkich kategoriach. W tym samym czasie w UE odnotowano utrzymanie bądź niewielki, ale jednak, wzrost wartości wskaźników (o 1-3 p.p.).

Wykres 1. Percepcja przedsiębiorczości w polskim społeczeństwie w latach 2011-2014 (%)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor w latach 2011-2014.

Przedstawione powyżej zmiany w społecznym postrzeganiu przedsiębiorczości są do pewnego stopnia odzwierciedleniem pogorszenia się nastrojów społecznych związanych z sytuacją gospodarczą – szczególnie widoczne jest to w okresie 2011/2012, kiedy spadek dynamiki PKB i wzrost stopy bezrobocia był największy. Zapoczątkowane w 2013 roku odrabianie strat w gospodarce zaowocowało mniejszymi spadkami rok do roku i nawet wzrostem w zakresie statusu społecznego przedsiębiorców w 2013 roku. Z jednej strony powyższe zmiany budzą niepokój, ponieważ wskazują na pogorszenie wizerunku przedsiębiorcy w naszym społeczeństwie, szczególnie dotyczy to coraz niższego statusu przedsiębiorcy. Z drugiej, mogą być one potwierdzeniem pozytywnych zmian rozwojowych, jakim podlega nasza gospodarka – widoczny spadek odsetka Polaków uważających, że przedsiębiorczość to dobra ścieżka kariery zbliża nas coraz bardziej do średniej krajów o gospodarkach innowacyjnych i pośrednio może wskazywać na coraz lepszą sytuację na rynku pracy najemnej. Do pewnego stopnia powyższe zmiany społecznej percepcji przedsiębiorczości uwiadamniają wciąż obecną w nas nieufność, stereotypowe podejście do przedsiębiorców i wpojone ponad ćwierć wieku temu poczucie równości i niechęć do tych, którzy osiągnęli więcej.

Więcej światła na powyższe hipotezy pozwala rzucić kolejna badana w GEM zmienna, jaką jest „dążenie do równego standardu życia”⁹. Podobnie jak w poprzedniej edycji badań, również obecnie wskaźnik ten przyjmuje w Polsce wysoką wartość ponad 71%. Jest to 7. w kolejności wynik w UE, dla której średnia wynosi ok. 66%. Jest on jednocześnie znacznie wyższy od średniej dla krajów zorientowanych na efektywność, innowacje i czynniki produkcji (dla tych ostatnich różnica wynosi 13 p.p.). Przyglądając się poszczególnym krajom widać, że najwyższy odsetek mieszkańców uważających, że należy dążyć do równego standardu życia jest w Bośni i Hercegowinie oraz Słowenii (ok. 82%). Najniższy z kolei notujemy w USA (49%) i Szwajcarii (52%). Podobny rezultat do

⁹ W ankiecie to pytanie jest sformułowane w następujący sposób: „Ludzie wolą równy standard życia dla wszystkich” (możliwa odpowiedź: Tak/ Nie).

polskiego wyniku cechuje mieszkańców Litwy, Hiszpanii i Włoch (ok. 71%). W Polsce ciekawe jest to, że za wyrównaniem standardu życia opowiadają się przede wszystkim osoby nieprowadzące działalności gospodarczej. Stosunek do liczby przedsiębiorców zgadzających się z tym stwierdzeniem wynosi 6:1.

Nastawienie polskiego społeczeństwa do przedsiębiorczości trudno jest ocenić jako zachęcające do zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej. Większość Polaków (71%), podobnie jak w poprzedniej edycji badania, jest zdania, że należy dążyć do równego standardu życia. Nieco ponad połowa z nas dostrzega zaangażowanie mediów w kreowanie wizerunku przedsiębiorcy – pod tym względem sytuacja jest stabilna od 2011 roku. Niepokoi za to niski i jednocześnie malejący od czterech lat status społeczny przedsiębiorcy. Spada także liczba Polaków przekonanych, że własna działalność gospodarcza to właściwy wybór, jeśli chodzi o drogę kariery, choć wciąż pod tym względem wypadamy relatywnie dobrze na tle UE. Jak bardzo niniejsze zmiany są efektem konwergencji naszej gospodarki do krajów wysoko rozwiniętych, a na ile jest to efekt koniunkturalno-historyczny przekonamy się w następnych latach, kiedy możliwe będzie analizowanie powyższych wskaźników w dłuższym okresie.

2.2. Postawy przedsiębiorcze Polaków

W GEM postawy przedsiębiorcze mierzone są za pomocą czterech wskaźników: intencji przedsiębiorczych, rozpoznawania szansy biznesowej, samooceny zdolności przedsiębiorczych oraz strachu przed niepowodzeniem.

Intencje przedsiębiorcze¹⁰ to inaczej plany na rozpoczęcie biznesu. Mierzą one odsetek osób dorosłych (18-64 lata), które nie są zaangażowane w prowadzenie działalności gospodarczej, ale zamierzają ją założyć w perspektywie najbliższych trzech lat. Jak pokazuje GEM intencje przedsiębiorcze przyjmują najwyższe wartości w krajach o gospodarkach opartych na czynnikach produkcji (średnio 40% osób ma takie plany), gdzie często brakuje alternatywy w postaci znalezienia zatrudnienia. Chęci na zostanie przedsiębiorcą maleją wraz z przejściem do wyższej fazy rozwoju – w gospodarkach opartych na efektywności, do których należy Polska, odsetek osób planujących założyć własny biznes jest prawie o połowę niższy (22,7%), a w krajach zorientowanych na innowacje wynosi jedynie 12%. W Polsce prawie 16% osób dorosłych nieangażujących się obecnie w działalność gospodarczą zamierza ją rozpocząć w ciągu najbliższych trzech lat. To wynik stawiający nas w czołówce UE – 5. miejsce po Rumunii (gdzie odsetek osób z planami na założenie firmy jest najwyższy w Europie i prawie dwukrotnie przekracza wynik dla Polski), Litwie, Chorwacji i Portugalii. W tej ostatniej, jak również jak na Słowacji podobny odsetek ludności jak w Polsce zamierza otworzyć swój własny biznes. Najmniejszy odsetek osób planujących zostać przedsiębiorcami w UE cechuje Niemcy (5%), Danię i Wielką Brytanię (w obu przypadkach ok. 7%) (Tabela 2).

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

Kraj	Intencje przedsiębiorcze (% populacji osób dorosłych niezaangażowanych w działalność gospodarczą)	Rozpoznawanie szansy	Samoocena zdolności przedsiębiorczych	Strach przed niepowodzeniem
Kraje zorientowane na czynniki produkcji	40,19	54,63	64,7	31,42
Kraje zorientowane na efektywność	22,77	42,39	54,89	31,65
Kraje zorientowane na innowacje	12,34	38,85	42,02	37,79
Średnia dla UE	12,1	34,8	42,3	40,7
Austria	8,1	44,4	48,67	43,64
Belgia	10,6	35,93	30,4	49,82
Bośnia i Hercegowina	20,4	19,59	47,3	37,5
Chorwacja	19,5	18,43	45,91	44,47
Dania	6,9	59,66	34,88	41,32
Estonia	9,8	49,44	42,47	49,71
Finlandia	7,9	42,38	34,88	42,11

¹⁰ W GEM funkcjonują dwie zmienne opisujące intencje przedsiębiorcze: odsetek osób, które w ciągu trzech lat zamierzają założyć działalność gospodarczą, wśród ludności w wieku 18-64 lata oraz odsetek osób planujących założyć działalność gospodarczą w ciągu trzech lat wśród osób w wieku 18-64 lata, które nie są obecnie zaangażowane w prowadzenie działalności gospodarczej. W tegorocznym Raporcie przyjrzymy się drugiemu z tych wskaźników, jako że w sposób bardziej precyzyjny niż pierwszy oddaje on kwestię intencji przedsiębiorczych dorosłych mieszkańców poszczególnych krajów. Dla zainteresowanych, dane dla Polski w zakresie pierwszego wskaźnika przedstawiają się następująco: 2011 – 27%, 2012 – 24%, 2013 – 21%, 2014 – 19%.

cd. tabeli 2

Francja	14,2	28,26	35,44	42,84
Grecja	9,5	19,91	45,54	70,59
Hiszpania	7,1	22,61	48,13	46,52
Holandia	9,3	45,55	44,26	38,72
Irlandia	7,2	33,36	47,24	42,46
Litwa	19,7	31,66	33,44	49,16
Luksemburg	11,9	42,54	37,56	50,7
Niemcy	5,9	37,59	36,4	46,37
Norwegia	5	63,45	30,54	33,05
Polska	15,6	31,35	54,3	58,47
Portugalia	15,8	22,87	46,59	47,93
Rosja	3,5	26,5	27,83	40,93
Rumunia	31,7	32,41	48,44	47,93
Słowacja	15,1	23,5	54,4	46,05
Słowenia	11,4	17,25	48,6	38,7
Szwajcaria	7,1	43,67	41,59	33,98
Szwecja	8,5	70,07	36,65	40,68
USA	12,1	50,85	53,34	32,81
Węgry	13,9	23,4	40,94	48,09
Wielka Brytania	6,9	40,99	46,44	37,67
Włochy	11,4	26,57	31,31	57,07

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor za 2014 r.

Drugi ze wskaźników obrazujących postawy przedsiębiorcze mieszkańców poszczególnych krajów – rozpoznawanie szansy biznesowej – mierzony jest jako odsetek osób uważających, że w ich otoczeniu panują dobre warunki do rozpoczęcia działalności w przeciągu najbliższych sześciu miesięcy. W Polsce wynosi on 31,4%, co oznacza, że niemal co trzecia osoba dorosła postrzega swoje otoczenie jako sprzyjające założeniu biznesu. Jest to wynik na poziomie Litwy, Irlandii i Rumunii, nieco niższy od średniej unijnej (34,8%). Znacznie większy dystans dzieli nas od rezultatu dla krajów o gospodarkach zorientowanych na efektywność (42%), a także tych zorientowanych na innowacje (38,9%). Podobnie jak pisaliśmy w zeszłorocznym Raportcie, również dane za 2014 roku pokazują duży zakres wartości jakie przyjmuje ta zmienna w Europie: od wartości poniżej 20% (m.in. Słowenia, Chorwacja) do 60-70% (Norwegia i lider zestawienia Szwecja). W porównaniu z wynikami badania z 2013 roku w większości analizowanych krajów europejskich i w USA wskaźnik dotyczący rozpoznawania szans się poprawił, spadki rzędu 3 p.p. odnotowano jedynie w przypadku Luksemburga oraz Bośni i Hercegowiny. W Polsce podobnie jak w Irlandii i Szwecji odsetek osób uważających, że w ich otoczeniu są dobre warunki do założenia firmy wzrósł o 5 p.p. (o 6 p.p. średnio w UE).

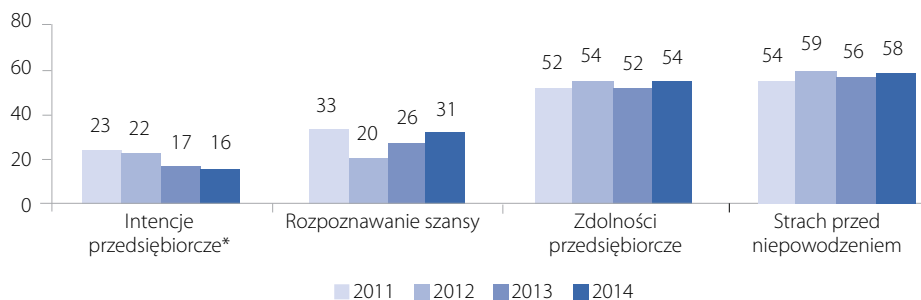
Strach przed porażką wydaje się być immanentną cechą Polaków. Aż 58% z nas nie decyduje się na założenie własnej firmy z tego powodu. To drugi w kolejności wynik w UE, wyższy od średniej o 18 p.p. Więcej osób mających tego typu obawy jest jedynie w Grecji (prawie 71% osób dorosłych). Z kolei podobny wynik do naszego cechuje Włochów. Poza tymi trzema krajami, pozostałe mają wskaźnik obawiających się niepowodzenia w biznesie na poziomie do 50%. Najmniej mieszkańców niepodejmujących działalności gospodarczej z tego powodu w UE jest w Wielkiej Brytanii (37,5%), a w całym zestawieniu w USA (33%). Strach przed porażką zależy od poziomu rozwoju gospodarczego, najwyższy jest dla krajów zorientowanych na innowacje (38%), a najniższy dla tych opartych na czynnikach produkcji (31,4%), co jest pochodną odmiennych uwarunkowań rynkowych, determinowanych poziomem konkurencyjności gospodarki oraz oczekiwań konsumentów, jak również prawnych, związanych z przeprowadzaniem upadłości.

Równie mocno boimy się niepowodzenia co wierzymy we własne zdolności przedsiębiorcze. Jak pokazują dane za 2014 roku ponad 54% Polaków ocenia posiadaną wiedzę i umiejętności jako wystarczające do prowadzenia firmy. To wynik stawiający nas w czołówce zestawienia UE (po Słowacji z wynikiem niemal identycznym), Europy i USA (53%). Oznacza też, że oceniamy się znacznie lepiej niż w przypadku przeciętnego mieszkańca krajów innowacyjnych (42%) czy zorientowanych na efektywność (55%).

Analiza danych za lata 2011-2014 wskazuje na utrwalanie się pewnych tendencji dotyczących postaw przedsiębiorczych Polaków. Z jednej strony cechuje nas wysoka w porównaniu z UE samoocena zdolności przedsiębiorczych – ponad połowa dorosłych Polaków uważa, że posiada odpowiednie umiejętności i wiedzę, aby prowadzić własną firmę. Sytuacja w tym aspekcie

jest stabilna od czterech lat. Podobnie wygląda kwestia niepodejmowania działalności gospodarczej z powodu obaw przed niepowodzeniem – prawie sześciu na dziesięciu Polaków z tego powodu nie decyduje się na założenie firmy. Z drugiej strony, na przestrzeni ostatnich czterech lat spadł odsetek osób planujących otworzyć własny biznes (w 2011 r. tego typu plany miało 23 na 100 dorosłych Polaków, a w 2014 r. już tylko 16 na 100). Przy tym wskaźnik mierzący udział osób, które dostrzegają szansę na założenie biznesu w swoim otoczeniu odrobił stratę z 2012 roku powracając w 2014 roku na poziom bliski temu sprzed czterech lat – obecnie co trzeci Polak uważa, że w jego otoczeniu są szanse na otwarcie biznesu.

Wykres 2. Postawy przedsiębiorcze w Polsce w latach 2011-2014 (%)



* % populacji osób dorosłych niezaangażowanych w działalność gospodarczą

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor.

Jak widać, przekonanie Polaków o posiadaniu wystarczających umiejętności do prowadzenia firmy jest relatywnie wysokie i stałe na przestrzeni ostatnich czterech lat. Podobnie wygląda kwestia obawy przed porażką, od 2011 r. ok. 60% Polaków nie podejmuje działalności gospodarczej z tego powodu. Zmniejsza się natomiast odsetek mieszkańców Polski, którzy planują zostać przedsiębiorcami w ciągu kolejnych trzech lat. Warto przy tym zwrócić uwagę, że począwszy od 2012 roku wskaźnik intencji przedsiębiorczych spada przy jednoczesnym wzroście wskaźnika rozpoznawania szansy – tylko w 2014 r. odsetek osób dostrzegających okazję do założenia firmy w swoim otoczeniu wzrósł o 5 p.p. wobec poprzedniego roku. Z jednej strony sytuacja ta może niepokoić, ponieważ sygnalizuje niższą skłonność Polaków do założenia firmy w najbliższych latach, z drugiej zaś jest przejawem poprawiającej się w 2014 r. sytuacji na rynku pracy najemnej i jako taka może być traktowana jako przejaw przechodzenia naszej gospodarki z poziomu efektywnie działającej do innowacyjnej.

2.3. Postawy przedsiębiorcze kobiet i mężczyzn

W porównaniu z poprzednią edycją badania GEM postawy przedsiębiorcze zarówno kobiet, jak i mężczyzn uległy zmianie. Z jednej strony poprawiły się: w większości krajów europejskich oraz w Stanach Zjednoczonych wzrósł odsetek kobiet i mężczyzn rozpoznających szanse biznesowe¹¹. W ponad połowie krajów europejskich zmniejszył się odsetek osób obu płci niedecydujących się na założenie firmy z powodu strachu przed porażką. Z drugiej, w przypadku ponad połowy analizowanych państw zmniejszył się odsetek osób dobrze oceniających własne umiejętności do prowadzenia biznesu.

W przypadku naszego kraju odsetek kobiet i mężczyzn uznających, że w ich otoczeniu są dobre warunki do założenia firmy w ciągu najbliższych 6 miesięcy wzrósł w 2014 r. w porównaniu z 2013 r. W przypadku mężczyzn wzrost ten jest prawie dwukrotnie większy (6,6 p.p. wobec 3,8 p.p.).

Wciąż jednak więcej kobiet niż mężczyzn rozpoznaje szanse na otwarcie firmy (33% wobec prawie 30%). W przypadku kobiet jest to wynik na poziomie średniej unijnej, zaś w przypadku mężczyzn jest on niższy od średniej (37,3%). Wśród krajów UE liderem, jeśli chodzi o wartość tego wskaźnika dla obu płci, jest Szwecja (odpowiednio 68,5% i 71%). Na drugim końcu zestawienia z odsetkami 17% i 19% znajduje się Chorwacja. Warto też zwrócić uwagę, że w porównaniu z innymi krajami UE występująca w Polsce przewaga kobiet dostrzegających szanse biznesowe nad mężczyznami to wyjątek. W pozostałych krajach to mężczyźni dominują w tym względzie, choć dane za 2014 r. wskazują na zmniejszenie się różnicy między odsetkiem mężczyzn i kobiet uznających warunki w ich najbliższym otoczeniu jako dobre do założenia firmy. Jeśli chodzi o Polskę, tu również widoczne jest zmniejszenie się różnicy między kobietami a mężczyznami.

¹¹ Jedynie w czterech z analizowanych krajów spadł wskaźnik rozpoznawania szansy na założenie firmy wśród mężczyzn (najbardziej w Bośni i Hercegowinie o 4 p.p.), a w trzech spadł ten sam wskaźnik dotyczący kobiet (najbardziej w Luksemburgu o prawie 4 p.p.).

Spada, choć nieznacznie (o 1 p.p.) także ocena kobiet, jeśli chodzi o ich wiedzę i umiejętności do prowadzenia firmy. Obecnie 39% kobiet uważa, że ma wystarczające zdolności przedsiębiorcze. To wynik bliski średniej unijnej (33,8%). Zdecydowanie inaczej prezentują się polscy mężczyźni. W porównaniu z poprzednimi danymi (2013 r.) odsetek mężczyzn przekonanych o własnych możliwościach w tym względzie wzrósł o 6 p.p. Obecnie prawie 70% z nich uważa, że posiada odpowiednie umiejętności do prowadzenia firmy. To najlepszy wynik wśród wszystkich analizowanych krajów, przekracza on średnią unijną o 19 p.p. Najbliższy naszemu jest rezultat Słowacji i USA (odpowiednio 66% i 61%). Wśród krajów UE najmniej mężczyzn uznających, że są dobrze przygotowani do prowadzenia firmy jest we Włoszech (34%).

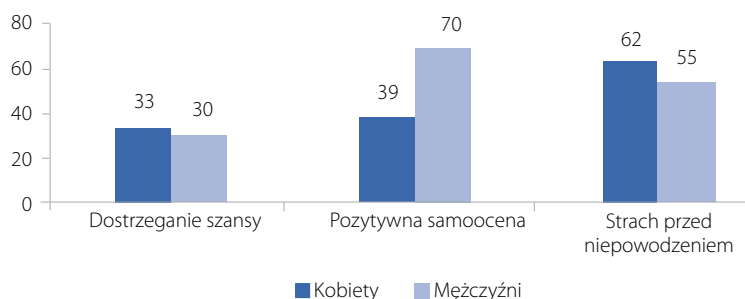
Tabela 3. Postawy przedsiębiorcze kobiet i mężczyzn w krajach europejskich i w USA (%)

Kraj	Rozpoznawanie szansy – mężczyźni	Rozpoznawanie szansy – kobiety	Pozytywna samoocena – mężczyźni	Pozytywna samoocena – kobiety	Strach przed porażką – mężczyźni	Strach przed porażką – kobiety
Kraje zorientowane na czynniki produkcji	56,79	52,51	67,82	61,67	31,14	33,30
Kraje zorientowane na efektywność	43,26	39,50	59,74	48,58	32,06	38,94
Kraje zorientowane na innowacje	41,56	36,00	49,43	34,44	37,87	46,37
Średnia dla UE	37,27	32,25	50,86	33,84	41,78	52,19
Austria	46,99	41,81	56,82	40,43	35,04	52,2
Belgia	41,18	30,48	38,88	21,96	46,18	53,49
Bośnia i Hercegowina	21,56	17,62	56,23	38,28	33,58	41,4
Chorwacja	19,49	17,37	54,48	37,56	40,45	48,4
Dania	62,21	57,05	44,11	25,57	36,28	46,42
Estonia	49,58	49,3	50,26	35,02	42,54	56,61
Finlandia	41,54	43,27	39,58	30,13	35,42	48,91
Francja	28,57	27,97	46,37	24,75	39,49	46,11
Grecja	21,84	17,97	50,86	40,23	66,29	74,9
Hiszpania	25,91	19,24	53,41	42,77	42,73	50,36
Holandia	51,59	39,24	54,56	33,83	34,75	42,74
Irlandia	37,53	29,15	57,88	36,69	36,55	48,3
Litwa	34,59	28,99	43,41	24,29	38,83	58,8
Luksemburg	47,5	37,28	43,81	31,07	49,01	52,46
Niemcy	41,97	32,97	43,97	28,67	38,29	54,64
Norwegia	68,4	58,35	38,32	22,84	31,27	34,83
Polska	29,72	32,94	69,8	39,07	54,93	61,99
Portugalia	26,4	19,51	53,92	39,64	43,18	52,41
Rosja	29,48	23,67	30,84	25,11	37,5	44,04
Rumunia	33,25	31,63	58,09	38,96	40,99	54,81
Słowacja	26,37	20,57	66,31	42,62	38,62	53,51
Słowenia	20,8	13,5	57,23	39,59	34,39	43,25
Szwajcaria	46,26	40,92	50,59	32,36	27,74	40,34
Szwecja	71,42	68,54	45,82	27,75	35,54	45,98
USA	53,02	48,66	61,02	45,94	29,86	35,65
Węgry	24,75	22,05	51,02	31,14	42,9	53,14
Wielka Brytania	43,91	37,96	55,13	37,89	37,01	38,32
Włochy	30,16	22,97	34,06	28,6	51,45	62,58

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor za 2014 r.

Jeśli chodzi o ostatni ze wskaźników – strach przed porażką, jest on obecnie nieznacznie¹² wyższy w odniesieniu do obu płci niż w 2013 r. Wciąż jednak więcej kobiet niż mężczyzn w Polsce (62% wobec prawie 55%) nie decyduje się na założenie firmy z powodu obawy przed porażką. Podobnie jest w UE, choć wartości jakie przyjmuje ten wskaźnik jest niższy dla obu płci (średnio 42% mężczyzn i 52% kobiet). Wynik dla Polski jest jednym z najmniej korzystnych w UE, cechuje nas drugi pod względem wartości we Wspólnocie (po Grecji) odsetek mężczyzn mających tego typu obawy i trzeci jeśli chodzi o kobiety (po Grecji i Włoszech).

Wykres 3. Postawy przedsiębiorcze wśród kobiet i mężczyzn w Polsce (%)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor 2014.

Powyższe wyniki wskazują na pogłębianie się różnic w postawach przedsiębiorczych kobiet i mężczyzn. Wciąż więcej kobiet niż mężczyzn uważa, że w ich otoczeniu są dobre warunki do założenia firmy, choć dane za 2014 r. wskazują na zmniejszenie się różnicy między kobietami a mężczyznami w porównaniu z 2013 r. Z drugiej strony, kobiety wydają się być mniej skłonne do podjęcia ryzyka jakim jest własna firma niż mężczyźni. Ci ostatni mają znacznie lepsze (i do tego poprawiające się w odniesieniu do 2013 r.) samopoczucie niż kobiety, jeśli chodzi o posiadane umiejętności przedsiębiorczych. Dodatkowo, mężczyźni rzadziej niż kobiety obawiają się porażki w biznesie. Wciąż jednak, niezależnie od płci, w porównaniu z innymi krajami Europy mamy najwięcej mieszkańców niezakładających firmy z powodu tego strachu. Można powiedzieć, że jest to nasza największa bariera rozwoju przedsiębiorczości na poziomie jednostki.

