

Raport z badania przedsiębiorczości



Global Entrepreneurship Monitor
Polska 2022

Raport z badania przedsiębiorczości

**Global Entrepreneurship
Monitor**

Polska 2022

Warszawa 2022

Raport z badania *Global Entrepreneurship Monitor* Polska 2022

Redakcja:

Anna Tarnawa (PARP)

AUTORZY

PARP:

Agata Kosińska – rozdziały 2, 4

Melania Nieć – rozdział 2

Anna Skowrońska – rozdział 2

Anna Tarnawa – rozdziały 1, 2

Robert Zakrzewski – rozdział 3

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach:

dr hab. Przemysław Zbierowski, prof. UE – rozdziały 1, 2

Copyright by Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości

Raport został opracowany na podstawie danych z badań GEM za lata 2011–2021, przeprowadzonych przez Global Entrepreneurship Research Association przy współpracy zespołów badawczych z poszczególnych państw świata.

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

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

ISBN 978-83-7633-477-6

Wydanie I

Nakład 200 egz.

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

Spis treści

Kluczowe wnioski z Raportu GEM Polska 2022	8
1. O badaniu GEM	17
1.1. Założenia teoretyczne GEM	18
1.2. Prowadzenie badań w GEM	23
2. Przedsiębiorczość w Polsce w drugim roku pandemii	25
2.1. Postrzeganie przedsiębiorczości przez Polaków	25
2.2. Polacy o otoczeniu, własnych umiejętnościach i planach dotyczących założenia firmy ...	29
2.3. Poziom przedsiębiorczości	38
2.4. Motywy zakładania działalności gospodarczej	43
2.5. Dążenie do wzrostu młodych firm przez tworzenie nowych miejsc pracy	49
2.6. Internacjonalizacja	51
2.7. Przedsiębiorczość kobiet i mężczyzn	55
2.8. Intraprzedsiębiorczość	60
2.9. Stosunek przedsiębiorstw do zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialności społecznej	65
2.10. Wpływ pandemii na digitalizację przedsiębiorstw	69
3. Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości	73
3.1. Szanse na start	75
3.2. Polityka i wsparcie publiczne	83
3.3. Badania i rozwój, transfer wiedzy i technologii	87
3.4. Normy kulturowe i społeczne	89
3.5. Krajowy Wskaźnik Uwarunkowań Przedsiębiorczości (NECI – National Entrepreneurship Context Index)	91
3.6. Wpływ pandemii COVID-19 na przedsiębiorczość i politykę rządu	92
3.7. Przedsiębiorczość kobiet	96
3.8. Podsumowanie	98
4. Temat specjalny – Startupy w Polsce w dobie pandemii COVID-19	100
4.1. Założenia metodologiczne	100
4.2. Charakterystyka osób oraz ich przedsięwzięć przed pandemią COVID-19 i w jej trakcie	102
4.3. Czynniki i bariery rozwoju młodych firm	113
4.4. Startupy a pandemia COVID-19	117
4.5. Ekspercka ocena uwarunkowań rozwoju startupów	118
4.6. Podsumowanie	121

Szanowni Państwo,

oddajemy w Państwa ręce 11. edycję raportu GEM Polska, który przedstawia obraz przedsiębiorczości w Polsce na tle państw Europy i świata w drugim roku trwania pandemii COVID-19.

W Raporcie znajdują Państwo kluczowe dane pokazujące jak kształtowało się postrzeganie przedsiębiorców przez polskie społeczeństwo, jak zmieniały się intencje do zakładania firm i rzeczywista aktywność biznesowa Polaków oraz jakie powody skłaniały ludzi do założenia biznesu lub wycofania się z prowadzenia go. Przytaczamy wyniki eksperckiej oceny warunków do zakładania firm. Rozdział dotyczący przedsiębiorczości kobiet i mężczyzn został wzbogacony o ocenę warunków do prowadzenia działalności przez kobiety. Dodatkowo zamieściliśmy dane pozwalające znaleźć odpowiedź na pytania czy pandemia przyspieszyła transformację cyfrową przedsiębiorstw oraz jakie postawy przyjęły one względem takich koncepcji jak zrównoważony rozwój czy odpowiedzialność społeczna. Stałe miejsce w raporcie mają też startupy, którym poświęcony jest ostatni rozdział.

Wyłaniający się z raportu obraz przedsiębiorczości nie należy do łatwych w odbiorze. Widoczny jest silny, negatywny wpływ pandemii zarówno na intencje przedsiębiorcze, jak i wskaźniki obrazujące udział młodych firm. Zmianie uległy motywacje do zakładania firm – pozytywne zostały wyparte przez racjonalną troskę o zapewnienie bezpieczeństwa finansowego, nie spada wskaźnik osób, które obawiają się porażki w biznesie. Wciąż notujemy pozytywne aspekty przedsiębiorczości – udział dojrzałych przedsiębiorstw utrzymuje się na wysokim poziomie, poprawia się ocena warunków do zakładania firm w otoczeniu, wciąż wysoka jest samoocena przygotowania Polaków do prowadzenia własnego biznesu. Warto przy tym podkreślić, że pandemia uderzyła w polską gospodarkę w momencie jej dynamicznego rozwoju i bardzo dobrej sytuacji na rynku pracy. Przez kolejne dwa lata, pomimo lockdownów i innych obostrzeń i dzięki wsparciu publicznemu, sytuacja na rynku pracy wciąż była dość dobra – bezrobocie utrzymywało się na niskim poziomie, a popyt na pracowników, po załamaniu na początku pandemii, w 2021 r. zaczął odrabiać straty. Wszystko to umacniało relatywne bezpieczeństwo związane z pracą najemną względem prowadzenia własnego przedsiębiorstwa.

W PARP przez cały okres pandemii podejmujemy działania mające na celu wsparcie przedsiębiorców w trudnej dla nich sytuacji. Nie ustajemy w wysiłkach także w bieżącym

roku, oferując szkolenia, wsparcie finansowe oraz możliwość nawiązania współpracy z innymi przedsiębiorcami podczas różnego typu wydarzeń, także oferowanych w trybie zdalnym.

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

Zapraszam Państwa do lektury Raportu.

Dariusz Budrowski
Prezes Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości

Kluczowe wnioski z Raportu GEM Polska 2022

Aktywność przedsiębiorcza ludzi na świecie i uwarunkowania jej rozwoju stanowią główny obszar zainteresowań badaczy z 50 państw świata zgromadzonych w ramach inicjatywy, jaką jest projekt badawczy GEM – Global Entrepreneurship Monitor. Od 23 lat dostarcza on danych, które umożliwiają identyfikację różnic pomiędzy państwami w zakresie przedsiębiorczych postaw, działań i aspiracji oraz pozwalają na wskazanie czynników kształtujących poziom aktywności przedsiębiorczej i jej charakter. W Polsce badania w ramach projektu GEM realizowane są od 2011 r. Wnioski przedstawione w raporcie zostały opracowane na podstawie wyników badania ilościowego przeprowadzonego na reprezentatywnej próbie przynajmniej 2000 mieszkańców w wieku 18–64 lat w każdym z 47 państw świata oraz badania jakościowego, w którym przynajmniej 36 ekspertów z każdego z 50 państw dokonało oceny uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości. Łącznie daje to przynajmniej 94 000 wywiadów z osobami dorosłymi i min. 1800 wywiadów z ekspertami.

Nowymi tematami w tegorocznym raporcie są: cyfryzacja przedsiębiorstw, zrównoważony rozwój i odpowiedzialność społeczna firm, a także uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości kobiet oraz wpływ pandemii na działalność przedsiębiorstw, politykę rządu i startupy. Poniżej przedstawiono kluczowe wnioski z raportu na temat przedsiębiorczości w Polsce na tle badanych państw Europy (więcej porównań międzynarodowych znajduje się w kolejnych rozdziałach).

Polacy ostrożni w myśleniu o przedsiębiorczości jako sposobie na życie i zarabkowanie

Drugi rok pandemii, jeszcze bardziej niż pierwszy, unaoczniał Polakom ryzyko, z jakim wiąże się prowadzenie własnego biznesu. Wskutek tego **Polacy rzadziej wyrażali przekonanie, że własna firma jest sposobem na karierę** (z 60% w 2020 r. do 55%), ale też **częściej doceniali tych, którym udało się w biznesie** (wzrost o 6 p.p. r/r do 66%). Są to wyniki niższe niż średnia

europejska (63% dla uznania własnej firmy za opcję kariery i 69% dla uznania sukcesu przedsiębiorców).

Jednocześnie tylko **38% Polaków potwierdziło, że dostrzega w mediach publicznych i Internecie treści poświęcone przedsiębiorcom, którzy odnieśli sukces**. Jest to wynik nieco niższy niż notowane 41% w 2020 r., ale trzeba podkreślić – najniższy wśród 38 państw świata, dla których dostępne są dane na ten temat. Jest to też wynik niższy niż średnia dla badanych państw Europy (62%).

Postawy przedsiębiorcze Polaków negatywnie dotknięte pandemią

Widać też zmiany w postrzeganiu otoczenia przez Polaków. Wzrosła świadomość wyjątkowo trudnej sytuacji przedsiębiorców – odsetek deklarujących, że znają kogoś, kto zlikwidował firmę z powodu pandemii wzrósł z 47% w 2020 r. do 51% w 2021 r. **Udział osób twierdzących, że znają przynajmniej jedną osobę, która założyła działalność w ciągu ostatnich dwóch lat, spadł aż o 9 p.p. r/r, do poziomu 54%, choć nadal był nieco wyższy niż średnia europejska (51%).**

W 2021 r. 64% Polaków uważało, że założenie firmy w naszym kraju jest proste (wzrost o 5 p.p. względem 2020 r., choć w 2019 r. było to 90%), co jest wynikiem wyższym niż średnia dla Europy (50%). **Poprawiły się też oczekiwania Polaków co do warunków do założenia firmy w swoim otoczeniu w perspektywie pół roku** (aktualnie pozytywnie ocenia je 73% Polaków wobec 52% rok wcześniej).

Niestety, pozytywna ocena warunków do zakładania działalności gospodarczej nie przełożyła się na intencje przedsiębiorcze Polaków. Kolejne fale pandemii wręcz je osłabiły – w 2021 r. udział osób niezaangażowanych w prowadzenie działalności gospodarczej, które odpowiedziały twierdząco na pytanie o to, czy planują w ciągu najbliższych trzech lat założyć firmę wyniósł 3% (spadek o 2 p.p. r/r i o 3 p.p. w porównaniu z 2019 r.). Wynik dla Polski jest znacznie niższy od średniej dla Europy, która wynosi 13%.

Stabilna za to jest samoocena przygotowania do prowadzenia własnego biznesu – w 2021 r. **60% Polaków było zdania, że posiada wystarczające umiejętności i wiedzę do prowadzenia firmy** (średnia dla Europy – 50%).

Nieznacznie (o 2 p.p.) wzrósł odsetek osób, które choć widzą szanse biznesowe, obawiają się porażki – w 2021 r. **43% dorosłych Polaków przyznało, że ryzyko nieosiągnięcia sukcesu zniechęca ich do założenia firmy**. Jest to wynik na poziomie średniej europejskiej (44%).

Polska przedsiębiorczość – stabilnie dla firm długo obecnych na rynku (ponad 3,5 roku), dalszy spadek udziału młodych przedsiębiorstw

Drugi rok pandemii przyniósł niekorzystne zmiany w aktywności przedsiębiorczej Polaków, w szczególności dotyczy to młodych firm, reprezentowanych przez osoby, które są na etapie organizowania/zakładania swojego biznesu i te, które prowadzą działalność do 3,5 roku – ich udział zmniejszył się znacząco. **Według pomiaru z połowy 2021 r. 2 na 100 Polaków w wieku 18–64 lat prowadzi młode firmy, a 11 na 100 Polaków prowadzi dojrzałe firmy** (obecne na rynku ponad 3,5 roku). W odniesieniu do liczby osób dorosłych daje to ok. 458 tys.¹ osób prowadzących firmy młode i 2,54 mln osób prowadzących firmy dojrzałe. Przy tym warto pamiętać, że 252 tys. z 458 tys. to przedsięwzięcia będące na etapie organizacji oraz że jedna osoba może prowadzić więcej niż jedną firmę o różnym stażu na rynku.

Oznacza to, że w Polsce dominują osoby prowadzące firmy dojrzałe, osób prowadzących młode firmy jest 5-krotnie mniej. W Europie jest odwrotnie – osoby prowadzące młode firmy stanowią średnio 8,9% dorosłej populacji Europy, a prowadzące dojrzałe firmy – 6,7%.

W ostatnim badaniu 4,5% Polaków przyznało, że zaprzestało prowadzenia działalności gospodarczej w ciągu ostatnich 12 miesięcy. Dla porównania w 2020 r. było to 3,4% dorosłych. Podobnie jak w 2020 r., również w 2021 r. **głównym powodem, który skłaniał Polaków do wycofania się z prowadzenia działalności gospodarczej, była pandemia COVID-19 – wskazało na nią 51% osób, które zaprzestały prowadzenia działalności.**

¹ Liczba osób dorosłych 18–59/64, stan w dniu 31 marca 2021 – 22 886,4 tys., źródło: Informacja o wstępnych wynikach Narodowego Spisu Powszechnego Ludności i Mieszkań 2021, GUS, 27 stycznia 2022.

Drugą najczęściej wskazywaną przyczyną było **przejście na emeryturę (15%)**, a trzecią – **sprawy rodzinne lub osobiste (11%)**. Znacznie mniej osób wskazywało na inne przyczyny, tj.: możliwość podjęcia innej pracy lub okazji biznesowej (6%), nierentowność prowadzonego biznesu (5%) czy polityka rządu/podatki/biurokracja (3%). **W porównaniu z przedpandemicznym 2019 r. dwukrotnie wzrosło znaczenie przejścia na emeryturę, a zmalało (i to czterokrotnie) – polityki rządu/podatków/regulacji oraz nierentowności biznesu. Co ciekawe Polacy znacznie częściej niż mieszkańcy innych państw Europy wskazywali pandemię jako powód zaprzestania prowadzenia działalności (średnia dla Europy to 22%) oraz przejście na emeryturę (średnia 6%, o 9 p.p. mniej). Zdecydowanie rzadziej upatrywali powodów w braku rentowności (średnia 22%, o 17 p.p. więcej) oraz polityce rządu/podatkach/biurokracji (średnia 7%, o 4 p.p. więcej).**

Pandemia nie bez wpływu na motywacje do zakładania działalności – głównie motyw finansowy

Pandemia spowodowała istotną zmianę w strukturze motywacji, skłaniających Polaków prowadzących młode firmy do założenia działalności gospodarczej. **Głównym czynnikiem, według danych z 2021 r., jest chęć wzbogacenia się (62%), a następnie pragnienie zapewnienia sobie utrzymania z uwagi na brak ofert pracy na rynku (53% wskazań młodych firm).** Rzadziej jest nim chęć zmiany świata (16%) czy kontynuowania rodzinnej tradycji (13%).

Nie różnimy się pod tym względem znacząco od Europy. Wiodącymi motywacjami są chęć zapewnienia sobie utrzymania (średnia 58%) i wzbogacenia się (49%). Znacznie częściej wskazywano za to chęć zmiany świata i kontynuowania rodzinnej tradycji (41% i 24%).

Wyrównanie postaw i aktywności przedsiębiorczej kobiet i mężczyzn

W 2021 r., po obserwowanej w poprzedniej fali zróżnicowanej sytuacji kobiet i mężczyzn w zakresie ich postaw i aktywności przedsiębiorczych, bieżące wyniki wskazują na jej

ponowne wyrównanie. **Zmniejszyła się luka płci²** zarówno dla firm dojrzałych, jak i młodych. Aczkolwiek jest to efekt nie tylko wzrostu aktywności przedsiębiorczej kobiet, ale w większym stopniu zmniejszenia się jej u mężczyzn (**do 1,7% wśród kobiet i 2,4% wśród mężczyzn**).

Obie grupy podobnie oceniały swoje umiejętności przedsiębiorcze (62% – mężczyźni, 59% – kobiety) i **podobnie odczuwały strach przed porażką** (po 45%). W porównaniu z 2020 r. w ostatniej fali badania **ponownie więcej Polek i Polaków dostrzegało szanse biznesowe w swoim otoczeniu** (odpowiednio 74% i 72%).

Kobiety i mężczyźni nie różnią się w obszarze motywacji do zakładania działalności gospodarczej. Istotniejsze dla nich są motywacje finansowe, choć warto zwrócić uwagę, że dla kobiet prowadzących młode firmy częściej niż dla mężczyzn przyczyną do rozpoczęcia działalności biznesowej jest chęć wzbogacenia się, a nie jedynie utrzymania się.

Wpływ pandemii na transformację cyfrową firm

W Polsce, **w wyniku pandemii 23% młodych firm rozpoczęło lub zwiększyło wykorzystanie technologii cyfrowych w celu sprzedaży produktów i usług** (w przypadku co dziesiątej firmy pandemia dała początek temu procesowi). Na pozostałe firmy, zgodnie z ich deklaracjami, pandemia nie miała wpływu w tym obszarze – **w przypadku 11% przedsiębiorstw wdrożenie technologii cyfrowych zostało zaplanowane wcześniej, natomiast 65% odpowiedziało, że może prowadzić działalność bez wykorzystania technologii cyfrowych**.

W porównaniu do Europy polskie firmy rzadziej decydowały się na zwiększenie lub zastosowanie technologii cyfrowych w swoich procesach sprzedażowych czy to w trakcie pandemii, czy przed nią, jednocześnie częściej nie widziały uzasadnienia tego typu inwestycji w swojej działalności³.

² różnica między odsetkiem mężczyzn prowadzących firmy wśród mężczyzn a odsetkiem kobiet prowadzących firmy wśród kobiet

³ W Europie średnio 36% młodych firm zaczęło/zwiększyło stosowanie technologii cyfrowych pod wpływem pandemii, nieco mniej – 29% – planowało to wcześniej, a co trzecia firma przyznała, że nie było jej to niezbędne do kontynuowania działalności.

Pandemia w podobny sposób przełożyła się na transformację cyfrową dojrzałych firm, a więc będących na rynku przynajmniej 3,5 roku. Jediną różnicę widać w zakresie rozpoczęcia stosowania rozwiązań cyfrowych. Firmy dojrzałe nieco rzadziej niż młode, wskazały tę odpowiedź.

Zrównoważony rozwój i odpowiedzialność społeczna – sfera życzeń czy działań?

W Polsce 87% osób prowadzących działalność do 3,5 roku (młode firmy) deklaruje, że podejmując decyzje dotyczące swojego biznesu zawsze rozważa ich skutki społeczne, a 85% bierze pod uwagę skutki środowiskowe. Wynik Polski jest wyższy niż średnia europejska, która wynosi odpowiednio 73% i 74%). Warto zauważyć, że pod względem myślenia o kwestiach społecznych jesteśmy na 1. miejscu w Europie.

Myślenie o zrównoważonym rozwoju firmy nie może w przekonaniu przedsiębiorców stawać w sprzeczności z jej wzrostem. Świadczy o tym mniejsza liczba **właścicieli młodych firm** deklarujących, że **przedkłada społeczny/środowiskowy wpływ swojego przedsięwzięcia biznesowego ponad jego zyskowność i wzrost, tj. 30%.** To z kolei drugi najniższy wynik w Europie, po Norwegii.

Pomimo to 58% polskich młodych firm zadeklarowało, że podjęło jakieś działania zmniejszające środowiskowe oddziaływanie firmy lub maksymalizujące jej oddziaływanie społeczne. Polscy przedsiębiorcy decydowali się na to nieco częściej w porównaniu do Europy (39%).

Polska notuje także relatywnie wysokie wyniki jeśli chodzi o **rozpoznawalność 17 Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ** – 29% młodych firm w Polsce je zna vs. średnio 25% w Europie.

Uwarunkowania rozwoju młodych firm nie pogorszyły się

Analiza opinii ekspertów pozyskanych w badaniu NES pokazuje, że **w 2021 r. w Polsce nie nastąpiła poprawa uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w porównaniu do poprzednich dwóch lat, ale też nie można mówić o ich pogorszeniu.** Świadczy o tym

wartość Krajowego Wskaźnika Uwarunkowań Przedsiębiorczości (NECI), która dla Polski jest niezmienna od trzech fal badania i wynosi 4,2 pkt na 10 możliwych.

W 2021 r. tylko jeden z obszarów – **otwartość rynku zewnętrznego** – **został oceniony przez polskich ekspertów znacznie lepiej niż wyniosła średnia dla krajów Europy**. Kolejny obszar – dostęp do infrastruktury technicznej – uzyskał ocenę taką jak przeciętna w tych krajach. **Poprawy natomiast wymagają przede wszystkim edukacja przedsiębiorczości** (zarówno na poziomie podstawowym i średnim, jak i na etapie uczelni i kształcenia zawodowego), **polityka wspierania przedsiębiorczości oraz polityka związana z biurokracją i podatkami, kwestie dotyczące otwartości rynku na nowe firmy** (obciążenia związane z kosztami wejścia, bariery ze strony konkurencji, prawo antymonopolowe), **obszar związany z B+R i transferem wiedzy oraz dotyczący norm kulturowych i społecznych**.

Eksperci stosunkowo nisko ocenili reakcję polskiego rządu na pandemię. Dotyczy to przede wszystkim podejmowanych decyzji, pozwalających kontrolować kryzys zdrowotny związany z pandemią, które jednocześnie nie szkodziłyby gospodarce, wprowadzania programów mających na celu intensyfikację działań na rzecz ochrony środowiska oraz dostępności wsparcia publicznego na wdrożenie rozwiązań cyfrowych w firmach. Natomiast **lepiej oceniono działania podjęte przez rząd w czasie pierwszych 12 miesięcy pandemii** (w tym wsparcie finansowe), których celem była ochrona nowych i rozwijających się firm przed bankructwem i zachowanie miejsc pracy. **Zdaniem ekspertów lepiej z pandemią radzą sobie polskie przedsiębiorstwa**. W ich opinii firmy szybko zareagowały na zaistniałą sytuację i wprowadziły pracę zdalną czy rozwiązania z obszaru „gig economy” – działanie w oparciu o kontrakty pozyskiwane przez platformy internetowe.

Eksperci oceniali także uwarunkowania wpływające na powstawanie i rozwijanie przedsiębiorstw przez kobiety. Najwyższe oceny uzyskały stwierdzenia dotyczące jednakowego dostępu kobiet i mężczyzn do rynku, w tym zamówień publicznych oraz do finansowania. Nieco słabiej oceniono stwierdzenie, że wzrost wykonywania pracy w formie zdalnej, jaki nastąpił w wyniku pandemii, korzystnie wpłynął na równowagę między życiem zawodowym a prywatnym. Eksperci zgodzili się co do tego, że ograniczeniem dla zakładania i rozwoju przedsiębiorstw przez kobiety są regulacje prawne – stwierdzenie, że są one tak korzystne, że kobiety wolą założyć własną firmę niż pracować na etacie uzyskało najniższą ocenę ze wszystkich kategorii uwzględnionych w bloku dla kobiet (nie jesteśmy pod tym względem odosobnieni, jako że średnia ocena tego aspektu przez ekspertów dla Europy

jak i gospodarek najbogatszych jest także niższa od ocen pozostałych kwestii uwzględnionych w tym bloku). Niezbyt dobrze oceniono też dostępność za rozsądną cenę usług typu żłobki, przedszkola, świetlice, opieka pozalekcyjna nad dziećmi, opieka nad osobami starszymi oraz oczekiwania społeczne i kulturowe, które nie do końca jednakowo zachęcają kobiety i mężczyzn do zakładania działalności gospodarczej.

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

Młode firmy przez pryzmat pytań o startupy i uwarunkowania ich rozwoju

Wyniki badania GEM wskazują, że **startupy to przede wszystkim firmy wchodzące z produktem/usługą na rynek, umacniające swoją pozycję na nim oraz prototypujące.**

Lata 2020–2021 to czas skupienia się młodych firm na osiągnięciu dochodów pozwalających na pokrycie kosztów związanych z bieżącym funkcjonowaniem podmiotu.

Zarówno w roku 2019, jak i w czasie trwania pandemii finansowały swoją działalność ze środków własnych, w tym od rodziny. Współpracowały natomiast przede wszystkim z innymi przedsiębiorstwami oraz instytucjami publicznymi. W porównaniu z rokiem 2019 w latach 2020–2021 widać ogólną tendencję do zwiększania się współpracy właścicieli młodych firm z innymi podmiotami.

Czynnikami, które w ich opinii w największym stopniu utrudniają im rozwój, są wysokie obciążenia podatkowe oraz nadmiar biurokracji i formalności. Nieco inne czynniki wskazywane są jako potencjalnie powstrzymujące przed założeniem startupu, do najważniejszych należą: (I) brak kapitału na rozpoczęcie działalności, (II) brak pomysłu na firmę, (III) brak umiejętności związanych z organizacją i zarządzaniem firmą, niezbędnych do rozpoczęcia działalności, (IV) brak wiary we własne umiejętności, (V) stałe zobowiązania finansowe i (VI) brak wiedzy branżowej i specjalistycznej niezbędnej do rozpoczęcia działalności.

Porównanie oceny właścicieli młodych firm na temat wpływu pandemii na startupy **między rokiem 2020 i 2021 pokazuje, że przede wszystkim zwiększyło się niezdecydowanie badanych**. Wzrósł udział osób nieumiejących jednoznacznie wskazać, czy pandemia stworzyła nowe możliwości, które chcieliby oni wykorzystać w swojej firmie lub już je wykorzystują, oraz czy działania polskiego rządu przeciwdziałające gospodarczym skutkom pandemii są efektywne. Jednocześnie spadła liczba tych przedsiębiorców, którzy widzą nowe możliwości stworzone przez pandemię oraz przekonanych do tego, że działania polskiego rządu są efektywne.

Eksperska ocena ekosystemu startupów w Polsce wskazuje, że **startupy niezmiennie od trzech edycji badania uznawane są za bardzo istotne dla rozwoju polskiej gospodarki**. Wskazano na potrzebę działań szkoleniowo-doradczych w zakresie umiejętności budowania współpracy między dużymi i średnimi firmami a startupami. **Eksperci dość dobrze oceniają elementy funkcjonowania startupów związane z zapewnieniem odpowiedniej przestrzeni i warunków pracy (coworking i mentoring), natomiast gorzej możliwości finansowania oraz dedykowane startupom programy publiczne**. Rok 2021 przyniósł pogorszenie ocen w zakresie tych dwóch ostatnich wymiarów oraz aspektu współpracy startupów z dużymi i średnimi firmami, co może być efektem trwającej pandemii i jej wpływu na gospodarkę i przedsiębiorstwa.

1. O badaniu GEM

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

Projekt powstał w 1997 r. z inicjatywy naukowców z Babson College (USA) oraz London Business School (Wielka Brytania), którzy dostrzegli potrzebę stworzenia globalnego wskaźnika przedsiębiorczości na podobieństwo wskaźnika konkurencyjności opracowywanego przez World Economic Forum. W 1999 r. została przeprowadzona pierwsza edycja badań obejmująca 10 państw, w roku 2021 **badania GEM zostały przeprowadzone przez 50 państw, które łącznie odpowiadają za 68% PKB i 45% populacji świata**⁴.

GEM opiera się na jednolitej metodologii pozyskiwania danych. W każdym z państw co roku przeprowadzane jest badanie ilościowe na reprezentatywnej próbie dorosłych mieszkańców oraz badanie jakościowe z udziałem ekspertów w dziedzinie przedsiębiorczości⁵. Za proces zbierania danych odpowiadają tzw. Zespoły Krajowe (ang. *National Teams*), tworzone w większości przypadków przez przedstawicieli uczelni z poszczególnych państw. Dodatkowo proces pozyskiwania i przetwarzania danych jest ściśle kontrolowany przez centralny zespół metodologów. GEM co roku publikuje raport z danymi nt. wszystkich krajów GEM Global Report, jak również raporty tematyczne, poświęcone m.in. przedsiębiorczości kobiet czy też osób młodych, firmom rodzinnym czy polityce publicznej⁶.

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

⁴ Przy tym badanie ilościowe osób dorosłych zostało przeprowadzone przez 47 państw (poza Jamajką, Litwą i Meksykiem), a badanie jakościowe – ekspercka ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości – przez 50 państw. Szczegółowy wykaz państw, które wzięły udział w badaniach GEM w 2021 r., przedstawia tabela 1.1.

⁵ Więcej w rozdziale 1.2.

⁶ <https://gemconsortium.org/>

1.1. Założenia teoretyczne GEM

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

Rozumienie przedsiębiorczości w GEM

Przedsiębiorczość jest terminem bardzo pojemnym, z wieloma różnorodnymi znaczeniami.