2.4. Poziom przedsiębiorczości

Według Wagnera nowe przedsiębiorstwo powstaje w wyniku procesu, przypominającego cykl biologiczny rozwoju człowieka, od fazy zarodkowej, poprzez rozwój prenatalny, dzieciństwo i dojrzałość. W procesie tym przełomowe są trzy momenty wyznaczające przejście do bardziej zaawansowanego stanu. Pierwszy z nich rozpoczyna się w momencie kiedy osoba lub osoby, zaczynają poświęcać czas i zasoby w celu założenia firmy. Drugi, to czas kiedy rozwój prenatalny jest zakończony i nowe przedsiębiorstwo zaczyna funkcjonować na rynku lub kiedy wysiłki podjęte przez osoby w kierunku założenia firmy nie przyniosły rezultatu. Trzeci, ostatni moment przełomowy to przejście z okresu dzieciństwa do dojrzałości, czyli od nowo powstałej firmy do dojrzałej¹³. GEM wyróżnia cztery formy przedsiębiorczości w zależności od etapu rozwoju firmy. Obrazują je następujące wskaźniki:

- **początkujący**, czyli **pre-przedsiębiorcy** (osoby zaangażowane w zakładanie firmy, której będą właścicielami lub współwłaścicielami; są to przedsiębiorstwa w fazie organizacji, gdzie okres przekazywania właścicielom wynagrodzeń/płatności nie przekracza 3 miesięcy),
- **nowi przedsiębiorcy** (osoby będące właścicielami lub współwłaścicielami przedsiębiorstw, które działają, tzn. przekazują właścicielom wynagrodzenia/płatności ponad 3 miesiące ale nie dłużej niż 42 miesiące),
- **dojrzały przedsiębiorcy** (osoby będące właścicielami lub współwłaścicielami przedsiębiorstw, które działają, tzn. przekazują właścicielom wynagrodzenia/płatności ponad 42 miesiące),
- **wycofanie się z działalności** (osoby, które w ciągu ostatnich 12 miesięcy zaprzestały prowadzenia działalności gospodarczej bądź przez sprzedanie firmy, zamknięcie jej lub zrezygnowanie z jej prowadzenia – w tym wypadku firma zostaje na rynku).

W GEM obliczany jest również wskaźnik całkowitej przedsiębiorczości we wczesnym stadium (*Total early-stage Entrepreneurial Activity, TEA*), który obejmuje pre-przedsiębiorców i nowych przedsiębiorców, czyli osoby zakładające i prowadzące działalność gospodarczą do 3,5 lat. Szczegółowa metodologia tego podziału została zaprezentowana na str. 9 niniejszego Raportu, z kolei

¹² O 1-2 p.p.

¹³ J. Wagner, *Nascent Entrepreneurs*, 2004.

w tabelach 4 i 5 przywołane zostały wartości, jakie przyjmują poszczególne wskaźniki w wybranych krajach i na tle średniej dla poszczególnych kategorii gospodarek.

Jak pokazuje badanie GEM najwyższym poziomem aktywności przedsiębiorczej cechują się kraje o gospodarkach zorientowanych na czynniki produkcji. Średnio w tej grupie państw, dwunastu na stu mieszkańców właśnie zakłada lub prowadzi firmę krócej niż 3 miesiące, kolejne prawie dwanaście na sto osób to właściciele nowych firm, tyle samo mieszkańców ma firmy obecne na rynku dłużej niż 3,5 roku. Wraz z przechodzeniem na wyższy poziom rozwoju gospodarczego zmniejsza się udział ludności zaangażowanej w prowadzenie własnego biznesu. W krajach o efektywnych gospodarkach pre-przedsiębiorców jest średnio 8%, nowych firm 6%, a dojrzałych 8% populacji osób dorosłych. W krajach najbardziej zaawansowanych gospodarczo, osób rozpoczynających działalność gospodarczą jest już tylko 5%, nowych – 3%, zaś obecnych na rynku ponad 3,5 roku – prawie 7%.

Polska na tle krajów europejskich, w tym UE prezentuje się dobrze. Prawie 6% Polaków to pre-przedsiębiorcy. Jest to wynik lepszy od średniej unijnej jedynie o 1 p.p., niemniej daje on nam ósme miejsce wśród 23 krajów Wspólnoty, które wzięły udział w badaniu GEM w 2014 r. Najwięcej tworzących się firm w naszym zestawieniu jest w USA (prawie 10%) i Słowacji (prawie 7%), najmniej – w Rosji (2%), Norwegii i Belgii (poniżej 3%). Podobny wynik do naszego w zakresie udziału pre-przedsiębiorców jest w Austrii, Portugalii, Chorwacji i na Węgrzech.

Również ósme miejsce w UE zajmujemy pod względem odsetka młodych firm : 3% populacji osób dorosłych, czyli ok. 740 tys., prowadzi przedsiębiorstwa działające od 3 miesięcy do 3,5 roku. Jest to wynik bliski średniej unijnej, mniej więcej na poziomie Finlandii, Grecji i Węgier. Najwięcej nowych przedsiębiorstw jest w Rumunii (ponad 6%), a najmniej we Włoszech (niewiele ponad 1%).

Jak wspomnieliśmy powyżej pre-przedsiębiorcy i nowe firmy tworzą wskaźnik wczesnej przedsiębiorczości, TEA. Wynosi on w Polsce 9,2% i przekłada się na ponad 2,2 mln osób tworzących i prowadzących firmy krócej niż 3,5 roku. Warto pamiętać, że wśród tych osób ok. 1,4 mln stanowią pre-przedsiębiorcy, którzy znajdują się w momencie zakładania firmy lub jej pierwszych trzech miesięcy funkcjonowania na rynku. Wynik ponad 9% przedsiębiorców we wczesnej fazie daje Polsce dobre 9. miejsce w UE. Podobnie do nas wypadają Węgry, Portugalia, Estonia i Holandia. Najwyższy odsetek TEA jest w USA (prawie 14%), a w krajach unijnych na Litwie i Rumunii (ok. 11%). Z kolei we Włoszech osiąga on jedynie 4%.

Firm działających ponad 3,5 roku według danych GEM za 2014 r. mamy w Polsce 7,3%. Podobnie jest w Hiszpanii, Rumunii i na Słowacji. W UE średnio 6,7% dorosłych mieszkańców prowadzi działalność gospodarczą ponad 3,5 roku. Najwięcej dojrzałych firm, bo prawie 13% jest w Grecji, najmniej we Francji (2,9%).

Tabela 4. Poziom aktywności przedsiębiorczej w krajach europejskich i USA – zakładanie i prowadzenie firm (%)

Kraj	Pre-przedsiębiorcy	Nowi przedsiębiorcy	TEA	Dojrzałe firmy
Kraje zorientowane na czynniki produkcji	12,4	11,72	23,26	12,71
Kraje zorientowane na efektywność	8,15	6,24	14,04	8,52
Kraje zorientowane na innowacje	5,3	3,4	8,54	6,74
Średnia dla UE	4,8	3,2	7,8	6,7
Austria	5,8	3,06	8,71	9,86
Belgia	2,93	2,55	5,4	3,54
Bośnia i Hercegowina	4,48	2,94	7,42	6,67
Chorwacja	5,95	2,02	7,97	3,61
Dania	3,07	2,49	5,47	5,09
Estonia	6,34	3,54	9,43	5,7
Finlandia	3,45	2,29	5,63	6,6
Francja	3,69	1,71	5,34	2,94
Grecja	4,58	3,37	7,85	12,84
Hiszpania	3,33	2,21	5,47	7,03
Holandia	5,15	4,53	9,46	9,59
Irlandia	4,36	2,46	6,53	9,91
Litwa	6,07	5,34	11,32	7,84
Luksemburg	4,94	2,33	7,14	3,7
Niemcy	3,05	2,25	5,27	5,15
Norwegia	2,75	2,95	5,65	5,35
Polska	5,77	3,58	9,21	7,3

cd. tabeli 4

Portugalia	5,83	4,4	9,97	7,58
Rosja	2,39	2,35	4,69	3,95
Rumunia	5,33	6,17	11,35	7,6
Słowacja	6,7	4,35	10,9	7,8
Słowenia	3,78	2,66	6,33	4,76
Szwajcaria	3,38	3,81	7,12	9,1
Szwecja	4,86	1,9	6,71	6,46
USA	9,67	4,25	13,81	6,95
Węgry	5,56	3,87	9,33	7,95
Wielka Brytania	6,28	4,48	10,66	6,5
Włochy	3,18	1,28	4,42	4,27

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor za 2014 r.

Ostatni etap działalności gospodarczej, czyli zaprzestanie jej prowadzenia, analizowane jest w GEM poprzez dwie zmienne: udział w populacji osób dorosłych danego kraju przedsiębiorców, którzy całkowicie zamknęli swój biznes (zlikwidowali firmę i zakończyli prowadzenie działalności gospodarczej) i udział przedsiębiorców, którzy zakończyli swoją aktywność biznesową, ale firma pozostała na rynku. Jak pokazują dane GEM dla wszystkich krajów świata, przynajmniej dwa razy częściej ludzie przestają prowadzić działalność gospodarczą jednocześnie likwidując firmę niż ją pozostawiając na rynku. W krajach o gospodarkach nastawionych na efektywność na cztery przypadki zaprzestania działalności, tylko jedna firma pozostaje na rynku, trzy pozostałe są likwidowane wraz z wycofaniem się przedsiębiorcy z prowadzenia biznesu. Podobnie jest w krajach zorientowanych na innowacje – na trzy przypadki zaprzestania działalności na rynku zostaje jedna firma.

Należy zauważyć, że w porównaniu do poprzedniej edycji badania, w 2014 roku nastąpił nieznaczny spadek wskaźników zaprzestania działalności gospodarczej ogółem w większości krajów, największy (rzędu 1,5 p.p.) w grupie krajów opartych na czynnikach produkcji oraz w Grecji i Rumunii, a także USA (po ok. 1-2 p.p.).

Tabela 5. Poziom aktywności przedsiębiorczej w krajach europejskich i USA – zaprzestanie działalności (%)

Kraj	Zaprzestanie działalności wraz z zamknięciem firmy (1)	Zaprzestanie działalności, firma pozostaje na rynku (2)	Zaprzestanie działalności ogółem ¹⁴
Kraje zorientowane na czynniki produkcji	7,9	2,9	10,9
Kraje zorientowane na efektywność	3,2	1,2	4,4
Kraje zorientowane na innowacje	1,7	0,9	2,7
Średnia dla UE	1,7	0,8	2,6
Austria	1,7	0,9	2,7
Belgia	0,9	1,3	2,3
Bośnia i Hercegowina	2,8	1,7	4,5
Chorwacja	2,6	1,2	3,9
Dania	1,5	0,8	2,3
Estonia	1,3	0,7	2,0
Finlandia	1,2	1,1	2,3
Francja	0,9	0,9	1,8
Grecja	2,2	0,7	2,8
Hiszpania	1,3	0,7	1,9
Holandia	1,3	0,4	1,8
Irlandia	1,2	0,7	1,9
Litwa	1,9	1,0	2,9
Luksemburg	1,6	1,0	2,6

¹⁴ Niewielkie różnice liczbowe rzędu 0,1 w sumie zaprzestania działalności ogółem w stosunku do składowych tj. wartości z kolumn 1 i 2 wynikają z zaokrągleń do pierwszego miejsca po przecinku, gdy obliczenia były dokonywane na poziomie do dwóch miejsc po przecinku.

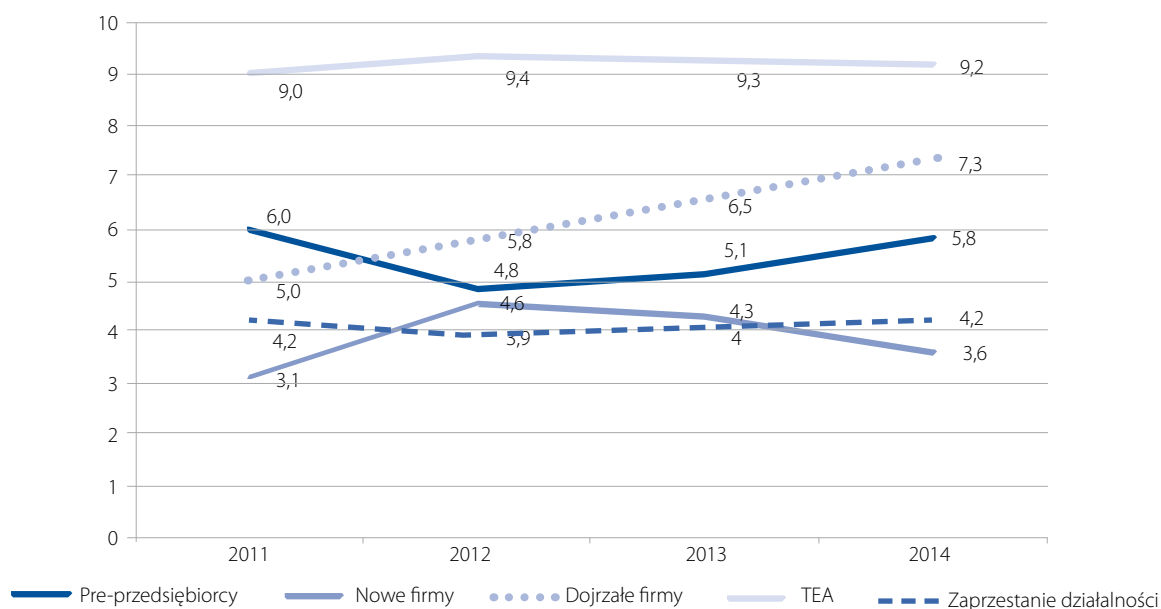
cd. tabeli 5

Niemcy	0,9	0,7	1,8
Norwegia	1,5	0,4	1,9
Polska	2,9	1,3	4,2
Portugalia	2,0	0,9	2,9
Rosja	0,9	0,25	1,18
Rumunia	2,5	0,71	3,19
Słowacja	3,2	1,9	5,15
Słowenia	1,0	0,45	1,47
Szwajcaria	0,6	0,85	1,49
Szwecja	1,6	0,48	2,1
USA	2,5	1,53	4,0
Węgry	2,7	0,41	3,1
Wielka Brytania	1,5	0,37	1,9
Włochy	1,6	0,53	2,1

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor za 2014 r.

W Polsce ogólny wskaźnik zaprzestania działalności gospodarczej wynosi ponad 4%. To wynik półtora raza wyższy od średniej unijnej, gdzie decyzję o zaprzestaniu działalności podjęło w 2014 r. 2,6% osób dorosłych. Na wspomniane cztery przypadki zaprzestania działalności gospodarczej, trzy prowadzone dotychczas firmy są likwidowane, a jedna pozostaje na rynku. Zarówno ogólny wskaźnik zaprzestania działalności gospodarczej, jak i odsetek całkowicie odchodzących z biznesu i tych, którzy odchodzą, ale nie likwidują firmy, zasadniczo nie zmienił się od poprzedniej edycji badania w Polsce.

Wykres 4. Poziom przedsiębiorczości w Polsce w latach 2011-2014 (%)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor za lata 2011-2014.

Porównanie poziomu poszczególnych form przedsiębiorczości w Polsce w ostatnich czterech latach pokazuje względną stabilność wczesnej przedsiębiorczości, czyli TEA. Zasadniczo od 2011 r. udział osób zakładających i prowadzących firmy do 3,5 lat się nie zmienił (wynosi nieco ponad 9%). Podobnie kształtuje się wskaźnik zaprzestania działalności (4,2%). Na tym tle interesujące są wartości trzech pozostałych wskaźników. Odsetek nowych firm (działających od 3 do 42 miesięcy) i pre-przedsiębiorców (do 3 miesięcy) kształtowały się w latach 2011-2014 przeciwieście względem siebie. Wskaźnik nowych firm po wzroście w 2012 r. spadł do poziomu 3,6% w 2014 r., podczas gdy wskaźnik pre-przedsiębiorców z kolei spadł w tym samym 2012 r., po czym wzrósł do 5,8% w 2014 r. Rok 2012 był czasem silnego osłabienia koniunktury, w tym wzrostu stopy bezrobocia i pogorszenia się warunków

ków prowadzenia działalności gospodarczej, co nie sprzyjało powstawaniu przedsiębiorstw. Od 2012 r. udział początkujących przedsiębiorców rośnie. Rośnie też, i to w sposób ciągły od 2011 r., udział dojrzałych firm (z 5% do 7,3%). Zmniejsza się natomiast udział nowych przedsiębiorstw. O czym świadczą powyższe zmiany? Można powiedzieć, że aktywność przedsiębiorcza Polaków jest wysoka, mamy stałą, dużą liczbę młodych firm (TEA), a przy tym poprawia się jakość przedsiębiorstw, jako że wzrasta liczba przedsiębiorstw dojrzałych.

2.5. Przedsiębiorczość wśród kobiet i mężczyzn

Poszczególne regiony i kraje różnią się znacznie jeśli chodzi o poziom przedsiębiorczości kobiet i mężczyzn. Aktywność przedsiębiorcza kobiet na ogół jest niższa niż mężczyzn, dodatkowo zmniejsza się ona wraz z postępującym rozwojem gospodarczym. Jak pokazuje tabela 6, w krajach najuboższych wskaźnik wczesnej przedsiębiorczości TEA, jak i dojrzałych firm są na podobnym poziomie dla obu płci. W krajach zorientowanych na innowacje, przedsiębiorstw prowadzonych przez mężczyzn jest średnio dwa razy więcej niż tych prowadzonych przez kobiety.

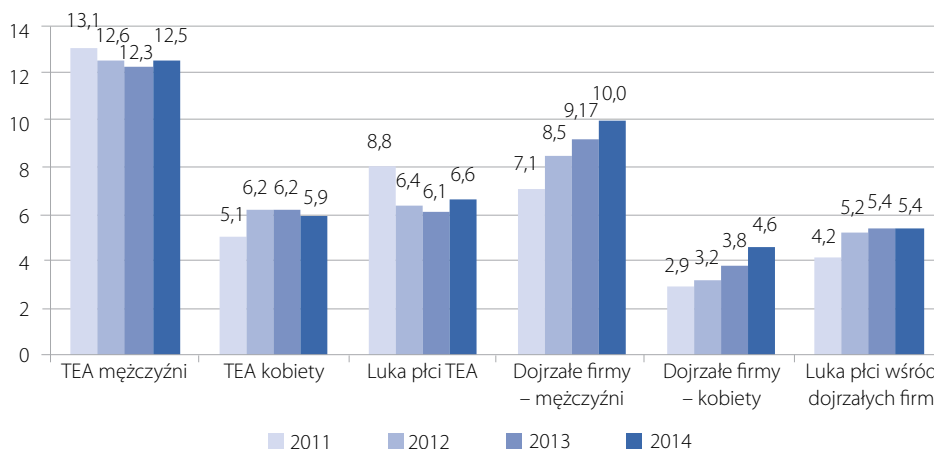
Tabela 6. Poziom aktywności przedsiębiorczej wśród kobiet i mężczyzn w krajach europejskich i USA (%)

Kraj	TEA mężczyźni	TEA kobiety	Dojrzałe firmy – mężczyźni	Dojrzałe firmy – kobiety
Kraje zorientowane na czynniki produkcji	24,85	21,75	14,23	11,25
Kraje zorientowane na efektywność	16,43	12,89	10,93	6,97
Kraje zorientowane na innowacje	10,55	6,44	8,73	4,72
Średnia dla UE	10,21	5,45	9,02	4,35
Austria	10,38	7,06	12,87	6,86
Belgia	7,65	3,14	4,82	2,26
Bośnia i Hercegowina	10,6	4,25	9,34	4
Chorwacja	11,28	4,75	5	2,26
Dania	7,12	3,79	7,46	2,69
Estonia	11,21	7,71	7,01	4,44
Finlandia	6,63	4,63	9,19	3,97
Francja	6,68	4,03	4,24	1,68
Grecja	9,89	5,81	18	7,67
Hiszpania	6,36	4,57	8,01	6,04
Holandia	11,62	7,27	12,07	7,08
Irlandia	8,87	4,23	13,83	6,06
Litwa	16,19	6,78	11,63	4,29
Luksemburg	8,89	5,32	4,34	3,04
Niemcy	6,54	3,97	7,14	3,12
Norwegia	7,29	4	6,99	3,7
Polska	12,5	5,95	10	4,63
Portugalia	11,68	8,36	9,97	5,32
Rosja	5,77	3,7	4,58	3,38
Rumunia	16,02	6,57	10,09	5,1
Słowacja	14,37	7,41	11,68	3,91
Słowenia	8,29	4,25	6,63	2,78
Szwajcaria	7,03	7,2	10,04	8,15
Szwecja	9,54	3,79	8,01	4,87
USA	16,53	11,2	8,79	5,18
Węgry	13,48	5,29	10,98	4,99
Wielka Brytania	13,82	7,53	8,82	4,21
Włochy	5,71	3,15	5,69	2,87

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor za 2014 r.

Podobnie jest w przypadku Polski. Działalność gospodarczą we wczesnej fazie (do 3,5 roku) prowadzi 6% kobiet i 12,5% mężczyzn. Z kolei dojrzałych firm prowadzonych przez kobiety jest prawie 5%, a przez mężczyzn 10%. Oznacza to, że kobiety rozpoczynają i prowadzą działalność gospodarczą dwa razy rzadziej niż mężczyźni. Jeszcze większa różnica w aktywności przedsiębiorczej kobiet i mężczyzn widoczna jest w Szwecji i na Węgrzech, gdzie na jedną firmę prowadzoną przez kobietę działającą do 3,5 lat przypada 2,5 firmy prowadzonej przez mężczyznę. Na Litwie i w Danii relacja dojrzałych firm prowadzonych przez kobiety i mężczyzn wynosi 1:2,7. Jedynym krajem, gdzie kobiety i mężczyźni równie chętnie zakładają swój biznes jest Szwajcaria.

Wykres 5. Poziom przedsiębiorczości wśród kobiet i mężczyzn w Polsce w latach 2011-2014 (w %)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor w latach 2011-2014.

W porównaniu z danymi za 2013 r. luka płci w Polsce, mierzona jako różnica między mężczyznami i kobietami prowadzącymi firmy pogłębiła się nieznacznie w przypadku TEA, zaś dla dojrzałych firm nie zmieniła się (patrz wykres 5). Obecnie wynosi ona dla TEA 6,6 p.p., a dla dojrzałych firm 5,4 p.p. W obu przypadkach jest ona wyższa niż średnia dla UE (luka dla TEA wynosi 4,8 p.p., dla dojrzałych – 4,7 p.p.). W dłuższej perspektywie 2011/2014 luka płci w Polsce w przypadku przedsiębiorstw we wczesnej fazie zmniejszyła się (z 8 do 6,6 p.p.), zaś w przypadku dojrzałych firm wzrosła (z 4,2 do 5,4 p.p.). Stało się to za przyczyną szybszego przyrostu firm zakładanych przez kobiety oraz szybszego przyrostu firm dojrzałych prowadzonych przez mężczyzn. Wskazuje to na rosnące zainteresowanie kobiet własną firmą i gorsze wyniki w porównaniu z mężczyznami, jeśli chodzi o utrzymanie firmy na rynku.

2.6. Motywy zakładania działalności gospodarczej

Motywacje, którymi kierują się ludzie decydując o podjęciu działalności gospodarczej są niezbędne dla zrozumienia charakteru przedsiębiorczości danego kraju. W GEM analizowane są motywacje skrajne: wykorzystanie szansy i przedsiębiorczość z konieczności. Szansa rozumiana jest jako uzyskanie niezależności lub wzrost dochodów osobistych, co przekłada się na poprawę standardu życia. Konieczność z kolei oznacza brak alternatywy w postaci znalezienia zatrudnienia na rynku pracy.

Tabela 7 przedstawia dane na temat motywacji, które kierowały osobami prowadzącymi firmy we wczesnej fazie (TEA). Im wyższy poziom rozwoju gospodarczego, tym większa i lepsza jakościowo oferta pracy najemnej, stąd odsetek przedsiębiorstw zakładanych z powodu dostrzeżonej szansy powinien być wyższy. Z kolei w krajach uboższych, należy się spodziewać wyższego odsetka biznesów zakładanych z konieczności. Dane GEM za 2014 r. potwierdzają powyższe oczekiwania. W krajach opartych na czynnikach produkcji i w krajach o gospodarkach nastawionych na efektywność ok. 28% przedsiębiorstw założono z powodu konieczności, w krajach innowacyjnych już tylko 18%. W UE, gdzie większość krajów ma gospodarki zorientowane na innowacje, wciąż są kraje efektywne, jak Polska, stąd nieco wyższy wynik przedsiębiorstw, które powstały z konieczności (23%).

W Polsce 36,7% przedsiębiorstw we wczesnej fazie powstało z konieczności. Znacznie więcej, bo 47,1% firm założono w wyniku dostrzeżonej okazji. W porównaniu ze średnią unijną w Polsce więcej osób zostaje przedsiębiorcami z powodu braku innej alternatywy na znalezienie zatrudnienia (różnica wynosi ok. 14 p.p. i jest to drugi najwyższy wynik w Europie), z kolei udział przedsiębiorców motywowanych szansą jest taki sam dla Polski i UE. Podobna struktura motywacji do naszej widoczna jest na Węgrzech i w Słowacji. Najbardziej korzystna struktura motywacji w UE występuje w Szwecji i Danii (ok. 5-8% TEA założonych z powodu

konieczności i ok 60% z powodu szansy). Z kolei najwięcej przedsiębiorstw, które powstały z powodu konieczności, oprócz Polski, jest w Chorwacji (47%) i Grecji (35%).

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

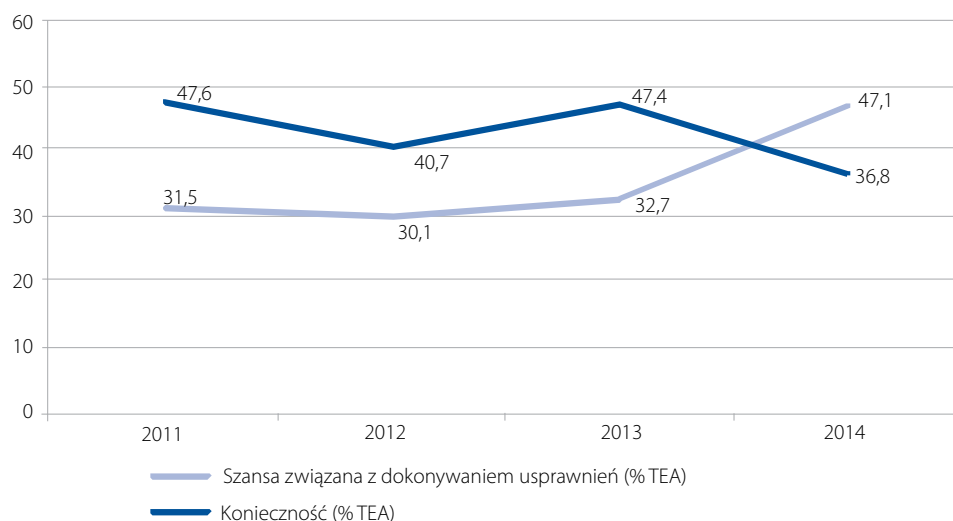
Kraj	Konieczność (% TEA)	Szansa związana z poprawą standardu życia (% TEA)
Kraje zorientowane na czynniki produkcji	28,16	47,03
Kraje zorientowane na efektywność	27,25	45,08
Kraje zorientowane na innowacje	17,96	54,91
Średnia dla UE	22,8	47,9
Austria	10,95	37,37
Belgia	30,67	43,12
Bośnia i Hercegowina	50,83	25,16
Chorwacja	46,57	28,67
Dania	5,43	60,15
Estonia	15,1	41,15
Finlandia	15,62	63,12
Francja	16,06	69,15
Grecja	34,77	30,53
Hiszpania	29,79	33,48
Holandia	15,67	62,77
Irlandia	29,65	48,56
Litwa	19,61	43,78
Luksemburg	11,81	59,81
Niemcy	23,18	53,74
Norwegia	3,54	69,03
Polska	36,75	47,11
Portugalia	27,37	49,31
Rosja	39,02	41,56
Rumunia	28,94	49,75
Słowacja	32,57	51,83
Słowenia	25,46	44,78
Szwajcaria	14,35	58,14
Szwecja	7,91	56,16
USA	13,5	66,93
Węgry	33,19	36,27
Wielka Brytania	12,9	52,71
Włochy	13,59	38,58

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor za 2014 r.

O ile w latach 2011-2013 zmiany w motywacji do prowadzenia własnego biznesu nie były znaczące, o tyle w 2014 r. nastąpiło odwrócenie relacji obserwowanej wcześniej, kiedy to konieczność była dominującą motywacją zakładania firm w Polsce (Wykres 6). Odsetek przedsiębiorstw we wczesnej fazie zakładanych z powodu konieczności zmniejszył się o 10,6 p.p., zaś odsetek podmiotów motywowanych szansą wzrósł o 14,4 p.p. Obecnie – to z powodu dostrzeżonej szansy – zakładanych jest więcej przedsiębiorstw.

Struktura motywacji kierujących osobami zakładającymi działalność gospodarczą w Polsce uległa znaczącej zmianie w 2014 r. i jest to zmiana na korzyść. Dotychczas przeważały u nas podmioty, o których powstaniu zadecydował brak alternatywy w postaci znalezienia miejsca pracy. Pod tym względem zajmowaliśmy czołowe miejsce w UE. Obecnie więcej jest u nas przedsiębiorstw utworzonych dlatego, że ich właściciele zobaczyli szansę pozwalającą na poprawę ich standardu życia przez uzyskanie niezależności bądź wzrost dochodów. Pod tym względem nie odbiegamy od średniej unijnej, podczas gdy w 2013 r. dzieliło nas od niej sporo (w Polsce działalność z powodu szansy podejmowało 33% TEA, a w UE 47% TEA).

Wykres 6. Poziom przedsiębiorczości opartej na szansie i podejmowanej z konieczności w Polsce w latach 2011-2014 (%)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor 2011–2014.

2.7. Motywacje kobiet i mężczyzn

Motywacje do założenia działalności gospodarczej w przeciwieństwie do aktywności przedsiębiorczej tudzież samooceny własnych umiejętności czy innych omówionych wyżej zmiennych, nie różnią się znacząco między kobietami a mężczyznami w danym kraju. Podobnie jak w przypadku motywacji kierujących ogólnie przedsiębiorcami również w przypadku płci różnice w intensywności danej motywacji wynikają głównie z poziomu rozwoju danego kraju.

W UE średnio więcej mężczyzn i kobiet prowadzących firmę krócej niż 3,5 roku założyło ją z powodu dostrzeżenia szansy. Przy czym w przypadku kobiet więcej jest przypadków angażowania się w działalność gospodarczą z powodu konieczności niż ma to miejsce u mężczyzn (25% TEA kobiet do 21% TEA mężczyzn).

Tabela 8. Motywacje kobiet i mężczyzn w krajach europejskich i USA (% TEA mężczyźni/kobiety)

Kraj	Mężczyźni – szansa	Kobiety – szansa	Mężczyźni – konieczność	Kobiety – konieczność
Średnia dla UE ¹⁵	75,29	69,91	21,32	25,47
Austria	82,48	80,54	11,31	10,43
Belgia	66,41	55,29	29,38	33,83
Bośnia i Hercegowina	52,45	38,51	47,55	58,98
Chorwacja	52,11	49,38	46,27	47,24
Dania	91,72	89,81	5,64	5,02
Estonia	75,89	72,5	13,39	17,5
Finlandia	82,55	78,90	14,54	17,2
Francja	87,25	73,50	11,42	23,57
Grecja	67,13	51,82	30,01	42,90
Hiszpania	69,61	61,03	26,13	34,95
Holandia	79,69	81,58	16,61	14,15
Irlandia	73,12	58,47	26,01	37,2
Litwa	82,81	72,31	16,59	26,35
Luksemburg	85,87	84,49	11,97	11,55
Niemcy	77,58	72,67	20,99	26,88
Norwegia	89,04	82,5	0	10,00
Polska	59,33	58,82	36,09	38,14

¹⁵ Wskaźnik dla poszczególnych grup krajów wg poziomu rozwoju jest niedostępny.

cd. tabeli 8

Portugalia	74,69	66,92	23,95	31,89
Rosja	60,37	56,34	37,66	40,93
Rumunia	70,4	69,94	28,3	30,06
Słowacja	64,58	63,51	31,94	33,78
Słowenia	76,21	61,48	22,62	31,31
Szwajcaria	79,85	69,93	10,97	17,72
Szwecja	85,62	80,35	6,61	11,3
USA	83,85	78,24	11,7	16,04
Węgry	67,73	57,25	29,34	42,75
Wielka Brytania	83,24	84,17	14,91	9,27
Włochy	75,72	83,21	16,38	8,62

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor za 2014 r.

W Polsce ok. 59% kobiet i mężczyzn założyło firmę dostrzegając ku temu okazję. Koniecznością kierowało się 36% mężczyzn i 38% kobiet. Jak widać różnica w motywacjach kobiet i mężczyzn jest niewielka. Dla porównania w Bośni i Hercegowinie, Francji, Irlandii i na Węgrzech różnice w motywacjach między płciami wynoszą ponad 10 p.p., jak można oczekiwać, są one niekorzystne dla kobiet. Powyższe dane kreślą pozytywny obraz przedsiębiorczości w naszym kraju.

2.8. Działalność gospodarcza według sektorów

W modelu GEM przyjmuje się cztery kategorie sektorów: wydobywczy, produkcyjny (przetwórczy), usługi skierowane do biznesu oraz usługi skierowane do klientów indywidualnych.

Struktura sektorowa przedsiębiorstw we wczesnej fazie (TEA) zmienia się w zależności od poziomu rozwoju gospodarczego w danym kraju. Najwięcej przedsiębiorstw działających w sektorze wydobywczym, jest w krajach mniej rozwiniętych – opartych na czynnikach produkcji (prawie 13%) i efektywności (prawie 9%). Sektor produkcyjny skupia podobny odsetek przedsiębiorstw niezależnie od stopnia rozwoju kraju (ok. 22-24%), z tym że nieco mniej tego typu przedsiębiorstw jest w krajach opartych na czynnikach produkcji (18%). Jeśli chodzi o sektor usługowy tutaj niezależnie od rozwoju kraju dominują usługi typu biznes–konsument. Przy czym ten rodzaj usług jest najbardziej rozpowszechniony w krajach mniej rozwiniętych (64% TEA działa w tym sektorze w krajach opartych na czynnikach produkcji i jedynie 40% TEA w UE), z kolei usługi typu biznes–biznes są częściej spotykane w przypadku młodych firm działających w krajach bardziej rozwiniętych (29% TEA w UE, 28% w krajach innowacyjnych, 6% TEA w krajach opartych na czynnikach produkcji).

W Unii Europejskiej najwięcej przedsiębiorców we wczesnej fazie rozwoju oferuje usługi skierowane do klientów indywidualnych (40% TEA). Również sporo przedsiębiorców (29%) świadczy usługi adresowane do biznesu. Produkcją w UE zajmuje się 24% przedsiębiorstw, a wydobywaniem jedynie 7% wszystkich podmiotów należących do TEA.

Struktura sektorowa polskich firm we wczesnej fazie jest nieco inna. W Polsce dominującym sektorem jest sektor produkcji, działa w nim 42% przedsiębiorstw. Również sporo przedsiębiorców zajmuje się usługami dla klientów indywidualnych (32%) oraz usługami dla biznesu (24%). Najmniej przedsiębiorców we wczesnej fazie prowadzi działalność w sektorze wydobywczym (niecałe 2% TEA).

Największe różnice w strukturze sektorowej przedsiębiorstw działających w Polsce w porównaniu ze średnią unijną dotyczą obecnie sektora produkcji przemysłowej (17 p.p. na korzyść Polski). Mniej niż w UE jest u nas przedsiębiorców zajmujących się wydobywaniem i usługami, szczególnie typu biznes–konsument (różnica 8 p.p.). Spośród krajów UE liderami jeśli chodzi o usługi dla klientów indywidualnych są Grecja i Hiszpania, gdzie ponad połowa młodych przedsiębiorstw jest aktywna w tym obszarze. Z kolei usługi typu B2B są najbardziej popularne wśród przedsiębiorstw w Szwecji i Danii (47 – 44% TEA). Sektor wydobywczy to domena młodych firm w Rumunii (27%). Polska zajmuje pierwsze miejsce w UE pod względem udziału TEA w sektorze produkcyjnym (42%).

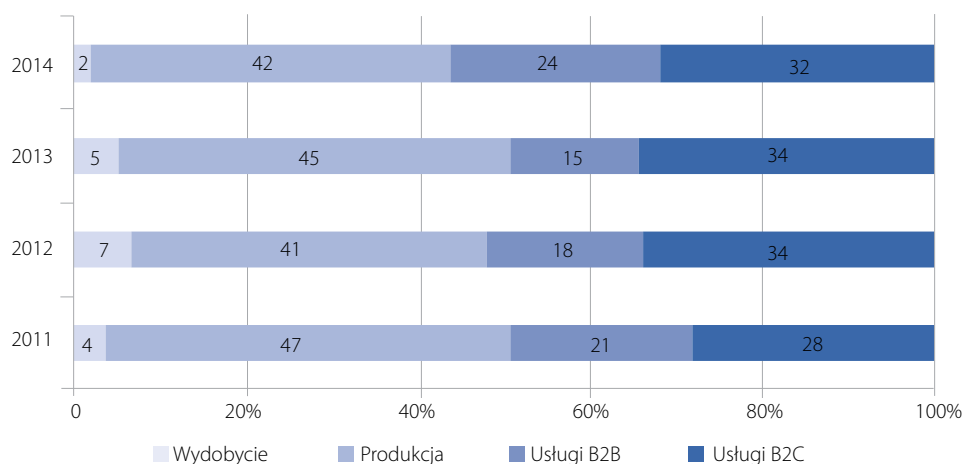
Analiza danych nt. struktury sektorowej polskich przedsiębiorstw działających do 3,5 roku w latach 2011-2014 wskazuje na wzrost znaczenia usług dla klientów indywidualnych (o 4 p.p.) i usług dla biznesu (o 3 p.p.). Obecnie usługami zajmuje się ponad połowa młodych przedsiębiorstw. Spada za to znaczenie sektora wydobywczego i produkcyjnego, odpowiednio o 2 p.p. i 5 p.p. Głębsze zmiany widać w 2014 r., kiedy to udział młodych firm działających w sektorze wydobywczym i produkcyjnym zmniejszył się o 3 p.p., zaś udział przedsiębiorstw świadczących usługi dla biznesu wzrósł aż o 9 p.p. (z 15 do 24% – to już prawie 1/4 TEA). W okresie tym udział przedsiębiorstw świadczących usługi dla klienta zmniejszył się o niecałe 3 p.p.

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

Kraj	Wydobycie	Produkcja	Usługi B2B	Usługi B2C
Kraje zorientowane na czynniki produkcji	12,76	17,94	5,77	63,53
Kraje zorientowane na efektywność	8,91	23,30	11,77	56,03
Kraje zorientowane na innowacje	5,05	22,08	28,83	44,03
Średnia dla UE	7,02	24,09	29,13	39,76
Austria	3,72	17,7	35,01	43,58
Belgia	9,41	11,36	28,97	50,27
Bośnia i Hercegowina	30,67	31,96	13,4	23,97
Chorwacja	10,05	23,17	30,64	36,14
Dania	3,53	19,49	43,43	33,55
Estonia	6,94	31,21	30,06	31,79
Finlandia	12,99	24,97	23,85	38,18
Francja	1,41	28,92	31,42	38,25
Grecja	3,09	28,7	14,43	53,78
Hiszpania	4,49	15,1	28,66	51,75
Holandia	2,33	27,1	29,77	40,81
Irlandia	7,06	28,59	34,39	29,96
Litwa	9,71	28,83	16,81	44,66
Luksemburg	1,59	10,92	40,2	47,29
Niemcy	1,38	16,62	37,3	44,69
Norwegia	11,5	17,7	36,28	34,51
Polska	1,89	41,93	24,36	31,81
Portugalia	4,7	23,34	22,21	49,75
Rosja	6,47	34,06	14,36	45,1
Rumunia	26,89	31,31	21,11	20,69
Słowacja	4,95	34,65	25,25	35,15
Słowenia	10,77	24,63	33,44	31,16
Szwajcaria	6,37	15,79	31,76	46,08
Szwecja	9,98	12,44	46,84	30,74
USA	2,96	18,7	35,53	42,8
Węgry	15,16	27,47	22,15	35,22
Wielka Brytania	0,43	27,12	27,19	45,25
Włochy	8,99	18,45	22,61	49,95

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor za 2014 r.

Wykres 7. TEA w Polsce w rozbiciu na sektory w latach 2011-2014 (%)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor w latach 2011-2014.

Zmiany w strukturze sektorowej przedsiębiorstw zaliczanych do TEA coraz bardziej upodabniają nas do krajów bardziej rozwiniętych – innowacyjnych. Szczególnie widoczne jest to w przypadku silnego wzrostu sektora usług dla biznesu i spadku udziału sektora wydobywczego i produkcji. W przypadku produkcji przemysłowej wciąż znacznie przewyższamy poziom wszystkich grup krajów, choć jak zaznaczyliśmy widoczny jest systematyczny spadek zainteresowania młodych przedsiębiorstw tą kategorią.

2.9. Aspiracje wzrostu

Badanie GEM pozwala na ocenę aspiracji rozwojowych przedsiębiorstw we wczesnej fazie w poszczególnych krajach, rozumianych jako deklarowane utworzenie nowych miejsc pracy lub wzrost zatrudnienia. Tabela 10 przedstawia dane na temat aspiracji przedsiębiorców działających do 3,5 lat w odniesieniu do dwóch zmiennych, wyrażonych przez *odsetek przedsiębiorstw o średnich aspiracjach* – deklarowana chęć utworzenia co najmniej 5 nowych miejsc w ciągu kolejnych 5 lat oraz *odsetek przedsiębiorstw o wysokich aspiracjach* – deklarowane stworzenie co najmniej 10 nowych miejsc pracy przy jednoczesnym wzroście zatrudnienia o co najmniej 50% w ciągu kolejnych 5 lat.

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

Kraj	%TEA – co najmniej 5 nowych miejsc pracy w ciągu 5 lat	%TEA – co najmniej 10 nowych miejsc i wzrost zatrudnienia o co najmniej 50% w ciągu 5 lat
Kraje zorientowane na czynniki produkcji	19,28	10,07
Kraje zorientowane na efektywność	22,91	14,40
Kraje zorientowane na innowacje	26,22	16,91
Średnia dla UE	26,09	17,09
Austria	14,84	9,56
Belgia	16,88	12,45
Bośnia i Hercegowina	32,88	18,48
Chorwacja	40,5	27,89
Dania	21,84	17,31
Estonia	22,4	14,06
Finlandia	15,7	12,78
Francja	30,81	16,85
Grecja	12,02	7,69
Hiszpania	19,29	10,91
Holandia	19,5	8,01
Irlandia	34,18	27,27
Litwa	34,32	24,23
Luksemburg	28,55	13
Niemcy	27,43	14,1
Norwegia	15,04	6,19
Polska	27,65	22,67
Portugalia	23,03	11,56
Rosja	23,99	17,48
Rumunia	47,17	31,83
Słowacja	34,4	27,06
Słowenia	28,58	17,08
Szwajcaria	20,31	10,07
Szwecja	21,53	14,37
USA	39,28	27,34
Węgry	41,32	25,31
Wielka Brytania	24,02	18,86
Włochy	14,16	8,28

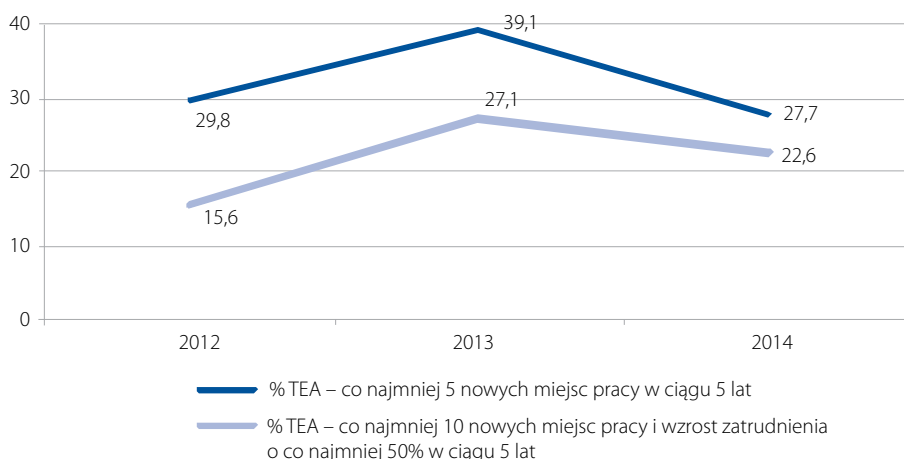
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor za 2014 r.

Aspiracje wzrostu rozumiane jako wzrost zatrudnienia/miejsc pracy zwiększają się wraz z poziomem rozwoju gospodarczego. Dla krajów opartych na czynnikach produkcji 19% przedsiębiorstw we wczesnej fazie zamierza utworzyć co najmniej 5 miejsc pracy w ciągu kolejnych 5 lat, w krajach o gospodarkach nastawionych na efektywność takich firm jest już 22%, a w krajach zorientowanych na innowacje – 26%. Podobnie jest w przypadku przedsiębiorstw bardziej ambitnych, chcących stworzyć przynajmniej 10 miejsc pracy i osiągnąć wzrost zatrudnienia o co najmniej 50% w tym okresie. Przy czym we wszystkich badanych w ramach projektu GEM krajach, niezależnie od stopnia rozwoju gospodarczego, jest więcej przedsiębiorców o średnich aspiracjach wzrostu niż tych o bardziej odważnych planach rozwoju firmy opartych na wzroście zatrudnienia.

Aspiracje wzrostu przedsiębiorstw działających do 3,5 roku w Polsce są nieco lepsze niż średnio w UE. Prawie 28% firm w naszym kraju planuje w ciągu najbliższych 5 lat utworzyć przynajmniej 5 miejsc pracy, zaś ok. 23% przedsiębiorstw chce stworzyć minimum 10 miejsc pracy i zwiększyć zatrudnienie o min. 50% w tym czasie. W UE myśli tak odpowiednio 26% i 17% przedsiębiorstw. Dane te potwierdzają, że nasze firmy mają równie wysokie, a nawet wyższe aspiracje wzrostu co ich odpowiednicy w UE.

Z drugiej strony dane za 2014 r. pokazują, że ambicje polskich firm wyraźnie słabną. W porównaniu z zeszłym rokiem odsetek przedsiębiorstw o średnich aspiracjach wzrostu spadł o 11 p.p., zaś firm o wysokich aspiracjach – o 4 p.p. To największy spadek w Europie jeśli chodzi o średnie plany rozwojowe i jeden z najwyższych w zakresie wysokich planów. Wciąż pod względem odsetka przedsiębiorstw planujących utworzyć przynajmniej 5 miejsc pracy jesteśmy na poziomie Niemiec czy Słowenii, a tych o wysokich aspiracjach – Litwy.

Wykres 8. Aspiracje wzrostu nowych firm w Polsce w latach 2012-2014 (% TEA)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor 2011–2014.

Rok 2014 przyniósł pogorszenie sytuacji jeśli chodzi o plany zwiększania zatrudnienia w przedsiębiorstwach działających do 3,5 roku w Polsce. Aspiracje wzrostu zarówno te dotyczące stworzenia min. 5 miejsc pracy w ciągu 5 lat, jak i te bardziej ambitne – min. 10 nowych miejsc pracy i wzrost zatrudnienia przynajmniej o 50% w tym czasie, osłabły. Odsetek przedsiębiorstw ze średnimi planami wzrostu spadł w 2014 r. w porównaniu z poprzednim rokiem z 39% do 28% (o ok. 1/4), zaś odsetek tych z wysokimi aspiracjami z 27% do 23% (o 1/7). Pomimo tego spadku młode firmy w Polsce mają wyższe aspiracje rozwojowe w zakresie tworzenia miejsc pracy niż ich odpowiednicy w UE, w szczególności dotyczy to przedsiębiorstw o wysokich aspiracjach, których u nas jest o 1/3 więcej niż średnio w Unii.

2.10. Internacjonalizacja

Umiejscowienie jest ważnym elementem rozwoju przedsiębiorstw niezależnie od specyfiki danego kraju. Model GEM stara się uchwycić relację między stopniem umiejscowienia a etapem rozwoju przedsiębiorstwa za pomocą czterech zmiennych. Są one miarą odsetka klientów pochodzących spoza danego kraju, przypadających na przedsiębiorców we wczesnej fazie rozwoju (TEA). Podobnie jak w zeszłorocznym Raporcie, na użytek niniejszej analizy zostały one nazwane w następujący sposób:

- *nie-eksporterzy*, czyli przedsiębiorcy we wczesnej fazie (TEA), którzy nie mają klientów poza swoim rodzimym krajem,
- *eksporterzy*:
 - *eksporterzy na małą skalę*, czyli przedsiębiorcy we wczesnej fazie (TEA), którzy mają od 1% do 25% klientów poza swoim rodzimym krajem,

- *eksporterzy na średnią skalę*, czyli przedsiębiorcy we wczesnej fazie (TEA), którzy mają od 25% do 75% klientów poza swoim rodzimym krajem,
- *zaawansowani eksporterzy*, czyli przedsiębiorcy we wczesnej fazie (TEA), którzy mają od 75% do 100% klientów poza swoim rodzimym krajem.