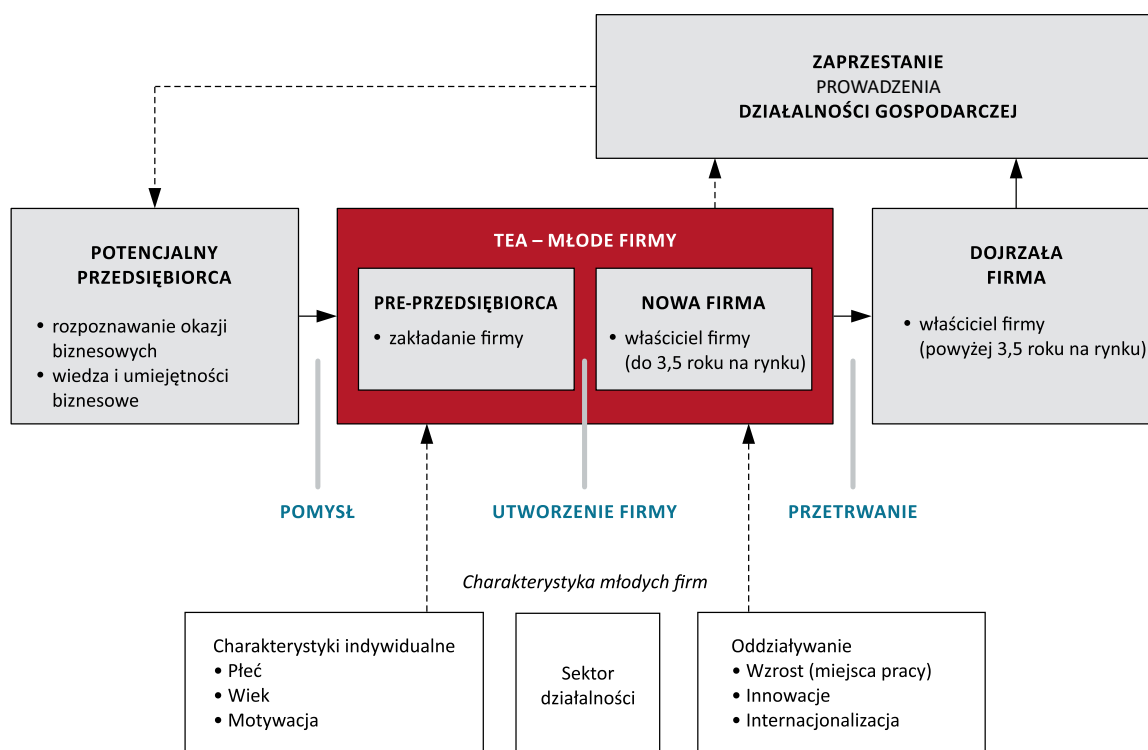
GEM operacjonalizuje to pojęcie jako „**każdą próbę tworzenia nowej firmy lub nowego przedsięwzięcia, taką jak samozatrudnienie, nowa organizacja gospodarcza, ekspansja istniejącej organizacji, dokonaną przez jednostkę, zespół ludzi lub istniejącą organizację**”⁷.

Podczas gdy definicja przedsiębiorczości jako nowej aktywności gospodarczej jest wąska, samo pojęcie aktywności gospodarczej jest rozumiane dość szeroko. Ma to swoje implikacje w pomiarze poziomu przedsiębiorczości w GEM, która nie jest ograniczana do rejestracji nowej działalności gospodarczej. Traktowana jest bardziej w kategoriach behawioralnych niż instytucjonalnych i obejmuje zarówno zachowania przedsiębiorcze prowadzące do rejestracji nowych podmiotów gospodarczych, jak i zachowania przedsiębiorcze w już istniejących organizacjach.

Model procesu przedsiębiorczego

Podejście do procesu przedsiębiorczego przyjęte w GEM polega na identyfikowaniu fazy, w jakiej znajduje się przedsięwzięcie gospodarcze danej osoby (Rysunek 1.1). W momencie badania może być ona wciąż na etapie rozpoznawania okazji biznesowych i samooceny własnych umiejętności przedsiębiorczych, może to być też etap prowadzenia firmy bądź wycofania się z tej działalności. Jednocześnie uwaga w modelu skoncentrowana jest na wczesnych etapach działalności. Jest to jeden z istotnych elementów odróżniających GEM od innych projektów badawczych w dziedzinie przedsiębiorczości, gdzie często bada się zarejestrowane podmioty gospodarcze na podstawie danych z krajowych urzędów statystycznych, co nie pozwala na dogłębny wgląd w charakterystyki nowych przedsięwzięć.

⁷ P.D. Reynolds, M. Hay, S.M. Camp, *Global Entrepreneurship Monitor 1999 Executive Report*, Paul D. Reynolds, Michael Hay and Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership at the Ewing Marion Kauffman Foundation, 1999.

Rysunek 1.1. Model procesu przedsiębiorczego według GEM

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

Efektom przyjętego podejścia są wskaźniki odnoszące się do osób znajdujących się w poszczególnych fazach procesu przedsiębiorczego, tj. preprzedsiębiorców, nowych przedsiębiorców i dojrzałych firm.

- **Preprzedsiębiorcy** (*nascent entrepreneurs*) to osoby zaangażowane w zakładanie i organizowanie swojej firmy, przy czym okres wypłacania właścicielom wynagrodzeń nie przekracza 3 miesięcy.
- **Nowi przedsiębiorcy** to osoby, które są właścicielami i zarządzają nową firmą, tj. prowadzą działalność gospodarczą, w ramach której przez ponad 3, ale nie dłużej niż 42 miesiące wypłacane są właścicielom wynagrodzenia. Okres 3,5 roku uznaje się za krytyczny w działalności przedsiębiorczej. Jego przetrwanie świadczy o sukcesie pierwszego etapu, czyli założenia działalności i przejściu do kolejnego etapu, czyli zarządzania istniejącą firmą.
- **Dojrzałe firmy** to firmy, których właściciele zarządzają nimi na rynku dłużej niż 42 miesiące – ponad 3,5 roku wypłacają wynagrodzenie.

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

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

Warto podkreślić, że podejście polegające na poddawaniu badaniom 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. Umożliwia analizę procesu przedsiębiorczości w wielu układach, na przykład identyfikację ludzi o podobnym nastawieniu i charakterystykach. Daje także możliwość odkrycia większej liczby różnic między państwami. Otrzymujemy bowiem informacje nie tylko na temat liczby przedsiębiorców w danym kraju, ale również na temat różnic w ich nastawieniu i charakterystykach w poszczególnych fazach prowadzenia działalności.

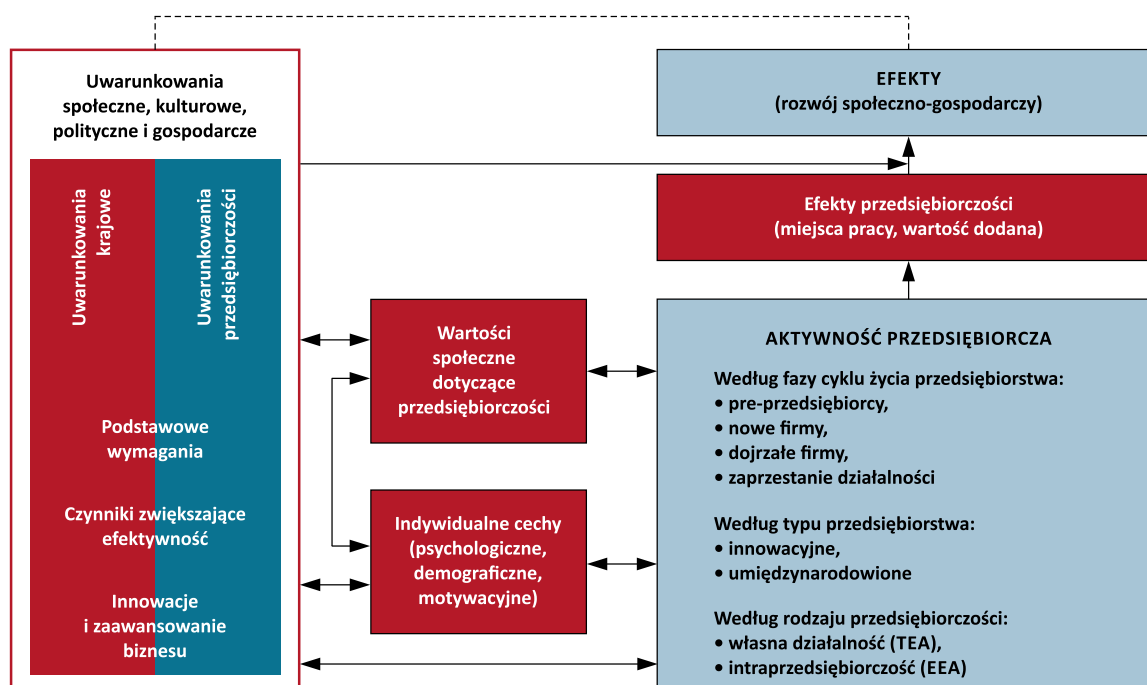
Model koncepcyjny GEM

Model koncepcyjny GEM odnosi się do przedsiębiorczości jako kluczowego elementu rozwoju gospodarczego. Opiera się on na kilku istotnych założeniach. Po pierwsze, stan gospodarki jest silnie uzależniony od dynamicznego sektora osób angażujących się w działalność

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

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

Rysunek 1.2. Model koncepcyjny GEM



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

Klasyfikacja państw

W GEM stosowany jest podział państw według poziomu rozwoju gospodarczego zgodnie z podejściem World Economic Forum (WEF). Do 2017 r. WEF klasyfikował gospodarki na zorientowane na czynniki produkcji, efektywność oraz innowacyjność⁸. W 2018 r. WEF zmienił podejście na klasyfikację według poziomu dochodu (patrz *The Global Competitiveness Report 2018*⁹). Zgodnie z nim wyróżnia się 4 grupy państw: o niskim poziomie dochodu (*low-income*), niższym-średnim poziomie dochodu (*lower-middle*), wyższym-średnim (*upper-middle*) oraz wysokim (*high*). Dochód mierzony jest za pomocą dochodu narodowego brutto (GNI) na mieszkańca w USD¹⁰.

Tabela 1.1. Klasyfikacja państw uczestniczących w GEM w 2021 r. według poziomu dochodu narodowego w przeliczeniu na mieszkańca danego kraju

Niski poziom dochodu	Średni poziom dochodu	Wysoki poziom dochodu
Egipt, Indie, Iran, Maroko, Sudan	Białoruś, Brazylia, Dominikana, Gwatemala, Jamajka*, Kazachstan, Kolumbia, Meksyk*, Panama, Republika Południowej Afryki, Rosja, Rumunia, Turcja	Arabia Saudyjska, Chile, Chorwacja, Cypr, Finlandia, Francja, Grecja, Hiszpania, Holandia, Irlandia, Izrael, Japonia, Kanada, Katar, Korea Południowa, Litwa*, Luksemburg, Łotwa, Niemcy, Norwegia, Oman, Polska, Słowacja, Słowenia, Stany Zjednoczone Ameryki, Szwajcaria, Szwecja, Urugwaj, Węgry, Wielka Brytania, Włochy, Zjednoczone Emiraty Arabskie

* Jamajka, Litwa i Meksyk zrealizowały tylko badanie jakościowe – ekspercką ocenę uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości (NES) w 2021 r.

Na użytek analiz gospodarki o niższym-średnim i wyższym-średnim poziomie dochodu narodowego zostały połączone przez GEM w jedną grupę – o średnim poziomie dochodu. W ten sposób powstały trzy grupy państw: o niskim, średnim i wysokim poziomie dochodu¹¹.

⁸ Więcej nt. w Raporcie z badania *GEM Polska 2017/2018*, PARP 2018, s. 14.

⁹ *The Global Competitiveness Report 2018*, WEF 2019.

¹⁰ Jest to klasyfikacja Banku Światowego. Wartości w USD uzyskiwane są po przeliczeniu z wartości GNI w walucie krajowej przy wykorzystaniu metody *World Bank Atlas method*.

¹¹ Bank Światowy 1 lipca każdego roku weryfikuje klasyfikację krajów wg kryterium dochodowego. W 2021 r. obowiązywały następujące progi dla poszczególnych grup: *low-income* – do 1045 USD na mieszkańca, *middle-income* – od 1046 do 12 695 USD, *high-income* – powyżej 12 695 USD. Więcej: <https://datahelpdesk.worldbank.org/knowledgebase/articles/378834-how-does-the-world-bank-classify-countries> oraz <https://blogs.worldbank.org/opendata/new-world-bank-country-classifications-income-level-2021-2022> [dostęp: 21.06.2022].

Polska należy do grupy państw o wysokim poziomie dochodu, a pełne zestawienie państw, które wzięły udział w badaniu GEM w 2021 r., przedstawia Tabela 1.1. **W badaniu ilościowym APS lub jakościowym NES uczestniczyło 50 państw, przy czym 47 zrealizowało badanie ilościowe, a 50 jakościowe – ekspercką ocenę uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości.**

1.2. Prowadzenie badań w GEM

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

APS

W każdym kraju biorącym udział w projekcie corocznie przeprowadza się badanie populacji dorosłych na próbie co najmniej 2000 osób dorosłych (18–64 lat). Badanie zazwyczaj przeprowadza się metodą CATI z uwzględnieniem wykorzystania przez gospodarstwa domowe w każdym kraju telefonii stacjonarnej i komórkowej. W badaniu APS dokonuje się pomiaru wskaźnika TEA, pozyskiwane są z niego również informacje na temat dążenia do wzrostu przez zatrudnienie, innowacyjności czy internacjonalizacji oraz finansowania działalności gospodarczej. W 2021 r. narzędzie do badania ilościowego zostało wzbogacone o pytania dotyczące wpływu pandemii na przedsiębiorczość oraz o bloki nt. zrównoważonego rozwoju i przedsiębiorczości kobiet. Więcej informacji na ten temat dostępne jest w raporcie światowym GEM Global Report 2021/22¹².

W Polsce badanie ilościowe od 2011 r. realizowane jest co roku na reprezentatywnej ogólnopolskiej próbie dorosłych mieszkańców naszego kraju w wieku 18–64 lat. Do 2016 r. było to 2000 wywiadów rocznie. Od 2017 r. badanie prowadzone jest na zwiększonej próbie, z uwagi na zamiar uchwycenia grupy startupów i zdobycia wiedzy na ich temat – w rezultacie od tego czasu co roku przeprowadza się 8000 wywiadów z dorosłymi mieszkańcami naszego kraju. Również od tego roku wspólne dla wszystkich państw narzędzie badawcze rozszerzono

¹² GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*) (2022). *Global Entrepreneurship Monitor 2021/2022 Global Report: Opportunity Amid Disruption*. London: GEM. Raport dostępny na stronie GEM: www.gemconsortium.org

w Polsce o blok pytań poświęconych startupom. Wywiady każdego roku realizowane są techniką CATI. Cały proces pozyskiwania danych jest kilkakrotnie weryfikowany przez PARP oraz zespół metodologów GEM pod kątem zgodności cech takich jak region, płeć, wiek z rozkładem populacji. W 2021 r. badanie było realizowane w okresie od 19 maja do 16 sierpnia.

NES

NES (ang. *National Experts Survey*), czyli ekspercka ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości, to badanie jakościowe, w którym co najmniej 36 specjalistów z różnych dziedzin powiązanych bezpośrednio lub pośrednio z przedsiębiorczością dokonuje oceny funkcjonowania 12 obszarów, składających się na otoczenie przedsiębiorstw w danym kraju. Wśród nich są m.in.: finansowanie działalności gospodarczej, polityka rządu i programy publiczne, edukacja, transfer B+R, dostęp do usług prawnych i księgowych, rynek, normy społeczno-kulturowe. W każdym kraju wyboru grupy ekspertów dokonuje się na podstawie tych samych kryteriów, z których głównymi są specjalizacja (odpowiadająca 12 obszarom), rodzaj prowadzonej działalności (naukowiec, przedsiębiorca, pracownik administracji, polityk, dziennikarz itp.) oraz doświadczenie w prowadzeniu działalności przedsiębiorczej (przedsiębiorca – nieprzedsiębiorca). W 2021 r. narzędzie badawcze zostało wzbogacone o pytania związane z pandemią oraz o bloki nt. zrównoważonego rozwoju i przedsiębiorczości kobiet.

W Polsce badanie jakościowe co roku realizowane jest na co najmniej 36 celowo dobranych ekspertach. Zanonimizowana wstępna lista ekspertów jest akceptowana przez zespół metodologów GEM. Badanie od 2011 r. realizowane jest techniką CAWI, koordynuje je zespół PARP, a baza wynikowa weryfikowana jest przez zespół metodologów GEM. Scenariusz wywiadu stosowany w badaniu NES w Polsce, od 2017 r. zawiera dodatkowy blok pytań poświęconych uwarunkowaniom rozwoju startupów. W 2021 r. w badaniu NES uczestniczyło 39 ekspertów.

2. Przedsiębiorczość w Polsce w drugim roku pandemii

Niniejszy rozdział zawiera opis kluczowych wskaźników obrazujących nastawienie polskiego społeczeństwa do przedsiębiorczości i aktywność przedsiębiorczą Polaków na tle państw Europy¹³ uczestniczących w badaniu w 2021 r., a także państw świata¹⁴. Dodatkowo omówiono wyniki tematu specjalnego podjętego przez GEM w ubiegłym roku, jakim jest świadomość wśród społeczeństwa celów zrównoważonego rozwoju ONZ oraz zastosowanie ich w działalności gospodarczej.

Warto zauważyć, że badanie ilościowe, które posłużyło do zebrania tych danych, realizowane było od drugiej połowy maja do pierwszej połowy sierpnia, a więc w okresie gdy przestały obowiązywać obostrzenia po wiosennej fali restrykcji związanych z pandemią koronawirusa. Na szeroką skalę prowadzona była akcja szczepień, liczba zakażeń wyraźnie się zmniejszyła. Pomimo to, ogólna ocena sytuacji w kraju nie była korzystna – jak pokazują badania nastrojów społecznych CBOS ocen negatywnych było w tym okresie więcej niż pozytywnych, co więcej – z miesiąca na miesiąc sytuacja się pogarszała. Również ocenę bieżącej i przyszłej sytuacji gospodarczej cechowała tendencja spadkowa¹⁵, tak że w sierpniu 2021 r. po ok. 30% Polaków uważało, że jest ona dobra, zła lub ani dobra ani zła.

2.1. Postrzeganie przedsiębiorczości przez Polaków

Pewne zmiany widać także w postrzeganiu przedsiębiorczości przez Polaków. W 2021 r. **odsetek osób będących zdania, że prowadzenie własnej firmy jest dobrym sposobem na zrobienie kariery zmniejszył się do 55% wobec 60% w poprzednim roku. Jednocześnie więcej**

¹³ Państwa europejskie, które zrealizowały badanie ilościowe dorosłych w 2021 r. to: Białoruś, Chorwacja, Cypr, Finlandia, Francja, Grecja, Hiszpania, Holandia, Irlandia, Luksemburg, Łotwa, Niemcy, Norwegia, Polska, Rosja, Rumunia, Słowacja, Słowenia, Szwajcaria, Szwecja, Turcja, Węgry, Wielka Brytania, Włochy.

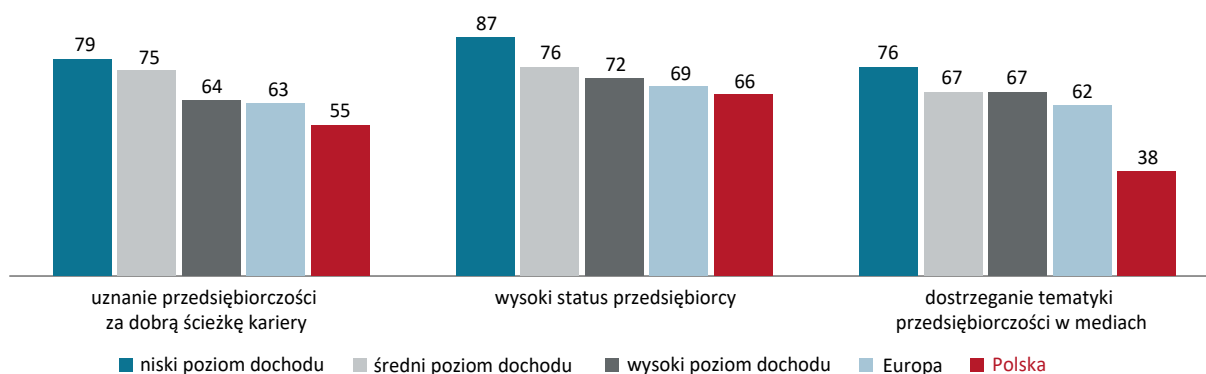
¹⁴ Szczegółowy wykaz wszystkich państw, które wzięły udział w badaniach ilościowych i jakościowych GEM w 2021 r., w podziale według poziomu dochodu zamieszczono w Tabeli 1.1.

¹⁵ Nastroje społeczne w sierpniu, Komunikat z badań, CBOS, wrzesień 2021.

Polaków podzielało pogląd, że osobom, które założyły firmę i odniosły sukces, należy się uznanie – wzrost o 6 p.p. r/r do 66%.

Wyniki te wyraźnie wskazują na świadomość Polaków co do trudnego położenia przedsiębiorców w czasie pandemii pomimo uruchamianego systematycznie wsparcia ośłonowego. Są to wyniki niższe w porównaniu ze średnimi dla Europy (63% dla uznania własnej firmy za opcję kariery i 69% dla uznania sukcesu przedsiębiorców) czy grup państw o niskim, średnim i wysokim poziomie dochodu¹⁶ (Wykres 2.1). Liderem wśród badanych państw, podobnie jak w poprzednim roku, jest Arabia Saudyjska, w której 97% dorosłych mieszkańców jest przekonanych o tym, że własna firma to dobry sposób na zarobkowanie, a 96% uważa, że przedsiębiorcom należy się uznanie. Najmniej mieszkańców nastawionych pozytywnie do pracy na swoim jest w Japonii (24%) i Szwajcarii (41%), a najmniej mieszkańców skłonnych obdarzyć przedsiębiorców uznaniem jest w Chorwacji (54%).

Wykres 2.1. Społeczna percepcja przedsiębiorczości w Polsce na tle średniej* dla badanych państw Europy oraz grup gospodarek według poziomu dochodu w 2021 r. (% osób w wieku 18–64 lat)



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

¹⁶ Pytania dotyczące nastawienia społeczeństwa do przedsiębiorczości były w 2021 r. opcjonalne dla zespołów krajowych, dlatego dane dostępne są dla 40 państw. Brak danych nt. wszystkich trzech wskaźników dla: Brazylii, Finlandii, Holandii, Kanady, Luksemburga, Norwegii, Szwecji. Dla Chile brak danych nt. wizerunku przedsiębiorcy i roli mediów, dla Turcji – brak danych nt. roli mediów. Trzeba też pamiętać, że w każdej grupie państw klasyfikowanych do jednej grupy dochodowej występuje spory rozstrzał wartości przyjmowanych przez dany wskaźnik. Należy więc uśrednione wyniki traktować z dużą ostrożnością.

Trzeci wskaźnik stosowany w GEM w bloku dotyczącym postrzegania przedsiębiorczości przez społeczeństwo odnosi się do mediów i do ich roli w kształtowaniu pozytywnego wizerunku przedsiębiorcy. **W 2021 r. jedynie 38% Polaków potwierdziło, że dostrzega w mediach publicznych i Internecie treści poświęcone przedsiębiorcom, którzy odnieśli sukces.** Jest to wynik nieco niższy niż 41% notowane w 2020 r., ale trzeba podkreślić – najniższy wśród 38 państw świata, dla których dostępne są dane na ten temat. Jest to też wynik niższy niż średnia europejska (62%).

Przyjrzyjmy się przez chwilę temu, jak mieszkańcy badanych państw Europy postrzegają przedsiębiorczość. Ogólnie można powiedzieć, że Europejczycy doceniają wysiłki osób, którzy postanowili założyć własną firmę (średnio 69% osób podziela opinię, że tym, którzy odnieśli sukces w biznesie, należy się uznanie), również relatywnie sporo osób (63%) uważa, że posiadanie własnej firmy może być dobrą ścieżką kariery. Podobnie jest, jeśli chodzi o dostrzeganie pozytywnych treści nt. przedsiębiorczości w mediach i Internecie (62%). Jednocześnie – jak widać w Tabeli 2.1 – występują dość duże różnice między poszczególnymi społeczeństwami w zakresie każdego z tych wskaźników. Najwięcej mieszkańców skłonnych docenić wysiłki przedsiębiorców ma Słowenia (86%), najmniej zaś Chorwacja (54%) i Francja (55%). Jeśli chodzi o uznanie przedsiębiorczości za dobrą ścieżkę kariery, najwyższy wynik notuje Cypr (82%), najniższy zaś Szwajcaria (41%). Największe różnice między 19 społeczeństwami Europy widoczne są jednak w zakresie roli mediów w kształtowaniu pozytywnego wizerunku przedsiębiorcy. Jak już wspomniano wcześniej, najmniej mieszkańców, którzy zgodzili się ze stwierdzeniem, że w mediach publicznych i Internecie pojawiają historie opisujące nowe, krótko istniejące firmy, które odniosły sukces, było w 2021 r. w Polsce (38%) i na Słowacji (43%), najwięcej zaś w Słowenii, Irlandii i Wielkiej Brytanii (ponad 80%).

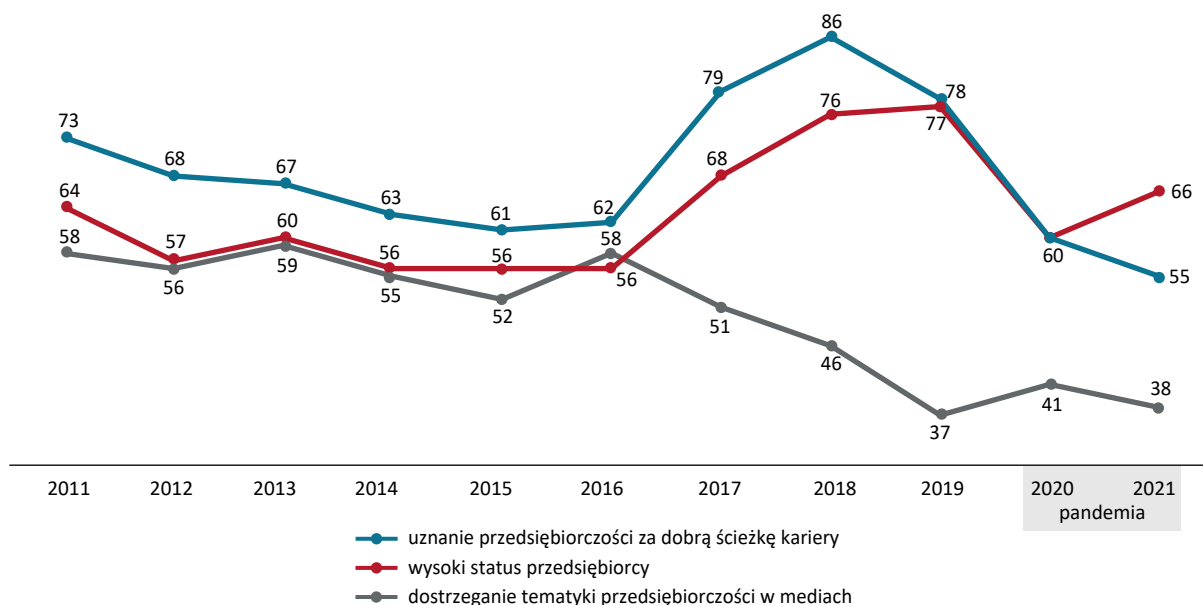
Tabela 2.1. Społeczna percepcja przedsiębiorczości w 19 państwach Europy w 2021 r. (% osób w wieku 18–64 lat)

Państwo	Uznanie przedsiębiorczości za dobrą ścieżkę kariery	Wysoki status przedsiębiorcy	Dostrzeganie tematyki przedsiębiorczości w mediach
Białoruś	73	71	47
Cypr	82	75	67
Chorwacja	62	54	62
Francja	69	55	76
Grecja	66	64	57
Hiszpania	50	61	48
Irlandia	67	83	83
Łotwa	53	60	58
Niemcy	51	83	58
Polska	55	66	38
Rosja	72	70	61
Rumunia	68	72	68
Słowacja	52	56	43
Słowenia	68	86	84
Szwajcaria	41	76	62
Turcja	67	75	–
Węgry	64	65	66
Wielka Brytania	70	84	82
Włochy	61	56	66
Średnia Europa (19)	63	69	62

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Analiza danych w latach 2011–2021 (Wykres 2.2) pozwala zaobserwować pewne tendencje jeśli chodzi o podejście polskiego społeczeństwa do przedsiębiorczości. Po pierwsze, od 2017 r. maleje odsetek osób, które dostrzegają treści poświęcone sukcesom przedsiębiorców w mediach i Internecie – wobec stabilnej tendencji w ocenie tego aspektu przez polskie społeczeństwo w latach 2011–2016. Spadek 2021/2016 wyniósł 18 p.p., co jest niepokojącym zjawiskiem, zważywszy na potencjał tych kanałów komunikacji w kształtowaniu postaw społecznych. Po drugie, od trzech lat maleje przekonanie o tym, że własna działalność może być sposobem na życie i zarobkowanie. Pandemia tylko pogłębiła to zjawisko. Uderzyła też w wizerunek przedsiębiorcy – sprawiając, że społeczne przyzwolenie na wyróżnienie tych, którym udało się odnieść sukces w biznesie, zmniejszyło się w 2020 r. do poziomu z 2013 r. Na szczęście ostatni rok przyniósł poprawę w tym zakresie.

Wykres 2.2. Percepcja przedsiębiorczości w polskim społeczeństwie w latach 2011–2021 (% osób w wieku 18–64 lat)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Wydaje się, że czas pandemii znacząco osłabił myślenie Polaków o tym, że prowadzenie firmy może być sposobem na życie i zarobkowanie. Ważną rolę odegrali w tym procesie liczne doniesienia medialne o trudnym położeniu przedsiębiorców – szczególnie z branży turystycznej, gastronomicznej, eventowej czy fryzjersko-kosmetycznej – które kształtowały świadomość społeczną w zakresie ryzyka i odpowiedzialności, z jakimi wiąże się prowadzenie działalności gospodarczej.