Poziom umiędzynarodowienia rośnie wraz z poziomem rozwoju gospodarczego. W krajach o gospodarkach opartych na czynnikach produkcji 77% przedsiębiorców we wczesnej fazie rozwoju (TEA) nie ma klientów z zagranicy. W kolejnej grupie – krajów zorientowanych na efektywność tego typu przedsiębiorców jest prawie o 20 p.p. mniej, a w krajach innowacyjnych o 36 p.p. mniej. Najbardziej umiędzynarodowionym obszarem jest UE, gdzie tylko 36% firm działających do 3,5 lat nie ma klientów poza swoim krajem. Co dziesiąty przedsiębiorca z UE należy do zaawansowanych eksporterów – to prawie dwa razy tyle co średnio w krajach zorientowanych na efektywność. Wspólnota cechuje się także najwyższym w świecie odsetkiem przedsiębiorców, którzy są mało i średnio zaawansowani, jeśli chodzi o działalność eksportową: 41% firm we wczesnej fazie ma do 25% swoich klientów poza krajem, a 13% – między 25 a 75%.

Dane za 2014 r. wskazują na pogłębienie się dotychczasowych różnic w stopniu umiędzynarodowienia poszczególnych grup krajów. W państwach opartych na czynnikach produkcji i zorientowanych na efektywność wzrósł odsetek nieumiędzynarodowionych przedsiębiorstw (odpowiednio o 9 i 4 p.p.), podczas gdy w krajach innowacyjnych pozostał on na prawie niezmiennym poziomie, a w UE wzrósł o 3 p.p. Podobne zmiany dotyczą odsetka eksporterów, szczególnie tych na małą skalę – w krajach mniej rozwiniętych ich odsetek spadł o 4 p.p., podczas gdy w UE wzrósł o 2 p.p. W tym wypadku również w krajach innowacyjnych wskaźnik ten zmniejszył się o 2 p.p.

Tabela 11. Umiędzynarodowienie przedsiębiorców w Europie i USA (% TEA)

Kraj	Nie-eksporterzy	Eksporterzy na małą skalę	Eksporterzy na średnią skalę	Zaawansowani eksporterzy
Kraje zorientowane na czynniki produkcji	76,67	18,43	3,25	1,63
Kraje zorientowane na efektywność	58,05	27,24	8,73	5,99
Kraje zorientowane na innowacje	40,49	38,8	12,12	8,59
Średnia dla UE	36,07	40,95	12,88	10,1
Austria	34,11	41,15	14,3	10,44
Belgia	28,29	38,99	16,77	15,94
Bośnia i Hercegowina	47,8	34,26	12,89	5,06
Chorwacja	20,53	41,09	14,9	23,48
Dania	70,7	16,01	7,23	6,06
Estonia	29,45	46,58	14,38	9,59
Finlandia	54,95	32,16	2,63	10,26
Francja	36,31	41,73	10,43	11,53
Grecja	41,78	40,51	6,54	11,18
Hiszpania	67,57	18,87	7,17	6,39
Holandia	49,45	34,68	9,19	6,68
Irlandia	39,74	36,00	14,02	10,24
Litwa	24,70	52,14	14,36	8,80
Luksemburg	4,13	54,03	25,09	16,76
Niemcy	43,50	35,42	13,07	8,01
Norwegia	67,27	22,73	6,36	3,64
Polska	16,79	68,71	8,88	5,63
Portugalia	23,75	54,29	11,63	10,32
Rosja	90,34	4,82	1,13	3,71
Rumunia	23,96	46,71	20,68	8,64
Słowacja	14,49	66,18	13,04	6,28
Słowenia	28,57	39,82	19,66	11,95
Szwajcaria	28,89	40,1	21,22	9,78
Szwecja	33,56	39,08	13,2	14,16
USA	16,34	69,14	9,14	5,38
Węgry	32,86	43,81	15,73	7,6
Wielka Brytania	60,45	24,66	8,75	6,14
Włochy	50,06	29,16	14,64	6,13

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor 2014.

Schodząc na poziom indywidualnych państw widać, że jedynie w trzech państwach: Szwecja, Włochy, Hiszpania wzrósł poziom umiędzynarodowienia przedsiębiorstw. W pozostałych widoczny jest bądź wzrost nie-eksporterów, bądź spadek którejś z kategorii eksporterów. Najmniej korzystne zmiany w strukturze przedsiębiorstw widoczne są w przypadku Szwajcarii, gdzie odsetek nieeksportujących przedsiębiorstw we wczesnej fazie zwiększył się w 2014 r. wobec 2013 r. o ponad 9 p.p., a odsetek eksporterów rozpoczynających swą działalność eksportową spadł o prawie 13 p.p.

Zmiany w intensywności umiędzynarodowienia widoczne są także w przypadku polskich przedsiębiorstw. W 2014 r. wobec 2013 r. odsetek przedsiębiorstw, które nie prowadzą działalności eksportowej spadł o 4 p.p. i wynosi obecnie prawie 17%. Jeśli chodzi o eksporterów, silnie wzrósł odsetek przedsiębiorstw eksportujących na małą skalę (o 13 p.p. – jest to największy wzrost w Europie w tej kategorii), spadł natomiast odsetek przedsiębiorstw eksportujących na większą skalę (o 5 p.p. dla eksporterów na średnią skalę i o 3 p.p. dla eksporterów zaawansowanych). Stąd obecnie udział eksporterów posiadających do 25% swoich klientów poza Polską wśród firm we wczesnej fazie rozwoju wynosi aż 69%. Zdecydowanie mniej jest u nas eksporterów, którzy działają na średnią skalę – prawie 9% i tych zaawansowanych – ok. 6%.

W porównaniu z wynikami z 2013 r. w Polsce spadł odsetek firm z dwóch najbardziej wyspecjalizowanych eksportowo grup. Istotny wzrost udziału eksporterów na małą skalę (o 11 p.p. w porównaniu do wyniku z 2013 r.), wskazuje więc, że część przedsiębiorców zmniejszyła intensywność swojego eksportu. Interesującym zjawiskiem jest natomiast fakt zmniejszającego się udziału firm w Polsce, które operują tylko na rynku krajowym (o 4 p.p. w porównaniu do 2013 r.), ponadto odsetek takich firm jest ponad dwa razy niższy niż średnia dla UE (17% wobec 36%).

Powyższe dane wskazują na wzrost zainteresowania działalnością międzynarodową wśród młodych przedsiębiorstw działających do 3,5 roku – spada odsetek przedsiębiorstw w ogóle nieumiędzynarodowionych i rośnie tych, które prowadzą eksport na małą skalę. Niepokojący jest przy tym spadek udziału bardziej doświadczonych młodych przedsiębiorstw, które mają więcej niż 1/4 klientów za granicą. Na tym tle dobrze wygląda sytuacja dojrzałych przedsiębiorstw – wciąż znacznie mniej niż w UE jest w tej grupie firm niezainteresowanych eksportem i więcej przedsiębiorstw bardziej doświadczonych w eksporcie (powyżej 25% klientów poza Polską).

2.11. Intraprzedsiębiorczość

Zakładanie firmy nie jest jedyną formą przedsiębiorczości w rozumieniu GEM. W ramach istniejącej firmy można być również przedsiębiorcą organizacyjnym – intraprzedsiębiorcą. GEM w swoich badaniach stara się dowartościować tę formę przedsiębiorczości i stawia ją na równi z rozpoczynaniem działalności indywidualnej wychodząc z założenia, że w niektórych krajach intraprzedsiębiorczość jest bardziej efektywna od przedsiębiorczości indywidualnej i w większym stopniu przyczynia się do rozwoju społeczno-gospodarczego. W przypadku rozwiniętych gospodarek przedsięwzięcia rozpoczynane w ramach intraprzedsiębiorczości charakteryzują się bowiem często wyższą innowacyjnością niż te powstające w ramach przedsiębiorczości indywidualnej. Większe firmy są również lepiej rozwinięte i mają lepszy dostęp do zasobów. Oczywiście oba te czynniki mogą też być wadami, a ich względna efektywność zależy od specyficznych uwarunkowań.

Badania w tym zakresie są w GEM opcjonalne, choć w roku 2014 w tej części badania wzięły udział wszystkie kraje, co oznacza, że dane dostępne są dla 70 krajów. Do pomiaru intraprzedsiębiorczości służą cztery wskaźniki będące skrzyżowaniem dwóch kryteriów: wiodącej roli w intraprzedsiębiorczości w ciągu ostatnich trzech lat i obecnie oraz wskaźnika wśród populacji oraz wśród osób zatrudnionych. Poniżej w tabeli przedstawiono odsetek osób zaangażowanych w intraprzedsiębiorczość w wiodącej roli wśród populacji dorosłych i wśród pracowników w ciągu ostatnich trzech lat i obecnie.

Tabela 12. Porównanie intraprzedsiębiorczości w krajach europejskich objętych GEM oraz w USA w 2014 roku

Kraj	Wiodąca rola w przedsiębiorczości organizacyjnej (aktywność w ciągu ostatnich 3 lat) wśród populacji	Wiodąca rola w przedsiębiorczości organizacyjnej (aktywność w ciągu ostatnich 3 lat) wśród pracowników	Wiodąca rola w przedsiębiorczości organizacyjnej (aktywność obecnie) wśród populacji	Wiodąca rola w przedsiębiorczości organizacyjnej (aktywność obecnie) wśród pracowników
Kraje zorientowane na czynniki produkcji	1,3	4,5	1,1	3,6
Kraje zorientowane na efektywność	1,7	4,1	1,3	3,2
Kraje zorientowane na innowacje	5,2	8,1	4,1	6,4

cd. tabeli 12

Średnia dla UE	4,7	7,9	3,7	6,1
Austria	5,6	10,0	4,3	7,5
Belgia	5,4	8,5	4,0	6,3
Bośnia i Hercegowina	1,9	5,5	1,7	4,9
Chorwacja	3,6	8,4	3,0	6,9
Dania	11,4	16,8	8,6	12,6
Estonia	3,6	5,4	2,9	4,3
Finlandia	4,5	6,4	3,7	5,3
Francja	3,8	6,3	2,6	4,4
Grecja	0,8	2,1	0,6	1,7
Hiszpania	1,8	4,8	1,5	3,9
Holandia	7,0	9,4	5,2	7,0
Irlandia	6,7	11,8	5,6	10,0
Litwa	5,1	10,2	3,4	6,7
Luksemburg	7,3	10,7	5,1	7,5
Niemcy	4,5	6,6	3,5	5,1
Norwegia	7,9	9,9	5,4	6,7
Polska	3,4	6,6	2,3	4,4
Portugalia	3,2	6,2	2,4	4,6
Rosja	0,5	0,8	0,4	0,6
Rumunia	4,9	8,1	4,1	6,6
Słowacja	4,9	8,4	4,3	7,4
Słowenia	4,7	8,6	3,8	6,9
Szwajcaria	6,1	9,4	4,9	7,6
Szwecja	5,8	8,1	4,7	6,6
USA	6,5	10,5	5,0	8,1
Węgry	2,8	5,8	1,8	3,8
Wielka Brytania	7,0	11,2	6,2	9,9
Włochy	0,8	1,9	0,6	1,6

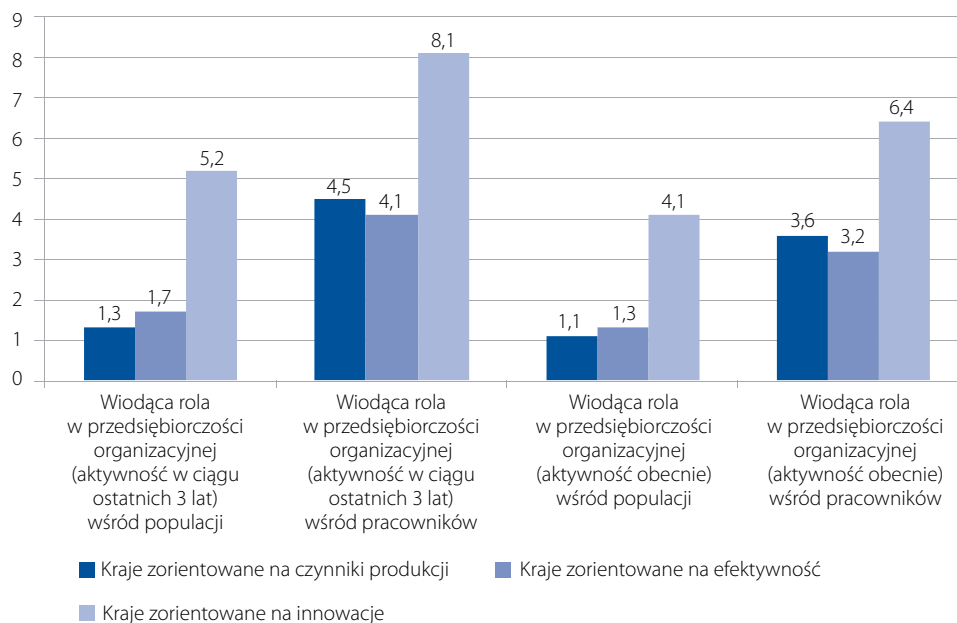
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor 2014.

Pierwsza rzecz rzucająca się w oczy to wzrost poziomu intraprzedsiebiorczości wraz ze wzrostem rozwoju gospodarczego. Dotyczy on wszystkich wskaźników intraprzedsiebiorczości, ale w nieco innym stopniu. Najwyższy poziom przedsiębiorczości organizacyjnej zaobserwować można w przypadku wszystkich wskaźników w krajach zorientowanych na innowacje. W przypadku liczby pracowników jako punktu odniesienia różnica ta jest dwukrotna w porównaniu do krajów na niższym stadium rozwoju gospodarczego. W przypadku odsetka populacji jest to różnica trzykrotna lub czterokrotna. W przypadku krajów zorientowanych na czynniki produkcji i na efektywność różnice zachodzą w dwie strony. Biorąc pod uwagę odsetek populacji, wyższy jest poziom intraprzedsiebiorczości w krajach zorientowanych na efektywność, natomiast biorąc pod uwagę odsetek pracujących wyższy jest poziom intraprzedsiebiorczości w krajach zorientowanych na czynniki produkcji. Powodem tego jest wyższy poziom bezrobocia, niższy poziom aktywności ekonomicznej oraz wyższy poziom przedsiębiorczości indywidualnej w krajach zorientowanych na czynniki produkcji, które to czynniki skutkują mniejszą liczbą pracowników etatowych.

Powyższe wyniki należy zestawić z faktem, że wraz z rozwojem gospodarczym spada poziom przedsiębiorczości indywidualnej. Można zatem powiedzieć, że intraprzedsiebiorczość jest dopełnieniem przedsiębiorczości indywidualnej, w krajach rozwiniętych gospodarczo dodatkowo bardziej efektywnym. Biorąc pod uwagę zagregowany poziom przedsiębiorczości (TEA) oraz intraprzedsiebiorczości odsetek populacji zaangażowany w jakąkolwiek formę przedsiębiorczości we wczesnym stadium wynosi 24,4 dla krajów zorientowanych na czynniki produkcji, 15,3 w krajach zorientowanych na efektywność oraz 10,6 w krajach zorientowanych na innowacje, przy czym należy zauważyć, że obliczenia te nie uwzględniają właścicieli dojrzałych firm.

W Polsce poziom intraprzedsiebiorczości jest dość wysoki w porównaniu do innych krajów zorientowanych na efektywność. 3,4% respondentów pełniło wiodącą rolę w przedsiębiorczości organizacyjnej w ciągu ostatnich 3 lat (6,6% wśród pracowników), a 2,3% respondentów pełniło taką rolę w momencie prowadzenia badania (4,4% wśród pracowników).

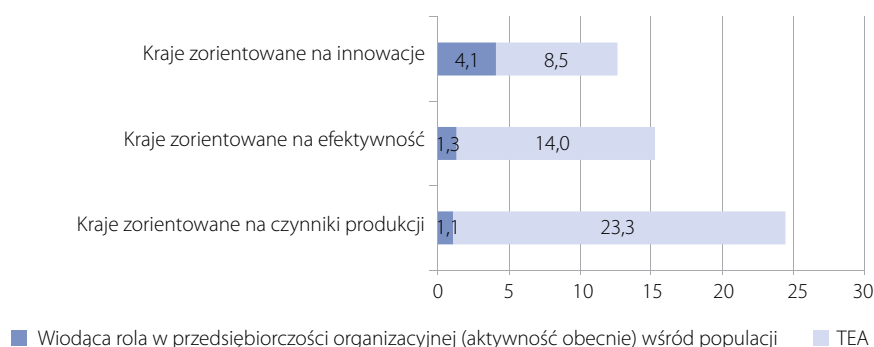
Wykres 9. Średni poziom intraprzsiębiorczości w trzech grupach krajów w 2014 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor 2014.

Zaznaczyć należy, że grupa krajów zorientowanych na efektywność jest bardzo zróżnicowana i należą do niej zarówno kraje, które przemieściły się z grupy krajów zorientowanych na czynniki produkcji, jak i takie, które są blisko „awansu” do grupy krajów zorientowanych na innowacje. Polska należy do tej drugiej podgrupy i powinna raczej być porównywana do krajów rozwiniętych. W tym porównaniu poziom intraprzsiębiorczości w Polsce jest raczej niski i jedynie kilka krajów zorientowanych na innowacje osiąga niższe wyniki. Może być to wynikiem struktury polskiej gospodarki i powiązane jest z „pułapką średniego rozwoju”. Polską gospodarkę charakteryzuje bardzo niska innowacyjność, która wiąże się z intraprzsiębiorczością. Rozpoczynanie nowych przedsięwzięć nawet w ramach istniejących organizacji wiąże się z alokacją zasobów, które przy niskiej innowacyjności nie są dostępne. Inwestycje, które dokonywane są przez przedsiębiorstwa rzadziej kierowane są na badania i rozwój, a częściej na wykorzystanie istniejącego potencjału.

Wykres 10. Intraprzsiębiorczość i przedsiębiorczość indywidualna w trzech grupach krajów w 2014 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor 2014.

Intraprzsiębiorczość z natury jest zbliżona w swoim charakterze do przedsiębiorczości opartej na szansie. Interesujące wyniki może zatem przynieść zestawienie zmiennych dotyczących przedsiębiorczości organizacyjnej z tymi wskazującymi na motywację do zakładania nowych przedsięwzięć.

Tabela 13. Korelacja między wybranymi zmiennymi

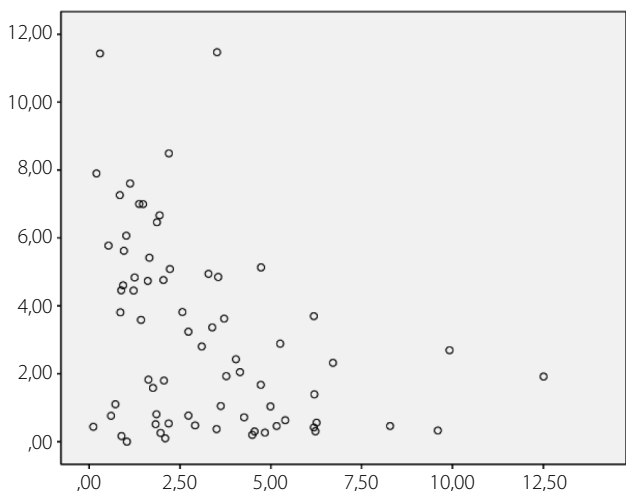
		Wiodąca rola w przedsiębiorczości organizacyjnej (aktywność w ciągu ostatnich 3 lat) wśród populacji	Wiodąca rola w przedsiębiorczości organizacyjnej (aktywność w ciągu ostatnich 3 lat) wśród pracowników	Wiodąca rola w przedsiębiorczości organizacyjnej (aktywność obecnie) wśród populacji	Wiodąca rola w przedsiębiorczości organizacyjnej (aktywność obecnie) wśród pracowników
Szanse biznesowe	Korelacja Pearsona	,118	,175	,095	,160
	Istotność	,331	,148	,436	,186
	N	70	70	70	70
Dojrzałe firmy	Korelacja Pearsona	-,175	-,093	-,140	-,031
	Istotność	,146	,444	,248	,800
	N	70	70	70	70
TEA	Korelacja Pearsona	-,230	-,036	-,222	-,004
	Istotność	,055	,765	,065	,971
	N	70	70	70	70
TEA szansa (% populacji)	Korelacja Pearsona	-,175	,022	-,162	,061
	Istotność	,148	,853	,180	,616
	N	70	70	70	70
TEA konieczność (% populacji)	Korelacja Pearsona	-,375**	-,212	-,374**	-,194
	Istotność	,001	,078	,001	,107
	N	70	70	70	70
TEA szansa (% TEA)	Korelacja Pearsona	,355**	,264*	,362**	,270*
	Istotność	,003	,027	,002	,024
	N	70	70	70	70
TEA konieczność (% TEA)	Korelacja Pearsona	-,347**	-,269*	-,355**	-,274*
	Istotność	,003	,024	,003	,022
	N	70	70	70	70

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor 2014.

** p<0,01; * p<0,05

Istotne statystycznie korelacje zachodzą między wskaźnikami intraprzsiębiorczości w populacji a przedsiębiorczością z konieczności i przedsiębiorczością opartą na szansie. W pierwszym przypadku są to związki negatywne, w drugim – pozytywne. Nie zachodzą natomiast statystycznie istotne związki między intraprzsiębiorczością a rozpoznawaniem szans biznesowych, poziomem dojrzałych firm oraz TEA.

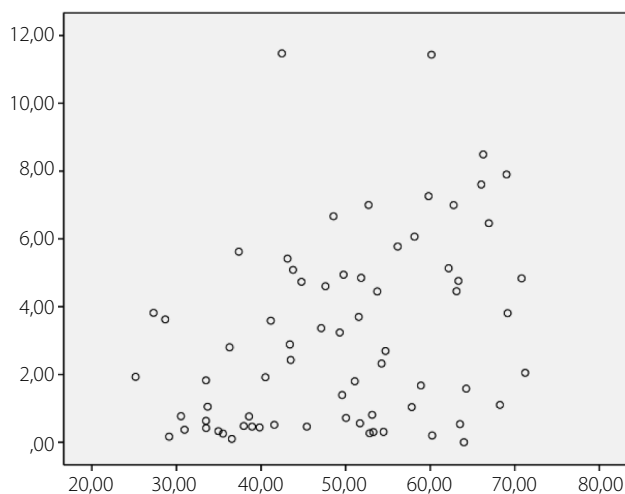
Wykres 11. Związek między przedsiębiorczością z konieczności (oś x) a wiodącą rolą w przedsiębiorczości organizacyjnej (aktywność w ciągu ostatnich 3 lat) wśród populacji (oś y)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor 2014.

Wraz ze wzrostem przedsiębiorczości indywidualnej podejmowanej z konieczności spada poziom intraprzsiębiorczości. Świadczy to o tym, że w krajach, gdzie wiele osób zmuszonych jest podejmować działalność gospodarczą istnieje niedostatek szans biznesowych, które są również wykorzystywane w ramach przedsiębiorczości organizacyjnej. Wyjaśnieniem tego zjawiska może być również fakt, że znaczący udział przedsiębiorczości z konieczności obserwowany jest w przypadku krajów o niskim poziomie rozwoju gospodarczego, który pozwiązany jest również z wysokim bezrobociem. W krajach takich z natury poziom intraprzsiębiorczości jest niski.

Wykres 12. Związek między przedsiębiorczością opartą na szansie (oś x) a wiodącą rolą w przedsiębiorczości organizacyjnej (aktywność w ciągu ostatnich 3 lat) wśród populacji (oś y)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor 2014.

Przedsiębiorczość oparta na szansie współwystępuje natomiast z intraprzsiębiorczością. Wskazuje to na zjawisko pewnej komplementarności (w przeciwieństwie do konkurencji) między wykorzystywaniem szans w przedsiębiorczości indywidualnej a realizacją ich w ramach przedsiębiorczości organizacyjnej. Należy przy tym zauważyć, że wskaźnik przedsiębiorczości opartej na szansie dotyczy w tym przypadku odsetka przedsiębiorców już zaliczonych do wskaźnika TEA.

2.12. Przedsiębiorczość młodych ludzi

Dane APS w pewnym stopniu pozwalają również na analizy według wieku, co daje możliwość uchwycenia specyfiki przedsiębiorczości ludzi młodych. Niestety w wypadku wielu zmiennych liczebność próby jest zbyt niska, aby możliwa była rzetelna analiza.

W Stanach Zjednoczonych obserwuje się ogromne zainteresowanie zjawiskiem *Millennials*, czyli grupę dwudziesto-trzydziestolatków wchodzących właśnie lub w najbliższym czasie na rynek pracy (są to osoby urodzone między mniej więcej 1980 a 2000 rokiem). Różne badania¹⁶ podkreślają, że jest to grupa ludzi znacząco różniąca się od wcześniejszych pokoleń, choć w swoim charakterze wewnętrznie niejednorodna. Są to osoby, które zostały ukształtowane przez nowoczesne technologie, cenią bardzo wysoko znaczenie przynależności do grupy oraz kreatywności w miejscu pracy. Chcą też, aby ich praca, to co robią w swoim życiu prywatnym i zawodowym miało znaczenie, czyli oddziaływało na rzecz dobra społecznego np. poprzez przedsiębiorczość społeczną, innowacje społeczne czy *impact investment*.