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

Drugi rok pandemii przyniósł zmiany w postrzeganiu otoczenia przez Polaków. Wzrosła świadomość wyjątkowo trudnej sytuacji przedsiębiorców – odsetek deklarujących, że znają kogoś, kto zlikwidował firmę z powodu pandemii wzrósł z 47% w 2020 r. do 51% w 2021 r. Jednocześnie **udział osób twierdzących, że znają przynajmniej jedną osobę, która założyła**

działalność w ciągu ostatnich dwóch lat spadł aż o 9 p.p. r/r, do poziomu 54%, choć nadal był nieco wyższy niż średnia europejska (51%). Wśród wszystkich badanych państw najwyższą wartość tego wskaźnika osiągnęły Dominikana (83%) i Cypr (73%), natomiast najniższą – Japonia (20%) i Egipt (31%), a z europejskich – Grecja (33%). Największy odsetek deklaracji o posiadaniu znajomych, którzy w tym trudnym czasie założyli firmę odnotowano wśród mieszkańców państw o średnim dochodzie (56%). Między grupami państw o niskich i wysokich dochodach różnica była relatywnie niewielka (49 vs. 52%).

Wciąż, 64% Polaków – tj. o ponad 5 p.p. więcej niż w pierwszym roku pandemii – uważało, że założenie firmy w naszym kraju jest proste. To znacznie lepszy wynik niż średnia dla Europy (50%) czy którejkolwiek z rozważanych grup państw (Tabela 2.2). Warto zaznaczyć, że również w poprzednich latach ocena warunków do zakładania działalności w Polsce była relatywnie wysoka (90% w 2019 r. i 59% w 2020 r.).

Tabela 2.2. Odsetek osób będących zdania, że łatwo jest założyć firmę w 2021 r.

Rok	Niski poziom dochodu	Średni poziom dochodu	Wysoki poziom dochodu	Europa	Polska
2021	59	43	53	50	64

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

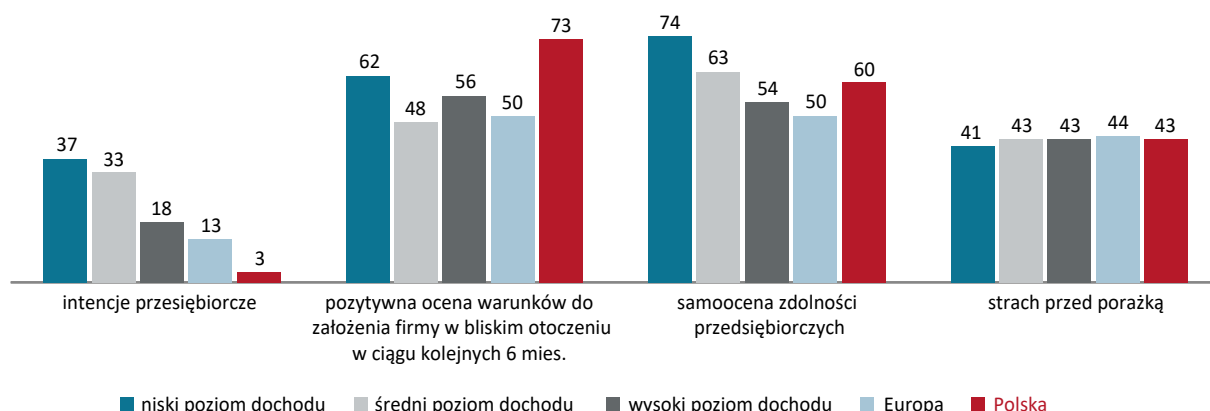
Wśród państw, które wzięły udział w badaniu w 2021 r., najwyżej warunki do rozpoczynania działalności w swoim kraju ocenili mieszkańcy Arabii Saudyjskiej (94% pozytywnych wskazań), Holandii (86%), Szwecji (83%) i Norwegii (80%). Najtrudniej było rozpocząć działalność gospodarczą w Izraelu (14%). Niskie wyniki uzyskały także Włochy (17%) i Iran (18%).

Również perspektywy zakładania działalności w bliskim otoczeniu w ciągu kolejnych 6 miesięcy zostały przez polskich respondentów uznane za lepsze niż w 2020 r. Polska odnotowała znaczny wzrost tego wskaźnika – z 52% w 2020 r. do 73% w 2021 r. – choć nie wrócił on jeszcze do poziomu z 2019 r. (87%). W Europie większym optymizmem wykazali się tylko Szwedzi (80%) i Norwegowie (74%). W rankingu wszystkich państw biorących udział w badaniu Polska znalazła się na 9. miejscu. Jeśli chodzi o najbliższą przyszłość najczęściej dobrej myśli byli mieszkańcy państw o niskim poziomie dochodu (62% wskazań), w pozostałych grupach odsetek pozytywnych odpowiedzi wyniósł: 56% dla państw o wysokim

dochodzie i 48% – o średnim. Pozytywnej odpowiedzi udzielił co drugi badany Europejczyk. Wśród 47 badanych państw najwyższe wyniki zanotowano ponownie w Arabii Saudyjskiej (95%) oraz w Indiach (83%) i Szwecji (80%), najniższe – w Japonii (12%) i Iranie (18%), a w Europie – w Hiszpanii (30%).

Pozytywna ocena warunków do zakładania działalności gospodarczej nie przełożyła się bynajmniej na intencje przedsiębiorcze Polaków. Kolejne fale pandemii wręcz je osłabiły – w 2021 r. udział osób niezaangażowanych w prowadzenie działalności gospodarczej, które odpowiedziały twierdząco na pytanie o to, czy planują w ciągu najbliższych 3 lat założyć firmę wyniósł 3% i spadł o 2 p.p. rok do roku i o 3 p.p. w porównaniu z 2019 r. To najniższy wynik w rankingu w 2021 r., za Japonią (3,2%). Najlepsze wyniki uzyskały Kazachstan, Egipt i Dominikana (po 55%), a w wśród państw europejskich – Chorwacja (22%) oraz Łotwa i Holandia (po 18%). Widać wyraźny dystans między liderami rankingu a najlepszymi wynikami europejskimi. Europa pod względem intencji przedsiębiorczych wyraźnie odstaje od pozostałych grup państw – średnia wyniosła niecałe 13%, a w przypadku 8 z 20 państw europejskich biorących udział w badaniu to mniej niż 10%¹⁷. Średnie dla pozostałych grup są wyższe – o 5 p.p. dla państw najbogatszych, o 20 p.p. dla państw o średnich dochodach i o 24 p.p. dla państw najuboższych.

Wykres 2.3. Postawy przedsiębiorcze w Polsce na tle średniej dla badanych państw Europy oraz grup gospodarek według poziomu dochodu w 2021 r. (% osób w wieku 18–64 lat)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

¹⁷ Polska (3%), Norwegia i Słowacja (po 5%), Niemcy (6%), Hiszpania i Węgry (po 8%), Włochy i Wielka Brytania (po 9%).

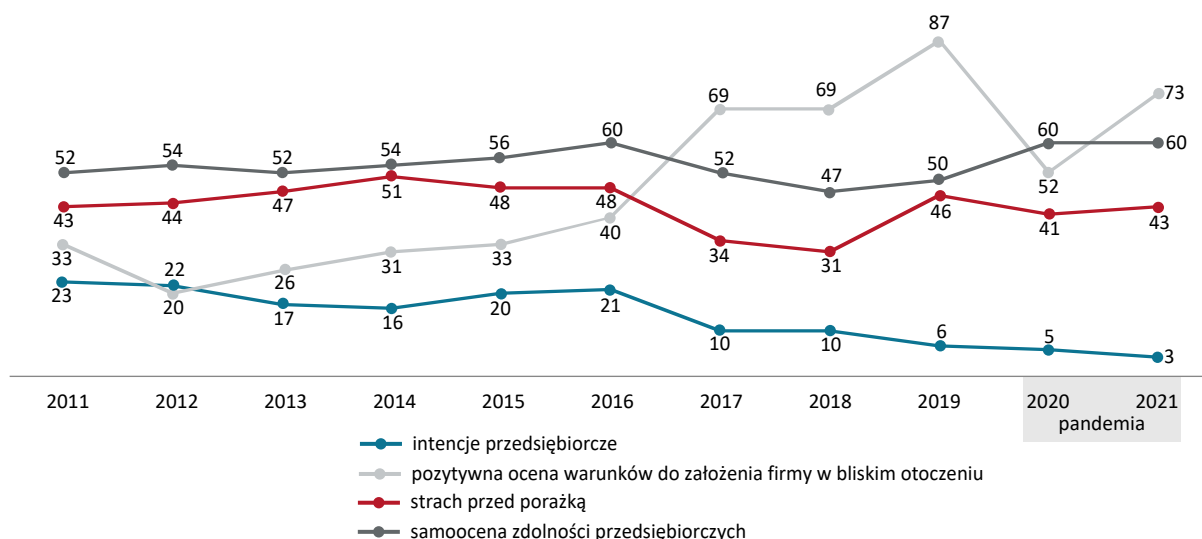
Przeciętny Polak, choć rzadko planuje zakładanie firmy, czuje się bardziej przygotowany do prowadzenia własnego biznesu niż przeciętny Europejczyk czy mieszkaniec państw o wysokich dochodach. W 2021 r. **60% osób było przekonanych, że dysponują wystarczającą wiedzą i umiejętnościami do prowadzenia firmy**. Taką samą wartość wskaźnika odnotowano zresztą dla Polski również w 2020 r. i, co zastanawiające, jest ona zdecydowanie wyższa niż w latach poprzedzających pandemię (50% w 2019 r., 47% w 2018 r.). W Europie najwyższe wyniki pod względem oceny wiedzy i umiejętności potrzebnych do założenia działalności – podobnie jak w pierwszym roku pandemii – odnotowano w Chorwacji (71% vs. 75% w 2020 r.), najniższe zaś – na Węgrzech (36%) i w Niemczech (37%). Średnia dla państw europejskich to 50%. Wśród wszystkich badanych państw najmniej mieszkańców pozytywnie oceniających swoje umiejętności biznesowe jest w Japonii (12%), a najwięcej – w Arabii Saudyjskiej (91%), Dominikanie (89%) i Sudanie (88%). Jeżeli porównamy grupy państw zróżnicowane pod względem dochodu, widać, że podobnie jak rok wcześniej, im niższy dochód, tym wyższa samoocena zdolności przedsiębiorczych (74% vs. 63% vs. 54%).

Nieznacznie (o 2 p.p.) wzrósł odsetek osób, które choć widzą szanse biznesowe, obawiają się porażki. W 2021 r. 43% dorosłych Polaków przyznało, że ryzyko nieosiągnięcia sukcesu zniechęca ich do założenia firmy. Pod tym względem wyniki we wszystkich analizowanych grupach są podobne i wahają się od 41% w grupie państw o niskim dochodzie do 44% w grupie państw europejskich. Państwami, których mieszkańcy najbardziej obawiali się porażki były: Białoruś (56%), Indie, Kanada i Arabia Saudyjska (po 54%), a najrzadziej takie obawy wyrażali respondenci z Kazachstanu (12%) i Korei Południowej (15%).

Analiza postaw przedsiębiorczych Polaków w dłuższym okresie może budzić jednak niepokój. Od czasu pierwszej edycji badania **wskaźnik mierzący intencje przedsiębiorcze ma tendencję spadkową** – jego wartość obniżyła się **z 23% w 2011 r. do niespełna 3% w 2021 r.**, co jest zarazem najniższą wartością wśród 47 badanych państw świata.

Wyniki analizy pozostałych parametrów za lata 2011-2021 wydają się bardziej optymistyczne, ale trudno mówić o powodach do zadowolenia.

Co prawda **wskaźnik osób odczuwających strach przed porażką w 2021 r. wzrósł tylko o 2 p.p. do 43%**, co łatwo wytłumaczyć przedłużającą się pandemią, lecz jednocześnie jest to wartość, jaką osiągnął w 2011 r.

Wykres 2.4. Postawy przedsiębiorcze w Polsce w latach 2011–2021 (% osób w wieku 18–64 lat)

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Od początku badania Polacy stosunkowo wysoko oceniają swoje zdolności i umiejętności biznesowe. W 2021 r. wskaźnik samooceny zdolności przedsiębiorczej osiągnął 60%, podobnie zresztą jak w 2016 r. i 2020 r., co jest najwyższą z notowanych wartości. Różnica między wynikiem pierwszej edycji badania a wynikiem z 2021 r. wyniosła +8 p.p.

Jeszcze większy odsetek Polaków docenia warunki do zakładania działalności w najbliższym otoczeniu. Od początku prowadzenia badań wskaźnik ten systematycznie rósł, osiągając w 2019 r. wartość 87%. W 2020 r. spadł co prawda o 35 p.p., ale już w kolejnym wzrósł do 73%, czyli powyżej poziomu z 2018 r.

Podsumowując, mimo wysokiej oceny zdolności i umiejętności biznesowych oraz coraz lepszych warunków do rozpoczynania działalności gospodarczej, intencje przedsiębiorcze Polaków z roku na rok słabną, a ich strach przed porażką nie maleje.

Trzeba jednak mieć na uwadze, że na kształtowanie postaw przedsiębiorczych mają wpływ również inne niż wyżej omówione czynniki, o czym w dalszej części tego podrozdziału.

Talent do przedsiębiorczości

Talent do przedsiębiorczości jest przedmiotem badań GEM od 2019 r. Tym terminem określany jest właściwy niektórym ludziom sposób myślenia i postrzegania otoczenia umożliwiający im rozwój w zakresie prowadzenia działalności gospodarczej. W badaniu ilościowym GEM do pomiaru tego zjawiska służą cztery opcje odpowiedzi w kwestionariuszu, opracowane przez prof. Jonathana Levie (National University of Ireland Galway, członka GEM) we współpracy z dr Gorkanem Ahmetoglu (University College of London) – twórcą podejścia do autooceny indywidualnych cech składających się na przedsiębiorcze nastawienie (*entrepreneurial mindset*) i współzałożycielem inicjatywy META (*Measure of Entrepreneurial Tendencies and Abilities*)¹⁸. Każde ze stwierdzeń, do którego odnoszą się respondenci, ma pomóc określić jeden z czterech wymiarów ich predyspozycji do przedsiębiorczości:

1. OPORTUNIZM: rzadko widzi Pan(i) możliwości biznesowe, choć jest Pan(i) bardzo kompetentny(a);
2. PROAKTYWNOŚĆ: nawet jeśli zauważy Pan(i) korzystną okazję biznesową, rzadko się Pan(i) na nią decyduje;
3. KREATYWNOŚĆ: inni uważają Pana(ią) za osobę kreatywną/innovacyjną;
4. WIZJA: każda Pana(i) decyzja jest częścią długookresowego planu kariery.

Pytania o to, czy ludzie są skłonni dostrzec i wykorzystać okazje biznesowe odzwierciedlają poziom pozytywnego nastawienia do przedsiębiorczości, a wzbogacone o ocenę kreatywności i umiejętności planowania – ilustrują przedsiębiorczy potencjał danego społeczeństwa.

Nie wszystkie państwa uwzględniają ten obszar w swoich badaniach, dlatego trudno o porównania. Niemniej w 2021 r. w 13 państwach europejskich, w tym w Polsce, zebrano dane do oceny talentu do przedsiębiorczości (Tabela 2.3).

¹⁸ META to przedsięwzięcie, będące efektem 4-letniego programu naukowego, zrealizowanego przez naukowców z uniwersytetów Goldsmiths, NYC i UCL, we współpracy z *Harvard's Entrepreneurial Finance lab* oraz rządem Wielkiej Brytanii. Więcej nt. META na <http://www.metaprofiling.com>.

Tabela 2.3. Talent do przedsiębiorczości – samoocena predyspozycji przedsiębiorczych Polaków na tle państw Europy, które w 2021 r. uwzględniły ten obszar w badaniu

Kraj	Rzadko widzę możliwości biznesowe, choć jestem bardzo kompetentny(a) (OPORTUNIZM)	Nawet jeśli zauważam korzystną okazję biznesową, rzadko się na nią decyduję (PROAKTYWNOŚĆ)	Inni uważają mnie za osobę kreatywną/ innowacyjną (KREATYWNOŚĆ)	Każda moja decyzja jest częścią długookresowego planu kariery (WIZJA)
Białoruś	62,1	64,4	63,2	51,6
Chorwacja	62,4	69,1	64,0	75,6
Cypr	65,4	67,2	78,0	70,1
Francja	55,3	53,9	57,4	65,4
Grecja	71,6	57,4	62,8	81,8
Łotwa	59,4	69,0	62,6	79,3
Norwegia	47,1	76,2	47,8	49,8
Polska	46,3	54,6	69,7	66,9
Rumunia	66,9	72,3	71,0	75,2
Szwajcaria	53,6	55,1	61,0	44,2
Turcja	44,4	58,6	77,0	78,7
Węgry	60,5	66,5	54,1	66,4
Włochy	67,2	60,3	71,1	69,1

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

W 2021 r. **46% Polaków przyznało, że rzadko dostrzegają okazje biznesowe, choć uważane są za osoby bardzo kompetentne, a 55% twierdziło, że o ile nawet zauważy okazję, rzadko decyduje się na jej wykorzystanie.** Wśród badanych państw europejskich tylko we Francji odsetek tych, którzy dostrzegając korzystną okazję biznesową rzadko się na nią decydowali (54%), był niższy niż w Polsce.

W wymiarze oportunistycznym, wśród państw europejskich najwyższą wartość odnotowano w Grecji (72%), a najniższą – w Turcji (44%), choć wyniki Polski (46%) i Norwegii (47%) niewiele odbiegały od tureckiego. W ogólnym rankingu były to odpowiednio Indie (82%) i Turcja.

W wymiarze proaktywności w Europie najwyższy wynik należał do Norwegii (76%), a najniższy do Polski (55%). W ogólnym rankingu najwyższą wartość zanotowano w Gwatemali (92%), a najniższą – w Omanie (niespełna 47%).

Jak wynika z badania, **70% naszych rodaków uważa, że są postrzegani jako osoby kreatywne/innovacyjne**, co daje nam czwarte miejsce w europejskim rankingu, za Cypr (78%), Rumunią i Włochami (po 71%). Wśród państw Europy biorących udział w badaniu najniższy odsetek osób deklarujących, że są postrzegane jako kreatywne, zanotowano w Norwegii (48%). Był to jednocześnie trzeci wynik od końca. Za Norwégią uplasowały się Korea Południowa (48%) i Japonia (27%), która zamyka ranking.

Mniej więcej dwie trzecie badanych Polaków (67%) to osoby z wizją – trzymające się długookresowego planu kariery. O działaniu zgodnie z planem mówili najczęściej w Europie Grecy (82%) i Łotysze (79%), a w ujęciu globalnym – mieszkańcy Gwatemali (96%). Najmniej osób twierdzących, że trzymają się długofalowego planu kariery było w Szwajcarii (44%).

Tabela 2.4. Talent do przedsiębiorczości – samoocena predyspozycji przedsiębiorczych Polaków w badaniach GEM

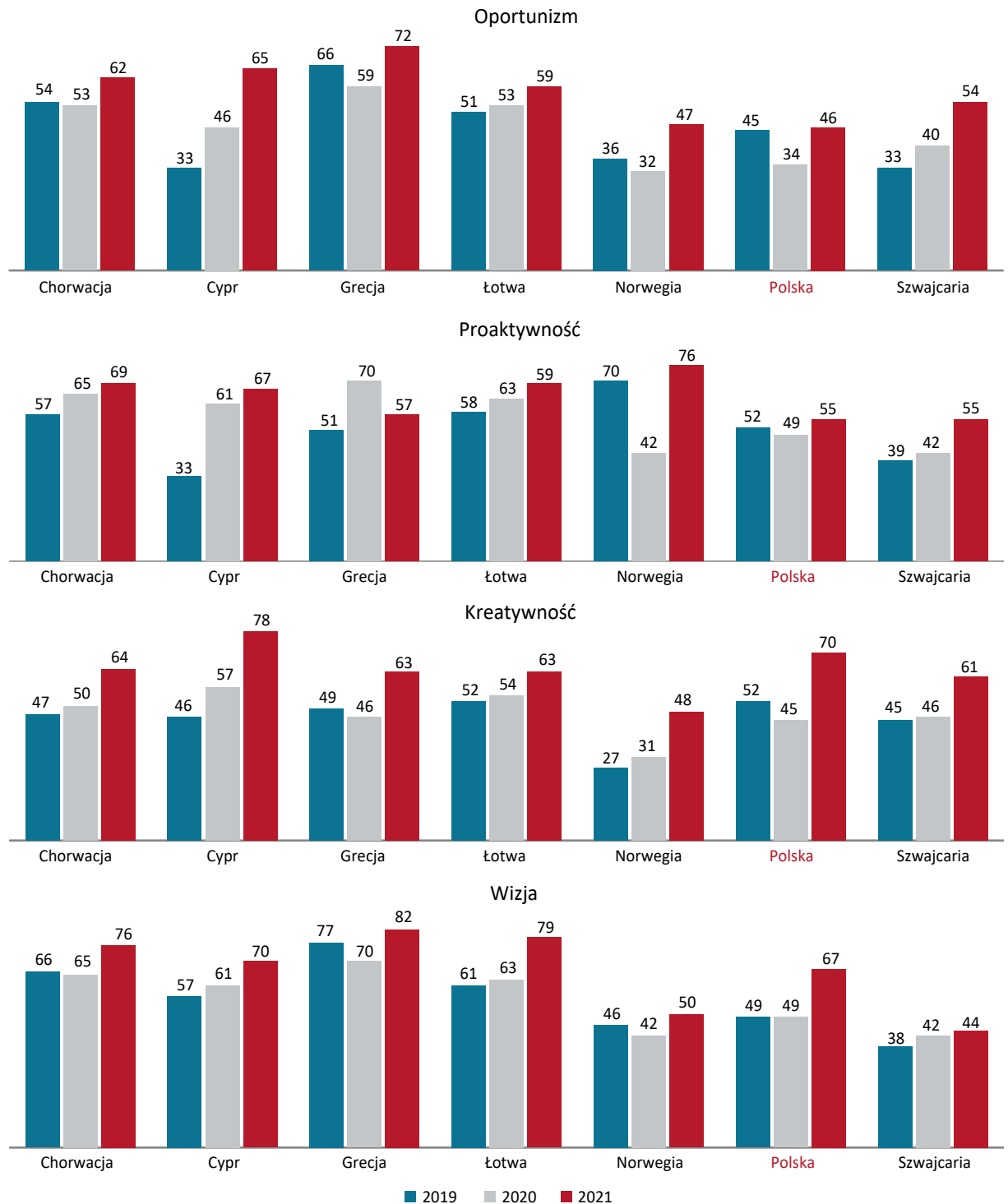
Polska	Rzadko widzę możliwości biznesowe, choć jestem bardzo kompetentny(a) (OPORTUNIZM)	Nawet jeśli zauważam korzystną okazję biznesową, rzadko się na nią decyduję (PROAKTYWNOŚĆ)	Inni uważają mnie za osobę kreatywną/ innowacyjną (KREATYWNOŚĆ)	Każda moja decyzja jest częścią długookresowego planu kariery (WIZJA)
2019	45,0	52,0	52,0	49,0
2020	34,0	40,0	45,0	49,0
2021	46,3	54,6	69,7	66,9

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Porównując wyniki z 2019 i z lat 2020 i 2021, można wnioskować, że choć w pierwszym roku pandemii potencjał przedsiębiorczy naszego społeczeństwa nieco osłabł, w 2021 r. wzrósł, szczególnie w wymiarze kreatywności i wizji, przewyższając poziom sprzed pandemii.

Trudno natomiast o uśrednienia i uogólnienia w przypadku państw europejskich. W 2019 r. pytania o ten obszar uwzględniło w badaniu ilościowym 21 państw, w 2020 r. – 9, a w 2021 r. – 12. We wszystkich trzech edycjach badania talentów przedsiębiorczych wzięło udział tylko siedem państw: Chorwacja, Cypr, Grecja, Łotwa, Norwegia, Polska i Szwajcaria. I tylko z nimi możemy skonfrontować 3-letnie wyniki Polski.

Wykres 2.5. Talent do przedsiębiorczości – samoocena predyspozycji przedsiębiorczych Polaków na tle państw Europy, które w latach 2019–2021 uwzględniły ten obszar w badaniu (odsetek pozytywnych wskazań, %)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

We wszystkich czterech obszarach w przypadku Polski widać nieznaczny trend rosnący. Jednocześnie nawet na tle tej nielicznej grupy widać, że Polacy relatywnie wysoko oceniają swoją kreatywność, ale jednocześnie nie wybijają się jeśli chodzi o samoocenę trzech pozostałych cech. Dodatkowo można wnioskować z powyższego zestawienia, że planowanie długoterminowe raczej nie jest naszą mocną stroną.

2.3. Poziom przedsiębiorczości

Zgodnie z modelem procesu przedsiębiorczego GEM (opisanym w rozdziale 1), aby właściwie określić poziom przedsiębiorczości w danym kraju, należy zidentyfikować osoby będące na różnym etapie rozwoju przedsięwzięcia biznesowego – od tych, którzy są na etapie pomysłu i podejmowania pierwszych działań w kierunku zorganizowania firmy, poprzez osoby, które już prowadzą swój biznes, a kończąc na tych, które wycofują się z działalności gospodarczej. Podejście to jest znamienne, ponieważ oznacza, że **proces przedsiębiorczy zaczyna się zanim firma zacznie formalnie funkcjonować, a osoby będące na wstępnym etapie procesu są traktowane jako zaangażowane w przedsiębiorczość**.

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

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

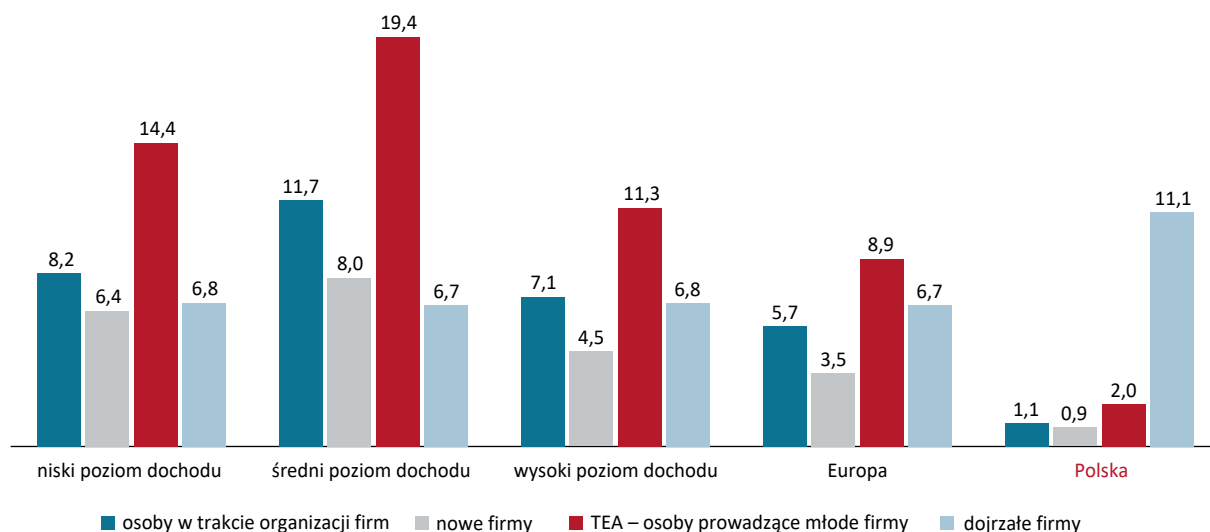
Dodatkową monitorowaną grupą są **zaprzestający prowadzenia biznesu**, czyli osoby, które w ciągu 12 miesięcy poprzedzających realizację badania wycofały się z prowadzenia działalności i sprzedały/przekazały firmę innemu podmiotowi/osobie, pozostawiając firmę na rynku, lub ją zlikwidowały¹⁹.

¹⁹ Porównaj definicje na stronie 19.

Zaczynający i prowadzący działalność gospodarczą

Według ostatniego pomiaru, dokonanego w połowie 2021 r., **udział osób prowadzących młode firmy w Polsce w populacji osób w wieku 18–64 lat wyniósł 2%, co oznacza dalsze obniżenie się tego wskaźnika** (z 3,1% w 2020 r. i 5% w 2019 r.). Przy tym 1,1% dorosłych było w ubiegłym roku na etapie organizowania swojej firmy, a 0,9% prowadziło nowe firmy – od 3 do 42 miesięcy. **Udział Polaków prowadzących dojrzałe firmy zmniejszył się mniej znacząco i wyniósł 11,1%** (wobec 12,2% w 2020 r. i 13% w 2019 r.) W odniesieniu do liczby osób dorosłych daje to ok. 458 tys.²⁰ osób prowadzących firmy młode i 2,54 mln osób prowadzących firmy dojrzałe. Przy tym warto pamiętać, że 252 tys. z 458 tys. to przedsięwzięcia będące na etapie organizacji oraz że jedna osoba może prowadzić więcej niż jedną firmę o różnym stażu na rynku.

Wykres 2.6. Poziom aktywności przedsiębiorczej w Polsce na tle średniej dla badanych państw Europy i grup gospodarek według poziomu dochodu w 2021 r. (% osób w wieku 18–64 lat)



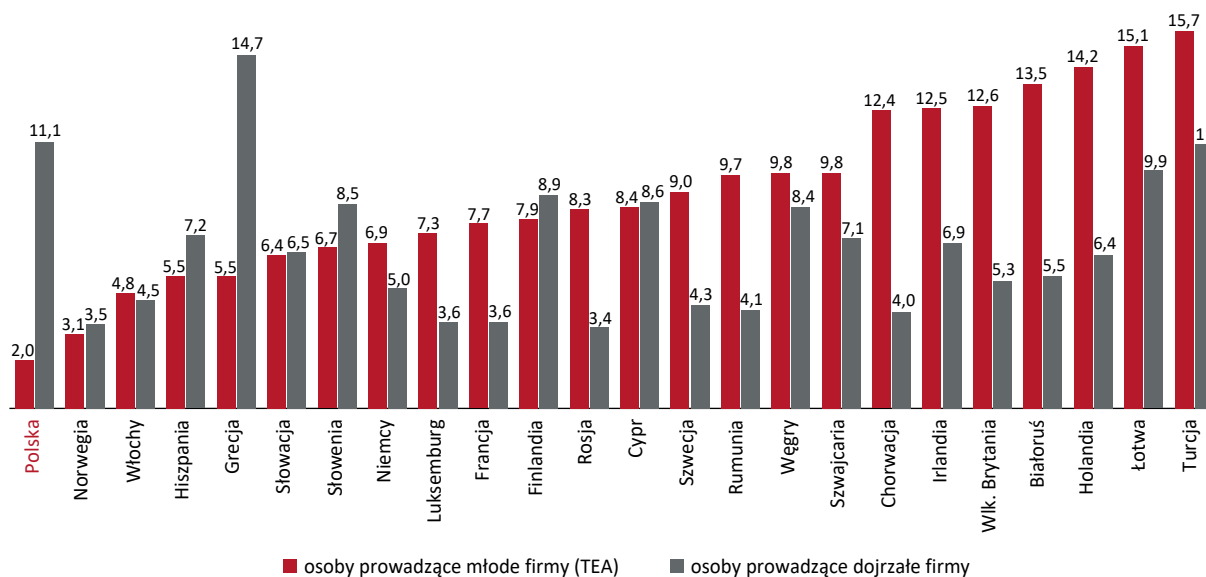
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Drugi rok pandemii nie przyniósł znaczących zmian jeśli chodzi o strukturę osób zaangażowanych w działalność gospodarczą w porównaniu z Europą czy trzema grupami państw o różnym poziomie dochodu. **W Polsce dominują osoby prowadzące firmy dojrzałe,**

²⁰ Liczba osób dorosłych 18–59/64, stan w dniu 31 marca 2021 – 22 886,4 tys., źródło: *Informacja o wstępnych wynikach Narodowego Spisu Powszechnego Ludności i Mieszkań 2021*, GUS, 27 stycznia 2022.

młodych jest 5-krotnie mniej. W Europie i pozostałych grupach państw jest odwrotnie – przeciętnie więcej jest młodych firm niż dojrzałych, przy czym największa różnica (3-krotna) na korzyść młodych firm występuje w grupie państw o średnim poziomie dochodu. Co więcej, pod względem wskaźnika osób prowadzących młode firmy (dla przypomnienia – będące na rynku do 3,5 roku) znaleźliśmy się w 2021 r. na końcu zestawienia 47 państw świata. Podobnie niskie odsetki młodych firm w populacji dorosłych zanotowały Norwegia (3,1%) i Włochy (4,8%, które w 2020 r. były na końcu rankingu z wynikiem 1,9%). Z kolei najwyższe wskaźniki młodych firm mają Dominikana (42% populacji) oraz Sudan (34%) i Chile (30%), a z państw europejskich – Turcja (16%), Łotwa (17%) i Holandia (19%). Wskaźniki dotyczące udziału osób prowadzących dojrzałe firmy mieszczą się w znacznie węższym przedziale wartości niż dotyczące młodych firm. Państwami, w których notuje się najwięcej osób prowadzących dojrzałe firmy, są Korea Pd. (16%), Grecja (15%) i Gwatemala (13%), a najmniej – Kolumbia (1,8%), Oman (2,8%) i Izrael (3%).

Wykres 2.7. Poziom aktywności przedsiębiorczej w Europie – osoby prowadzące młody i dojrzałe firmy (% osób w wieku 18–64 lat)



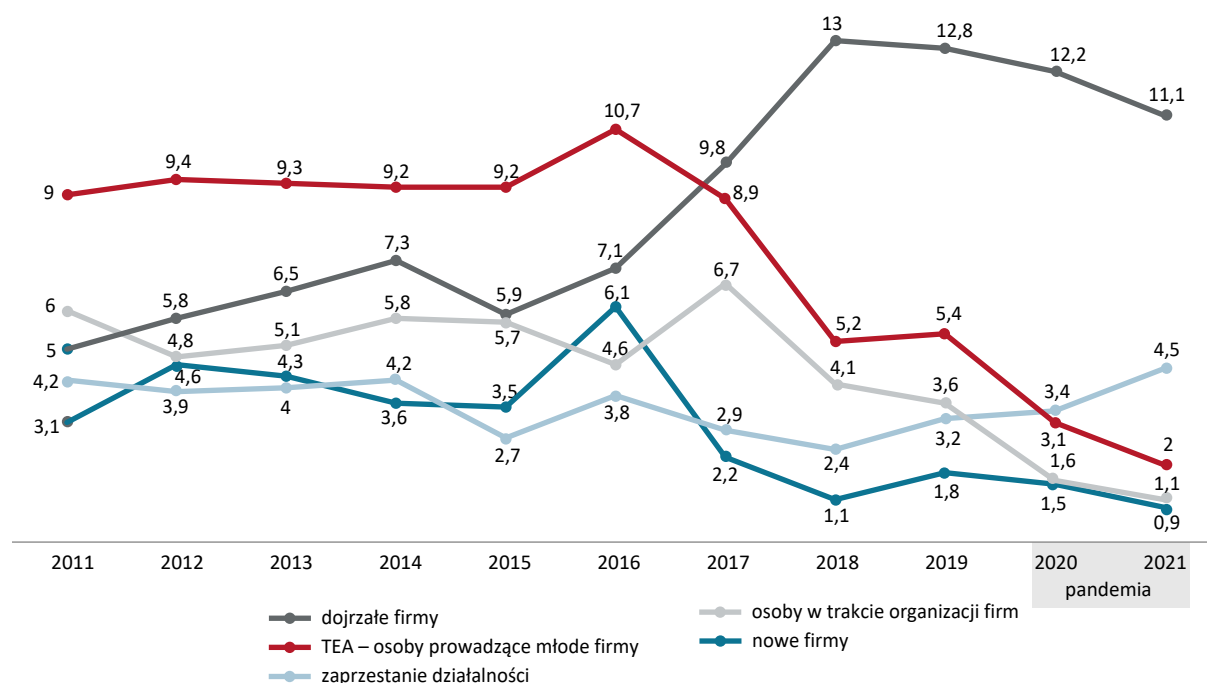
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

W dużym przybliżeniu (z uwagi na ograniczenia wspomniane wyżej) można powiedzieć, że w 2021 r. ponad 13% dorosłych rozpoczynało lub prowadziło działalność gospodarczą w Polsce, w Europie – blisko 16%. Wśród 24 państw Europy tylko w Grecji i Polsce notuje

się znaczącą przewagą osób prowadzących dojrzałe firmy nad tymi, które są właścicielami młodych przedsiębiorstw. W sześciu, tj.: Norwegii, Hiszpanii, Słowacji, Słowenii, Finlandii i na Cyprze sytuacja jest dużo bardziej zbilansowana. W 16 pozostałych relacja jest odwrotna – dominują osoby prowadzące młode firmy.

Analiza zmian aktywności przedsiębiorczej Polaków w ostatnich 11 latach przedstawiona jest na Wykresie 2.8. **Przez ten czas wskaźnik osób prowadzących młode firmy zmniejszył się ponad czterokrotnie – z 9% do 2% populacji, natomiast wskaźnik osób prowadzących dojrzałe firmy wzrósł ponad dwukrotnie – z 5% do 11,1%.**

Wykres 2.8. Poziom przedsiębiorczości w Polsce w latach 2011–2021 (% osób w wieku 18–64 lat)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Szczególnie dynamiczne zmiany widoczne są od 2016 r., także w odniesieniu do dwóch grup składających się na wskaźnik młodych firm. Chodzi tutaj o osoby prowadzące nowe firmy (wypłacające wynagrodzenia przez okres od 3 do 42 miesięcy), których udział mocno wzrósł w 2016 r. (z 3,5% w 2016 r. do 6,1%), po czym od 2017 r. systematycznie spada, przy czym przez ostatnie 4 lata nie przekracza 2%. Obecna wartość tego wskaźnika jest na poziomie 0,9%, i jest ona ponad 3 razy niższa niż w 2011 r. – 3%. Jeszcze bardziej przez ten czas zmniejszyła się druga grupa tworząca TEA, czyli osoby w trakcie organizowania swojego

biznesu (do 3 miesięcy na rynku) – ich udział w populacji dorosłych Polaków zmniejszył się przez 11 lat z 6% do 1,1%, podczas gdy jeszcze w 2017 r. wynosił 6,7%.

Pandemia 2020 r. i pierwszej połowy 2021 r. miała wyraźny wpływ na aktywność przedsiębiorczą Polaków – wskaźnik osób, będących w trakcie organizacji firm zmniejszył się w tym czasie 3-krotnie, a osób prowadzących nowe firmy – dwukrotnie.

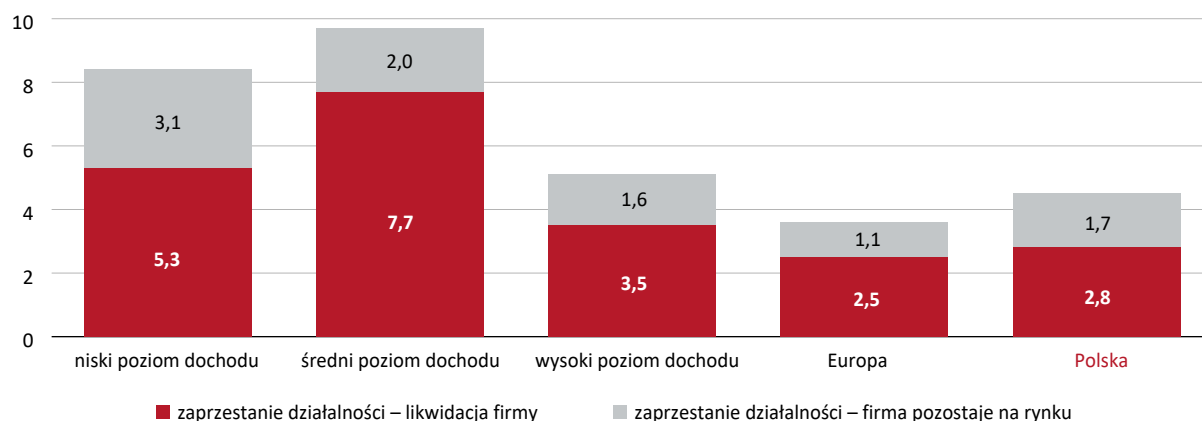
Wycofywanie się z działalności gospodarczej

Najbardziej stabilnym w czasie ostatnich 11 latach wskaźnikiem dotyczącym poziomu przedsiębiorczości jest udział osób, które zaprzestały prowadzenia działalności gospodarczej (w ostatnich 12 miesiącach przed badaniem) w populacji dorosłych. W 2011 r. wynosił on w Polsce 4,2%, przez kolejne lata spadał do 2,4% w 2018 r., po czym zaczął rosnąć, aż do wartości 4,5% w ub.r.

Podobnie jak w 2020 r., również w **2021 r. głównym powodem, który skłaniał Polaków do wycofania się z prowadzenia działalności gospodarczej była pandemia COVID-19 – wskazało na nią 51% osób, które zaprzestały prowadzenia działalności**. Drugą najczęściej wskazywaną przyczyną było **przejsięcie na emeryturę (15%)**, a trzecią – **sprawy rodzinne lub osobiste (11%)**. Znacznie mniej osób wskazywało na inne przyczyny, tj.: możliwość podjęcia innej pracy lub okazji biznesowej (6%), nierentowność prowadzonego biznesu (5%) czy politykę rządu/podatki/biurokrację (3%). W porównaniu z przedpandemicznym 2019 r. dwukrotnie wzrosło znaczenie emerytury, natomiast zmniejszyło się (i to czterokrotnie) – polityki rządu/podatków/regulacji oraz nierentowności biznesu. Co ciekawe, Polacy znacznie częściej niż mieszkańcy innych państw Europy wskazywali pandemię jako powód zaprzestania prowadzenia działalności (średnia dla Europy to 22%, przy czym najwyższy wynik należy do Polski, a najniższy do Grecji – 6%) oraz przejście na emeryturę (średnia 6%, o 9 p.p. mniej). Zdecydowanie rzadziej upatrywali powodów w braku rentowności (średnia 22%, o 17 p.p. więcej) oraz polityce rządu/podatkach/biurokracji (średnia 7%, o 4 p.p. więcej).

Wskaźnik osób w wieku 18–64 lat, które zaprzestały prowadzenia działalności gospodarczej w czasie 12 miesięcy poprzedzających badanie GEM w 2021 r., wyniósł 4,5% i był na poziomie zbliżonym do średniej w Europie (3,6%) i grupy państw najbogatszych (5,1%), ale jednocześnie niższym niż w grupie państw o niskim poziomie dochodu (8,4%) i średnim (9,7%).

Wykres 2.9. Zaprzestanie działalności gospodarczej – osoby, które w badaniu w 2021 r. przyznały, że w ciągu ostatnich 12 miesięcy zakończyły prowadzenie biznesu (% osób w wieku 18–64 lat)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Niezależnie od poziomu zamożności gospodarki wraz z zaprzestaniem działalności gospodarczej większość firm jest likwidowana, tylko część pozostaje na rynku. **W Polsce w 2021 r. na 100 osób, które zlikwidowały firmę wycofując się z biznesu, przypadało 61 tych, które pozostawiły firmy na rynku**, co jest wynikiem wysokim zarówno w porównaniu z 2020 r. (21/100) jak i z 2019 r. (29/100) oraz czterema grupami państw, dla których relacja kształtuje się następująco: 44 firmy pozostawione na rynku/100 zlikwidowanych – Europa, 58/100 – grupa krajów o niskim poziomie dochodu, 26/100 – średnim i 46/100 – wysokim.

2.4. Motywy zakładania działalności gospodarczej

Można przyjąć, że ludzie zostają przedsiębiorcami, gdy w ich ocenie bilans szeroko pojętych zysków i strat – plusów i minusów wynikających z posiadania firmy – jest korzystniejszy niż w przypadku innych form aktywności zawodowej. W tym ujęciu bodźce motywujące do podjęcia działalności gospodarczej można rozpatrywać jako:

- pozytywne, wiążące się z szansą i rozwojem, np. chęć poprawy własnego losu czy uzyskanie niezależności finansowej

bądź

– negatywne – wynikające z przymusu/konieczności, związane z brakiem satysfakcji z dotychczas wykonywanej pracy czy niemożnością zdobycia środków na utrzymanie w inny sposób²¹.

Do 2018 r. takie podejście stosowano również w odniesieniu do motywacji młodych przedsiębiorców w badaniach GEM. Jednak od 2019 r., mając na uwadze wyniki pilotaży w wybranych państwach oraz przeglądu literatury, zmieniono sposób mierzenia motywacji i w pytaniu o powód założenia firmy respondenci proszeni są o wskazanie jednego z czterech rodzajów czynników motywujących:

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

Każdy z ww. czynników podlega ocenie respondentów w 5-stopniowej skali.

W pytaniu nie uwzględnia się dążenia do niezależności czy autonomii, gdyż ten czynnik jest ważny dla zdecydowanej większości przedsiębiorców i nie stanowi czynnika różnicującego.

Analiza wyników badania GEM z 2021 r. pokazuje, że **we wszystkich grupach państw²², niezależnie od poziomu dochodu, głównym powodem podejmowania działalności gospodarczej jest dążenie do zapewnienia sobie utrzymania z uwagi na niewystarczającą dostępność miejsc pracy najemnej**. (Wykres 2.10). Tym niemniej odsetek respondentów wskazujących ten czynnik wyraźnie maleje wraz ze wzrostem zamożności (83% w krajach o niskim poziomie dochodu vs. 58% w krajach o wysokim poziomie dochodu i dla Europy). Wśród państw z największym odsetkiem respondentów dążących do zapewnienia sobie

²¹ Deakins D., Whittam G. 2000: *Business Startup: Theory, Practice and Policy*, [w:] S. Carter, D. Jones-Evans (red.), *Enterprise and Small Business. Principles, Practice and Policy*, Harlow, Financial Times. Ph.A. Wickham dzieli motywatory przedsiębiorców do założenia własnej firmy na czynniki zachęcające oraz czynniki popychające (zmuszające). Wśród czynników „zmuszających” autor wymienia: ograniczone korzyści finansowe, niepewność zatrudnienia, brak możliwości rozwoju zawodowego, osiąganie celów narzuconych przez kierownictwo oraz brak pracy [Wickham Ph. A. 2004: *Strategic Entrepreneurship*, wyd. III, Prentice Hall, Financial Times, Harlow.].

²² W analizie zestawiono tylko te państwa europejskie, które brały udział w obu edycjach badań prowadzonych zgodnie z nową metodologią.

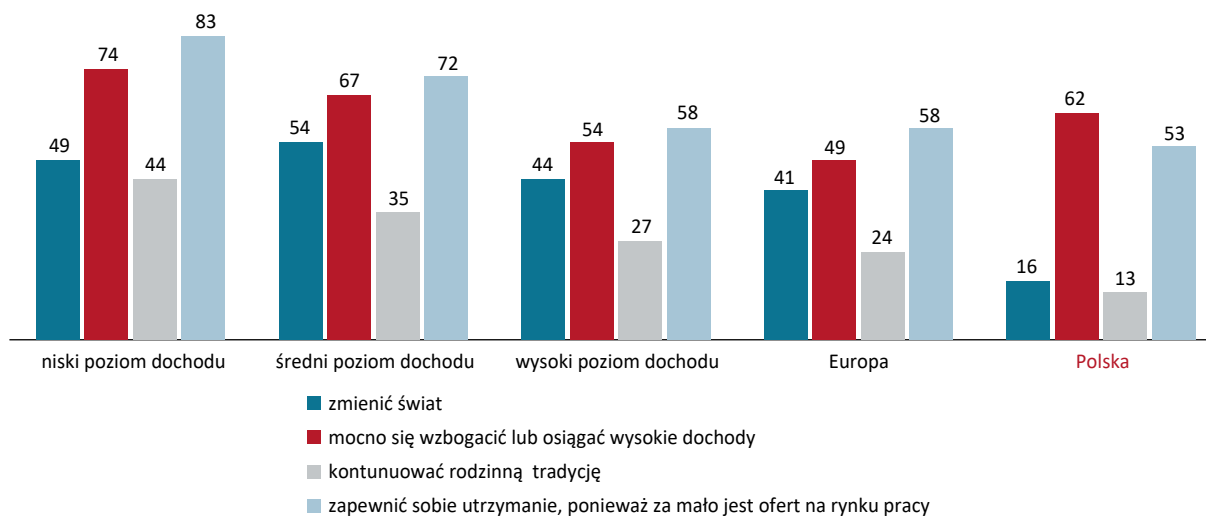
utrzymania tą drogą znalazły się: Gwatemala i Indie (po 92%), Słowacja i Oman (po 90%). Wynik powyżej 85% uzyskały także: Sudan, Maroko, i Egipt. Najmniejszy odsetek deklarujących chęć zakładania działalności z myślą o zapewnieniu sobie utrzymania zanotowano w Norwegii (27%), Szwecji (28%) i Luksemburgu (33%).

Drugim najczęściej wskazywanym powodem zakładania i prowadzenia firmy jest chęć wzbogacenia się i osiągnięcia wysokich dochodów, ale w państwach najbogatszych i w Europie – odpowiednio 54% i 49% wskazań – ma on mniejsze znaczenie niż w państwach o niskim (74%) czy średnim poziomie dochodu (67%). Najwyższy odsetek kierujących się taką przesłanką zanotowano w Iranie (93%), Kazachstanie (91%) i Sudanie (87%), a wśród państw europejskich – na Cyprze (81%) i w Polsce (62%). Motyw bogacenia się pojawiał się najrzadziej w odpowiedziach respondentów ze Słowacji (22%), Węgier (32%) i Finlandii (33%).

Trzecią co do odsetka wskazań pobudką jest chęć zmiany świata – tak zadeklarowało w 2021 r. średnio 49% osób prowadzących młode firmy w państwach o niskim, 54% – w państwach o średnim poziomie dochodu oraz 44% – w państwach najbogatszych. Z powyższego można wnioskować, że chęć zmian cechuje wielu młodych przedsiębiorców, niezależnie od sytuacji gospodarczej w ich kraju. Najstabilniej w tym zestawieniu wypadają państwa europejskie (średnio 41%). Na 47 państw biorących udział w badaniu, najliczniej chęć do zmian zgłaszali młodzi przedsiębiorcy z Republiki Południowej Afryki (81%). W ścisłej czołówce znalazły się ponownie Gwatemala (81%, wzrost o 3,65 p.p. r/r) i Indie (76%, spadek o 3,23 p.p. r/r), a z państw europejskich – Rumunia (66%). Na drugim końcu rankingu znalazły się Kazachstan (0,28%), Korea Południowa (9%) i Polska (16%).

Tradycja rodzinna wydaje się mieć najmniej wpływ na decyzję o zakładaniu i prowadzeniu działalności. Jej rola jest zdecydowanie większa w państwach o niskich dochodach (44%) i spada wraz ze wzrostem dochodu (odpowiednio 35% i 27% oraz 24% dla Europy). W rankingu poszczególnych państw największym przywiązaniem do tradycji wykazali się przedsiębiorcy z Indii (74%), Arabii Saudyjskiej (66%) i RPA (63%), a wśród państw europejskich biorących udział w badaniu – Grecja (40%) i Rumunia (31%). Na drugim biegunie znalazły się ponownie: Korea Południowa (4% wskazań) i Kazachstan (9%) oraz Polska (13%).

Wykres 2.10. Motywacje do zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce, badanych państwach Europy i grupach państw według poziomu dochodu w 2021 r. (% osób prowadzących młode firmy – TEA)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Wyniki dla Polski odbiegają zarówno od średnich uzyskanych dla poszczególnych grup państw zróżnicowanych pod względem poziomu dochodu, jak i państw europejskich. **Najczęściej wskazywanym przez badanych Polaków powodem zakładania działalności była chęć wzbogacenia się i osiągnięcia wysokich dochodów (62%)** i jest to wynik najbardziej zbliżony do uzyskanego dla grupy państw o średnim dochodzie (67%). Jednocześnie jest to motyw, który drugi rok z rzędu znacznie zyskał na znaczeniu (wzrost o 9 p.p. r/r), choć nie tak bardzo jak w 2020, gdy różnica wskazań rok do roku wyniosła +40 p.p. (13% w 2019 i 53% w 2020 r.). W porównaniu z innymi państwami odsetek wskazań motywu wzbogacenia się plasuje młodych polskich przedsiębiorców w środkowej części rankingu (na 22. miejscu) i na jednym z najwyższych w rankingu europejskim, włączając Rosję. Bardziej zmotywowani do wzbogacenia się byli tylko młodzi przedsiębiorcy z Cypru (81%), Białorusi (76%), Rosji i Rumunii (po 65%).

Dopiero drugim w kolejności był **motyw zapewnienia sobie utrzymania, ponieważ za mało jest ofert pracy na rynku**. W tym przypadku wynik (**53% wskazań**) jest najbliższy uzyskanemu dla grupy państw o wysokim dochodzie i państw europejskich (58%). Jest to jednocześnie wynik niższy o 9 p.p. w porównaniu z 2020 r. Poziom determinacji zapewnienia sobie utrzymania jest wśród młodych rodzimych przedsiębiorców stosunkowo niski (34. miejsce w rankingu), co potwierdzałoby relatywnie dobrą sytuację na polskim rynku

pracy, zdecydowanie lepszą niż w większości państw uczestniczących w badaniu, także tych uznawanych za bardziej rozwinięte gospodarczo, jak np. Irlandia (56%), Włochy (63%), Wielka Brytania (64%) czy Kanada (71%).

Tabela 2.5. Motywacje do zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej w Europie w 2021 r. (% osób prowadzących młode firmy – TEA)*

Państwo	Aby zmienić świat	Aby mocno się wzbogacić lub osiągać wysokie dochody	Aby kontynuować rodzinną tradycję	Aby zapewnić sobie utrzymanie, ponieważ za mało jest ofert na rynku pracy
Białoruś	25,5	76,2	15,1	71,5
Chorwacja	38,7	51,3	28,5	65,7
Cypr	32,2	81,3	13,7	72,8
Finlandia	40,1	33,5	24,3	47,9
Francja	25,8	39,4	22,9	51,2
Grecja	29,9	50,4	39,7	63,1
Hiszpania	43,2	38,0	19,7	72,3
Holandia	52,7	41,8	24,5	44,1
Irlandia	57,8	59,0	29,0	56,0
Luksemburg	56,9	38,6	27,7	32,9
Łotwa	36,9	37,1	24,2	65,3
Niemcy	39,4	43,7	24,2	40,9
Norwegia	39,2	37,4	22,9	26,5
Polska	16,0	62,5	12,5	53,4
Rosja	27,7	65,3	20,8	68,8
Rumunia	65,9	64,9	31,1	75,0
Słowacja	18,7	22,0	25,8	89,8
Słowenia	61,9	42,6	27,4	63,8
Szwajcaria	57,9	51,5	14,1	46,8
Szwecja	45,3	54,9	20,6	28,0
Turcja	34,3	39,9	41,7	55,0
Węgry	61,8	32,5	20,9	66,7
Wielka Brytania	52,9	55,2	21,6	63,8
Włochy	21,5	53,4	22,8	61,3

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

Podobnie jak w 2020 r. Polska niepokojąco odbiega od innych analizowanych państw pod względem motywu zakładania i prowadzenia działalności, jakim jest **chęć zmiany świata** – odsetek deklarujących ten motyw spadł rok do roku o kolejne 6 p.p. (z 22 do **16%**) i ponownie

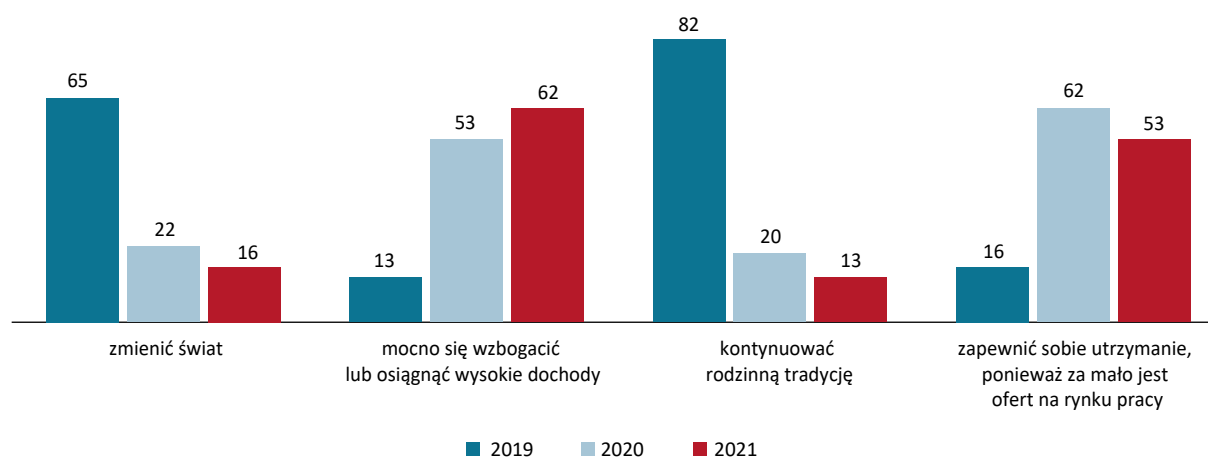
jest najniższy wśród badanych państw europejskich i trzeci od końca w całym rankingu (47), przed Kazachstanem i Koreą Południową. Dystans dzielący nasz kraj od lidera europejskiego, którym w 2021 r. została Słowenia (62%) wzrósł o kolejne 6 p.p. (z 36 w 2020 do 42 p.p.). Różnica między Polską a liderem rankingu – RPA (81%) to 65 p.p. Wynik dla Polski jest o tyle zastanawiający, że w roku 2019 nasz kraj z wynikiem 65% wskazań był na pierwszym miejscu wśród państw europejskich, które wówczas brały udział w badaniu. Najślabszy wynik zanotowały wówczas Włochy – 11% (w 2021 r. 22%). Na przekór trudnej sytuacji gospodarczej w wielu państwach chęć zmiany świata wzrosła. Tylko w Polsce nastąpiło tak ostre załamanie.

Chęć kontynuowania rodzinnej tradycji wykazał tylko co ósmy badany w Polsce (12,5%)

i był to również najniższy wynik w Europie i trzeci od końca w całym rankingu, ponownie przed Koreą Południową (4%) i Kazachstanem (9%). Od najwyższego wyniku w rankingu dzieliło Polskę blisko 62 p.p., lecz od lidera europejskiego – 27 p.p.

Zestawienie danych sprzed pandemii (2019) z wynikami uzyskanymi w latach 2020 i 2021 pokazuje jak radykalnie COVID-19 zmienił sytuację w Polsce. Młodzi polscy przedsiębiorcy, którzy w 2019 r. na tle innych państw w rankingu prezentowali ponadprzeciętny idealizm – chcieli przede wszystkim zmieniać świat i kontynuować tradycje rodzinne (odpowiednio 65% i 82% wskazań), traktując kwestie utrzymania się i osiągnięcia wysokich dochodów niemal marginalnie (odpowiednio 16% i 13%) – w dobie pandemicznego kryzysu (lata 2020 i 2021) zwrócili się ku bardziej racjonalnym przesłankom (wykres 2.11).