Wyróżnienie tej grupy wiekowej jest na pewno ciekawe ze względu na jej odmienność, ale również stało się ważne, ponieważ stanowi ona około 1/3 populacji USA. Powstają poradniki jak zatrudniać, jak zarządzać pracownikami z tej grupy wiekowej, jak najlepiej wykorzystać ich potencjał.

Jednak czy również w Polsce znaczenie tej grupy wiekowej jest tak duże w kontekście rozwoju gospodarczego kraju? Osoby urodzone w latach 1980-2005 stanowią ok. 32% społeczeństwa, czyli porównywalnie tyle, co w USA. Niestety zaangażowanie młodych osób w wolontariat lub pracę charytatywną jest również niskie jak dla całej populacji. Również w przypadku takich wartości jak troska o naturę i środowisko, czy znaczenie bycia kreatywnym nie wyróżniają istotnie młodych ludzi w Polsce¹⁷. Zatem trudno jest potwierdzić, że również w Polsce mamy do czynienia z nowym pokoleniem.

Niemniej jednak w ostatnim czasie coraz bardziej widoczna jest duża energia, aktywność, ale też produktywność społeczności startupowej przejawiająca się z jednej strony powstawaniem nowych firm technologicznych, ale także inicjatyw na rzecz

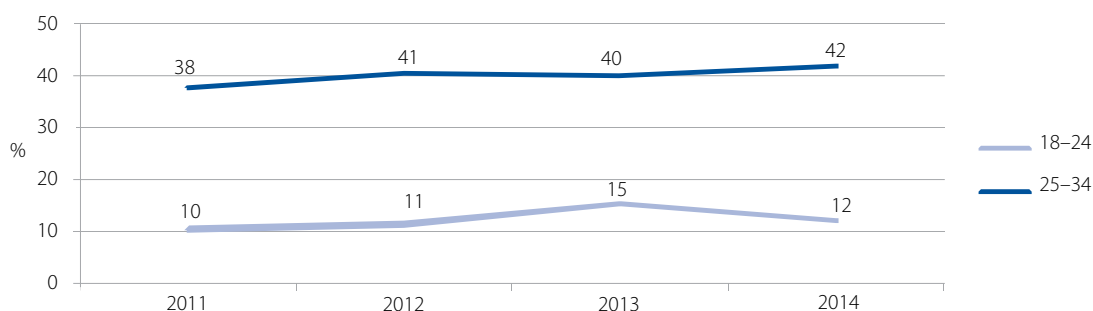
¹⁶ Zydel R., *Młodzi w krzywym zwierciadle*, październik 2010, Harvard Business Review Polska.

¹⁷ Na podstawie wyników badania European Social Survey 2012.

startupów, takich jak np. Startup Poland, Akademickie Inkubatory Przedsiębiorczości czy MamStartup. Tworzą ją zwykle młodzi ludzie. Niestety jest to zjawisko na tyle świeże, że trudno znaleźć szersze dane statystyczne na jego temat.

To co już możemy zaobserwować dzięki badaniu GEM to to, że po pierwsze w okresie 2011-2014 udział osób w wieku 25-34 lata wśród nowych przedsiębiorców (TEA) wzrósł o 4 p.p., a udział osób w wieku 18-24 wzrósł o 2 p.p. (wykres 13).

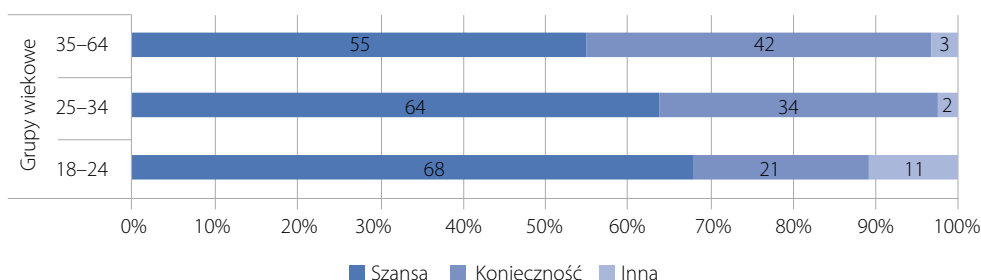
Wykres 13. Udział młodych ludzi wśród nowych przedsiębiorców w Polsce (udział grup wiekowych 18-24 i 25-34 we wskaźniku TEA)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor 2011-2014.

Po drugie, osoby młodsze częściej kierują się szansą, a nie koniecznością w zakładaniu firmy. W grupie wiekowej 18-24 wśród nowych przedsiębiorców (TEA) 21% kierowało się koniecznością, a wśród 35-64-latków odsetek był dwukrotnie wyższy (42%). Wśród 18-24-latków szansą kierowało się 68%, wśród 25-34-latków odsetek wyniósł 64%, a wśród 35-64-latków – 55% (wykres 14).

Wykres 14. Motywacja do założenia firmy wśród nowych przedsiębiorców (TEA) w Polsce w 2014 roku



N=212

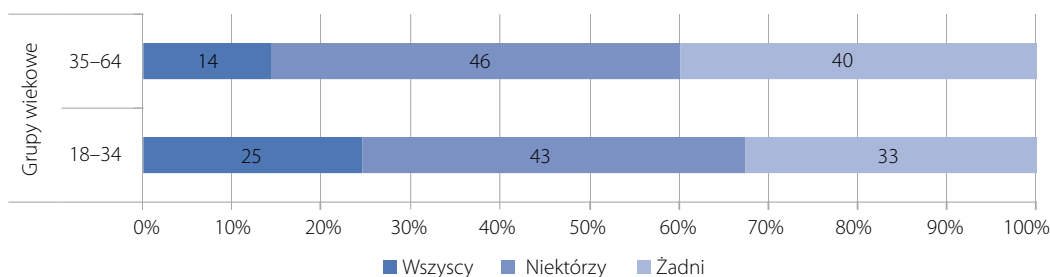
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor 2014.

Po trzecie, w przypadku nowych przedsiębiorców w wieku 18-34 jedna czwarta z nich oferuje produkt, który jest nowy dla wszystkich klientów. W grupie wiekowej 35-64 ten odsetek jest aż o 11 p.p. niższy. Świadczy to o tym, że młodzi ludzie są bardziej innowacyjni.

Ponadto, odsetek nowych przedsiębiorców (TEA) stosujących nowe technologie jest wyższy o 2 p.p. wśród 18-34-latków niż wśród 35-64-latków. A dodatkowo w grupie wiekowej 18-34 udział firm z ambicjami do szybkiego wzrostu jest o 2 p.p. wyższy niż w grupie wiekowej 35-64 (wykres 16). W tych dwóch wymiarach różnice nie są tak znaczne jak w opisanych powyżej.

Podsumowując, dane opisane powyżej składają się na obraz przedsiębiorczości młodych jako zjawiska bardziej pozytywnego, ambitnego i dynamicznego niż w przypadku reszty społeczeństwa.

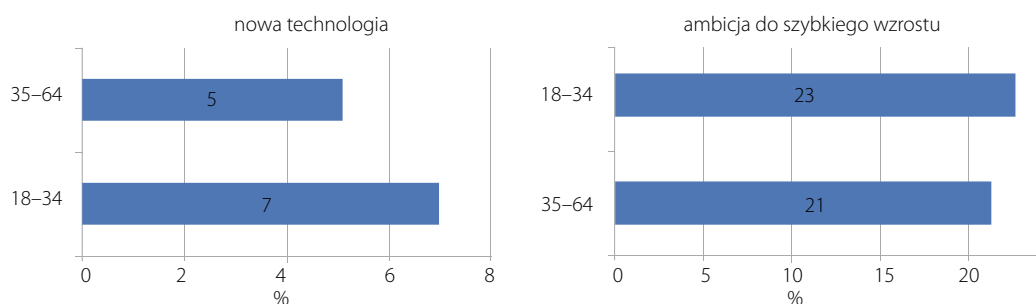
Wykres 15. Innowacyjność produktu wśród nowych przedsiębiorców (TEA) wg grup wiekowych w Polsce w 2014 roku: Ilu klientów uważa produkt za nowy lub nieznan?



N=212 – ze względu na niską liczebność grupy wiekowe 18-24 i 25-34 zostały zagregowane.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor 2014.

Wykres 16. Udział nowych przedsiębiorców (TEA) stosujących nowe technologie i z ambicją do szybkiego wzrostu wg grup wiekowych w Polsce w 2014 roku

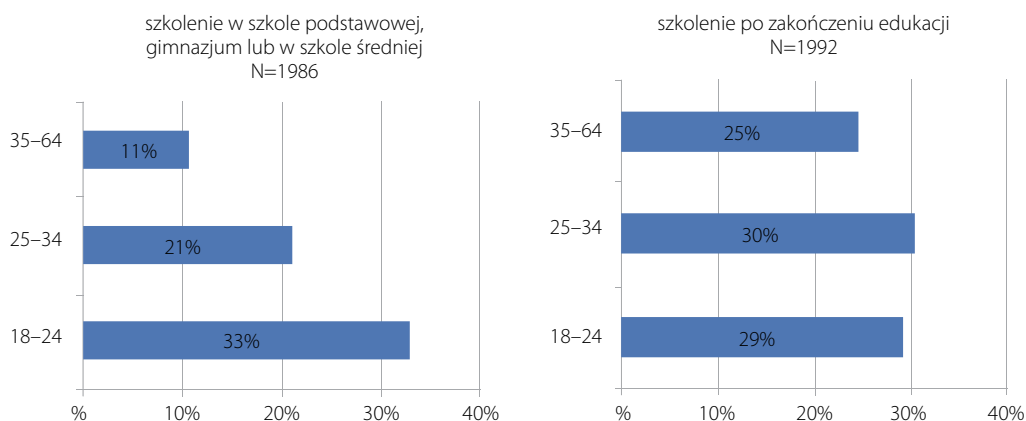


N=212 – ze względu na niską liczebność grupy wiekowe 18-24 i 25-34 zostały zagregowane.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor 2014.

Jak wykazują badania PARP z 2009 roku, na chęć młodych ludzi do założenia własnej działalności gospodarczej w pewnym stopniu wpływają szkolenia z zakresu prowadzenia firmy, a w szczególności zajęcia z przedsiębiorczości na etapie szkoły średniej i studiów wyższych¹⁸.

Wykres 17. Udział osób, które brały udział w szkoleniu z zakresu zakładania firmy w szkole podstawowej, gimnazjum lub w szkole średniej (po lewej) oraz które brały udział w szkoleniu z zakresu zakładania firmy po zakończeniu edukacji (po prawej) wg grup wiekowych w Polsce w 2014 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor 2014.

Wśród osób w wieku 18-24 lata jedynie 33% deklaruje, że w szkole miało zajęcia z zakresu zakładania firmy. Jest to zaskakujący, ale jednocześnie niepokojący wynik, ponieważ zajęcia z zakresu przedsiębiorczości stanowią obowiązkowy przedmiot w szkole średniej od 2002 roku¹⁹. Może to świadczyć o tym, że wiedza z tego zakresu została przekazana w taki sposób, że 67% młodych ludzi zapomniało o tym fakcie. Dla porównania w badaniu z 2009 roku około 22% młodych osób (w wieku 18-25 lat) przyznało, że nie miało zajęć z przedsiębiorczości na etapie szkoły średniej. Jednakże jedynie 28% z nich uznało je za pomocne przy założeniu i prowadzeniu własnej firmy²⁰. Jeszcze mniejszy odsetek (21%) spośród osób w wieku 25-34 potwierdza, że miało takie zajęcia, choć również część i tej grupy wiekowej była już objęta obowiązkowym programem z zakresu przedsiębiorczości w szkole średniej. Wśród osób w wieku 35-64 odsetek taki wyniósł 11%.

Wśród osób w wieku 18-24 i 25-34 udział osób, które brały udział w szkoleniu z zakresu zakładania firmy po ukończeniu edukacji wyniósł po ok. 30%, a w grupie wiekowej 35-64 – 25%.

¹⁸ Węclawska D., Zadura-Lichota P., „Wpływ edukacji na postawy przedsiębiorcze i przygotowanie młodych Polaków do prowadzenia działalności gospodarczej” w: Wilmańska A. (red.) *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2008-2009*.

¹⁹ „(...)szkoły nie musiały wprowadzać tego przedmiotu od razu na pierwszym roku nauczania. Ponadto w części szkół nauczanie przedsiębiorczości było uwzględnione w innych przedmiotach (np.: Nauka o społeczeństwie)” za: Węclawska D., Zadura-Lichota P., op.cit.

²⁰ Ibidem.

3. Charakterystyka przedsiębiorców – analiza danych z lat 2012-2014

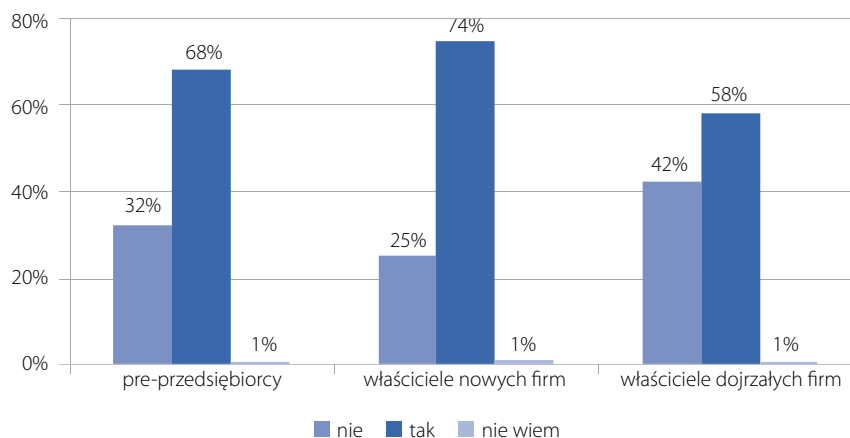
Prowadzenie badań w ramach Globalnego Monitora Przedsiębiorczości cyklicznie pozwala na uchwycenie dynamiki badanych zjawisk. Dodatkową korzyścią jest również możliwość agregacji danych z kilku okresów czasowych i przeprowadzenie analiz na większej próbie badawczej. Podstawą takiego zabiegu jest założenie, że warunki zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej nie zmieniają się znacząco, co pozwala na połączenie kilku prób badawczych (*sample pooling*). Takiego zabiegu można dokonać na przykład w przypadku osób rozpoczynających działalność gospodarczą i prowadzących ją we wczesnym stadium, czyli pre-przedsiębiorców (*nascent entrepreneurs*). W przypadku prowadzenia badań na próbie 2000 respondentów w jednym roku liczba tych przedsiębiorców w próbie wynosi około 100, co nie pozwala na prowadzenie analiz na tak małej próbie. Agregacja próby z trzech okresów badawczych oznacza, że przedsiębiorców takich w próbie znajduje się 321, co może ujawnić kilka istotnych zjawisk i zależności. Podobną technikę można zastosować w przypadku nowych firm (*baby business*) i dojrzałą działalność (*established business*). Takich osób w połączonych próbach jest odpowiednio 246 i 496. Agregowane dane pochodziły z lat 2012-2014, co oznacza, że były gromadzone na przestrzeni dwóch lat (badanie GEM prowadzi się w jednym punkcie czasowym w okolicy połowy roku). Poniżej przedstawiono wyniki analiz grup przedsiębiorców w zakresie:

- znajomości innych przedsiębiorców,
- dostrzegania szans biznesowych,
- umiejętności przedsiębiorczych,
- strachu przed niepowodzeniem,
- sektorów działalności,
- aspiracji przedsiębiorców w zakresie tworzenia nowych rynków, wykorzystania nowych technologii oraz tworzenia miejsc pracy.

3.1. Podstawowe charakterystyki

Do podstawowych charakterystyk badanych przez GEM należą między innymi znajomość z innymi przedsiębiorcami, dostrzeganie szans biznesowych, samoocena umiejętności przedsiębiorczych oraz potencjalny destrukcyjny wpływ strachu przed niepowodzeniem.

Wykres 1. Znajomość innego przedsiębiorcy według stadium działalności

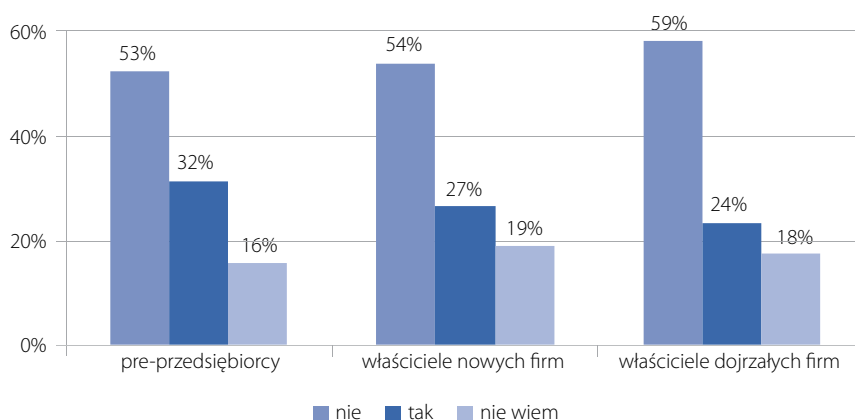


Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor 2012-2014.

Większość pre-przedsiębiorców zna innego przedsiębiorcę (68%). Jest to dość istotne, pozwala bowiem czerpać z doświadczeń innych osób prowadzących biznes, a ponadto jest wskaźnikiem kapitału społecznego przedsiębiorcy. Interesujące jest zatem, że prawie jedna trzecia przedsiębiorców rozpoczynając prowadzenie działalności gospodarczej nie zna innego przedsiębiorcy. Oznacza to, że przedsiębiorcy raczej rzadko korzystają z możliwości budowy sieci powiązań biznesowych (wykres 1).

Można to również zestawić z innym zjawiskiem – 8% pre-przedsiębiorców uważa, że nie posiada wiedzy, umiejętności i doświadczenia niezbędnego w prowadzeniu działalności gospodarczej. Oznacza to, że część przedsiębiorców jest do działalności gospodarczej nieprzygotowana, a rozpoczęcie biznesu jest wynikiem okoliczności zewnętrznych. Wskazuje na to również to, że jedynie jedna trzecia pre-przedsiębiorców dostrzega szansę na rozpoczęcie działalności (wykres 2). Jest to jaskrawa sprzeczność, która niewątpliwie wskazuje na obecność czynników zewnętrznych zmuszających ludzi do podejmowania działalności gospodarczej, takich jak bezrobocie czy niskie kwalifikacje, nieprzystające do rynku pracy. Ponadto, nawet wśród rozpoczynających działalność przedsiębiorców panuje wysoki strach przed niepowodzeniem. Więcej niż dwie osoby na pięć uważają, że strach ten może ich powstrzymać przed prowadzeniem działalności (wykres 4).

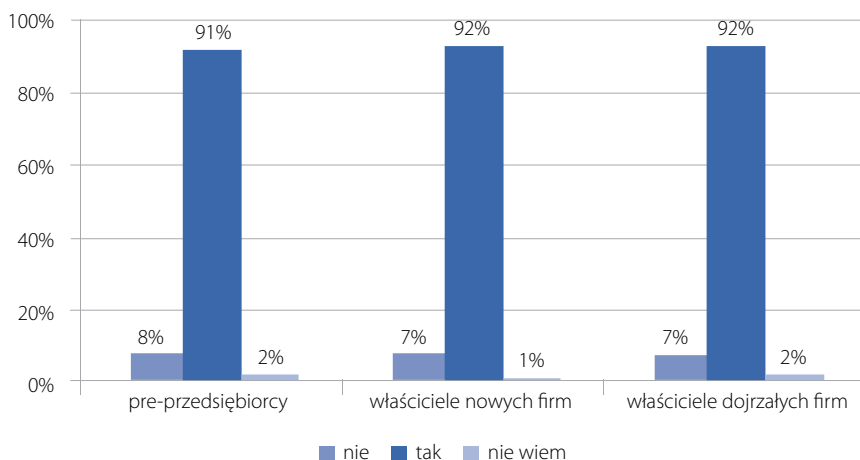
Wykres 2. Dostrzeganie szans biznesowych według stadium działalności



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor 2012-2014.

Zgodnie z oczekiwaniami, wraz z czasem prowadzenia działalności wśród właścicieli nowych firm zwiększa się odsetek właścicieli firm, którzy znają innych przedsiębiorców (o 6 p.p.). Co za to jest sprzeczne z intuicją, zmienia się na niekorzyść dostrzeganie szans przez osoby prowadzące działalność gospodarczą (różnica 5 p.p.). Oznaczać to może, że przedsiębiorcy nie widzą szans na rozwój swojego biznesu, albo na dywersyfikację działalności, co poważnie może ograniczać faktyczny rozwój nowopowstałych firm. Wraz z rozwojem działalności rośnie również strach przed niepowodzeniem, choć jest to wzrost nieznaczny to jest on istotny statystycznie. Samoocena umiejętności przedsiębiorczych pozostaje natomiast niezmienna.

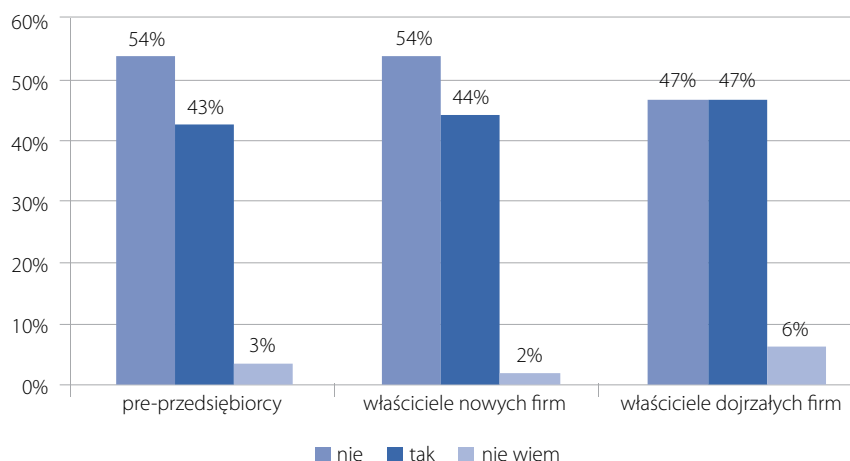
Wykres 3. Samoocena umiejętności przedsiębiorczych według stadium działalności



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor 2012-2014.

Dość niepokojący jest fakt, że wśród właścicieli dojrzałych firm (powyżej 3,5 lat działalności) znajomość innych przedsiębiorców jest jeszcze niższa niż wśród początkujących przedsiębiorców (58%). Oznaczać to może, że przedsiębiorcy nie tworzą sieci powiązań biznesowych, wybierają prowadzenie działalności niejako w izolacji. Może to w dłuższej perspektywie czasowej ograniczać ich aspiracje wzrostowe i możliwości wdrażania innowacji. Niekorzystnie pogłębia się również tendencja braku dostrzegania szans biznesowych oraz coraz wyższego strachu przed niepowodzeniem. Należy przy tym zaznaczyć, że Polska jest drugim po Grecji krajem w Unii Europejskiej, w którym występuje najwyższy strach przed niepowodzeniem. Jest to kombinacja obecnej sytuacji gospodarczej oraz uwarunkowań kulturowych, które wskazują na to, że wśród Polaków panuje bardzo wysoki poziom unikania niepewności.

Wykres 4. Strach przed niepowodzeniem według stadium działalności



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor 2012-2014.

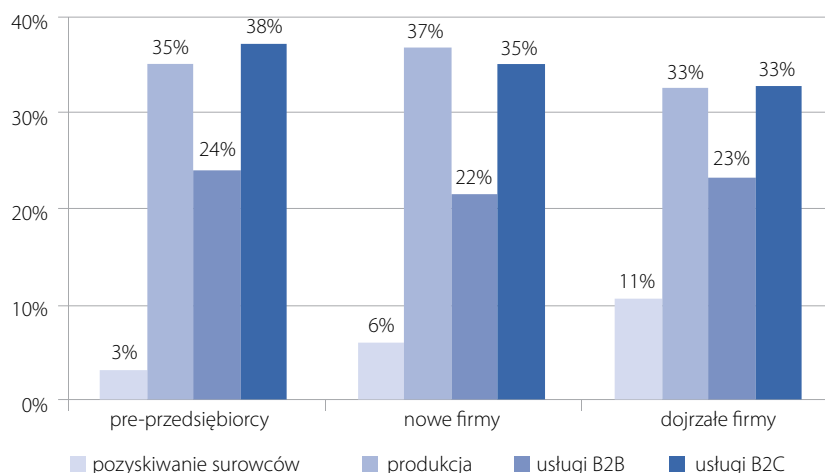
Podsumowując, wraz z wiekiem przedsiębiorstw spada ich usieciowienie. Jest to potwierdzenie wniosków z raportu sprzed dwóch lat, kiedy to osobny rozdział poświęcony został tematyce współpracy. Jednym z wniosków było to, że wraz z ugruntowaniem się pozycji rynkowej firmy, przedsiębiorcy tracą motywację do szukania nowych kontaktów biznesowych, ponieważ jest to traktowane jako „zło konieczne”. Ponadto wraz z wiekiem firmy maleje odsetek przedsiębiorców, którzy dostrzegają szanse biznesowe. Nieznacznie za to rośnie strach przed niepowodzeniem. Samoocena za to pozostaje niezmienna.