Wykres 2.11. Zmiany motywacji do zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce w latach 2019–2021 (% osób prowadzących młode firmy – TEA)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

W 2021 r. spadł ponownie rok do roku – ale już nie tak drastycznie jak w 2020 r. – odsetek decydujących się założyć działalność ze względu na chęć zmiany świata i kontynuowania tradycji rodzinnych. Wzrósł natomiast odsetek chcących się wzbogacić, co może wskazywać na większą niż wcześniej umiejętność dostrzegania szansy. Odsetek tych, dla których było za mało ofert na rynku pracy nadal był wysoki, ale niższy niż w przypadku Europy i grupy krajów o wysokim dochodzie, co z kolei może świadczyć o poziomie pomocy, jaką przedsiębiorcy otrzymali od państwa w związku z kryzysem pandemicznym.

2.5. Dążenie do wzrostu młodych firm przez tworzenie nowych miejsc pracy

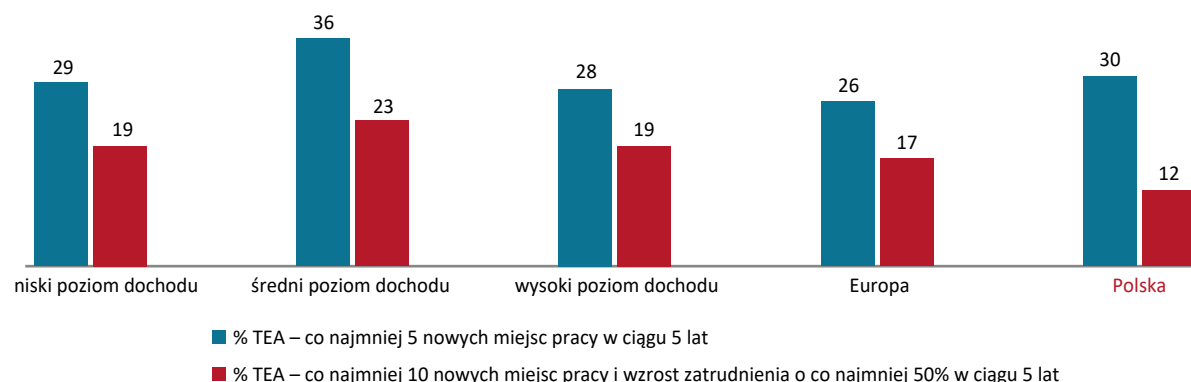
Podobnie jak w poprzednich edycjach raportu GEM Polska, także w tegorocznej przedstawiamy dane na temat planów utworzenia nowych miejsc pracy w firmach będących w fazie organizacji i tych działających na rynku przez okres do 3,5 roku. Wykorzystywane są do tego celu dwa wskaźniki GEM, tj.:

- **przedsiębiorcy o średnich aspiracjach** – część młodych przedsiębiorców, którzy podczas realizacji badania zadeklarowali utworzenie co najmniej 5 nowych miejsc pracy w ciągu kolejnych 5 lat, czyli do 2025 r.,
- **przedsiębiorcy o wysokich aspiracjach** – część młodych przedsiębiorców, którzy deklarują utworzenie co najmniej 10 nowych miejsc pracy oraz wzrost zatrudnienia o co najmniej 50% w ciągu kolejnych 5 lat.

Prowzrostowe plany rozwoju młodych firm

W 2021 r. aspiracje zatrudnieniowe osób prowadzących młode firmy w czterech analizowanych grupach państw były podobne – przeciętnie ok. 30% z nich deklarowało utworzenie co najmniej 5 miejsc pracy w ciągu 5 lat (dla grupy średniozamożnej – nawet 36%), a ok. 20% – co najmniej 10 miejsc pracy i wzrost zatrudnienia o co najmniej 50% w tym czasie. Wyniki dla Polski są podobne w zakresie wskaźnika firm o średnich aspiracjach i nieco niższe, jeśli chodzi o częstość występowania firm z wysokimi aspiracjami.

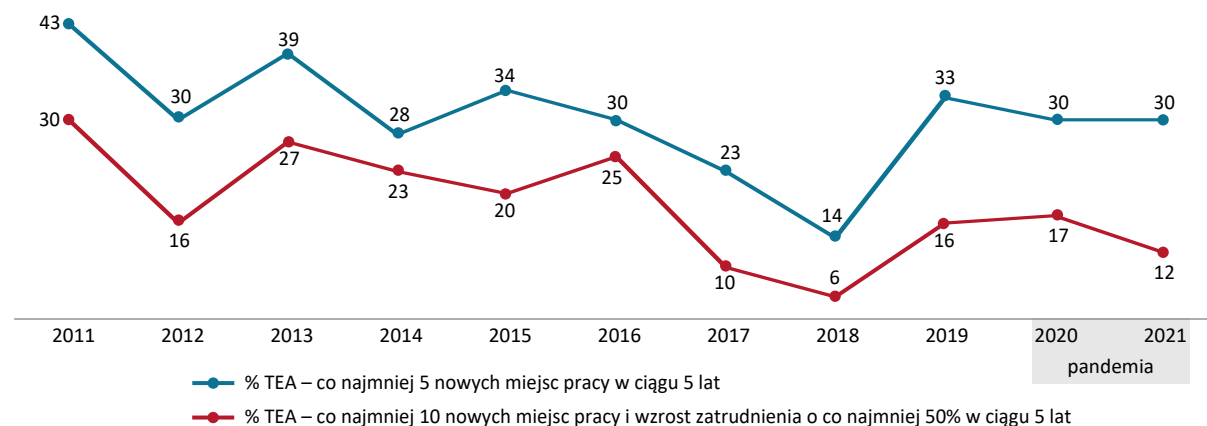
Wykres 2.12. Dążenie młodych firm do wzrostu przez zatrudnienie w Polsce na tle średniej dla badanych państw Europy i grup gospodarek według poziomu dochodu w 2021 r. (% młodych firm)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Z jednej strony, na przestrzeni ostatnich 11 lat widać spadek aspiracji zatrudnieniowych młodych firm, głębszy w odniesieniu do bardziej ambitnych planów (o 13 p.p. spadł odsetek firm planujących zatrudnienie 5 osób i o 18 p.p. – 10 osób i wzrost zatrudnienia o połowę stanu obecnego). Z drugiej strony, pandemia wydaje się nie mieć silnie negatywnego wpływu na tę kwestię – według danych z 2021 r., udział firm o średnich aspiracjach jest bliski poziomowi z 2019 r., a tych, które mają śmielsze plany – zmniejszył się o 4 p.p., co nie jest znaczącą zmianą w porównaniu do spadków z 2018 r.

Wykres 2.13. Dążenie do wzrostu przez zatrudnienie u osób prowadzących młode przedsiębiorstwa w Polsce w latach 2011–2021 (% młodych firm – TEA)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

2.6. Internacjonalizacja

W GEM badany jest również poziom umiędzynarodowienia młodych przedsiębiorstw (TEA). Służy do tego wskaźnik odnoszący się do udziału przychodów od klientów z zagranicy w rocznych przychodach przedsiębiorców. W zależności od wielkości tego udziału można wyodrębnić cztery grupy przedsiębiorców:

- **działających wyłącznie na rynku krajowym**, którzy deklarują brak przychodów od klientów z zagranicy (nieeksporterzy);
- **początkujących eksporterów**, o przychodach od klientów z zagranicy na poziomie niższym lub równym 25% rocznych przychodów (eksporterzy na małą skalę);
- **umiarkowanych eksporterów**, o przychodach od klientów z zagranicy na poziomie od 26 do 75% rocznych przychodów (eksporterzy na średnią skalę);
- **doświadczonych eksporterów**, o przychodach od klientów z zagranicy na poziomie od 76 do 100% rocznych przychodów (zaawansowani eksporterzy).

Analizując poziom umiędzynarodowienia młodych przedsiębiorstw, trzeba mieć na uwadze specyfikę tych podmiotów – mianowicie mamy tu do czynienia z dwiema grupami osób zaangażowanych w proces biznesowy – tych, którzy są w fazie organizacji swoich przyszłych biznesów, oraz tych na początkowym etapie prowadzenia firm, czyli nowe firmy (obecne na rynku min. 3 miesiące, a maks. 3,5 roku).

Dla przedsiębiorców, którzy relatywnie krótko prowadzą działalność gospodarczą, decyzja o wyjściu z ofertą poza granicę kraju – szczególnie w przypadku tak chłonnego rynku jak polski – bywa trudna. Wymaga ona rozeznania w zakresie specyfiki nowego rynku, oczekiwań potencjalnych konsumentów, uwarunkowań prawnych i kulturowych czy znajomości języka obcego. Wyjście na rynki zagraniczne to także większa niepewność, ale przede wszystkim większe nakłady, a młode przedsiębiorstwa to często podmioty jeszcze w fazie tworzenia – nie wypłacają wynagrodzeń lub robią to przez okres krótszy niż 3 miesiące. Można zatem przyjąć, że spora ich część nie osiąga przychodów.

Wydaje się, że mimo tak oczywistych przesłanek, jak czas funkcjonowania podmiotu na rynku, warunkujących poziom umiędzynarodowienia nie mniej ważne jest otoczenie biznesowe takiego podmiotu. Dotychczasowe wyniki badania GEM wskazują, że poziom umiędzynarodowienia przedsiębiorstw zwiększa się wraz z przechodzeniem na wyższe etapy

rozwoju gospodarczego²³, który gwarantuje lepszy dostęp do edukacji o wysokiej jakości, nowoczesnych narzędzi umożliwiających komunikację i pozyskiwanie informacji, a także instytucji i innych uczestników rynku specjalizujących się we wspieraniu przedsiębiorców nastawionych na internacjonalizację. Analiza korelacji poziomu dochodu *per capita* poszczególnych krajów i działalności eksportowej potwierdza, że niższemu dochodowi *per capita* towarzyszy większa koncentracja firm na rynku krajowym, co oznacza, że wyższy dochód sprzyja eksporterom zarówno początkującym, umiarkowanym, jak i doświadczonym²⁴.

W 2021 r. w państwach o niskim poziomie dochodu odsetek młodych firm działających wyłącznie na rynku krajowym był najwyższy (92%), a w państwach o średnim poziomie dochodu i w gospodarkach najbogatszych – niższy (odpowiednio 85% i 73%). Widać też pozytywną zależność między poziomem dochodu państwa a odsetkiem eksporterów, zarówno początkujących i umiarkowanych, jak i tych doświadczonych.

W każdej grupie państw najliczniejsi są początkujący eksporterzy. Podobną prawidłowość obserwuje się także w Europie i w Polsce (Tabela 2.6).

Tabela 2.6. Intensywność działalności eksportowej młodych przedsiębiorców w Polsce na tle średniej dla badanych państw Europy i grup gospodarek o różnym poziomie dochodu w 2021 r. (% osób prowadzących młode firmy – TEA)

Państwo/państwa (średnia)	Działający wyłącznie na rynku krajowym 0% przychodów od zagranicznych klientów	Początkujący eksporterzy do 25% przychodów od zagranicznych klientów	Umiarkowani eksporterzy 26–75% przychodów od zagranicznych klientów	Doświadczeni eksporterzy 76–100% przychodów od zagranicznych klientów
o niskim poziomie dochodu	92,3	3,5	3,1	1,1
o średnim poziomie dochodu	85,3	6,3	4,9	3,5
o wysokim poziomie dochodu	73,0	12,8	8,4	5,8
Europa	70,5	13,9	9,1	6,5
Polska	88,8	8,1	1,3	1,9

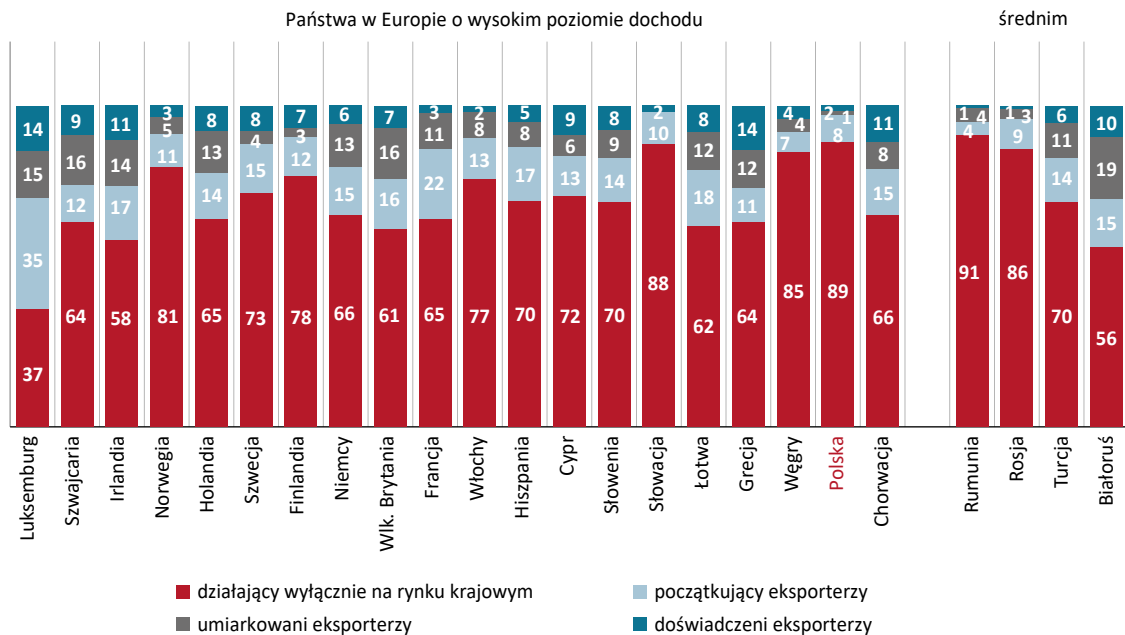
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

²³ Por. Raport GEM Polska 2021.

²⁴ Korelacja Pearsona = -0,547**, N = 24. **Korelacja istotna na poziomie 0,01.

W 2021 r. w Polsce odsetek młodych firm działających wyłącznie na rynku krajowym był niższy w porównaniu z poprzednią edycją badania (88,8% vs. 97,9%). Mimo to Polska znalazła się na ostatnim miejscu wśród badanych krajów Europy zaliczanych do grupy o wysokim poziomie dochodu. Odsetek firm w Polsce, działających wyłącznie na rynku krajowym jest na zbliżonym poziomie do firm w Rosji czy Rumunii – a te kraje klasyfikowane są jako mniej rozwinięte gospodarczo – o średnim poziomie dochodu.

Wykres 2.14. Intensywność działalności eksportowej młodych przedsiębiorców w badanych krajach Europy w 2021 r. (% osób prowadzących młode firmy – TEA)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM i The World Bank <https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators>. Kraje o wysokim poziomie dochodu uszeregowane od najwyższego PKB per capita (Luksemburg) do najniższego (Chorwacja) w 2020 r.

Liderem w zakresie internacjonalizacji młodych firm wśród krajów w Europie jest Luksemburg – jedynie 37% młodych firm skoncentrowanych jest na rynku krajowym, 35% stanowią początkujący eksporterzy i niemal 30% umiarkowani i doświadczeni. Najprawdopodobniej niewielki rozmiar rynku wewnętrznego w Luksemburgu skłania wszystkich do myślenia w skali międzynarodowej w większości procesów decyzyjnych. Cecha ta, w połączeniu

z obecnością na rynku siły roboczej z kilkudziesięciu różnych narodowości, czyni z Luksemburga jedną z najbardziej otwartych gospodarek na świecie²⁵.

Na tle uczestniczących w badaniu państw europejskich Polska wypada słabiej w każdej z grup przedsiębiorstw. Aż **88,8% młodych polskich firm działa wyłącznie na rynku krajowym, początkujący eksporterzy stanowią 8,1%, umiarkowani – 1,3% i doświadczeni – 1,9%.**

Tabela 2.7. Intensywność działalności eksportowej młodych przedsiębiorców w Polsce w latach 2015–2021 (% młodych firm – TEA)

Rok	Działający wyłącznie na rynku krajowym 0% przychodów od zagranicznych klientów	Początkujący eksporterzy do 25% przychodów od zagranicznych klientów	Umiarkowani eksporterzy 26–75% przychodów od zagranicznych klientów	Doświadczeni eksporterzy 76–100% przychodów od zagranicznych klientów
2015	59,8	29,7	7,6	2,9
2016	43,7	42,5	6,3	7,5
2017	63,0	31,6	3,7	1,7
2018	82,9	14,1	1,5	1,5
2019	90,9	5,5	2,9	0,7
2020	97,9	0,8	0,4	0,8
2021	88,8	8,1	1,3	1,9

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

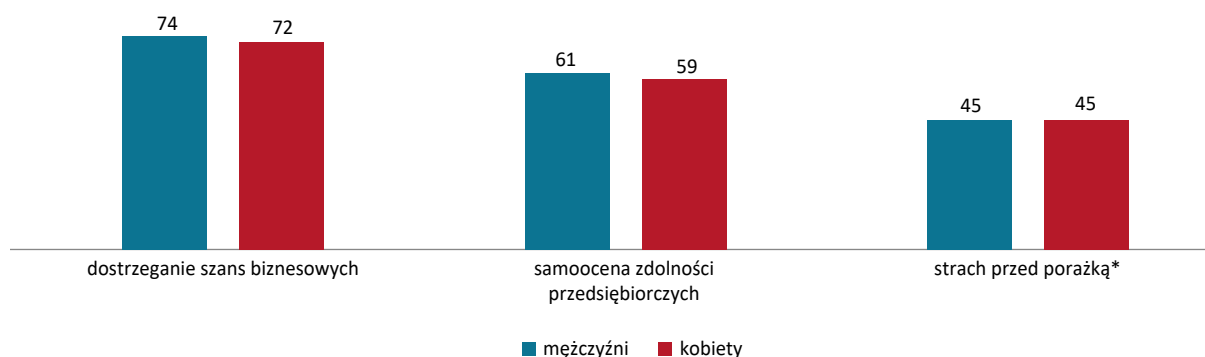
Porównując wartości wskaźników w 2021 r. względem tych z poprzedniej edycji (Tabela 2.7), widzimy, że odsetek młodych przedsiębiorców działających wyłącznie na rynku krajowym spadł w Polsce o 9 p.p., co tym samym oznacza, że pozostała grupa podmiotów – ponad 11% działa choćby w minimalnym zakresie na rynkach zagranicznych. Wzrósł udział wśród eksporterów początkujących (8,1% vs. 0,8%), umiarkowanych (1,3% vs. 0,4%) oraz doświadczonych (1,9% vs. 0,8%). Mimo poprawy wskaźników w porównaniu z 2020 r., a nawet 2019 r., przytoczone powyżej dane świadczą o tym, że polskie młode firmy są wciąż słabo umiędzynarodowione.

²⁵ <https://luxembourg.public.lu/dam-assets/publications/economie-du-luxembourg/economy-luxembourg-pe.pdf>

2.7. Przedsiębiorczość kobiet i mężczyzn

W 2021 r. postawy przedsiębiorcze wśród Polek i Polaków uległy zmianie w porównaniu z poprzednim rokiem i ponownie zbliżyły do obserwowanych przed pandemią. W stosunku do roku 2020 więcej kobiet i mężczyzn dostrzegało szanse biznesowe w swoim otoczeniu – nastąpił wzrost udziału o 22 p.p. w grupie kobiet do poziomu 72% i o 21 p.p. w grupie mężczyzn – do poziomu 74%. Samoocena Polaków i Polek względem umiejętności prowadzenia firmy również zmieniła się, ale nieznacznie – w przypadku mężczyzn nastąpił niewielki spadek o 7 p.p., a w przypadku kobiet wzrost – o 8 p.p. Tym samym poziom samooceny kobiet i mężczyzn niemalże zrównał się ze sobą (62% vs. 59%), podobnie jak miało to miejsce przed pandemią w 2019 r.

Wykres 2.15. Postawy przedsiębiorcze wśród kobiet i mężczyzn w Polsce w 2021 r. (% dorosłych kobiet/mężczyzn)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM; * patrz przypis 26.

Pomimo, że więcej Polaków dostrzegało szanse biznesowe w swoim otoczeniu, jednocześnie w obu grupach płci prawie połowa z nich odczuwała strach przed porażką²⁶. Względem roku 2020 nieznacznie wzrósł udział mężczyzn deklarujących taki niepokój – do 45% (o 7 p.p.), podczas gdy udział kobiet właściwie nie zmienił się.

²⁶ Wartość wskaźnika odnosi się do populacji kobiet lub mężczyzn w wieku 18–64 lat. Jego wartość dla całej populacji dorosłych w Polsce wynosiła w 2021 r. 45%. Jest to inna miara strachu przed porażką niż wykorzystana w rozdziale 2.2, gdzie zastosowano odsetek osób dorosłych, które dostrzegają szanse na rozpoczęcie biznesu, ale nie decydują się na to z powodu obawy przed porażką – jego wartość w 2021 r. to 44%.

Polki i Polacy w ostatniej fali badania GEM znacznie częściej niż przeciętnie mieszkańcy Europy pozytywnie oceniali warunki do zakładania biznesu w swoim otoczeniu (różnica wynosi prawie 21 p.p. w przypadku mężczyzn i 25 p.p. w przypadku kobiet). Warto zwrócić uwagę, że udział dorosłych mieszkańców Polski przekonanych, że w następnych 6 miesiącach będą dogodne warunki do rozpoczęcia biznesu, również jest wyższy od średnich dla wszystkich trzech badanych grup dochodu. Nieco lepiej niż średnio Europejczycy Polki i Polacy postrzegali w 2021 r. swoje umiejętności przedsiębiorcze – w tym aspekcie bardziej przekonane o swoich kompetencjach są kobiety (różnica o 15,9 p.p. powyżej średniej europejskiej vs. 4,0 p.p. w przypadku mężczyzn). Polki mniej niż przeciętnie Europejki bały się także porażki w biznesie – różnica w stosunku do średniego europejskiego wyniku wynosi prawie 6,5 p.p. Za to odsetek Polaków obawiających się biznesowego niepowodzenia jest na średnim europejskim poziomie.

Tabela 2.8. Postawy przedsiębiorcze kobiet i mężczyzn w Polsce na tle średniej dla badanych państw Europy oraz grup gospodarek według poziomu dochodu w 2021 r. (% dorosłych wśród kobiet/mężczyzn)

Postawa	Niski poziom dochodu	Średni poziom dochodu	Wysoki poziom dochodu	Europa	Polska
Dostrzeganie szans biznesowych					
– mężczyźni	63	50	59	53	74
– kobiety	61	47	53	47	72
Samoocena zdolności przedsiębiorczych					
– mężczyźni	80	67	61	57	61
– kobiety	67	58	46	43	59
Strach przed porażką					
– mężczyźni*	42	41	44	44	45
– kobiety*	44	45	49	51	45

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM; * patrz przypis 26.

W 2021 r. udział osób prowadzących młode firmy wśród dorosłych Polek i Polaków zmalał w porównaniu z poprzednim rokiem w obu grupach, przy czym bardziej w tej drugiej – do odpowiednio 1,7% wśród kobiet i 2,4% wśród mężczyzn. W odniesieniu do osób prowadzących firmy dłużej niż 3,5 roku spadek również nastąpił, ale jedynie w grupie mężczyzn, o ok. 5 p.p. – w rezultacie w 2021 r. 11,5% Polaków i 10,6% Polek prowadziło dojrzałe firmy. Po obserwowanym w zeszłej edycji badań osłabieniu się poziomu aktywności przedsiębiorczej wśród kobiet w porównaniu do mężczyzn, w tym roku ponownie się one do siebie zbliżyły, aczkolwiek efekt ten jest bardziej widoczny wśród dojrzałych przedsięwzięć biznesowych niż wśród młodych firm.

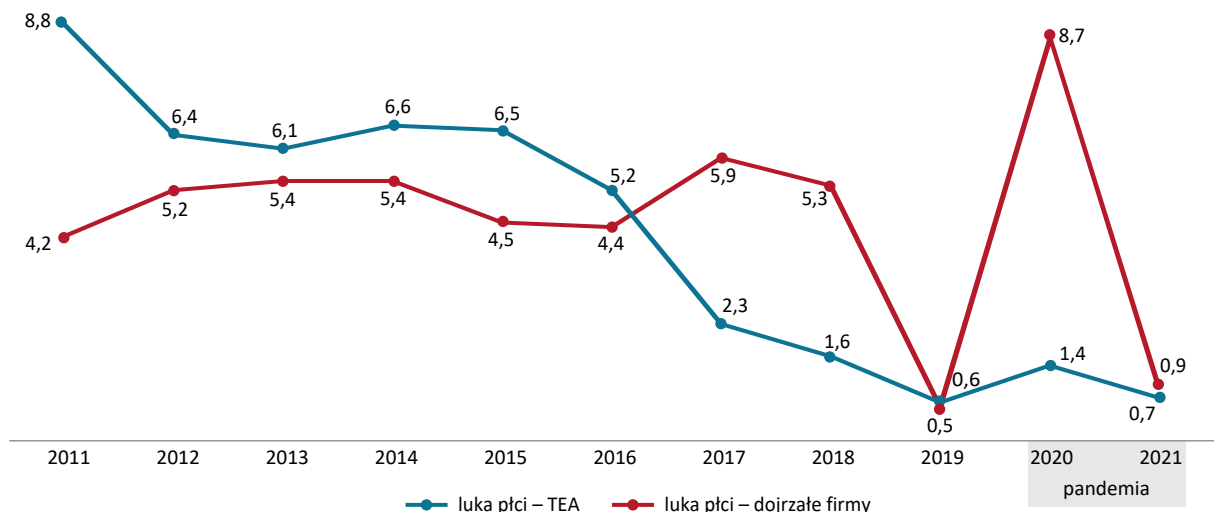
Tabela 2.9. Poziom aktywności przedsiębiorczej wśród kobiet i mężczyzn w latach 2011–2021 (% osób prowadzących młode/dojrzałe firmy wśród kobiet/mężczyzn w wieku 18-64 lat)

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

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Opisane zmiany przełożyły się na ponowne zmniejszenie się luki płci w Polsce (różnica między odsetkiem mężczyzn prowadzących firmy wśród mężczyzn a odsetkiem kobiet prowadzących firmy wśród kobiet). W odniesieniu do młodych firm (TEA) wyniosła ona 0,7%, powracając do poziomu obserwowanego w ostatniej fali badania przed pandemią COVID-19. Podobnie w przypadku firm dojrzałych jej wartość osiągnęła w 2021 r. 0,9%, zdecydowanie mniej niż rok temu i również powróciła do poziomu sprzed dwóch lat. Wynik ten może być z jednej strony efektem wzrostu udziału Polek prowadzących dojrzałe firmy (co poza wchodzeniem firm w poprzednich latach jeszcze młodych w kolejne etapy rozwoju, może być również efektem powrotu części przedsiębiorczyń do działalności zawieszonych w roku 2020). W większym stopniu jednak zmniejszenie luki wśród dojrzałych biznesów wydaje się być efektem spadku liczby mężczyzn prowadzących tego typu podmioty.

Wykres 2.16. Luka płci dla TEA i firm dojrzałych w Polsce w latach 2011–2021 (%)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

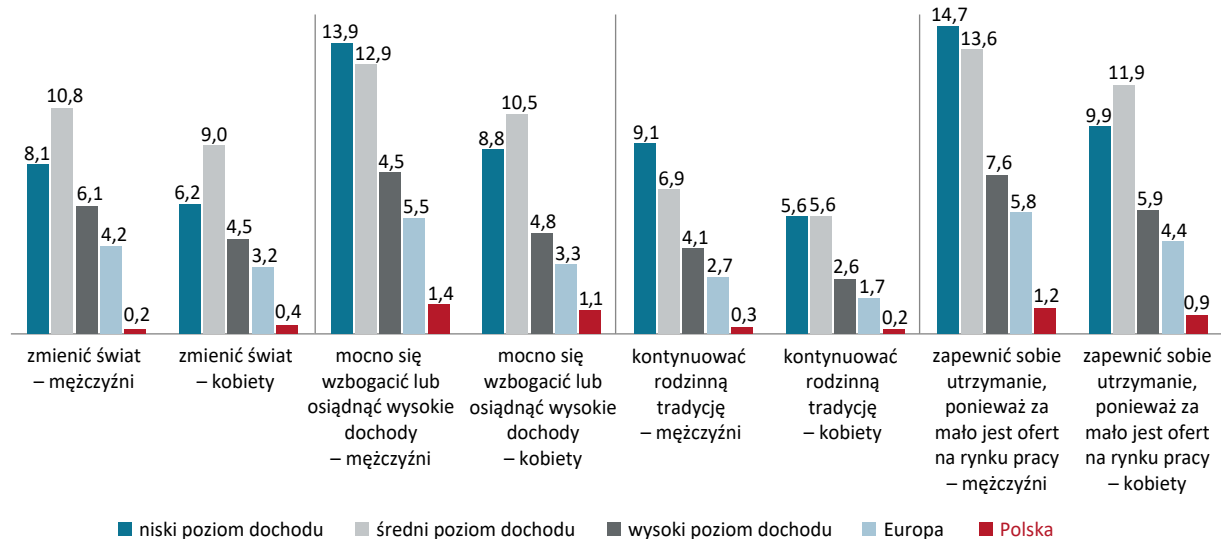
Motywy kobiet i mężczyzn do zakładania firm

We wszystkich grupach krajów, bez względu na poziom dochodów, najczęściej wskazywaną motywacją w 2021 r. – zarówno przez kobiety, jak i mężczyzn prowadzących młode firmy – była motywacja finansowa (chęć zapewnienia sobie utrzymania lub chęć wzbogacenia się i osiągnięcia wysokich dochodów). Rzadziej natomiast wymieniano chęć kontynuowania rodzinnej tradycji oraz zmieniania świata. Płeć przedsiębiorców nie różnicuje wskazywanych motywacji – zarówno kobiety, jak i mężczyźni w poszczególnych grupach krajów z podobną częstotliwością wskazywali poszczególne powody założenia nowej firmy.