3.2. Działalność gospodarcza według sektorów i etapu działalności

Agregacja danych z trzech okresów czasowych pozwala również na analizę sektorów, w których rozpoczynana i prowadzona jest działalność. Porównanie przedsiębiorców znajdujących się w różnych fazach działalności pokazuje, że wraz z wiekiem wzrasta udział przedsiębiorstw w sektorze pozyskiwania surowców, natomiast spada w sektorze usług skierowanych do klientów indywidualnych. Daje to pewną informację na temat wskaźnika przetrwania firm o różnym profilu działalności. Więcej informacji na ten temat dostarcza analiza w podziale na 12 sektorów działalności gospodarczej.

Spośród dwunastu sektorów można wskazać takie, których reprezentacja rośnie wraz z czasem prowadzenia działalności oraz takie, których udział spada. Może być to wynikiem dwóch zjawisk. Po pierwsze, może świadczyć o zmieniającej się strukturze działalności gospodarczej. Po drugie, jednak może wskazywać na niższy lub wyższy wskaźnik przetrwania firm w różnych branżach. Wzrastający udział może świadczyć o tym, że w danym sektorze wskaźnik przetrwania jest wyższy niż średnia. Sytuacja taka występuje w przypadku rolnictwa, leśnictwa i rybołówstwa oraz produkcji. Istnieją również sektory, w których sytuacja jest odwrotna, co może wskazywać na wskaźnik przetrwania niższy od średniej. Dotyczy to górnictwa i budownictwa; handlu hurtowego; handlu detalicznego, hoteli i restauracji; usług administracyjnych oraz wsparcia działalności usługowej.

Wykres 5. Działalność według sektorów i faz działalności



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor 2012-2014.

Tabela 1. Działalność według sektorów i faz działalności

	pre-przedsiębiorcy	nowe firmy	dojrzałe firmy
rolnictwo, leśnictwo, rybołówstwo	3,2%	6,0%	10,5%
górnictwo, budownictwo	16,2%	14,9%	14,0%
produkcja	7,2%	8,9%	9,9%
transport, magazynowanie, utylizacja	7,2%	8,1%	7,0%
handel hurtowy	5,4%	5,5%	2,9%
handel detaliczny, hotele, restauracje	23,5%	20,0%	18,9%
informacja i komunikacja	5,1%	3,4%	4,3%
pośrednictwo finansowe, obrót nieruchomościami	4,3%	4,7%	4,3%
usługi profesjonalne	10,5%	9,4%	12,5%
usługi administracyjne	4,3%	4,3%	2,3%
administracja publiczna, ochrona zdrowia, edukacja, usługi społeczne	10,5%	12,8%	12,3%
wsparcie działalności usługowej	2,5%	2,1%	1,2%

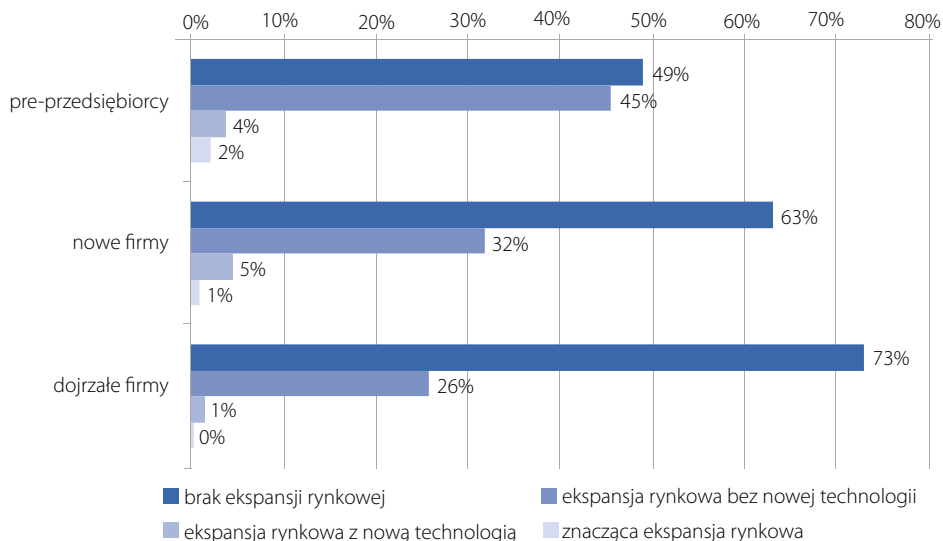
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor 2012-2014.

3.3. Aspiracje przedsiębiorców – nowe produkty, rynki, technologie; tworzenie miejsc pracy i eksport

Obok postaw przedsiębiorczych i aktywności przedsiębiorczej istotnym tematem zainteresowania w GEM są aspiracje przedsiębiorców. Dotyczą one kilku dziedzin: innowacyjności (wprowadzania nowych produktów), tworzenia nowych rynków, wykorzystania nowych technologii, działalności eksportowej oraz tworzenia nowych miejsc pracy.

Jednym ze wskaźników aspiracji przedsiębiorców jest ekspansja rynkowa (wykres 6). Stanowi ona kombinację tworzenia nowego rynku i wykorzystania nowej technologii. Z analizy planowanej i zrealizowanej ekspansji na różnych etapach działalności wynika, że przedsiębiorcy często zbyt optymistycznie oceniają swoje zamierzenia biznesowe i nie są one realizowane. Brak ekspansji rynkowej deklaruje nieco poniżej połowy przedsiębiorców we wczesnym stadium, tymczasem wśród właścicieli dojrzałych firm jest to już prawie trzy czwarte respondentów. Natomiast znaczącą ekspansję rynkową deklaruje co pięćdziesiąty początkujący przedsiębiorca i jedynie co pięćsetny doświadczony właściciel firmy. Obok zbytniego optymizmu początkujących przedsiębiorców weryfikowanego w toku działalności może być to efektem stagnacji firm w późniejszych etapach działalności.

Wykres 6. Ekspansja rynkowa na różnych etapach działalności

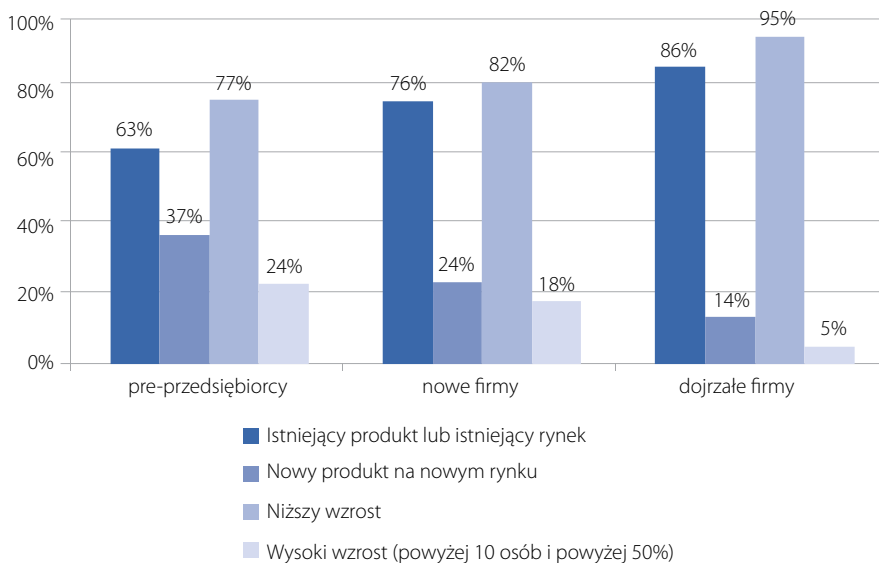


Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor 2012-2014.

Podobne zjawiska zaobserwować można w przypadku tworzenia nowych produktów, tworzenia miejsc pracy i orientacji międzynarodowej. Deklarowane przez przedsiębiorców wprowadzanie nowych produktów na nowe rynki zwane przedsiębiorczością radykalną występuje w przypadku 37% początkujących przedsiębiorców i tylko 14% właścicieli dojrzałych firm. Podobnie jak poprzednio, może być to wynikiem stagnacji rozwojowej oraz zbytniego optymizmu w początkach działalności.

Najbardziej jednak alarmujące są wyniki w zakresie tworzenia miejsc pracy. Wysoki wskaźnik wzrostu (oznaczający stworzenie co najmniej 10 miejsc pracy w ciągu najbliższych 5 lat i powiększenie zatrudnienia o co najmniej 50%) jest deklarowany przez prawie co czwartego początkującego przedsiębiorcę oraz jedynie przez co dwudziestego właściciela dojrzałej firmy. Należy oczywiście zaznaczyć, że w przypadku tych ostatnich stworzenie 10 miejsc pracy może oznaczać przyrost zatrudnienia o mniej niż 50%, jednak tak niskie deklaracje wzrostu mogą oznaczać barierę w rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw (wykres 7).

Wykres 7. Nowe produkty, rynki i tworzenie miejsc pracy na różnych etapach działalności

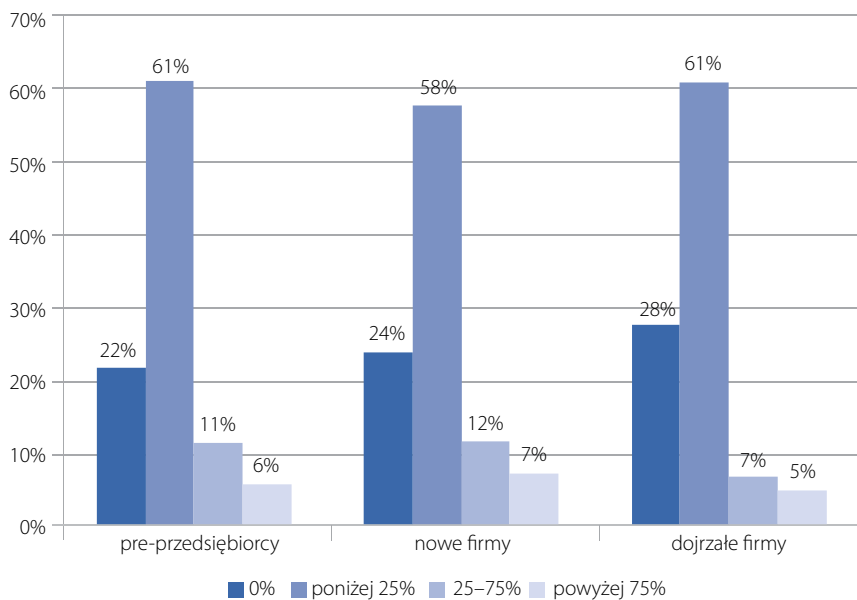


Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor 2012-2014.

Redukcja aspiracji wraz z czasem prowadzenia działalności gospodarczej dotyczy również orientacji międzynarodowej, czyli deklaracji, jaki jest odsetek klientów, którzy mieszkają lub będą mieszkać za granicą (wykres 8). Zaobserwować można przede wszystkim wzrost udziału firm (z 22% wśród pre-przedsiębiorców do 28% wśród dojrzałych firm), które nie zamierzają eksportować, albo nie eksportują. Silna orientacja międzynarodowa (powyżej 25% klientów mieszkających za granicą) spada zaś z 17% wśród początkujących przedsiębiorców do 12% wśród właścicieli dojrzałych firm, choć wzrasta do 19% wśród nowych firm.

Ogólnie można stwierdzić, że wraz z rozwojem firmy obniżają się aspiracje jej właściciela. Jest to zjawisko z jednej strony niepokojące, z drugiej strony dość naturalne. W literaturze naukowej często podkreśla się nadmierną pewność siebie przedsiębiorców (*overconfidence*). Jest ona z jednej strony zagrożeniem dla działalności, ale z drugiej strony, jej niezbędnym warunkiem.

Wykres 8. Orientacja międzynarodowa na różnych etapach działalności



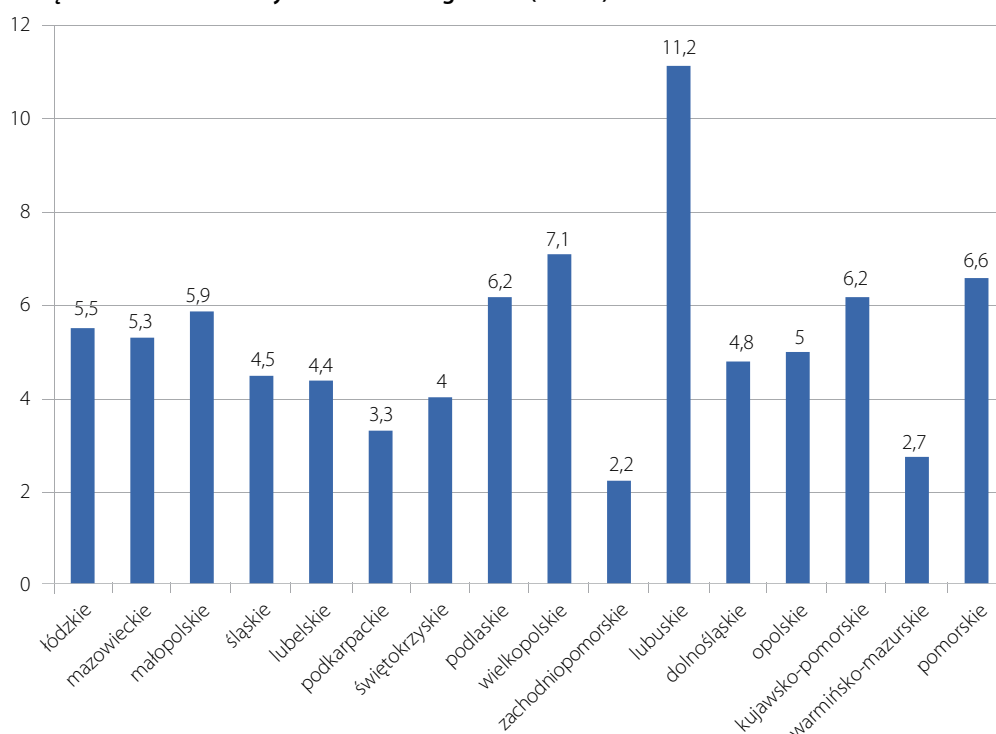
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor 2012-2014.

4. Różnice regionalne w przedsiębiorczości

Agregacja prób badawczych pozwala również dokonać porównań między regionami. W ujęciu jednorocznym jest to niemożliwe, ponieważ liczba respondentów w mniej licznych regionach jest zbyt mała. Przy agregacji danych z trzech okresów badawczych najmniej liczne są grupy respondentów z województw lubuskiego i opolskiego (w obu przypadkach 162 osoby). Największa próba uzyskana została w województwach: mazowieckim (814) i śląskim (730). Do wyników badania w tym zakresie należy zatem podchodzić z pewną ostrożnością, ponieważ błąd statystyczny wyników może być znaczący.

W przedsiębiorczości we wczesnym stadium występują znaczące różnice między regionami. Najniższy wskaźnik występuje w województwie zachodniopomorskim (2,2%), natomiast najwyższy w województwie lubuskim (11,2%). Dla przypomnienia, średni poziom TEA w Polsce wyniósł w 2104 roku 9,2%. Wyjaśnienie różnic regionalnych w poziomie przedsiębiorczości jest zagadnieniem bardzo skomplikowanym i wielowątkowym, mają na nie wpływ czynniki gospodarcze, kulturowe, historyczne, a także bliskość granic czy też odległość od stolicy i infrastruktura. Można natomiast odnieść różnice w rozpoczynaniu działalności do poziomu dostrzegania szans biznesowych w regionach.

Wykres 1. Przedsiębiorczość we wczesnym stadium w regionach (TEA %)



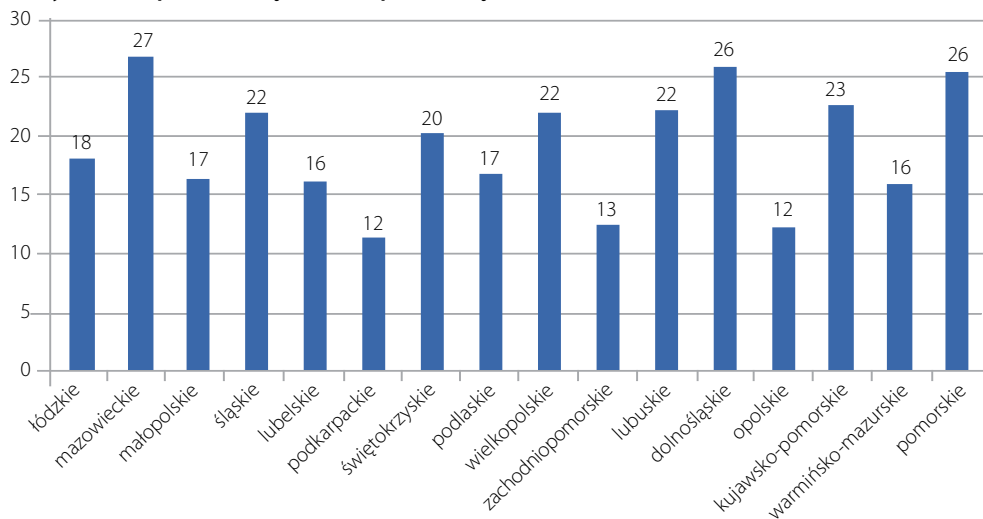
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor 2012-2014.

Również różnice w dostrzeganiu szans biznesowych są znaczące między regionami. Można w tym kontekście mówić o czterech grupach województw, w których poziom rozpoznawania szans biznesowych jest podobny:

- (1) podkarpackie, opolskie, zachodniopomorskie (11,5% - 12,5%),
- (2) warmińsko-mazurskie, lubelskie, małopolskie, podlaskie, łódzkie (16% - 18,2%),
- (3) świętokrzyskie, śląskie, wielkopolskie, lubuskie, kujawsko-pomorskie (20,4% - 22,8%),
- (4) pomorskie, dolnośląskie, mazowieckie (25,5% - 26,8%).

Poziom dostrzegania szans biznesowych zależy oczywiście od obecnego poziomu rozwoju regionu, warto natomiast zestawiać rozpoznawanie szans z poziomem przedsiębiorczości we wczesnym stadium. Z jednej strony regiony, w których mimo niskiego poziomu dostrzegania szans poziom przedsiębiorczości jest wysoki (opolskie, lubuskie). Z drugiej strony województwa, w których poziom rozpoznawania szans stosunkowo przewyższa poziom rozpoczynania działalności. Należą do nich mazowieckie, śląskie, zachodniopomorskie, dolnośląskie i warmińsko-mazurskie. Należy się spodziewać, że w pierwszej grupie przeważać będzie przedsiębiorczość z konieczności, w drugiej zaś motorem zakładania nowych firm będzie chęć wykorzystania szansy biznesowej.

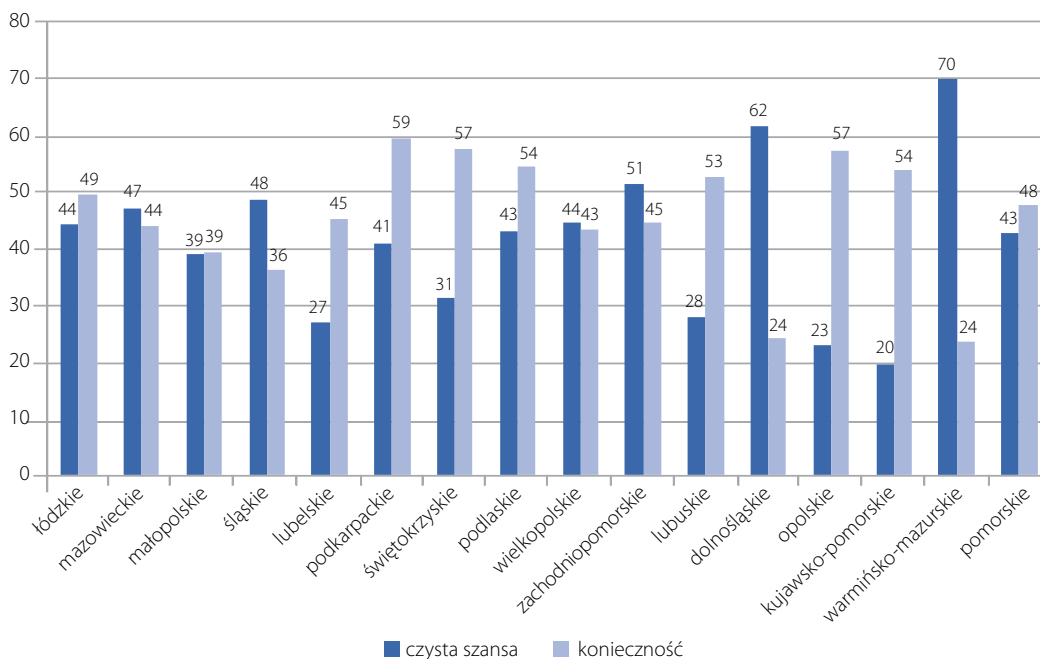
Wykres 2. Dostrzeganie szans biznesowych w regionach (liczby wyrażają procentowy udział odpowiedzi twierdzących w stosunku do wszystkich odpowiedzi, łącznie z odpowiedzią 'nie wiem')



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor 2012-2014.

Analiza relacji między przedsiębiorczością opartą na szansie i tą podejmowaną z konieczności potwierdza wcześniejsze przypuszczenia. W regionach, gdzie dostrzeganie szans jest wysokie, a przedsiębiorczość niska przeważa przedsiębiorczość oparta na szansie, a w regionach gdzie jest odwrotnie dominuje przedsiębiorczość z konieczności. Skrajnymi przypadkami są z jednej strony województwa dolnośląskie i warmińsko-mazurskie, a z drugiej, opolskie i kujawsko-pomorskie. Trzeba jednak zaznaczyć, że powyższa analiza została przeprowadzona na małej liczbie próbie przedsiębiorców TEA zidentyfikowanych w niektórych regionach.

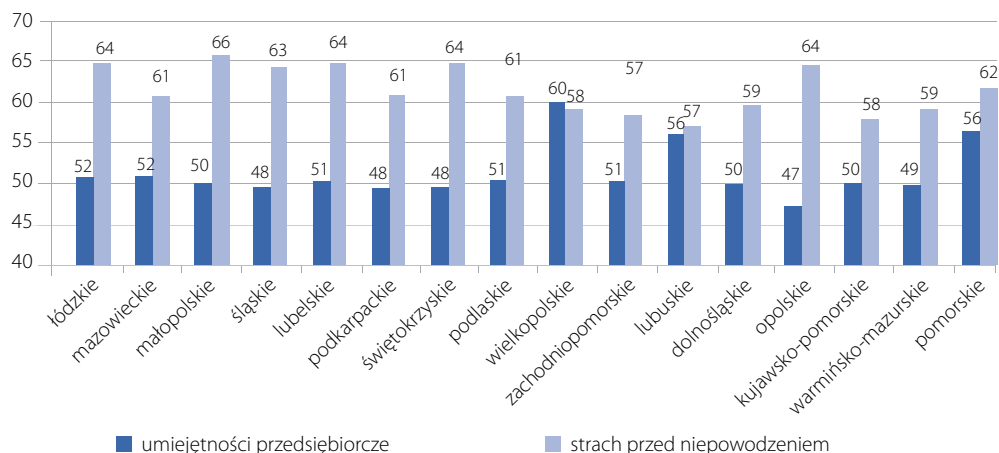
Wykres 3. Przedsiębiorczość oparta na szansie i z konieczności w regionach (%)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor 2012-2014.

Między województwami występują również różnice w samoocenie umiejętności przedsiębiorczych i strachu przed niepowodzeniem, ale są one niższe niż w przypadku dostrzegania szans. Zauważyć należy znacznie odbiegającą od średniej wysoką samoocenę umiejętności w województwie wielkopolskim (wykres 4), a także w lubuskim i pomorskim, a także wysoki strach przed niepowodzeniem w województwach małopolskim, lubelskim, świętokrzyskim i opolskim. Rysuje się zatem obecny również w innych porównaniach podział kraju na północny-zachód i południowy-wschód.