Analogiczna struktura odpowiedzi widoczna jest także w odniesieniu do Europy i Polski – dominują motywacje finansowe wyprzedzające chęć zmieniania świata oraz chęć kontynuacji rodzinnej tradycji. Co ciekawe w przypadku Polski w kontekście motywacji finansowej więcej osób obu płci prowadzących młode firmy wskazało, że do założenia biznesu skłoniła ich chęć wzbogacenia się w porównaniu do motywacji związanej z zapewnieniem sobie utrzymania. Znacznie rzadziej wymieniano natomiast pozostałe powody: zmiana świata oraz kontynuowanie rodzinnej tradycji.

Warto zwrócić uwagę, że w grupie krajów o niskim poziomie dochodów poszczególne motywacje wskazywane częściej niż w krajach o średnim i wysokim poziomie (wyjątek stanowi chęć zmieniania świata, w przypadku której wyniki są takie same dla wszystkich trzech grup). Wyniki te wskazują, że poza motywacjami zdefiniowanymi w badaniu GEM są również inne, skłaniające ludzi do zakładania nowych firm.

Wykres 2.17. Motywacje kobiet i mężczyzn do zakładania firm w 2021 r. (% kobiet/mężczyzn prowadzących młode firmy w populacji kobiet/mężczyzn)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Podsumowując dane z 2021 r., można powiedzieć, że po obserwowanym w poprzedniej fali zróżnicowaniu się sytuacji kobiet i mężczyzn w zakresie ich postaw i aktywności przedsiębiorczych bieżące wyniki wskazują na jej ponowne wyrównanie. Przede wszystkim zmniejszyła się luka płci zarówno dla firm dojrzałych, jak i TEA. Aczkolwiek jest to efekt nie tylko wzrostu aktywności przedsiębiorczej kobiet, ale w większym stopniu zmniejszenia się jej u mężczyzn. Obie grupy podobnie oceniały swoje własne umiejętności przedsiębiorcze i podobnie odczuwały strach przed porażką. W porównaniu z 2020 r. w ostatniej fali badania ponownie więcej Polek i Polaków częściej dostrzegało szanse biznesowe w swoim otoczeniu.

Kobiety i mężczyźni nie różnią się w obszarze motywacji do zakładania działalności gospodarczej. Istotniejsze dla nich są motywacje finansowe, choć warto zwrócić uwagę, że dla kobiet prowadzących młode firmy częściej niż dla mężczyzn przyczyną do rozpoczęcia działalności biznesowej jest chęć wzbogacenia się, a nie jedynie utrzymania się.

2.8. Intraprzedsiębiorczość

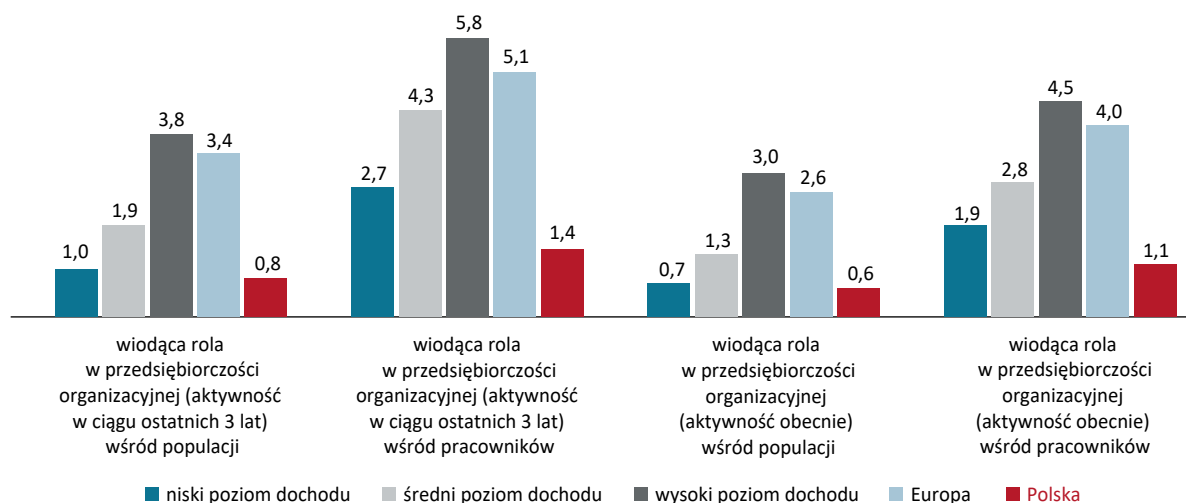
Przedsiębiorczość indywidualna jest tylko jedną z form tworzenia nowych przedsięwzięć biznesowych. Od kilku dekad zauważa się w praktyce i opisuje w literaturze intraprzsiębiorczość (*intrapreneurship*), zwaną również przedsiębiorczością organizacyjną lub korporacyjną (*corporate entrepreneurship*), która również jest przedmiotem zainteresowania projektu badawczego GEM. Jest to rozpoczynanie nowych przedsięwzięć nie na własną rękę, ale dla pracodawcy. Intraprzedsiębiorczość jest sposobem zarządzania przedsiębiorstwami opartym na inicjatywie przedsiębiorczej pracowników, jest w stanie zapewnić przewagę konkurencyjną szczególnie w sektorach o natężonej konkurencji i wysokiej dynamice zmian. GEM w swoim podejściu stara się docenić intraprzsiębiorczość i pokazać ją jako część składową bardziej ogólnego zjawiska, jakim jest przedsiębiorczość. Co więcej, wskazuje na to, że w niektórych krajach jest to forma przedsiębiorczości bardziej efektywna i w większym stopniu przyczynia się do rozwoju społeczno-gospodarczego.

Badania intraprzsiębiorczości w GEM przeprowadza się w dwóch podziałach: aktywności intraprzsiębiorczej obecnie i w ciągu ostatnich 3 lat oraz odsetka aktywnych intraprzsiębiorców wśród ogółu populacji dorosłych oraz wśród osób zatrudnionych. Wynikiem są 4 wskaźniki dotyczące działalności intraprzsiębiorczej.

Na wykresie 2.18 przedstawiono ich średnie wartości dla trzech grup krajów według dochodu, średnie dla krajów europejskich oraz wyniki dla Polski. Należy przy tym pamiętać o pewnym ograniczeniu metodologicznym związanym z badaniem GEM. Biorą w nim udział kraje na zasadzie dobrowolności, co oznacza, że prezentowane wartości nie są średnimi dla wszystkich krajów zaliczonych do danej grupy, a jedynie dla krajów, które wzięły udział w badaniu. W 2021 r. wyniki dostępne są dla 47 krajów. W grupie tej znajduje się 5 krajów z gospodarkami o niskim poziomie dochodu (Egipt, Indie, Iran, Maroko i Sudan). Z grupy drugiej wzięło udział w badaniu 11 krajów (Rosja, RPA, Rumunia, Brazylia, Kolumbia, Turcja, Białoruś, Gwatemala, Panama, Kazachstan i Dominikana). W grupie gospodarek o wysokim poziomie dochodu znalazło się 31 państw. Ze względu na fakt, że w poszczególnych latach w badaniu biorą udział różne kraje, nie można w sposób całkowicie wiarygodny porównywać wyników w podziale na grupy krajów między jednym a drugim rokiem przeprowadzenia badania.

Intraprzedsiębiorczość rośnie wraz z rozwojem gospodarczym. Jest to zjawisko opisywane w teorii przedsiębiorczości. Powodem takiej zależności jest większa liczba dużych przedsiębiorstw w krajach bardziej rozwiniętych. Są one również bardziej zaawansowane technologicznie, częściej inwestują w innowacje oraz posiadają zasoby niezbędne do uruchomienia potencjału przedsiębiorczego pracowników. W krajach bardziej rozwiniętych panuje ponadto wyższy poziom konkurencji, a metody konkurencji stosowane w krajach o niższym poziomie rozwoju nie mogą być zastosowane. Intraprzedsiębiorczość jest efektywną metodą konkurowania w krajach o najwyższym poziomie rozwoju technologicznego i gospodarczego. Przy wzroście poziomu rozwoju gospodarczego zachodzi niejako zjawisko „konwersji” przedsiębiorczości indywidualnej na przedsiębiorczość organizacyjną, która jest bardziej pożądanym rozwiązaniem na przykład z punktu widzenia prawa pracy, a także może być bardziej efektywnym katalizatorem innowacyjności. Ludzie w krajach rozwiniętych poszukują bowiem częściej zatrudnienia na etacie ze względu na ochronę praw pracowniczych, a rozwijanie przedsięwzięć w ramach istniejących korporacji może być bardziej efektywne ze względu na szybszą i szerszą dostępność zasobów.

Wykres 2.18. Odsetek populacji/pracowników zaangażowanych w przedsiębiorczość organizacyjną w ciągu ostatnich 3 lat oraz obecnie w wybranych grupach krajów i w Polsce



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Nie należy również zapominać o dążeniu przedsiębiorczych pracowników do wykorzystania swojego potencjału. W krajach wysokorozwiniętych, w których duże przedsiębiorstwa przyciągają najbardziej innowacyjnych pracowników, szuka się sposobu na to, aby prowadzić

w ramach zatrudnienia działalność *quasi*-przedsiębiorczą, charakteryzującą się wysokim poziomem autonomii i innowacyjności. Korporacje w rozwiniętych krajach, rozumiejąc te dążenia, stworzyły efektywne mechanizmy wyzwalania przedsiębiorczości pracowników. Dobrym przykładem takiego kraju jest Irlandia, gdzie znajdują się europejskie centrale korporacji internetowych i gdzie wskaźniki intraprzsiębiorczości są bardzo wysokie.

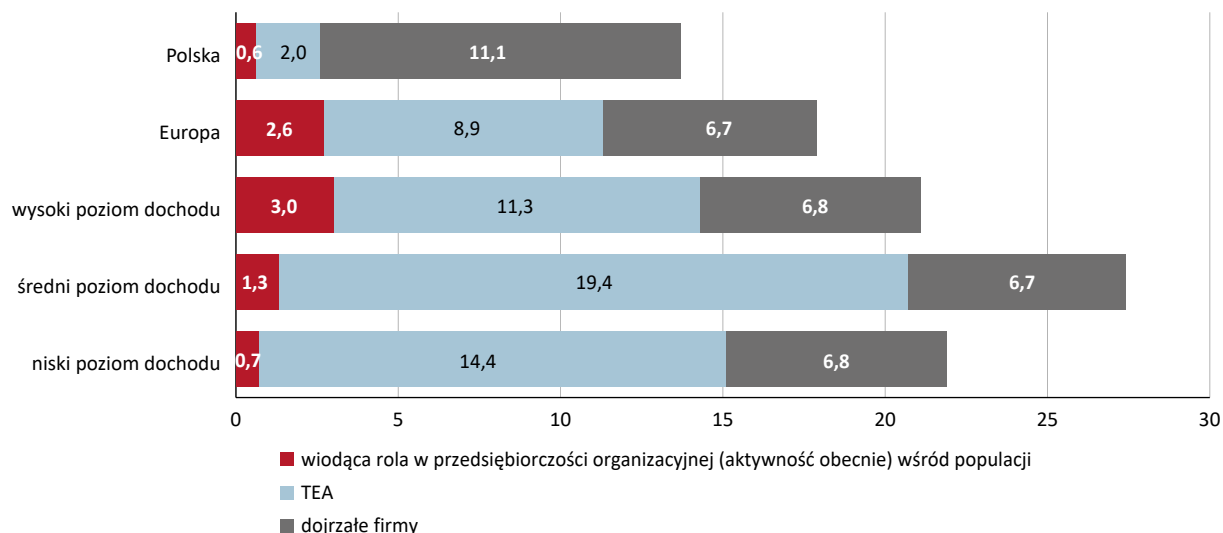
Wyniki badań GEM w 2021 r. potwierdzają te tendencje. Poziom intraprzsiębiorczości jest najniższy w gospodarkach o niskim poziomie dochodu, gdzie poniżej 3% pracowników jest zaangażowanych w ten proces, rośnie o 50% w gospodarkach o średnim poziomie dochodu, a następnie 2-krotnie w gospodarkach najbogatszych (w porównaniu z pierwszą grupą). W roku 2021 zmniejszył się dystans w zakresie intraprzsiębiorczości między trzema grupami krajów, ale pamiętać należy o zależności tych wyników od kompozycji próby badawczej, a ta zmieniła się znacząco między 2020 a 2021 rokiem szczególnie w pierwszej i drugiej grupie dochodowej.

Wyniki dla krajów europejskich są podobne do wyników dla trzeciej grupy krajów. Należy przy tym pamiętać, że Europa składa się w większości z krajów o wysokim poziomie dochodu. W badaniach GEM takie kraje mają również tendencję do bycia nadreprezentowanymi ze względu na pozyskiwanie finansowania badań. W 2021 r. w badaniu GEM wzięły udział 24 kraje europejskie, w tym 4 kraje o średnim poziomie dochodu (Rosja, Białoruś, Rumunia, Turcja) i 20 krajów najzamożniejszych.

Wskaźniki intraprzsiębiorczości dla Polski znajdują się na poziomie pierwszej grupy krajów. Natomiast na tle gospodarek europejskich poziom intraprzsiębiorczości w Polsce jest dość niski, podobny do wyników osiągniętych przez Cypr, a wyższy od wyników Słowacji. Krajami o najwyższym poziomie intraprzsiębiorczości są: Zjednoczone Emiraty Arabskie, Szwajcaria i Katar. Nieco niższe niż w tych krajach wyniki osiągane są przez Stany Zjednoczone, Kanadę, Finlandię i Izrael, będące zazwyczaj jednymi z liderów intraprzsiębiorczości, należy jednak wziąć pod uwagę wpływ pandemii COVID-19 na te wyniki.

Jedynie co 70. pracownik zaangażowany był w Polsce w przedsiębiorczość organizacyjną w ciągu ostatnich 3 lat. Niski poziom intraprzsiębiorczości może wiązać się z wyższym wskaźnikiem przedsiębiorczości indywidualnej, szczególnie w zakresie właścicieli zarządzających dojrzałymi firmami – przedsiębiorczość organizacyjna jest często postrzegana jako alternatywa dla przedsiębiorczości indywidualnej. Poniżej przedstawiono agregację intraprzsiębiorczości oraz przedsiębiorczości indywidualnej w 3 grupach krajów, Europie i Polsce.

Wykres 2.19. Intraprzedsiębiorczość i przedsiębiorczość indywidualna w 3 grupach krajów, Europie i Polsce w 2021 r.



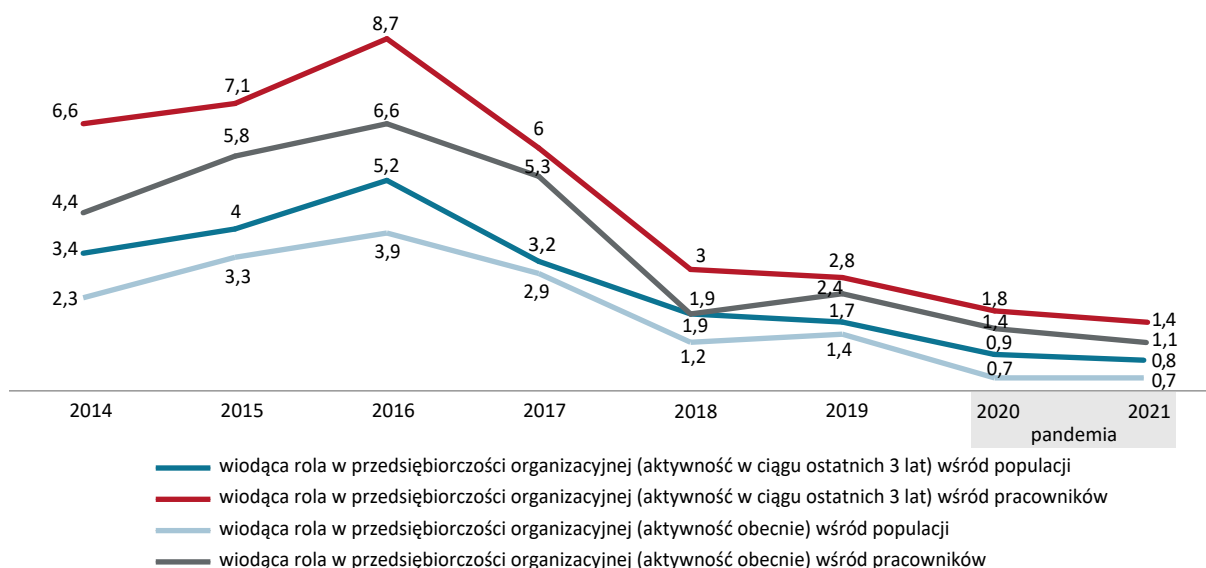
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

W przypadku przedsiębiorczości indywidualnej nie występuje zjawisko wzrostu intensywności tej aktywności wraz z rozwojem gospodarczym jak w przypadku intraprzsiębiorczości. Poziom przedsiębiorczości we wczesnym stadium – młodych firm (TEA) jest najwyższy w krajach o średnim poziomie dochodu (19,4%), nieco niższy jest natomiast w krajach o niskim (14,4%) i wysokim poziomie dochodu (11,3%). Wraz z rozwojem gospodarczym nie zmienia się natomiast odsetek mieszkańców będących właścicielami dojrzałych firm. Rzeczywiste wyniki mogą być nieco niższe z uwagi na fakt, że istnieje grupa przedsiębiorców, którzy kwalifikowani są do obu grup przedsiębiorczości indywidualnej: przedsiębiorców we wczesnym stadium działalności (młodych firm) oraz właścicieli dojrzałych firm.

Niższy poziom przedsiębiorczości indywidualnej jest uzupełniany wzrostem przedsiębiorczości organizacyjnej. Zagregowany wskaźnik trzech rodzajów przedsiębiorczości wynosi około 22% w krajach o niskim poziomie dochodu, 28% w krajach o średnim poziomie dochodu oraz 21% w krajach o wysokim poziomie dochodu. Co interesujące, wyniki dla Europy są niższe od wyników dla krajów o wysokim poziomie dochodu. Należy jednak pamiętać że pozaeuropejskimi gospodarkami zorientowanymi o wysokim poziomie dochodu są kraje bardzo przedsiębiorcze, takie jak Stany Zjednoczone, Kanada czy Chile. Zagregowane wskaźniki dla Polski znajdują się nieco poniżej średniej europejskiej, głównie ze względu na wysoki udział dojrzałych firm w Polsce.

Zagregowany wskaźnik przedsiębiorczości (14%) spadł w Polsce w porównaniu z 2020 rokiem (16%). Wskaźnik ten w 2015 r. wynosił 19%, a w 2016 wzrósł do 23%, w 2017 r. spadł do poziomu 21,6%, w 2018 do poziomu 19,4%, na którym utrzymał się w kolejnym roku (19,6%). **Należy przy tym zauważyć, że struktura tego agregatu zmienia się na korzyść przedsiębiorczości indywidualnej, a dodatkowo zaczynają dominować w niej dojrzałe firmy (powyżej 3,5 roku działalności).** Świadczy to o stabilizacji gospodarczej i sytuacji, w której znacząca część nowo powstałych firm osiąga dojrzałość. Wydaje się również, że pandemia COVID-19 przyczyniła się w pewnym stopniu do petryfikacji takiej sytuacji. Wsparcie rządowe pozwoliło przetrwać znacznej grupie dojrzałych firm, które ‘zatrzymały’ miejsce na rynku, w pewnym sensie blokując powstawanie nowych przedsiębiorstw. Istniejące przedsiębiorstwa osiągają również zadowalające wyniki finansowe, dlatego też dominują na rynku, w tym rynku pracy. Sytuacja taka jest z jednej strony korzystna, ale z drugiej może stanowić zagrożenie. Oznacza ona stabilizację rynku, osiągnięcie stabilnej bazy klientów i dostawców, co pozwala mitygować negatywny wpływ szoków takich jak pandemia. Z drugiej strony brak odnawiania się struktury biznesowej może w przyszłości negatywnie odbijać się na innowacyjności gospodarki. Pewnym potwierdzeniem tej sytuacji jest fakt, że 44% pracowników w Polsce stwierdziło, że pandemia stworzyła szanse dla firm, dla których pracują. Na Wykresie 2.20 przedstawiono kształtowanie się poziomu intraprzsiębiorczości w Polsce w latach 2014–2021.

Wykres 2.20. Intraprzsiębiorczość w Polsce w latach 2014–2021



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

W 2021 r. nastąpił dalszy spadek wskaźników intraprzsiębiorczości w Polsce, przy czym dotyczy on zarówno wskaźników 'krótkoterminowych' jak i 'długoterminowych'. Spadek ten w pewnym zakresie może być spowodowany pandemią COVID-19, podobne spadki można zaobserwować w innych krajach, ale nie są one tak znaczące. Kolejnym czynnikiem mogącym mieć znaczenie jest dość niski poziom przedsiębiorczości hybrydowej w Polsce. **Jako przedsiębiorczość hybrydową określa się sytuację, w której osoba prowadzi działalność gospodarczą, a jednocześnie jest zatrudniona u innego pracodawcy.** Taki sposób rozpoczynania działalności jest w niektórych przypadkach korzystny ze względu na ograniczenie ryzyka. W przypadku wzrostu przychodów z działalności przedsiębiorcy często jednak decydują się na rezygnację z zatrudnienia i koncentrują się na prowadzeniu własnej działalności. Wystąpienie takiej sytuacji na większą skalę może powodować spadek wskaźników intraprzsiębiorczości ze względu na fakt, że przedsiębiorcami organizacyjnymi są często osoby ogólnie przedsiębiorcze, które oprócz zatrudnienia prowadzą własną działalność. Zjawisko przenoszenia ciężaru na działalność indywidualną mogło nasilić się dodatkowo podczas pandemii i ograniczeń działalności gospodarczej z uwagi na fakt, że przedsiębiorcy zmuszeni byli przeznaczyć swoje zasoby osobiste na ratowanie istnienia swoich firm. Czynnikiem ograniczającym intraprzsiębiorczość może być również praca zdalna, która często polega na utrzymywaniu bieżącej działalności, a ogranicza możliwość powstawania nowych przedsięwzięć wewnątrz firm, szczególnie jeśli wymagają one wykorzystania kapitału społecznego.

2.9. Stosunek przedsiębiorstw do zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialności społecznej

Rosnące znaczenie problematyki zrównoważonego rozwoju oraz odpowiedzialności społecznej przedsiębiorstw skłoniło autorów badania GEM do poruszenia tego tematu w ankiecie w 2021 r.

Niezależnie od poziomu dochodu, we wszystkich analizowanych grupach krajów średnio ponad 70% osób prowadzących działalność do 3,5 roku (młode firmy) deklaruje, że podejmując decyzje dotyczące swojego biznesu zawsze rozważa ich skutki społeczne

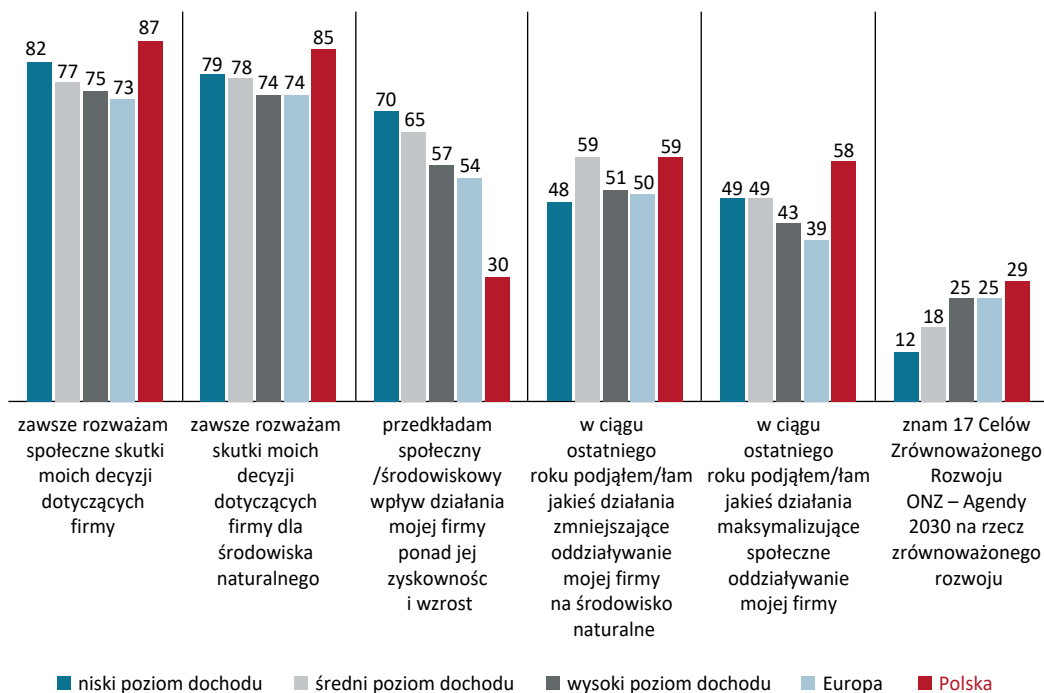
i środowiskowe. **Wynik Polski jest wyższy niż średnia europejska i dla pozostałych grup i wynosi odpowiednio: 87% młodych przedsiębiorców rozważających społeczne skutki oraz 85% biorących pod uwagę te środowiskowe (dla Europy: 73% i 74%).** Warto zauważyć, że pod względem myślenia o kwestiach społecznych jesteśmy na 1. miejscu w Europie i 9. na świecie. Najwyższy wynik należy do Zjednoczonych Emiratów Arabskich (93%), najniższy zaś do Norwegii (41%). Jeśli chodzi o branie pod uwagę kwestii środowiskowych w decyzjach biznesowych plasujemy się także wysoko – 4. miejsce w Europie i 14. na świecie. Liderami zestawienia są Gwatemala (93%) i Słowenia (92%), zamykają je zaś Izrael (49%), Kazachstan i Norwegia (po 50%).

Wydaje się jednak, że myślenie o zrównoważonym rozwoju firmy nie może w przekonaniu przedsiębiorców stawać w sprzeczności z jej wzrostem. Świadczy o tym mniejsza liczba właścicieli młodych firm, deklarujących, że przedkłada społeczny/środowiskowy wpływ swojego przedsięwzięcia biznesowego ponad jego zyskowność i wzrost. Warto zwrócić uwagę, że w tym przypadku w krajach o niższym poziomie dochodu osoby prowadzące młode biznesy są bardziej skłonne do takich deklaracji. Dla Polski wynik jest najniższy w porównaniu do pozostałych grup krajów i Europy – tylko **30% osób posiadających młode przedsięwzięcia biznesowe jest skłonnych zgodzić się ze stwierdzeniem, że przedkłada cele społeczno-środowiskowe nad wzrost lub zyskowność swojej firmy.** Jest to też drugi najniższy wynik wśród badanych państw Europy i świata, słabiej wypada tylko wspomniana już Norwegia (27%). Najwyższy wynik – według deklaracji – należy do Gwatemali (87%), a z krajów europejskich – do Słowenii (77%).

Samo branie pod uwagę skali społecznego i środowiskowego oddziaływania firmy nie zawsze, aczkolwiek często, przekłada się na konkretne działania jej właścicieli. We wszystkich grupach dochodu i w Europie średnio między 39% a 59% osób prowadzących młode firmy zadeklarowało, że w roku poprzedzającym badanie (przypomnijmy – był to pierwszy rok pandemii na całym świecie) podjęło jakieś działania zmniejszające środowiskowe oddziaływanie firmy lub maksymalizujące jej społeczne oddziaływanie. **Polscy przedsiębiorcy decydowali się na to nieco częściej w porównaniu do pozostałych grup krajów oraz Europy (za wyjątkiem krajów o średnim poziomie dochodu w przypadku zmniejszania oddziaływania środowiskowego, których wynik jest na takim samym poziomie jak Polski).**

Jednym z pytań zadanych w badaniu GEM jest pytanie o znajomość 17 Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ (tzw. SDGs – *Sustainable Development Goals*). Jak się okazuje jest to temat mniej znany przedsiębiorcom prowadzącym młode przedsięwzięcia biznesowe. **W Polsce 30% właścicieli młodych firm deklaruje, że zna Cele SDGs**, co jest poziomem najwyższym w porównaniu do średnich dla analizowanych grup krajów w skali świata i Europy²⁷. Wiedza na ten temat tylko częściowo rośnie wraz z dochodem kraju. Najwyższy wynik wśród wszystkich badanych państw należy do Włoch (43%) oraz Zjednoczonych Emiratów Arabskich (33%), a najniższy notowany jest w Maroku (3%) i Kazachstanie (6%). Białoruś, Egipt, Chile, Cypr, Słowacja i Sudan również plasują się w niższej części zestawienia (ok. 11–13%).

Wykres 2.21. Społeczna i środowiskowa odpowiedzialność w działaniach i przekonaniach osób prowadzących młode firmy (% TEA)



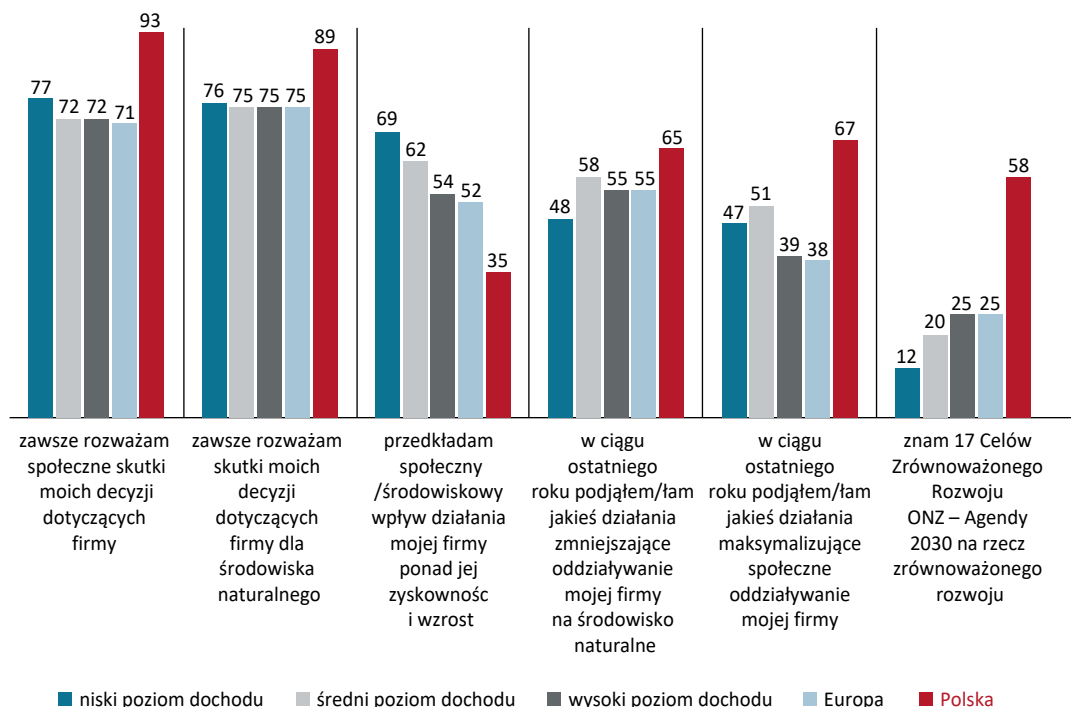
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM, * dane dotyczą mniejszej liczby państw.

Przejawy społecznej odpowiedzialności osób prowadzących dojrzałe firmy (będące na rynku ponad 3,5 roku) są generalnie zbliżone do przejawów prezentowanych przez właścicieli młodych firm. **Niezależnie od analizowanej grupy krajów na pytania zadane**

²⁷ Pytanie opcjonalne w 2021 r., nie zostało uwzględnione przez: Arabię Saudyjską, Brazylię, Finlandię, Gwatemalę, Holandię, Iran, Irlandię, Izrael, Japonię, Luksemburg, Niemcy, Oman, Panamę, Rosję, Szwecję, Wielką Brytanię.

w tym obszarze, najwięcej przedsiębiorców odpowiedziało, że rozważa społeczne i środowiskowe skutki działalności swojego biznesu. Mniej osób przedkłada społeczną i środowiskową odpowiedzialność nad wzrost/zyskowność swojego przedsięwzięcia biznesowego. Jeszcze nieco mniej właścicieli firm dojrzałych w ostatnim roku zwiększało społeczne oddziaływanie swojej firmy lub zmniejszało jej wpływ na środowisko naturalne. Najmniejsza liczba osób prowadzących dojrzałe firmy zna 17 Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ. W tym kontekście warto zwrócić uwagę na wyniki Polski, które są wyraźnie wyższe od pozostałych grup państw zarówno w przypadku podejmowania działań maksymalizujących społeczne oddziaływanie firmy (deklaruje to 67% właścicieli firm) oraz znajomości Celów ONZ – aż 58% przedsiębiorców prowadzących dojrzałe firmy deklaruje, że je zna. Co więcej, odsetki dla dojrzałych firm są wyższe niż dla młodych, co może świadczyć zarówno o większej świadomości wpływu prowadzonej działalności na otoczenie, jak też o większych możliwościach przedsiębiorstw z dłuższym stażem rynkowym.

Wykres 2.22. Społeczna i środowiskowa odpowiedzialność w działaniach i przekonaniach osób prowadzących **dojrzałe firmy** (% dojrzałych firm)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM, * dane dotyczą mniejszej liczby państw.

Wyniki badania GEM wskazują, że polscy przedsiębiorcy mają świadomość społecznego i środowiskowego oddziaływania swojej działalności. Należy dążyć, aby poziom deklaracji i świadomości w większym stopniu znalazł odzwierciedlenie w realnych działaniach. Niemniej wyniki Polski w porównaniu do pozostałych grup pod względem dochodu oraz Europy świadczą o coraz mocniejszym zakorzenieniu tych kwestii w codzienności polskich przedsiębiorców.

2.10. Wpływ pandemii na digitalizację przedsiębiorstw

Czas pandemii pomimo wielu wyzwań spowodował też przyspieszenie transformacji cyfrowej gospodarki, w tym przedsiębiorstw. Świadomość tego zjawiska zaowocowała w 2021 r. wzbogaceniem kwestionariusza GEM o pytanie zadawane osobom zaangażowanym w działalność biznesową zarówno na jej wczesnym etapie (do 3,5 lat) jak i późniejszym: *Czy w odpowiedzi na pandemię koronawirusa Pan(i) firma wykorzystuje technologie cyfrowe w celu sprzedaży produktów lub usług?*

W Polsce **w wyniku pandemii 23% młodych firm rozpoczęło lub zwiększyło wykorzystanie technologii cyfrowych w celu sprzedaży produktów i usług (w przypadku co dziesiątej firmy pandemia dała początek temu procesowi)**. Na pozostałe firmy, zgodnie z ich deklaracjami, pandemia nie miała wpływu w tym obszarze – **w przypadku 11% przedsiębiorstw wdrożenie technologii cyfrowych zostało zaplanowane wcześniej, natomiast 65% odpowiedziało, że może prowadzić działalność bez wykorzystania technologii cyfrowych.**

W porównaniu do grup państw o niskim, średnim i wysokim poziomie dochodu polskie firmy rzadziej decydowały się na zwiększenie lub zastosowanie technologii cyfrowych w swoich procesach sprzedażowych w trakcie pandemii czy przed nią. Znacznie częściej za to uważały, że cyfryzacja nie jest im niezbędna do prowadzenia działalności. Tylko częściowo można ten efekt tłumaczyć poziomem zamożności – w grupie państw najbogatszych odsetek firm deklarujących brak takich potrzeb jest najniższy. Istotne muszą być inne uwarunkowania, jak m.in. specyfika biznesu, która w Polsce najczęściej ma wymiar lokalny (co opisujemy w rozdziale 2.6 nt. internacjonalizacji), być może też brak świadomości korzyści z wdrożenia tego typu technologii oraz wiedzy i umiejętności pozwalających na sprawne przeprowadzenie procesu.

W Europie średnio 36% młodych firm zaczęło lub zwiększyło stosowanie technologii cyfrowych pod wpływem pandemii, nieco mniej – 29% – planowało to wcześniej, a co trzecia firma przyznała, że nie było jej to niezbędne do kontynuowania działalności. Widać przy tym spore rozbieżności odpowiedzi na poziomie poszczególnych państw. Najwięcej przedsiębiorstw, które sytuacja pandemiczna zmusiła do inwestycji w technologie cyfrowe, według ich deklaracji, jest w Grecji (39%), na Cyprze i we Włoszech (po 35%), najmniej – w Finlandii (4%), Szwecji (8%), państwach będących od wielu lat w czołówce zestawień pod względem innowacyjności i rozwoju technologicznego. Nieco większe podobieństwo zachowań cechuje firmy z różnych państw Europy pod względem częstości występowania wpływu pandemii na zwiększenie dotychczasowych planów dotyczących wdrożenia rozwiązań cyfrowych w prowadzonej działalności (tu ranking otwiera Wielka Brytania z wynikiem 34%, a zamyka go Polska – 10%).

Podobnie wygląda nasza sytuacja w kwestii uwzględniania cyfryzacji w planach przed pandemią czy też niestosowania technologii cyfrowych z uwagi na brak uzasadnienia biznesowego. Polskie młode firmy najrzadziej w porównaniu z ich odpowiednikami z innych państw Europy przyznawały, że transformacja cyfrowa była elementem wcześniejszych planów (pierwsze miejsce w tym obszarze należy do Szwecji (50%), kolejne do Łotwy (46%), Finlandii i Szwajcarii – po 40%). Jeśli zaś chodzi o wskaźnik firm, które nie czują potrzeby stosowania rozwiązań cyfrowych, nie napawa optymizmem i skłania ku pogłębieniu tematu w kolejnych badaniach, bowiem Polskę z wynikiem 65% tego typu firm dzieli 14 p.p. od następnych w kolejności Rosji i Rumunii i aż 52 p.p. od lidera zestawienia – Luksemburga.

Tabela 2.10. Przedsiębiorcy, którzy w odpowiedzi na pandemię koronawirusa zaczęli stosować lub nie technologie cyfrowe (TC) w celu sprzedaży produktów lub usług (% młodych (mf) i dojrzałych firm (df))

Grupa państw/ państwo	% mf Tak, zaczęli stosować	% mf Tak, zwiększyli pierwotne plany	% mf Nie, planowali wdrożenie TC przed pandemią	% mf Nie, firma może działać bez TC	% df Tak, zaczęli stosować	% df Tak, zwiększyli pierwotne plany	% df Nie, planowali wdrożenie TC przed pandemią	% df Nie, firma może działać bez TC
o niskim poziomie dochodu	33	12	19	37	30	8	20	43
o średnim poziomie dochodu	24	17	19	41	21	16	21	42
o wysokim poziomie dochodu	23	20	27	30	17	19	29	36
Europa	19	19	29	33	13	18	32	37
Białoruś	12	20	22	46	10	11	31	47
Chorwacja	23	16	29	32	15	21	33	31
Cypr	35	19	16	30	39	8	20	33
Finlandia	4	16	40	40	4	14	41	41
Francja	19	19	36	27	7	18	35	40
Grecja	39	20	20	21	14	16	22	49
Hiszpania	27	21	34	17	14	26	35	25
Holandia	16	28	32	24	7	20	47	26
Irlandia	23	33	24	20	18	36	21	26
Luksemburg	23	26	38	13	17	28	48	7
Łotwa	11	27	46	16	5	27	37	31
Niemcy	27	19	30	24	13	22	34	31
Norwegia	13	15	27	45	21	19	38	23
Polska	13	10	11	65	6	11	19	64
Rosja	12	11	26	51	9	12	23	57
Rumunia	21	11	18	51	6	7	23	64
Słowenia	11	15	39	35	7	19	36	38
Słowacja	11	14	17	58	10	12	12	66
Szwajcaria	19	21	40	20	23	22	36	19
Szwecja	8	16	51	25	8	15	49	27
Turcja	18	19	23	41	13	17	30	40
Węgry	15	13	27	44	11	16	35	38
Wielka Brytania	22	34	23	21	9	25	29	38
Włochy	35	11	28	25	32	4	34	29

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Porównanie danych dla młodych i dojrzałych firm prowadzi do wniosku, że wpływ pandemii na transformację cyfrową obu tych grup jest podobny niezależnie od poziomu dochodu. Jedyną różnicę widać w zakresie rozpoczęcia stosowania rozwiązań cyfrowych – firmy dojrzałe, a więc będące na rynku przynajmniej 3,5 roku, nieco rzadziej niż młode wskazały tę odpowiedź. **Jeśli chodzi o Polskę, 6% dojrzałych firm zadeklarowało, że zainwestowało w cyfryzację pod wpływem pandemii, 11% – zwiększyło zakres planowanych projektów, 19% – uwzględniło cyfryzację firmy w planach sprzed pojawienia się koronawirusa, a 64% – uważało, że ich działalność nie wymaga wdrożenia rozwiązań cyfrowych.**

Przedsiębiorcy zostali także zapytani o to, czy **spodziewają się zwiększonego wykorzystania technologii cyfrowych w firmie w ciągu kolejnych 6 miesięcy**. Odpowiedzi twierdzącej udzieliło na nie **20% polskich młodych firm i tylko 4% dojrzałych**. Są to wyniki niższe w porównaniu do wszystkich grup państw według dochodu oraz Europy.

Tabela 2.11. Przedsiębiorcy, którzy spodziewają się zwiększonego wykorzystania technologii cyfrowych w celu sprzedaży produktów lub usług w firmie w ciągu kolejnych 6 miesięcy (% młodych i dojrzałych firm)

Państwo/państwa (średnia)	% młodych firm	% dojrzałych firm
o niskim poziomie dochodu	62	45
o średnim poziomie dochodu	59	48
o wysokim poziomie dochodu	49	35
Europa	42	31
Polska	20	4

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Szczególnie wynik dla dojrzałych firm budzi zastanowienie – jest on najniższy wśród wszystkich analizowanych państw Europy, dla których odsetki dojrzałych firm planujących mocniej korzystać z cyfryzacji są – poza Polską – dwucyfrowe i mieszczą się w przedziale 17% dla Słowacji i 57% dla Irlandii. Jest to niewątpliwie obszar, który wymaga dalszych pogłębionych badań.

3. Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości

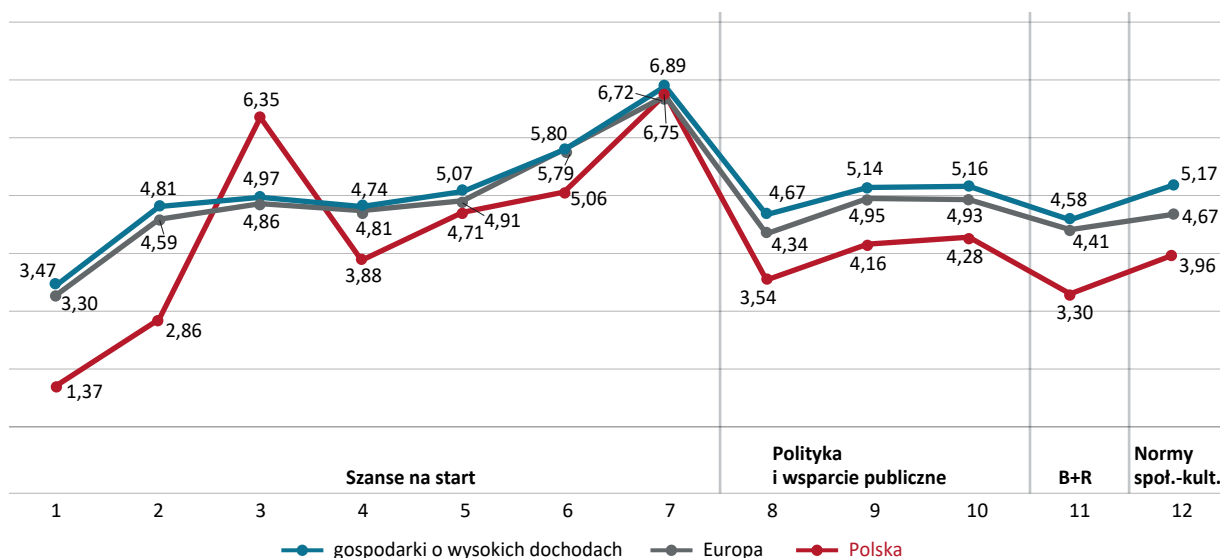
Istotnym elementem projektu GEM jest ocena otoczenia, w jakim funkcjonują nowe i rozwijające się przedsiębiorstwa w danym kraju. Podstawą tej analizy jest badanie eksperckie na temat uwarunkowań przedsiębiorczości (ang. *National Expert Survey – NES*) prowadzone wśród co najmniej 36 ekspertów²⁸ w każdym z krajów uczestniczących w projekcie GEM²⁹. W badaniu wyodrębniono 12 obszarów tworzących krajowe determinanty przedsiębiorczości, których wpływ na nowo powstające i rozwijające się przedsiębiorstwa ocenili eksperci. Obszary te zostały pogrupowane w cztery bloki reprezentujące szersze kategorie uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości, tj.:

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

²⁸ W każdym z obszarów znalazło się 3–8 stwierdzeń na temat, na który ekspert miał wyrazić opinię, używając skali od 0 do 10, gdzie 0 oznaczało zdecydowanie się nie zgadzam a 10 – zdecydowanie się zgadzam. Wszystkie stwierdzenia miały wydźwięk pozytywny, tzn. stwierdzały, że dany aspekt ma w Polsce korzystny wpływ na przedsiębiorczość, zatem im więcej punktów przyznano w danym obszarze, tym lepiej oceniono sytuację. Następnie, dla danych stwierdzeń policzono średnie dla odpowiedzi wszystkich ekspertów. Im wyższa wartość osiągnęła średnia, tym lepiej oceniono dany aspekt. W dalszej kolejności poszczególne stwierdzenia zagregowano do obszarów, dla których policzono średnie. W poniższej analizie zastosowano zarówno średnie wyniki dla poszczególnych stwierdzeń, jak średnie dla danych grup – uzależniając to od kontekstu i możliwości ciekawego przedstawienia problemu. Wyniki dla Polski za rok 2021 zostały zestawione z wynikami dla gospodarek o wysokich dochodach (do których należy też Polska) oraz dla krajów europejskich uczestniczących w badaniu (2021 r. – Białoruś, Chorwacja, Cypr, Finlandia, Francja, Grecja, Hiszpania, Holandia, Irlandia, Litwa, Luksemburg, Łotwa, Niemcy, Norwegia, Polska, Rosja, Rumunia, Słowacja, Słowenia, Szwajcaria, Szwecja, Turcja, Węgry, Wielka Brytania, Włochy).

²⁹ W badaniu NES w 2021 r. wzięło udział 50 krajów świata (patrz Tabela 1.1 niniejszego Raportu).

Wykres 3.1. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości (2021 r.): Polska w porównaniu z gospodarkami o wysokich dochodach i krajami europejskimi (średnie oceny dla poszczególnych obszarów)



1 – Edukacja przedsiębiorczości – poziom podstawowy i szkoła średnia; 2 – Edukacja i szkolenia w zakresie przedsiębiorczości – szkolenia i kursy zawodowe, szkoły wyższe; 3 – Poziom otwartości rynku – dynamika, 4 – Poziom otwartości rynku – obciążenia; 5 – Dostęp do finansowania zewnętrznego, 6 – Dostęp do infrastruktury komercyjnej i usługowej; 7 – Dostęp do infrastruktury technicznej; 8 – Polityka publiczna w zakresie przedsiębiorczości i jej priorytety; 9 – Polityka rządu: podatki, regulacje, obowiązki sprawozdawcze oraz biurokracja, 10 – Programy publiczne wspierające przedsiębiorczość, 11 – Badania i rozwój, transfer wiedzy i technologii; 12 – Normy kulturowe i społeczne.

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania GEM.

Analiza opinii ekspertów biorących udział w badaniu NES w 2021 r. w poszczególnych państwach pozwala stwierdzić, że warunki do powstawania i rozwoju przedsiębiorstw w Polsce na tle gospodarek o wysokich dochodach³⁰, ale również w porównaniu z krajami europejskimi, były przeciętne (Wykres 3.1). W porównaniu z tymi dwiema grupami krajów polscy eksperci wyżej ocenili tylko jeden czynnik – dynamikę rynku (jego otwartość na nowe firmy). Kolejnym obszarem, który w 2021 r. osiągnął w Polsce wysoką ocenę, zbliżoną do gospodarek o wysokich dochodach i krajów Europy, był dostęp do infrastruktury technicznej. W rezultacie te dwie najwyżej oceniane przez polskich ekspertów grupy

³⁰ Zgodnie z definicją Banku Światowego, wg której gospodarki o wysokich dochodach to te, których dochód narodowy brutto na jednego mieszkańca wynosi powyżej 12 695 USD (<https://datahelpdesk.worldbank.org/knowledgebase/articles/906519-world-bank-country-and-lending-groups>).

czynników można uznać za stymulatory rozwoju nowych przedsięwzięć w Polsce. Warto dodać, że ocena ta jest podobna do oceny z 2020 r. – eksperci wtedy również najwyżej ocenili te dwie sfery uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości. Pozostałe obszary uzyskały oceny niższe niż średnia w grupach krajów będących punktem porównania, a wśród nich część można uznać za utrudniające rozwój przedsiębiorczości. To przede wszystkim: edukacja przedsiębiorczości i szkolenia (zarówno na poziomie podstawowym i szkoły średniej, jak i wyższym), kwestia biurokracji i podatków, priorytety polityki publicznej w zakresie przedsiębiorczości, a także uwarunkowania w obszarze badań, rozwoju i transferu wiedzy.

W latach 2020–2021 badanie GEM, w tym badanie eksperckie NES, było przeprowadzone w szczególnych i bardzo trudnych warunkach – pandemii COVID-19. Ta nietypowa sytuacja mogła też wpłynąć na większą ostrożność ekspertów w ocenie uwarunkowań funkcjonowania nowych i rozwijających się firm w Polsce. I tak **sześć obszarów uzyskało w 2021 r. ocenę niższą niż rok wcześniej, jeden pozostał na poziomie 2020 r, kolejne pięć oceniono wyżej. Jednak gdy oceny z 2021 r. porównany z oceną ekspertów dokonaną w 2019 r. – a więc przed pandemią – to spadek dotyczy już 10 obszarów, wzrost natomiast – tylko dwóch (Polityka rządu: podatki, regulacje, obowiązki sprawozdawcze oraz biurokracja; Dostęp do infrastruktury komercyjnej i usługowej).**

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

Sytuacja związana z pandemią COVID-19 spowodowała, że w 2021 r., podobnie jak rok wcześniej, do kwestionariusza NES dodano stwierdzenia dotyczące jej wpływu na przedsiębiorców i na politykę rządu³¹. Omówiono je na końcu rozdziału.

3.1. Szanse na start

To największy i najbardziej złożony blok grupujący obszary objęte badaniem NES determinujące rozpoczęcie i rozwój przedsiębiorczości. Obejmuje on aspekty związane z szeroko pojętą edukacją w zakresie przedsiębiorczości (zarówno na poziomie szkoły

³¹ Były to jednak inne pytania niż w 2020 r. Dlatego porównanie obu okresów w obszarze wpływu COVID-19 nie jest możliwe.

podstawowej, średniej, jak i szkoły wyższej oraz szkoleń zawodowych i kształcenia ustawicznego), warunkami panującymi na rynku (jego otwartością i obciążeniami), możliwościami finansowania, infrastrukturą komercyjną, usługową i techniczną. Czynniki te warunkują możliwości wejścia na rynek i związane z tym koszty.

Edukacja i szkolenia w zakresie przedsiębiorczości

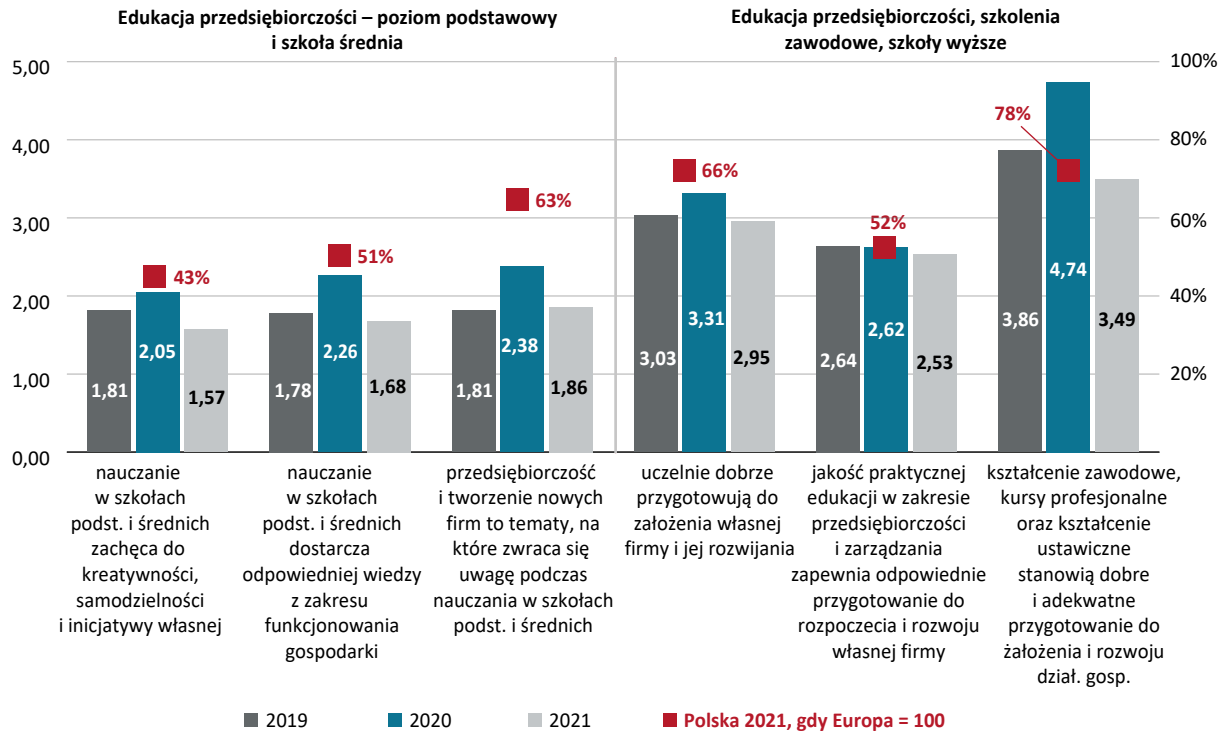
W 2021 r., w porównaniu do poprzednich dwóch lat, odnotowano obniżenie oceny ekspertów uczestniczących w badaniu NES w Polsce na temat obszaru Edukacji i szkoleń w zakresie przedsiębiorczości – zarówno na poziomie podstawowym i szkoły średniej, jak i na etapie uczelni, kształcenia zawodowego oraz ustawicznego.

Całościowo obszar Edukacji i szkoleń – poziom podstawowy został oceniony na 1,7 pkt (w 2020 r. – 2,2 pkt, 2019 – 2,1 pkt) – niżej niż przeciętnie w krajach Europy (53% oceny tych krajów) czy gospodarkach o wysokich dochodach (50%). Trzeba zauważyć, że niska ocena obszaru związanego z edukacją i szkoleniami przez polskich ekspertów nie jest odosobniona. Również w Europie i państwach najzamożniejszych aspekt ten jest relatywnie najniżej oceniany w porównaniu z innymi obszarami stanowiącymi determinanty rozwoju przedsiębiorczości (Wykres 3.1).

Nauczanie w szkołach podstawowych i średnich jest nisko oceniane przez ekspertów z Polski, jeśli chodzi o zachęcanie do kreatywności, samodzielności i inicjatywy własnej, dostarczanie wiedzy z zakresu funkcjonowania gospodarki czy zwracanie uwagi na przedsiębiorczość i tworzenie jej nowych form. Ocena tych uwarunkowań jest niższa niż przeciętnie w krajach europejskich (Wykres 3.2), co nie napawa optymizmem. Edukacja jest jednym z najważniejszych czynników wpływających na przedsiębiorczość – kształtowanie potencjalnych przedsiębiorców, ich postrzeganie przez społeczeństwo, a także na efekty działalności gospodarczej.

W 2021 r., w porównaniu do lat 2019-2020, nastąpiło także obniżenie oceny ekspertów w obszarze edukacji przedsiębiorczości na poziomie szkolnictwa wyższego oraz kształcenia ustawicznego. W 2021 r. przyjęła ona wartość 2,9 pkt, co stanowiło 62% średniej oceny badanych krajów europejskich i 59% oceny gospodarek o wysokich dochodach. W 2020 r. eksperci ocenili ten obszar średnio na 3,5 pkt, a w 2019 – 3,3 pkt.

Wykres 3.2. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – **edukacja i szkolenia w zakresie przedsiębiorczości**. Zmiany w latach 2019–2021 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2021 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania GEM.

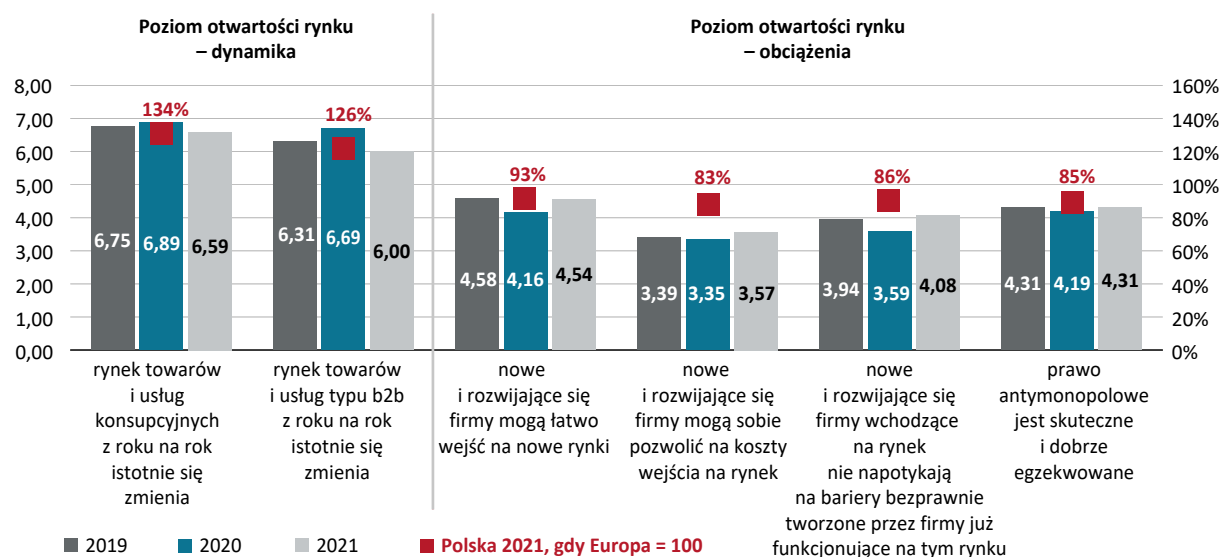
Wszystkie stwierdzenia składające się na ten obszar uzyskały w 2021 r. niższe oceny ekspertów niż w poprzednich dwóch latach. Najwyższa ocena – 3,5 (w 2020 r. – 4,7; w 2019 r. – 3,8) – dotyczy kształcenia zawodowego, kursów profesjonalnych i kształcenia ustawicznego w kontekście ich skuteczności przygotowania do zakładania i rozwijania firmy. Nieznacznie niżej niż w latach 2019-2020 oceniono stwierdzenie mówiące, że jakość praktycznej edukacji w zakresie przedsiębiorczości i zarządzania zapewnia odpowiednie przygotowanie do rozpoczęcia i rozwoju własnej firmy – 2,5 (w latach 2019-2020 – 2,6).