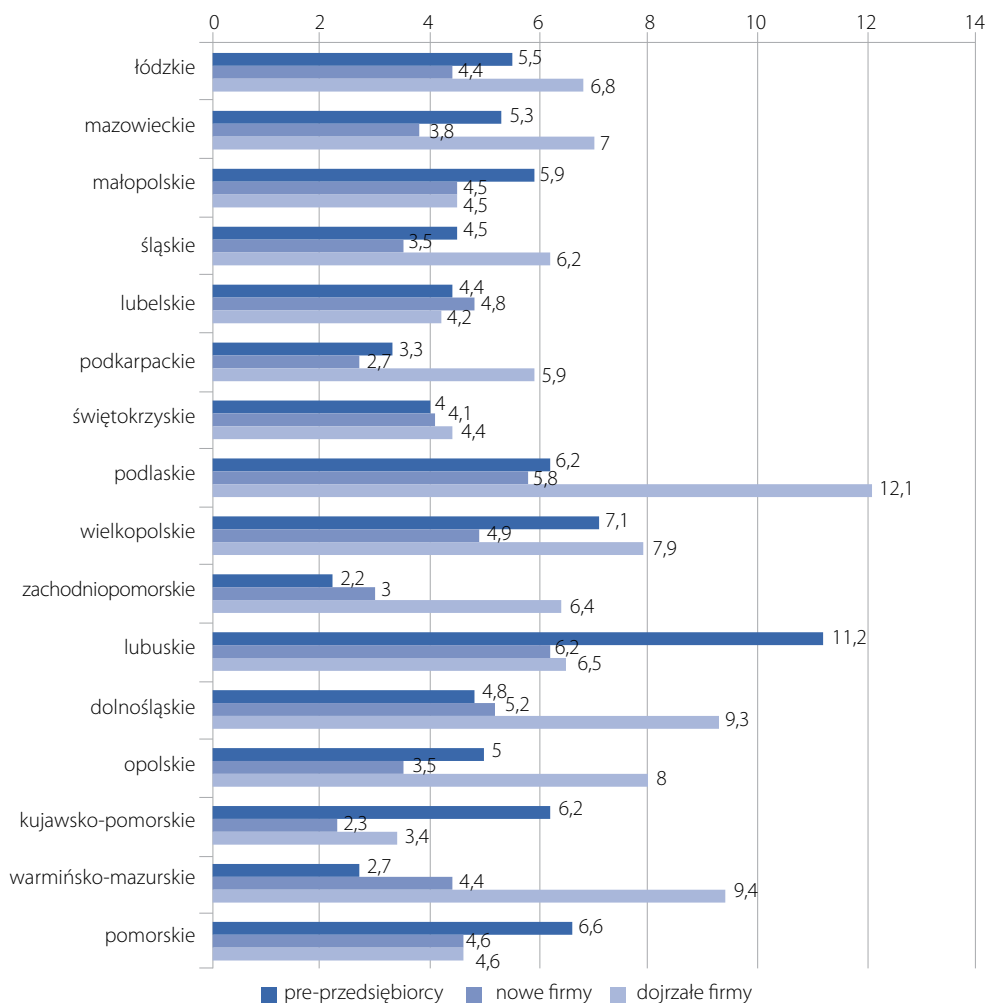
Wykres 4. Wiedza, umiejętności i doświadczenie przedsiębiorcze oraz strach przed niepowodzeniem w regionach (w przypadku umiejętności liczby wyrażają procentowy udział odpowiedzi twierdzących w stosunku do wszystkich odpowiedzi, łącznie z odpowiedzią 'nie wiem')



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor 2012-2014.

Z zestawienia danych regionalnych na temat przedsiębiorczości we wczesnym stadium, młodych firm i dojrzałych firm można wyciągnąć wnioski w zakresie żywotności firm. Istnieją województwa, w których liczba przedsiębiorstw we wczesnym stadium przewyższa liczbę tych w późniejszych etapach działalności. Należą do nich małopolskie, lubuskie i kujawsko-pomorskie. Z kolei w innych regionach sytuacja jest odwrotna: przeważają firmy dojrzałe, co może świadczyć o wyższej ich przeżywalności w tym regionie. Sytuacja taka dotyczy województw podkarpackiego, podlaskiego, zachodniopomorskiego, dolnośląskiego i warmińsko-mazurskiego.

Wykres 5. Młode i dojrzałe firmy w regionach (%)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Global Entrepreneurship Monitor 2012-2014.

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

5.1. Wstęp – o badaniu i uwagi techniczne

Wyniki badania krajowych ekspertów przedsiębiorczości zawierają ocenę uwarunkowań powstawania i rozwoju przedsiębiorczości w Polsce. Ocena ta została dokonana przy wykorzystaniu badania jakościowego (*National Experts Survey – NES*), w którym wzięło udział 36 ekspertów z Polski. Zadaniem każdego z ekspertów była ocena stwierdzeń odnoszących się do 12-tu obszarów²¹. W każdym z obszarów znalazło się 5-6 stwierdzeń na temat, na który ekspert miał wyrazić opinię, używając skali: zdecydowanie się zgadzam – 5 pkt, raczej się zgadzam – 4 pkt, ani się zgadzam, ani się nie zgadzam – 3 pkt, raczej się nie zgadzam – 2 pkt, zdecydowanie się nie zgadzam – 1 pkt. Wszystkie stwierdzenia miały wydźwięk pozytywny, tzn. stwierdzały, że dany aspekt ma w Polsce korzystny wpływ na przedsiębiorczość, zatem im więcej punktów przyznano w danym obszarze, tym lepiej oceniono sytuację. Następnie, dla danych stwierdzeń policzono średnie dla odpowiedzi wszystkich ekspertów²². 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.

Dodatkowo, wyniki dla Polski zostały zestawione na wykresach z uśrednionymi wynikami dla krajów o gospodarkach zorientowanych na innowacje, mimo że Polska jest sklasyfikowana w grupie gospodarek zorientowanych na efektywność. Takie porównanie ma swoje konsekwencje: mianowicie, należy pamiętać, że przedsiębiorczość, szczególnie rozumiana jako liczba nowo powstałych podmiotów w krajach o gospodarkach zorientowanych na innowacje jest na niższym poziomie niż w pozostałych grupach (gospodarkach nastawionych na efektywność czy też czynniki produkcji).

Z uwagi na wielość obszarów objętych badaniem NES postanowiono pogrupować je w cztery bloki (wykres 1) reprezentujące szersze kategorie uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości, tj.:

- **Szanse na start:** edukacja przedsiębiorczości – poziom podstawowy i średni oraz poziom uczelni wyższych i kształcenie ustawiczne, zdolności/wiedza do założenia firmy; otwartość rynku – jej dynamika i obciążenia; dostępność finansowania; infrastruktura komercyjna, usługowa i techniczna;
- **Polityka i programy rządowe:** priorytety i wsparcie przedsiębiorczości oraz obciążenia związane z podatkami i regulacjami administracyjnymi, programy rządowe (publiczne) wspierające przedsiębiorczość,
- **Badania i rozwój:** badania i rozwój, transfer technologii;
- **Normy społeczno-kulturowe:** systemy wartości i normy społeczne.

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

5.2. Stan obecny

Według ekspertów biorących udział w badaniu NES, w 2014 roku warunki do powstawania i rozwoju przedsiębiorstw w Polsce były przeciętne aczkolwiek oceny ekspertów były w większości obszarów nieco lepsze niż w 2013 i w 2011 roku.

5.2.1. Szanse na start

Poddając ocenie możliwości rozpoczęcia działalności nowego przedsiębiorstwa należy dobrze przyjrzeć się szeregu ważnym aspektom determinującym rozpoczęcie działalności bądź jej rozwijanie. Niewątpliwie podstawową rzeczą jest przygotowanie do prowadzenia firmy, a więc szeroko pojęta edukacja w zakresie przedsiębiorczości oraz szkolenia. Niezwykle ważne są również wa-

²¹ dostępność finansowania, polityka rządu wobec przedsiębiorczości, publiczne programy wspierania przedsiębiorczości, edukacja na poziomie podstawowym i średnim; szkolnictwo wyższe i doskonalenie zawodowe, badania, rozwój i transfer technologii, komercyjne otoczenie biznesu, stabilność sytuacji rynkowej i bariery prawne wejścia na rynek, infrastruktura techniczna, systemy wartości i normy społeczne.

²² Twórcy badania zdają sobie sprawę z konsekwencji zastosowania średniej dla skali Likerta, jednak uznano takie rozwiązanie za najbardziej optymalne w sytuacji gdy porównania dokonuje się między tak wieloma krajami w tak wielu obszarach jednocześnie.

runki, jakie panują na rynku i w związku z tym możliwości wejścia na rynek, koszty z tym związane. Kolejną kwestią są możliwości finansowania działalności, szczególnie na początkowym etapie rozwoju biznesu. Większe szanse na rozwój mają podmioty mające dostęp do rozwiniętej infrastruktury technicznej oraz mogące liczyć na wsparcie komercyjne w zakresie obsługi bankowej, profesjonalnych konsultantów, prawników czy współpracy z dostawcami i podwykonawcami.

Edukacja

Zatem jak wygląda proces kształcenia przyszłych przedsiębiorców wg ekspertów. Na pierwszy rzut oka można by pomyśleć, że nawet dobrze, gdyż Polska jest jednym z nielicznych krajów europejskich, w którym przedmiot przedsiębiorczość jest obowiązkowy na poziomie szkoły średniej. W przypadku szkół podstawowych i gimnazjów sytuacja wygląda inaczej – tam przedmiot przedsiębiorczość nie występuje bezpośrednio w szkolnych programach nauczania, a raczej jest uzależniony od kreatywności i świadomości nauczycieli nt. tego jak ważne są podstawy rozumienia zasad funkcjonowania przedsiębiorstw i czynników ją kształtujących. Efektem takiego podejścia są ograniczone możliwości rozwijania cech przedsiębiorczych (w tym: kreatywności, rozwiązywania problemów, planowania czy pracy w grupie) na wczesnym etapie rozwoju dziecka.

Przy takim podejściu do nauczania przedsiębiorczości nie dziwi wynik opinii ekspertów w zakresie oceny edukacji przedsiębiorczości na poziomie podstawowym i średnim – 1,75 pkt, co stanowi zaledwie 80% oceny krajów nastawionych na innowacje. Nieco lepiej w opinii ekspertów prezentuje się edukacja i szkolenia w zakresie przedsiębiorczości na poziomie szkół zawodowych i wyższych, w szczególności kształcenie zawodowe, kursy profesjonalne oraz kształcenie ustawiczne – 2,54 pkt, jednak wciąż porównując ten wynik do rezultatu krajów nastawionych na innowacje jest niższy o około 12%.

Otwartość rynku

Obok podstawowej bariery w postaci słabego przygotowanie edukacyjnego w zakresie przedsiębiorczości występują istotne bariery (2,75 pkt) związane z ponoszeniem kosztów wejścia na rynek, ekonomią skali, zróżnicowaniem wyrobów konkurencji czy z zapotrzebowaniem kapitałowym. Dodatkowo, bezprawne bariery stwarzane są przez firmy już funkcjonujące na tych rynkach, co sprawia, że nowe i rozwijające się firmy nie mogą tak łatwo wejść na nowe rynki.

Choć oceny ekspertów wskazują na znaczne bariery związane z wejściem na rynek nowych przedsiębiorstw, to nie są to oceny znacznie odbiegające od średnich ocen ekspertów z krajów o gospodarkach nastawionych na innowacje (średnia ocen wyniosła 2,78 pkt).

Mimo barier wejścia z punktu widzenia nowych i rozwijających się firm, zdaniem ekspertów polski rynek należy do dynamicznie zmieniających się (ogólnie ten obszar oceniono na 4,04 pkt). Eksperci zostali poproszeni o odniesienie się dwóch kwestii: dynamiki rynku w zakresie towarów i usług oraz dynamiki rynku w zakresie usług typu B2B. W obu przypadkach eksperci uznali te rynki za istotnie zmieniające się (odpowiednio 4,11 i 3,97 pkt). W porównaniu z krajami o gospodarkach nastawionych na innowacje dynamika naszego rynku została oceniona wyżej (138%), szczególnie warto podkreślić dynamikę rynku towarów i usług konsumpcyjnych (138% wartości dla krajów nastawionych na innowacje) oraz zmiany na rynku towarów i usług typu B2B (138%).

Finansowanie działalności przedsiębiorstw

W procesie zakładania i rozwijania firmy istotne znaczenie ma wiele czynników. Kolejnym jest kapitał. Bez zaangażowania odpowiedniej ilości środków nie jest możliwy ani rozwój przedsiębiorstwa, ani utrzymanie jego konkurencyjnej pozycji na rynku. Kapitał warunkuje i determinuje funkcjonowanie każdego przedsiębiorstwa, na każdym etapie jego rozwoju. O tym, z jakich źródeł finansowych, czy i w jakim stopniu przedsiębiorstwa mogą skorzystać decyduje kilka czynników. Zalicza się do nich przede wszystkim wielkość firmy, fazę rozwoju, potrzeby inwestycyjne czy dostępność do kapitału.

Przyjrzyjmy się poszczególnym formom finansowania, których występowanie w Polsce poddane zostało ocenie ekspertów. W sumie eksperci ocenili sześć rodzajów finansowania: finansowanie kapitałowe, finansowanie dłużne, wsparcie publiczne, środki finansowe udostępnione przez osoby prywatne, środki finansowe zaliczane do kapitału podwyższonego ryzyka (np. *venture capital*), środki finansowe dostępne w formie pierwszych ofert publicznych (IPO), w zakresie ich dostępności dla nowych i rozwijających się firm.

Ogólnie średnia ocena ekspertów bloku nt. dostępności różnych form finansowania dedykowana dla nowych i rozwijających się firm jest dość niska (2,77 pkt), aczkolwiek nieco przewyższa średnią ocenę ekspertów z krajów o gospodarkach nastawionych na innowacje (101%). Najlepiej według ekspertów został oceniony dostęp do finansowania dłużnego (3,2 pkt), co może być potwierdzeniem, że liczba instytucji angażujących się w finansowe wsparcie start-up'ów rośnie.

Na drugim miejscu pod względem oceny możliwości finansowania działalności nowych i rozwijających się firm jest finansowanie kapitałowe (3,06 pkt). Co ciekawe, oceny możliwości finansowania kapitałowego jak i dłużnego polskich ekspertów są wyższe

niż oceny ekspertów z krajów nastawionych na innowacje (108,14%). Finansowanie kapitałowe w przypadku młodych firm ma ogromne znaczenie – z jednej strony przedsiębiorca może szybko uzyskać kapitał niezbędny do rozwoju firmy (co najczęściej wiąże się z oddaniem części udziałów inwestorowi), a z drugiej strony może pozyskać wiedzę i doświadczenie wniesione przez inwestora. Polska jest atrakcyjnym rynkiem dla funduszy *private equity* i *venture capital*. Niemal połowa inwestycji tego typu w Europie Środkowo-Wschodniej przeprowadzana była właśnie u nas. W porównaniu ze średnią europejską zaangażowanie funduszy w stosunku do PKB jest w Polsce jednak dwuipółkrotnie niższe. Za perspektywiczne uważane są branże związane z IT i Internetem, ochroną zdrowia oraz usługami.

Zdaniem ekspertów w 2014 r. nie było wystarczającego wsparcia publicznego (2,76 pkt) dostępnego dla nowych i rozwijających się firm, co wpłynęło na uzyskanie niższej oceny niż przed rokiem. Taki wynik spowodowany jest w dużej mierze wyczerpaniem się środków na tego typu inicjatywy z perspektywy finansowej 2007-2013. Jednocześnie konkursy z nowej puli środków z okresu programowania 2014-2020 w czasie realizacji badania jeszcze nie zostały ogłoszone.

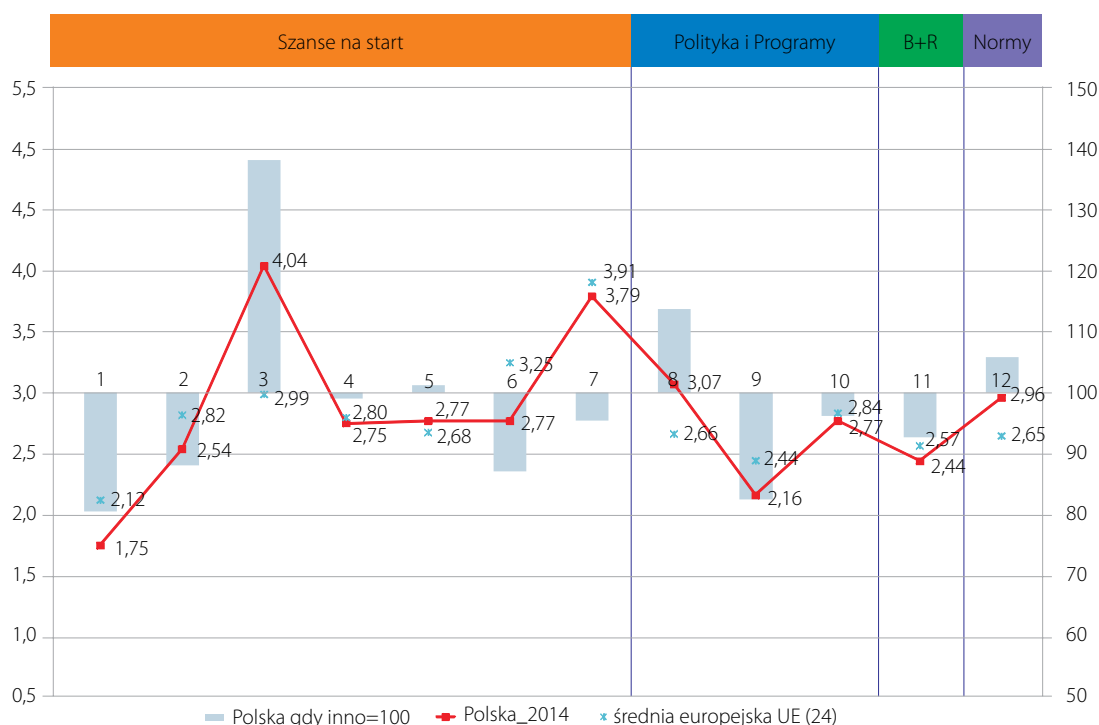
Najgorszy wynik w tym bloku, ale lepszy niż przed rokiem, dotyczy możliwości finansowania nowych i rozwijających się firm przez osoby prywatne (2,51 pkt) oraz kapitał podwyższonego ryzyka (*venture capital*) (2,58 pkt). Na tle gospodarek nastawionych na innowacje Polska, w tych obszarach wypada poniżej średniej.

Wynik dla Polski w zakresie środków pozyskiwanych przez IPO był gorszy niż przed rokiem ale wciąż oceniany lepiej (2,65 pkt) niż średni wynik dla gospodarek nastawionych na innowacje (2,49 pkt).

Infrastruktura komercyjna, usługowa i techniczna

Przedsiębiorczość rozwija się tam gdzie mamy do czynienia z przemyślaną i konsekwentną polityką na rzecz rozwoju przedsiębiorstw zorientowaną zarówno na zapewnienie korzystnych warunków infrastrukturalnych, jak również usługowych ułatwiających prowadzenie i rozwój działalności. Ważnymi składnikami przestrzeni gospodarczej są więc elementy techniczne jak drogi, media, usługi telekomunikacyjne itd. oraz usługi wykonawców i podwykonawców działań okołobiznesowych (usługi prawne, bankowe, księgowo).

Wykres 1. Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości: Polska, średnia dla krajów UE (24)* a kraje o gospodarkach nastawionych na innowacje



1 – Edukacja i szkolenia – poziom podstawowy i szkoła średnia, 2 – Edukacja i szkolenia – przedsiębiorczość, szkolenia zawodowe, szkoły wyższe; 3 – Otwartość rynku – dynamika, 4 – Poziom otwartości rynku – obciążenia; 5 – Finansowanie; 6 – Infrastruktura komercyjna i usługowa; 7 – Infrastruktura komercyjna, usługowa i techniczna; 8 – Polityka rządu – priorytety i wsparcie przedsiębiorczości; 9 – Polityka rządu – obciążenia związane z podatkami i regulacjami administracyjnymi; 10 – Programy rządowe (publiczne) wspierające przedsiębiorczość; 11 – Badania i rozwój, transfer technologii; 12 – Normy społeczno-kulturowe: systemy wartości i normy społeczne.

* Austria, Belgia, Chorwacja, Dania, Estonia, Finlandia, Francja, Grecja, Hiszpania, Holandia, Irlandia, Litwa, Luksemburg, Łotwa, Niemcy, Polska, Portugalia, Rumunia, Słowacja, Słowenia, Szwecja, Węgry, Wielka Brytania, Włochy.

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania Global Entrepreneurship Monitor – National Expert Survey 2011-2014.

Infrastrukturę techniczną oceniono na stosunkowo wysokim poziomie (3,79 pkt), natomiast średnią ocenę infrastruktury komercyjnej i usługowej znacznie niżej (2,77 pkt). Eksperci infrastrukturę techniczną systematycznie oceniają coraz lepiej a średnia ocena tego bloku zbliża się do poziomu średniej krajów gospodarek nastawionych na innowacje (3,97). Może to oznaczać, że wysiłki wkładane w rozwój tej sfery przynoszą efekty.

Najlepiej w tej kategorii oceniono dostępność usług telekomunikacyjnych (telefon, Internet) (4,41 pkt). Również zdaniem ekspertów koszt dostępu do tych usług nie jest zbyt wysoki (3,95 pkt). Koszty związane z podstawowymi mediami (gaz, woda, prąd, kanalizacja) (3,97 pkt) nie są zbyt duże i nie stanowią zbytniego problemu dla nowych i rozwijających się firm. Nieco gorzej ale wciąż powyżej 3 pkt oceniono szybkość w załatwianiu spraw związanych z dostępem do mediów (gaz, prąd, woda, kanalizacja) (3,47 pkt). W Polsce, w opinii ekspertów, trudno jest jednak o uzyskanie dostępu do tych mediów w ciągu miesiąca. Najgorzej w kontekście infrastruktury technicznej oceniany jest stan dróg, mediów, komunikacji, gospodarki odpadami jako elementu stanowiącego wsparcie dla nowych i rozwijających się firm (3,17 pkt).

W porównaniu do infrastruktury technicznej – oceny infrastruktury komercyjnej i usługowej są dużo niższe w opinii polskich ekspertów zarówno pod względem ogólnej punktacji poszczególnych kategorii, jak również w porównaniu z opiniami ekspertów z krajów zorientowanych na innowacje. Oceny powyżej 3 pkt zostały przyznane kategoriom, które odwoływały się do dobrych usług bankowych (3,89 pkt) oraz do ogólnego stwierdzenia, że istnieje wystarczająco dużo podwykonawców, dostawców i konsultantów, którzy mogą zapewnić rozwój nowych i rozwijających się firm (3,29 pkt). Zdaniem ekspertów nowe i rozwijające się firmy nie mogą sobie pozwolić na koszty związane z zatrudnieniem podwykonawców, czy konsultantów (2,03 pkt) a dodatkowo, nie jest łatwe pozyskanie dobrych podwykonawców (2,35 pkt) czy profesjonalnych prawników, księgowych (2,57 pkt).

5.2.2. Polityka i programy rządowe

Polityka i programy rządowe to drugi z analizowanych bloków tematycznych. Składa się z trzech obszarów, w których oceniane stwierdzenia dotyczą działań skierowanych do nowych i rozwijających się firm. Pierwszy obszar dotyczy ogólnego podejścia władz, zarówno na poziomie krajowym, jak i regionalnym, do rozwoju firm, co w praktyce oznacza czy nowe i rozwijające się przedsiębiorstwa znajdują istotne miejsce w polityce państwa na różnych szczeblach zarządzania (kraj, region). Został on średnio oceniony na 3,07 pkt. Drugi obszar tematyczny dotyczy obciążeń fiskalnych i administracyjnych związanych z prowadzeniem działalności gospodarczej (otrzymał 2,16 pkt), a trzeci obejmuje ocenę konkretnych programów rządowych wspierających rozwój firm (ocena ekspertów to 2,77 pkt).

Ogólnie, polscy eksperci lepiej ocenili nastawienie polityki rządowej i regionalnej niż eksperci z krajów zorientowanych na innowacje szczególnie w zakresie zamówień publicznych (127%), w zakresie wsparcia dla nowych i rozwijających się firm na szczeblu centralnym (101%) jak i na szczeblu regionalnym (117%).

Spośród 13 stwierdzeń dotyczących polityki i programów rządowych poddanych ocenie ekspertów tylko dwa zostały ocenione powyżej 3 pkt. Oznacza to, że, z wyjątkiem polityki regionalnej w zakresie wspierania nowych i rozwijających się firm (3,41 pkt) oraz działalności parków naukowych i inkubatorów (3,17 pkt), polityka i programy rządowe raczej nie sprzyjają nowym przedsiębiorstwom.

Najgorzej w porównaniu ze średnimi ocenami ekspertów krajów nastawionych na innowacje wypadły stwierdzenia dotyczące podatków i innych regulacji stosowanych wobec nowych i rozwijających się firm (76% i 84% średniej krajów nastawionych na innowacje). Eksperci zwrócili uwagę, że polityka w tym zakresie prowadzona jest w sposób nieprzewidywalny i dysharmoniczny (76% średniej oceny krajów nastawionych na innowacje). Rażąco nisko eksperci ocenili możliwość uzyskania większości wymaganych zezwoleń i licencji mniej więcej w ciągu tygodnia (2,12 pkt), jak również raczej się nie zgadzają, że radzenie sobie z biurokracją publiczną, przepisami i wymogami licencyjnymi nie jest zbyt trudne dla nowych i rozwijających się firm (2,14 pkt). Ocena polityki i programów rządowych z punktu widzenia ekspertów wypadła bardzo źle i nie zachęca ułatwieniami do zakładania nowych firm.

Eksperci dość negatywnie ocenili również działania rządu w kontekście pomocy i wsparcia dla nowych i rozwijających się firm. Najgorzej w tym obszarze ocenili dostęp do odpowiednich, dopasowanych do potrzeb programów rządowych dla nowych lub rozwijających się firm (2,51) a także wskazywali na brak wsparcia poprzez kontakt z jedną instytucją publiczną (2,56). Konsekwencją rozproszenia informacyjnego (i w związku z tym konieczność ubiegania się o wsparcie w różnych instytucjach) jest brak zdania ekspertów na temat czy istnieje odpowiednia liczba programów rządowych dla nowych i rozwijających się firm (3,0), a także czy te programy są skuteczne (2,76). Dodatkowo, niekorzystnie oceniono osoby pracujące w instytucjach publicznych, które uważa się za niewystarczająco kompetentne i nieskuteczne we wspieraniu nowych i rozwijających się przedsiębiorstw (2,67). Pozytywne zabarwienie w tym bloku ma tylko jedno stwierdzenie odnoszące się do działalności parków naukowych i inkubatorów przedsiębiorczości, jako tej części systemu innowacyjności, w której eksperci upatrują szansę na pozytywne oddziaływanie na nowe i rozwijające się firmy (3,14). Oceny ekspertów w zakresie programów rządowych były znacznie poniżej średniej dla krajów nastawionych na innowacje.

5.2.3. Transfer badań i rozwoju

Poruszone w tym bloku tematy związane ze współpracą nauki i biznesu, dostępem do wyników badań dla firm czy wsparciem transferu technologii eksperci ocenili ogólnie na poziomie 2,44 pkt, co stanowi niemal 93% średniej oceny krajów nastawionych na innowacje. Pozytywnie na tę średnią wpłynęły dobrze ocenione programy wsparcia (również dotacje) na pozyskanie nowych technologii przez nowe i rozwijające się firmy (3,68 pkt) – ocena wyróżnia się również na tle gospodarek innowacyjnych – stanowi 143% średniego wskaźnika tych krajów. Nie tak dobrze, ale z punktacją powyżej 3 pkt, eksperci ocenili możliwości wsparcia komercjalizacji pomysłów inżynierów i naukowców przez nowe i rozwijające się firmy.

Mimo dobrze ocenianych możliwości komercjalizacji pomysłów, według ekspertów najsłabszym ogniwem w rozwoju technologicznym firm czy pozyskiwaniu wiedzy jest brak skutecznego transferu wiedzy z uniwersytetów publicznych i ośrodków badawczych do nowych i rozwijających się firm (1,57 pkt, co stanowi zaledwie 61,6% średniej oceny krajów nastawionych na innowacje). Jednocześnie nowe i rozwijające się firmy nie mają równego dostępu do nowych badań i technologii w porównaniu z dużymi firmami, dłużej funkcjonującymi (1,76 pkt). Eksperti również wskazują na problem nowych i rozwijających się firm, które nie mogą sobie pozwolić na pozyskanie najnowszych technologii (1,95 pkt). Ocena ekspertów bazy naukowej i technicznej wspierającej tworzenie światowej klasy nowych przedsięwzięć opartych na technologii w co najmniej jednym obszarze została oceniona na 2,67 pkt, tj. wyżej niż rok temu, jednak znacznie niżej niż w krajach nastawionych na innowacje (83%).

W ostatnich latach wiele uwagi poświęca się współpracy nauki z biznesem, istnieje szereg inicjatyw promujących tego typu działania, m.in. dotacje z UE. Jednak, jak wskazują oceny ekspertów, mimo tego typu inicjatyw, efekty są niewystarczające albo są jeszcze zbyt małe i nieutralne.

5.2.4. Kultura i społeczeństwo

Ostatni z analizowanych bloków dotyczy norm ugruntowanych w kulturze i społeczeństwie dotyczących postaw przedsiębiorczych i innowacyjnych, mających przyzwolenie i wsparcie społeczne. Teza o kulturowym zakorzenieniu działań społecznych prowadzi do wniosku, iż do tego, by społeczeństwo było przedsiębiorcze, nie wystarczą odpowiednie uregulowania prawne, dostęp do technologii i środków na finansowanie działalności. Nieodzowny jest odpowiedni grunt kulturowy, który pozwoli ludziom wykorzystywać szanse biznesowe. Czynniki kulturowe, choć zmieniają się, mają charakter bardziej trwały od uwarunkowań prawnych i gospodarczych. Może więc okazać się, że w dłuższym okresie to one stanowią będą ważną barierę rozwoju przedsiębiorczości (lub czynnik ów rozwój pobudzający). Rodzi się w związku z tym pytanie, czy w Polsce mamy do czynienia z takim właśnie fundamentem?²³

Średnia ocena ekspertów bloku dotycząca uwarunkowań kulturowych i społecznych w odniesieniu do przedsiębiorczości to 2,96 pkt, wyższa niż przed rokiem i wyższa niż średnia ocena dla krajów nastawionych na innowacje (105,9%). Eksperti w poszczególnych stwierdzeniach mieli ocenić czy normy kulturowe i społeczne wspierają i sprzyjają indywidualnym sukcesom, samowystarczalności, niezależności, inicjatywie własnej a także zdolności do ryzyka. Wyniki poszczególnych stwierdzeń podobnie jak średnia ocena bloku oscylują wokół 3 pkt, co oznacza, że ekspertom trudno jednoznacznie ocenić wpływ kultury i norm społecznych na powyższe zachowania. Taki wynik potwierdza również badanie prof. Glinki, z którego wynika, że kulturowe uwarunkowania przedsiębiorczości w Polsce są trudne do opisanego, często niespójne, bywa, że pełne paradoksy²⁴.

5.3. Zmiany względem poprzednich lat

Na przestrzeni ostatnich lat, oceny ekspertów w zakresie uwarunkowań działalności przedsiębiorstw są dynamiczne i stanowią pewnego rodzaju odzwierciedlenie postrzegania działań będących przedmiotem polityki czy rządu, które to mają przyczynić się do zachęcania, promowania, wspierania wszelkiego rodzaju ułatwień dla nowych bądź rozwijających się firm.

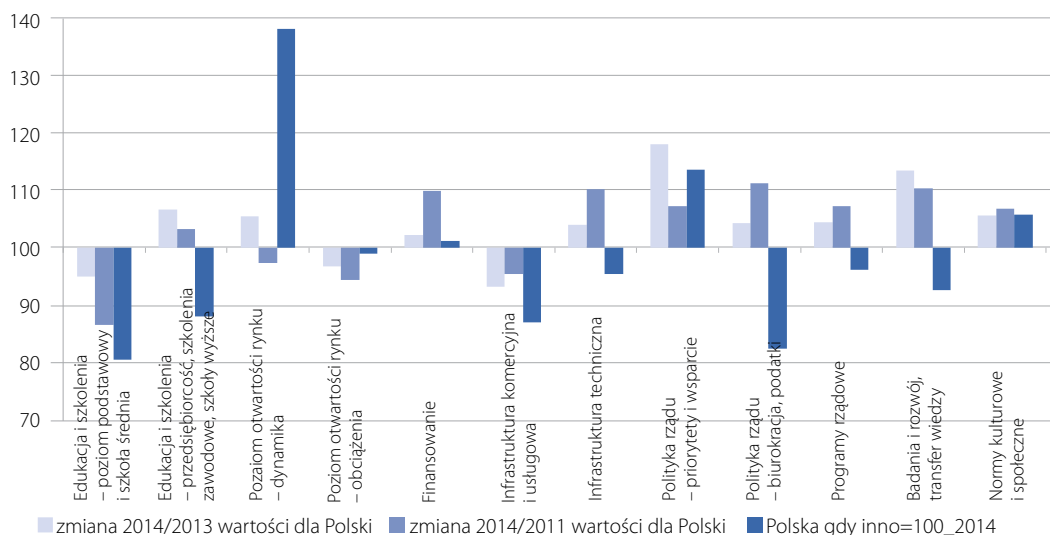
Prosty bilans zmian oceny uwarunkowań przedsiębiorczości przeprowadzonej w 2014 r. w porównaniu z poprzednim rokiem daje wynik pozytywny, jako że więcej obszarów zostało ocenionych lepiej niż w 2013 r. (9 obszarów do 3). Trzy gorzej ocenione niż przed rokiem kategorie znalazły się w bloku szanse na start w obszarze edukacja i szkolenia na poziomie szkoły podstawowej i średniej, w zakresie obciążeń związanych z wejściem na rynek czy też infrastruktury komercyjnej i usługowej.

Jeśli weźmiemy pod uwagę dłuższy przedział czasowy i zmiany ocen ekspertów poszczególnych kategorii w latach 2014/2011 wynik jest mniej korzystny niż gdy porównujemy oceny tylko z 2013 r. Do trzech już wyżej wymienionych kategorii, które uzyskały niższe oceny należy dopisać jeszcze dynamikę rynku. Niemniej jednak bilans ocen nadal jest pozytywny.

²³ *Kulturowe uwarunkowania przedsiębiorczości*, Beata Glinka, referat na seminarium, http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:3F_5In-INkMJ:kklinc.blox.pl/resource/SeminariumReferatGlinka.doc+&cd=3&hl=pl&ct=clnk&gl=pl

²⁴ Ibidem.

Wykres 2. Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości w Polsce (odchylenia procentowe w 2014 r. wobec 2013 r. i wobec 2011 r. oraz odchylenia procentowe wartości dla Polski wobec krajów o gospodarkach nastawionych na innowacje w 2014 r.)



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania Global Entrepreneurship Monitor – National Expert Survey 2011-2014.

Do największych zmian in plus, mierzonych wzrostem średniej oceny ekspertów w latach 2014/2011 doszło w obszarze polityki rządu – biurokracji, podatków – wzrost średniej oceny dla całego obszaru był o ponad 11% i wynikało to przede wszystkim z lepszych ocen dla prowadzonej polityki zamówień publicznych, jak również możliwości uzyskania większości wymaganych zezwoleń i licencji w ciągu tygodnia. O pewnym sukcesie, ale tylko w kontekście wzrostu średnich wartości ocen, można mówić w zakresie zmniejszenia obciążeń biurokratycznych czy podatkowych. Wszystkie stwierdzenia w tym obszarze uzyskały w 2014 r. wyższe średnie wartości niż w pierwszym roku badania w Polsce, w 2011 r.

Kolejne pozytywne zmiany i wraz z nimi wyższe oceny ekspertów dotyczyły obszaru badań i transferu wiedzy – tam obserwujemy ponad 10-procentowy wzrost średniej oceny, głównie za sprawą odpowiednich programów wsparcia (również dotacji) na pozyskanie nowych technologii przez nowe i rozwijające się firmy oraz dobremu wsparciu komercjalizacji pomysłów inżynierów i naukowców.

Również o około 10% w porównaniu z 2011 r. poprawiły się oceny w zakresie infrastruktury technicznej i finansowania. Szczególnie cieszy szereg zmian w dostępie do finansowania kapitałowego, dłużnego, prywatnego czy w końcu do kapitału podwyższonego ryzyka. Wyższe oceny dla infrastruktury technicznej są pochodną znacznych środków przeznaczanych na budowę dróg, poprawę komunikacji a także powszechności i dostępności Internetu.

Także normy kulturowe i społeczne oceniono lepiej doceniając samowystarczalność, niezależność i inicjatywę własną polskiego społeczeństwa, jak również podejmowanie ryzyka przez przedsiębiorców, kreatywność i innowacyjność czy odpowiedzialność osobistą w zarządzaniu własnym życiem.

Wśród czterech kategorii ocenionych gorzej niż w 2011 r. na szczególną uwagę zasługuje kategoria dotycząca edukacji i szkoleń na poziomie szkoły podstawowej i średniej. W przypadku tego obszaru w ciągu 4 lat nastąpił spadek ocen o około 14%, co wskazuje na potrzebę zmian w dotychczasowym podejściu do nauczania przedsiębiorczości, tym bardziej, że w porównaniu z ocenami ekspertów krajów zorientowanych na innowacje ocena polskiego systemu jest znacznie niższa.

Nieznaczne zmiany in minus w ocenie ekspertów w zakresie dostępności i jakości infrastruktury komercyjnej i usługowej w latach 2014/2011 wskazują na wiele trudności jakie napotykają młode firmy na początkowym etapie rozwoju, kiedy to potrzebna jest wiedza w zakresie produkcji czy też prowadzenia działalności a doświadczenie jeszcze jest niewystarczające. Choć infrastruktura techniczna sprzyja rozwojowi przedsiębiorczości, o czym świadczą dobre oceny – nie jest ona warunkiem wystarczającym do rozwoju zdrowego ekosystemu przedsiębiorczości. Trzeba pamiętać, że znacznie trudniej (bo to wymaga czasu i również nakładów) wykształcić odpowiednią ilość profesjonalnych prawników czy księgowych niż zbudować drogi czy łącze szerokopasmowe.

Ostatnie już obszary o niższych ocenach ekspertów dotyczą otwartości rynku – jego dynamiki i obciążeń wynikających z wejścia na nowe rynki. Nieznacznie niższe oceny w obszarze dynamiki rynku nie stanowią poważnych symptomów ostrzegawczych, tym bardziej, że na tle ocen ekspertów z krajów nastawionych na innowacje obszar ten jest oceniany znacznie lepiej (140%). Bardziej niepokojące są bariery i obciążenia związane z wejściem na nowe rynki.

6. Podsumowanie

Podejście do przedsiębiorczości przyjęte w modelu GEM opiera się na dwóch założeniach. Otóż działalność gospodarcza nie jest heroicznym aktem człowieka, dokonującym się niezależnie od otoczenia, w którym jest ona prowadzona. Jest ona wynikiem interakcji między umiejętnością danego człowieka, jaką jest dostrzeżenie szansy a możliwościami (rozumianymi jako jego motywacje i aspiracje) jej wykorzystania oraz warunkami panującymi w otoczeniu tego człowieka.

Jak więc zatem wygląda powyższa relacja w naszym przypadku? Otoczenie rozumiane jako nastawienie polskiego społeczeństwa do przedsiębiorców trudno jest uznać za sprzyjające powstawaniu nowych podmiotów. Od czterech lat spada odsetek osób, które są zdania, że własna firma to dobra ścieżka kariery, choć wciąż jest to wyższy wynik niż w UE²⁵. Pogarsza się także, i tak niski w porównaniu ze średnią unijną, status przedsiębiorcy. Obecnie niewiele ponad połowa mieszkańców Polski ceni przedsiębiorców odnoszących sukcesy, w UE prawie 70% społeczeństwa darzy takich ludzi szacunkiem. Ponad połowa Polaków dostrzega rolę mediów w promowaniu przedsiębiorczości – pod tym względem nie odbiegamy od średniej unijnej.

Przyjrzyjmy się teraz umiejętnościom Polaków w zakresie dostrzeżenia szansy biznesowej. Prawie jedna trzecia mieszkańców naszego kraju uważa, że w ich otoczeniu panują dobre warunki do założenia działalności gospodarczej, w UE tego zdania jest 35% osób. Cechuje nas przekonanie o posiadaniu wystarczającej wiedzy i zdolności do prowadzenia firmy (54% Polaków jest tego zdania wobec 42% w UE). To niewątpliwie przekłada się na wysoki na tle Unii wynik 16% Polaków, którzy zamierzają założyć firmę w ciągu kolejnych trzech lat.

Z drugiej strony widoczne są czynniki, które negatywnie wpływają na poziom przedsiębiorczości. Jesteśmy narodem, który charakteryzuje się jednym z najwyższych w Unii wynikiem jeśli chodzi o strach przed porażką – z tego powodu aż 58% Polaków nie decyduje się na założenie firmy. Sytuacja ta jest niezmienna od czterech lat. Słabną także intencje przedsiębiorcze Polaków, w 2011 r. własną firmę chciało założyć 23 na stu z nas, obecnie jest to o 7 osób na sto mniej. Poprawia się za to wskaźnik rozpoznawania szansy na założenie biznesu. Nie słabnie wysoka samoocena zdolności przedsiębiorczych. Pozostaje więc mieć nadzieję, że spadek w zakresie osób wiążących swoją przyszłość z biznesem jest efektem poprawy sytuacji na rynku pracy najmniej i wejścia Polski na wyższy etap rozwoju właściwy dla krajów innowacyjnych.

Przemawia za tym zmiana w strukturze motywacji, którymi kierują się osoby zakładające firmy w Polsce. Do 2013 roku większość firm we wczesnej fazie (TEA) powstała z powodu konieczności, czyli braku alternatywy w postaci pracy najemnej. Od 2014 roku więcej firm w Polsce zakładanych jest z powodu szansy – na niezależność, czy poprawę poziomu dochodów (47%) niż konieczności (37%). I choć w porównaniu z UE (47% szansa, 23% konieczność) wciąż więcej przedsiębiorstw w naszym kraju to efekt braku wyboru, sytuacja uległa diametralnej poprawie. Również jeśli chodzi o aspiracje wzrostu upodabniamy się coraz bardziej do krajów innowacyjnych. W porównaniu z 2013 rokiem plany przedsiębiorstw we wczesnej fazie dotyczące wzrostu zatrudnienia wyraźnie osłabły²⁶. Obecnie 28% przedsiębiorstw chce stworzyć minimum 5 miejsc pracy w ciągu 5 lat, zaś prawie 23% firm planuje utworzyć przynajmniej 10 miejsc pracy i zwiększyć zatrudnienie o min. 50% w tym czasie. To wciąż lepszy wynik niż średnio w UE, co dowodzi słabnących, lecz wciąż wysokich ambicji wzrostu naszych firm.

Ambicje przedsiębiorstw to także wychodzenie na rynki zagraniczne. Obecnie w strukturze młodych przedsiębiorstw w Polsce dominują firmy, które mają mniej niż 1/4 klientów poza granicami kraju – jest ich prawie 70%. To wynik znacznie wyższy od unijnego (41% TEA). Stosunkowo niewielu mamy przedsiębiorców we wczesnej fazie, które nie są umiędzynarodowione (17% wobec 36% w UE). Co więcej, ostatni rok 2014, przyniósł wzrost zainteresowania działalnością międzynarodową nowo zakładanych firm w Polsce. Odsetek firm posiadających do 1/4 klientów za granicą wzrósł o 13 p.p. (to najwyższy wzrost w UE), spadł (o 4 p.p.) odsetek firm koncentrujących się na rynku krajowym.

Pozytywne zmiany zachodzą także w strukturze sektorowej przedsiębiorstw TEA. Rośnie udział przedsiębiorstw zajmujących się usługami dla biznesu – z 15% do 24% TEA w 2014 r. I choć wciąż w strukturze młodych przedsiębiorstw dominuje sektor produkcyjny, usługami dla klientów i biznesu zajmuje się ponad połowa tych firm.

Jeśli chodzi o postawy przedsiębiorcze kobiet i mężczyzn w Polsce ostatnie dane za 2014 pokazują pogłębienie się różnic. Więcej kobiet niż mężczyzn wciąż dostrzega szanse na założenie firmy w swoim otoczeniu. Jednak bardziej niż mężczyźni boją się one porażki i rzadziej niż płęć przeciwna oceniają swoje umiejętności przedsiębiorcze jako wystarczające do prowadzenia biznesu.

²⁵ 63% dorosłych w Polsce wobec 57% w UE.

²⁶ Odsetek firm TEA o średnich aspiracjach zmniejszył się o 11 p.p., zaś tych o wysokich aspiracjach o 4 p.p.

W Polsce, podobnie jak w UE kobiety prowadzą działalność gospodarczą dwa razy rzadziej niż mężczyźni. Niemniej dane za lata 2011-2014 wskazują na wzrost zainteresowania kobiet własnym biznesem, spowodowanego częściej niż w przypadku mężczyzn koniecznością. Dzięki temu szybciej niż w przypadku płci przeciwnej rośnie liczba zakładanych przez kobiety przedsiębiorstw (TEA). Wciąż jednak niższy jest przyrost dojrzałych firm prowadzonych przez kobiety w porównaniu z tymi będącymi własnością mężczyzn, co wskazuje na trudności w utrzymaniu firmy na rynku po stronie kobiet. Jeśli chodzi o motywacje kobiet i mężczyzn różnice między nimi są niewielkie, kobiety równie często jak mężczyźni zakładają firmy z powodu dostrzeżonej szansy (59% K i M), nieco więcej z nich otwiera własny biznes z powodu konieczności (36% M, 38% K).

Poziom intraprzedsiebiorczości jest za to dość wysoki, choć niższy niż w innych krajach Unii Europejskiej. Również pozytywnie wypada przedsiębiorczość młodych ludzi. Cechuje ją dynamizm i ambicja do wprowadzania nowości i rozwoju.

Jaki jest zatem rezultat powyższej interakcji? Otóż poziom przedsiębiorczości w Polsce jest całkiem dobry na tle UE. Od 2011 r. mamy wysoki poziom firm młodych – działających do 3,5 roku (ok. 9%), również stabilny jest poziom odchodzenia przedsiębiorstw z rynku (ok. 4%). Od 2012 roku rośnie udział firm w fazie tworzenia (do 3 miesięcy działalności; obecnie 5,8%) i tych dojrzałych (7%). Zmniejsza się przy tym odsetek nowych firm (działających od 3 do 42 miesięcy). Można powiedzieć, że aktywność przedsiębiorcza Polaków była i jest wysoka. Poprawia się także jej jakość: mamy więcej firm założonych z powodu dostrzeżonej szansy, więcej umiędzynarodowionych firm i więcej firm dłużej działających na rynku. Wciąż też wysokie są aspiracje naszych przedsiębiorstw.

Analiza właścicieli firm w różnym wieku pozwoliła stwierdzić, że wraz z wiekiem usieciowienie firm spada. Spada również odsetek przedsiębiorców, którzy dostrzegają szanse biznesowe. Rośnie za to strach przed niepowodzeniem. Wraz z rozwojem firmy obniżają się również aspiracje rozwojowe jej właściciela.

Dodatkowych danych dostarcza badanie ekspertów (NES). Zaprezentowane w niniejszym raporcie oceny krajowych ekspertów w zakresie poszczególnych obszarów ukazują, jak wieloaspektowo należy traktować uwarunkowania tworzenia i rozwoju przedsiębiorczości. Począwszy od determinant kulturowych Polska nie należy do wymarzonego kraju, gdzie przedsiębiorczość czy jej oznaki wspierane są w sposób szczególny. Nie oznacza to jednak, że wśród społeczeństwa nie można znaleźć takich cech jak samowystarczalność, niezależność, inicjatywa własna czy chęć podejmowania ryzyka, które z pewnością są podstawą przedsiębiorczości. Jednocześnie bardziej niż w krajach nastawionych na innowacje, w Polsce normy kulturowe i społeczne podkreślają odpowiedzialność osobistą za zarządzanie własnym życiem, co jest bardzo istotne w prowadzeniu własnej działalności.

Uwarunkowania społeczne i kulturowe ewoluują za sprawą czasu, ale i działań rządu. Polityka wyznacza nowe kierunki działania, które pośrednio bądź bezpośrednio oddziałują na makro otoczenie funkcjonujących bądź przyszłych przedsiębiorców. Pozytywnie oceniona polityka regionalna wspierająca nowe i rozwijające się firmy, jak również działania parków naukowych i inkubatorów nowych i rozwijających się firm to główne pozytywne obszary zmian w krajowym systemie innowacji. Możliwości finansowania działalności firm, choć pozostawiają wiele do życzenia, z roku na rok są coraz lepsze, jakkolwiek oceny niektóre ze źródeł podlegają fluktuacjom, jak te pochodzące z UE. W dużej mierze infrastruktura techniczna właśnie dzięki środkom UE sukcesywnie się poprawia, niestety nie idzie to w parze z infrastrukturą komercyjną – jest zbyt mało wykonawców, podwykonawców, profesjonalnych prawników, księgowych. Lokalizacja Polski i stosunkowo stabilna gospodarka sprawia, że rynek wewnętrzny z roku na rok rośnie.

Oczywiście istnieje wciąż dużo barier. Eksperti bardzo negatywnie ocenili kwestię związaną z aplikacyjnością badań, ich komercjalizacją. Podkreślenia i jednocześnie zmiany wymaga kształcenie dzieci i młodzieży w zakresie wiedzy i umiejętności niezbędnej do prowadzenia działalności gospodarczej – przede wszystkim na poziomie szkoły podstawowej, zawodowej jak i wyższej. Z drugiej strony pozytywnie są oceniane programy wsparcia na pozyskanie nowych technologii przez nowe i rozwijające się firmy.