Otwartość rynku – dynamika i obciążenia

Otwartość rynku wewnętrznego to jeden z najlepiej ocenianych przez ekspertów obszarów wpływających na rozpoczęcie działalności gospodarczej w Polsce i jej prowadzenie. Średnio otwartość naszego rynku została oceniona na 6,4 pkt – jest to wynik znacznie lepszy zarówno

w porównaniu z badanymi państwami europejskimi (131% wartości dla tych krajów), jak i gospodarkami o wysokich dochodach³² (128%) (Wykres 3.1). Ocena ekspertów w 2021 r. nieznacznie spadła w porównaniu z poprzednimi dwoma latami – w 2020 r. wynosiła 6,8 pkt., w 2019 r. – 6,5 pkt. Eksperti pozytywnie ocenili stwierdzenia składające się na ten obszar. W ich opinii polski rynek towarów i usług konsumpcyjnych oraz business-to-business (b2b) z roku na rok istotnie się zmienia (Wykres 3.3).

Wykres 3.3. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – **poziom otwartości rynku**. Zmiany w latach 2019–2021 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2021 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania GEM.

Obszar związany z otwartością rynku na nowe firmy (obciążenia związane z kosztami wejścia, bariery ze strony konkurencji, prawo antymonopolowe) został oceniony na poziomie z 2020 r. – średnia ocena 3,9 pkt (w 2019 r. – 4,1 pkt). Jednak ocena ta w Polsce była niższa niż średnia ocen dla badanych krajów europejskich (82% średniej oceny dla tych krajów) i gospodarek o wysokich dochodach (81%) (Wykres 3.1).

W 2021 r., podobnie jak w poprzednich dwóch latach, eksperci raczej zgodzili się co do tego, że nowe i rozwijające się firmy mogą łatwo wejść na nowe rynki (4,5 pkt – 93% oceny

³² Ocena tego obszaru w Polsce była jedną z najwyższych wśród badanych krajów europejskich (wyższą ocenę miała tylko Rosja – 6,5) i wśród gospodarek o wysokich dochodach (wyższą była tylko w Korei Południowej – 7,8, Zjednoczonych Emiratach Arabskich – 7,3, Japonii – 7,0 i Arabii Saudyjskiej – 6,8).

krajów europejskich), a prawo antymonopolowe jest skuteczne i dobrze egzekwowane (4,3 pkt – 85% oceny krajów europejskich). Natomiast ich zdaniem większą barierą dla nowych firm są koszty wejścia na rynek (ocena dla Polski 3,4 pkt – 83% średniej oceny dla krajów europejskich). Problemem są także bariery bezprawnie tworzone przez firmy już funkcjonujące na rynku (3,6 pkt – 86% oceny krajów europejskich) (Wykres 3.3).

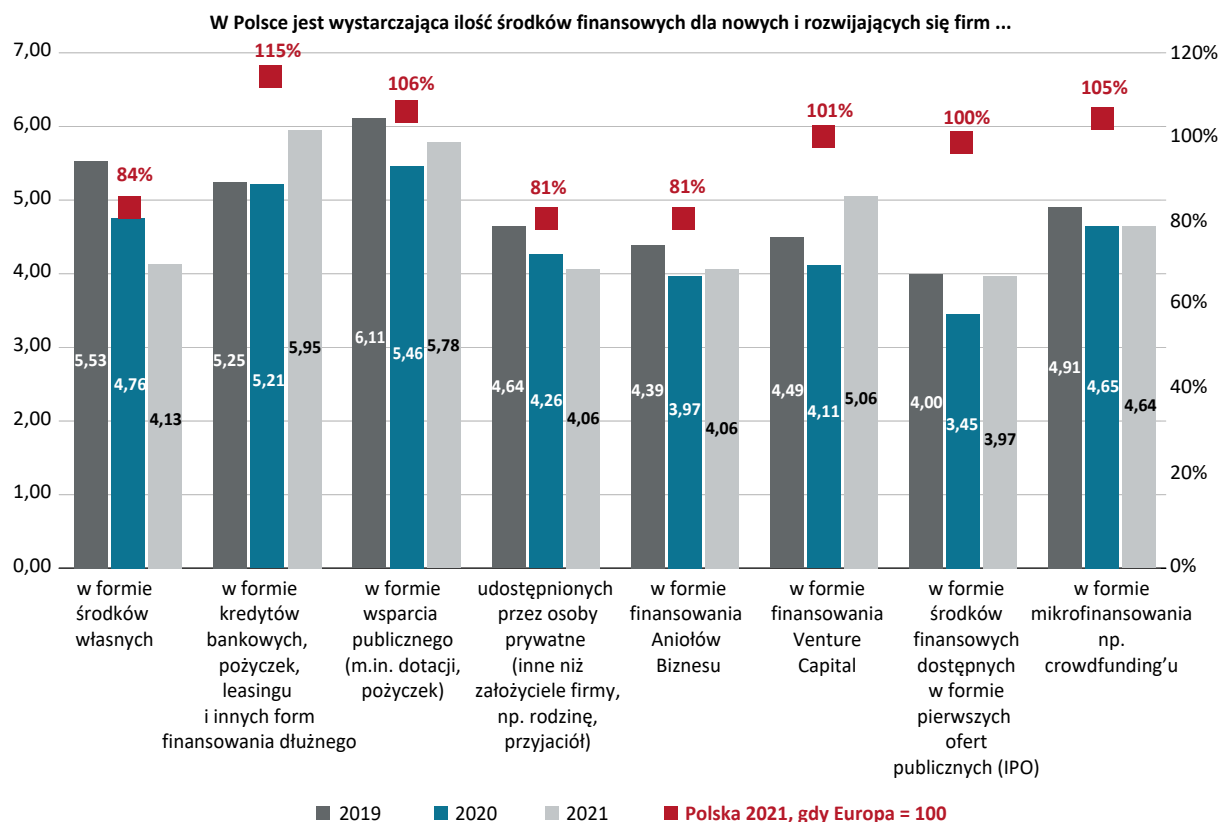
Finansowanie

Obszarem, który eksperci ocenili w 2021 r. lepiej niż w poprzednim roku, jest dostęp do finansowania. Ocena tej kategorii w naszym kraju jest tylko nieznacznie niższa od średniej oceny ekspertów z gospodarek o wysokich dochodach i państw Europy (4,7 pkt – 93% oceny gospodarek najzamożniejszych i 97% europejskich). W 2020 r. ocena tego obszaru była niższa – 4,2 pkt, a w 2019 r – nieco wyższa – 4,9 pkt.

Na obszar finansowania składają się stwierdzenia dotyczące dostępności różnych form finansowania zewnętrznego (Wykres 3.4). Najnowsze dane wskazują na poprawę oceny tego aspektu – składające się na ten obszar formy dofinansowania zostały w większości przypadków nieco lepiej ocenione przez ekspertów w porównaniu z 2020 r. Niższa niż w poprzednim roku ocena dotyczy finansowania w formie środków własnych – 4,1 pkt (84% wartości średniej oceny dla krajów europejskich) oraz udostępnianych przez osoby prywatne – 4,1 pkt (81%). Eksperti najwyżej ocenili dostęp do finansowania dłużnego – 6,0 pkt (115% wartości średniej oceny dla państw Europy). Wysoką ocenę uzyskał też dostęp do wsparcia publicznego (m.in. dotacje, pożyczki) – 5,8 pkt (106%), co świadczy o ich przekonaniu o dużym znaczeniu tego rodzaju pomocy dla polskich nowych i rozwijających się firm. Podobnie do średniej dla Europy wypadła za to ocena dostępu do finansowania w formie *venture capital* (5,1 pkt, 101% wartości średniej oceny dla państw Europy), mikrofinansowania np. w postaci crowdfundingu (4,6 pkt, 105%) oraz środków finansowych dostępnych w formie pierwszych ofert publicznych (4,0 pkt, 100%).

Niżej niż przeciętnie w krajach Europy polscy eksperci ocenili dostęp do finansowania aniołów biznesu – 4,1 pkt (81% wartości średniej oceny dla krajów europejskich).

Wykres 3.4. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – **dostęp do finansowania**. Zmiany w latach 2019–2021 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2021 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania GEM.

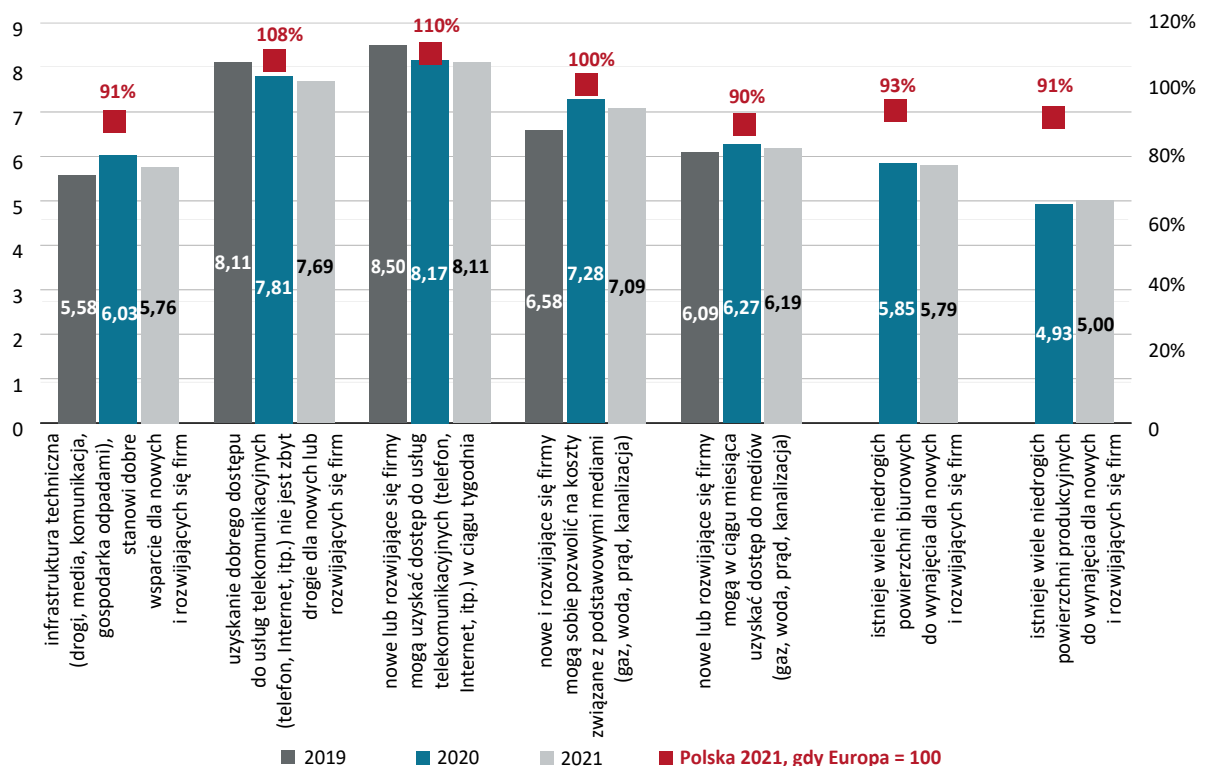
Infrastruktura

Infrastruktura techniczna to najwyżej oceniany przez polskich ekspertów obszar w 2021 r. – 6,8 pkt (98% oceny gospodarek o wysokich dochodach, 101% – krajów Europy) (Wykres 3.1). Eksperci ocenili ten blok uwarunkowań na poziomie zbliżonym do poprzednich dwóch lat (2020 r. – 6,5 pkt, 2019 – 6,9 pkt). Wysoka ocena tego obszaru, jednocześnie podobna do oceny ekspertów z krajów odniesienia, pozwala na uznanie go za niestanowiący zbytniego problemu dla nowych i rozwijających się firm w Polsce.

Wykres 3.5 przedstawia opinię nt. stwierdzeń składających się na ten blok. Polscy eksperci wysoko oceniają dostępność usług telekomunikacyjnych dla nowych i rozwijających się firm

(8,1 pkt – 110% oceny badanych państw Europy). Równocześnie ich zdaniem usługi te nie są zbyt drogie (7,7 pkt – 108 % oceny krajów europejskich). Problemem dla firm nie jest też dostęp do podstawowych mediów (gaz, woda, prąd, kanalizacja) – 6,2 pkt (90% oceny krajów europejskich) oraz związane z tym koszty (7,1 pkt – 100%). W przypadku tych aspektów ocena ekspertów była nieznacznie niższa w porównaniu z 2020 r. Nieco niższa niż przed rokiem jest też ocena stwierdzenia, że infrastruktura techniczna (drogi, media, komunikacja, gospodarka odpadami) stanowi dobre wsparcie dla nowych i rozwijających się firm – 5,8 pkt (91% oceny krajów europejskich).

Wykres 3.5. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – **infrastruktura techniczna**. Zmiany w latach 2019–2021 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2021 r.

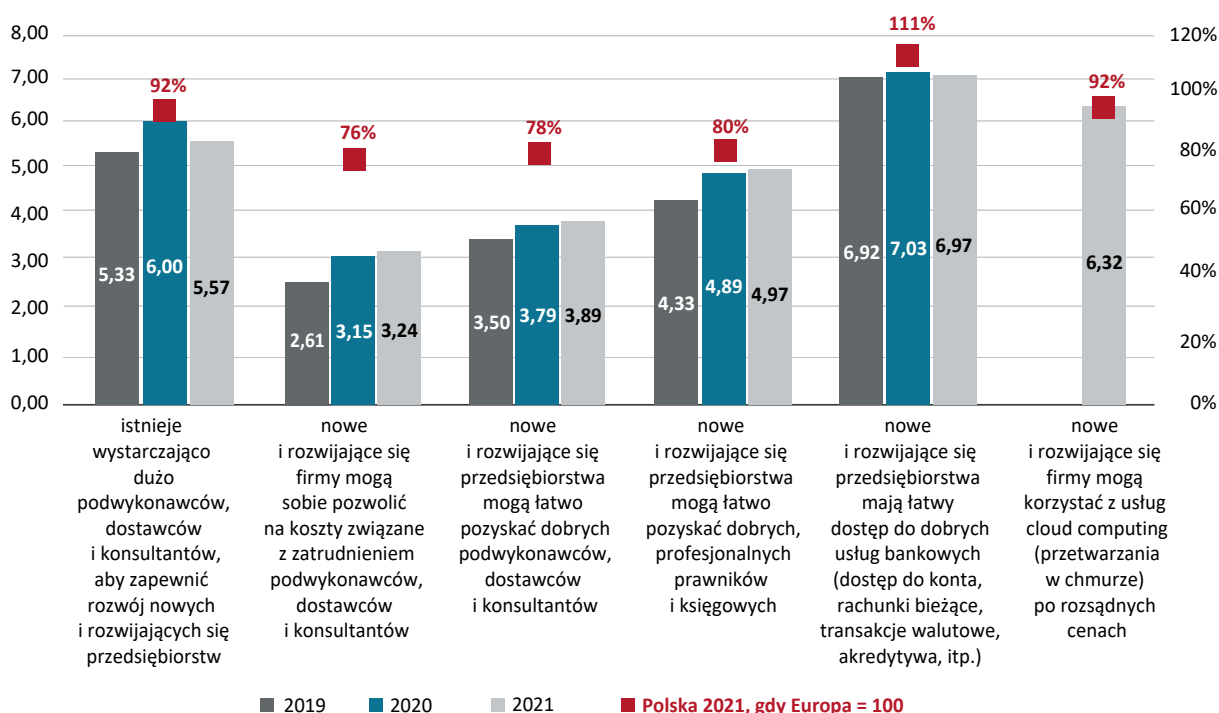


Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania GEM.

W 2020 r. do obszaru Infrastruktura techniczna dodano dwa nowe stwierdzenia dotyczące dostępu nowych i rozwijających się firm do niedrogich powierzchni biurowych i produkcyjnych. W 2021 r. pierwszy z nich eksperci ocenili na 5,8 pkt (93% średniej oceny dla państw Europy). Nieco gorzej postrzegają dostęp do niedrogich powierzchni produkcyjnych – 5,0 pkt (91%).

Eksperti w mniejszym stopniu niż w przypadku infrastruktury technicznej zgadzają się ze stwierdzeniami potwierdzającymi pozytywny wpływ na polską przedsiębiorczość kwestii związanych z infrastrukturą komercyjną i usługową. Średnia ocena przyznana w 2021 r. to 5,1 pkt (87% oceny gospodarek o wysokich dochodach i oceny krajów europejskich) (Wykres 3.1). Przy tym należy dodać, że większość stwierdzeń składających się na ten obszar zostało nieco wyżej ocenionych przez polskich ekspertów niż w latach 2019–2020.

Wykres 3.6. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – **infrastruktura komercyjna i usługowa**. Zmiany w latach 2019–2021 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2021 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania GEM.

Analizując wyniki dla poszczególnych kategorii (Wykres 3.6) widzimy, że w Polsce ograniczeniem dla nowych i rozwijających się firm są koszty związane z zatrudnianiem podwykonawców, dostawców i konsultantów (3,2 pkt, 76% oceny krajów europejskich) oraz trudności z pozyskaniem dobrych podwykonawców, dostawców i konsultantów (3,9 pkt, 78% oceny krajów europejskich). Przeciętnie oceniana jest łatwość pozyskania dobrych, profesjonalnych prawników i księgowych (5,0 pkt, 80% oceny krajów Europy). Lepiej natomiast eksperci ocenili takie aspekty jak: liczbę podwykonawców, dostawców

i konsultantów w naszym kraju umożliwiającą zapewnienie rozwoju nowych i rozwijających się przedsiębiorstw – 5,6 pkt (92% oceny krajów Europy) oraz dostęp nowych i rozwijających się firm do dobrych usług bankowych (dostęp do konta, rachunki bieżące, transakcje walutowe, akredytywa itp.) – 7,0 pkt (111% oceny krajów europejskich). Relatywnie wysoko jest też oceniana dodana w 2021 r. nowa kategoria – koszty dostępu do usług *cloud computing* – 6,3 pkt (92% oceny krajów Europy).

3.2. Polityka i wsparcie publiczne

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

Polityka publiczna (obszar I) w zakresie przedsiębiorczości, w tym jej priorytety, to obszar oceniany przez polskich ekspertów średnio na 3,5 pkt (niżej niż przeciętna ocena dla badanych krajów europejskich – 81% i gospodarek o wysokich dochodach – 76%) (Wykres 3.1). W porównaniu z ostatnimi dwoma latami ocena tego obszaru w naszym kraju uległa obniżeniu (2020 r – 4,3 pkt, 2019 r. – 4,1 pkt).

Jeżeli chodzi o poszczególne stwierdzenia składające się na ten obszar (Wykres 3.7), to każde z nich zostało niżej ocenione przez ekspertów w porównaniu do poprzednich dwóch lat. Najwyższą ocenę przyznano stwierdzeniu, że wsparcie dla nowych i rozwijających się firm jest ważnym priorytetem dla polityki na szczeblu regionalnym (4,2 pkt, 94% oceny dla krajów Europy). Niższe oceny dotyczą stwierdzeń: wsparcie dla nowych i rozwijających się firm jest ważnym priorytetem dla polityki na szczeblu centralnym (3,4 pkt, 72% oceny dla krajów europejskich) oraz polityka rządu (np. zamówienia publiczne) konsekwentnie sprzyja nowym przedsiębiorcom (3,1 pkt, 79% oceny ekspertów z krajów europejskich).

Lepiej niż w latach 2019–2020 eksperci ocenili obszar związany z biurokracją i podatkami (obszar II). Jego ocena w 2021 wyniosła 4,2 pkt i stanowiła 84% wartości średniej oceny badanych państw europejskich i 81% – gospodarek o wysokich dochodach (2020 r. – 2,8 pkt, w 2019 r. – 3,0 pkt).

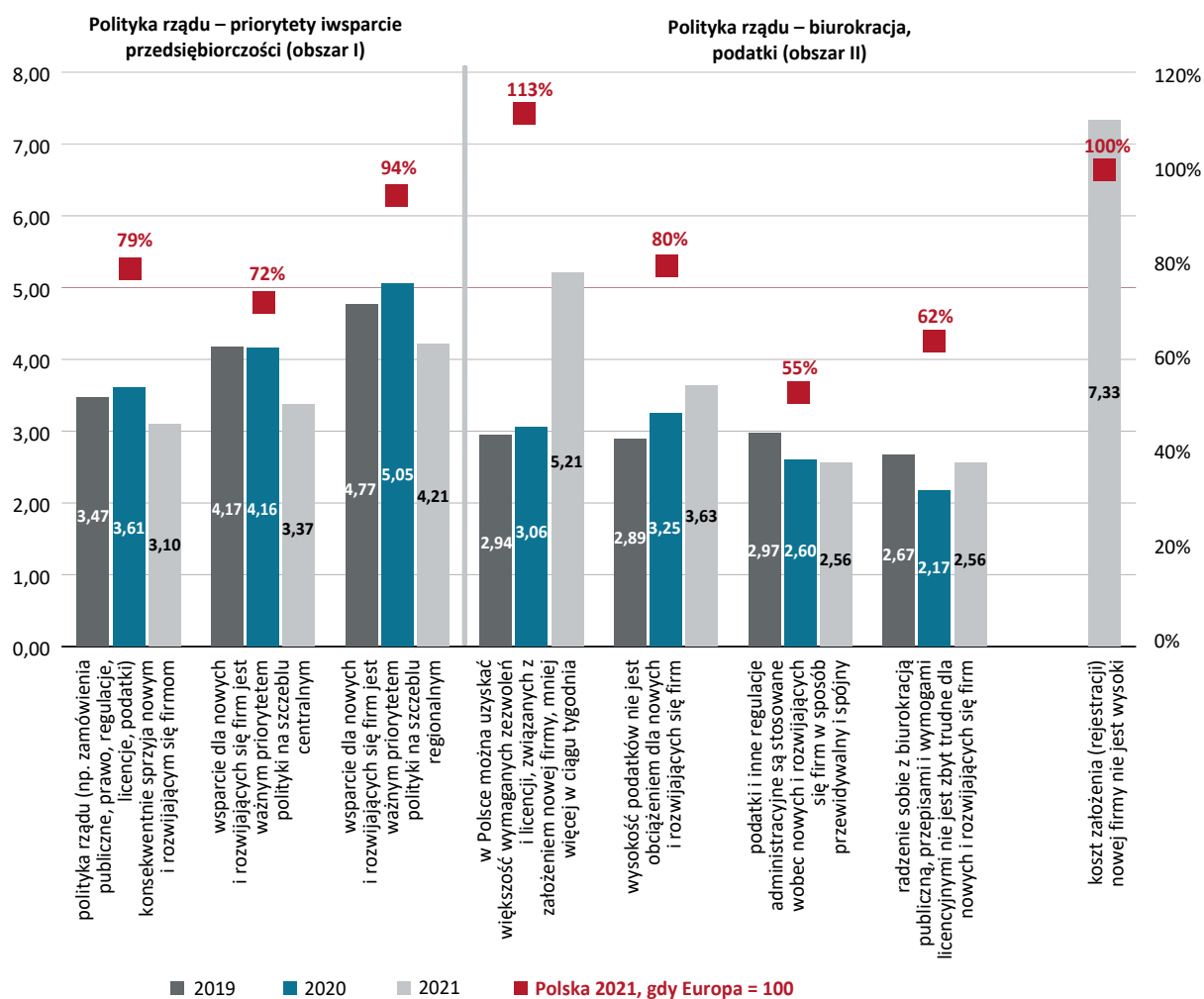
Jednak analiza poszczególnych kategorii składających się na obszar II (Wykres 3.7) pokazuje dwie sfery, które zdaniem ekspertów mogą stanowić utrudnienie dla nowych i rozwijających się firm. Pierwsza z nich dotyczy stosowania podatków i innych regulacji administracyjnych w sposób przewidywalny i spójny (2,6 pkt, 55% oceny państw Europy). Druga natomiast – łatwości radzenia sobie nowych i rozwijających się firm z biurokracją publiczną, przepisami i wymogami licencyjnymi (2,6 pkt, 62%).

Nieco lepiej niż w poprzednich dwóch latach oceniono stwierdzenie, że wysokość podatków nie jest obciążeniem dla nowych i rozwijających się firm (3,6 pkt, 80% oceny krajów europejskich). Wyraźnie poprawiła się także ocena stwierdzenia, że nowe firmy mogą uzyskać większość wymaganych zezwoleń i licencji mniej więcej w ciągu tygodnia (5,2 pkt, 113% średniej oceny państw europejskich; w 2020 r. – 3,1 pkt, 2019 – 2,9 pkt).

Na poziomie krajów europejskich oceniono nowe, dodane w 2021 r. stwierdzenie, dotyczące wysokości kosztów założenia nowej firmy – 7,3 pkt, 100% oceny krajów europejskich).

Wykres 3.7. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – **polityka rządu.**

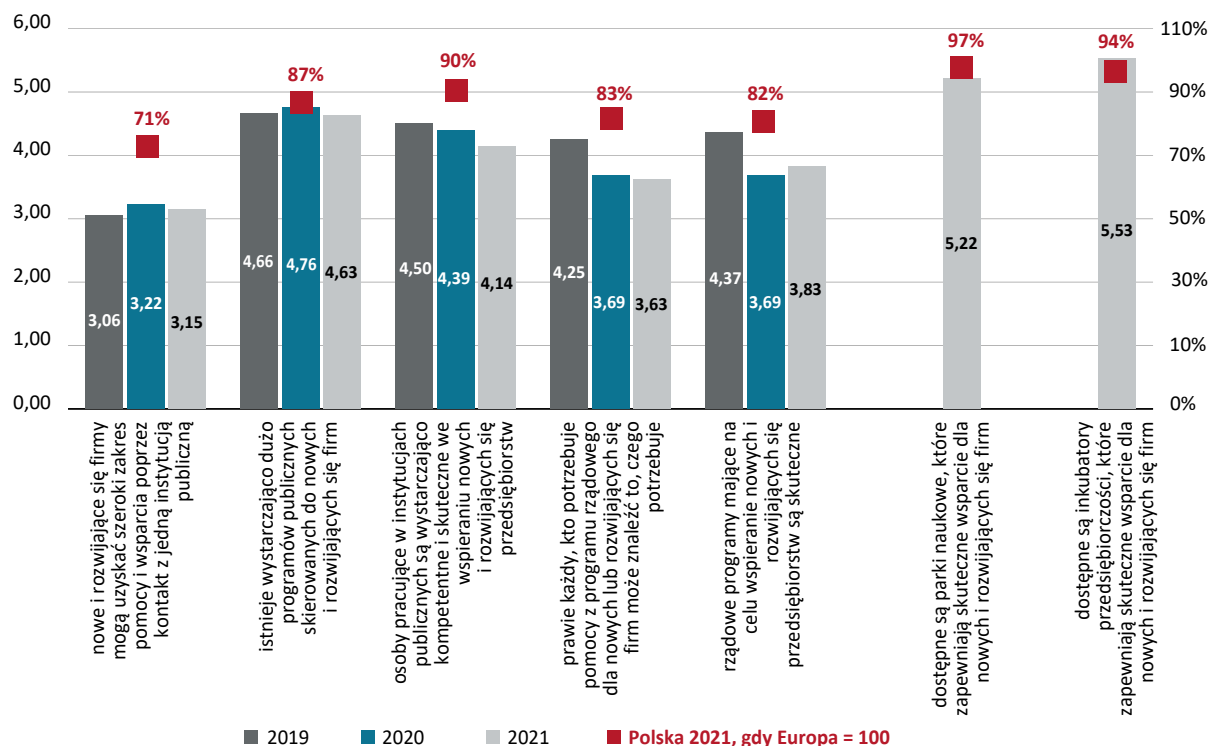
Zmiany w latach 2019–2021 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2021



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania GEM.

Ocena obszaru wsparcie publiczne (obszar III), dotyczącego dostępności i efektywności publicznych programów mających na celu rozwój przedsiębiorczości była w 2021 r. nieznacznie lepsza niż w poprzednim roku (2021 – 4,3 pkt, 2020 – 4,1 pkt, 2019 – 4,3 pkt). W porównaniu do krajów odniesienia stanowiła ona 83% wartości średniej oceny gospodarek o wysokich dochodach i 87% średniej państw Europy. Opinię ekspertów nt. poszczególnych stwierdzeń ocenianych w ramach tego bloku przedstawiono na Wykresie 3.8.

Wykres 3.8. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – **programy rządowe** (obszar III). Zmiany w latach 2019–2021 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2021 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania GEM.

Utrudnieniem dla nowych i rozwijających się firm, w opinii polskich ekspertów, może być brak pomocy i wsparcia poprzez kontakt z jedną instytucją publiczną (3,2 pkt, 71% średniej oceny państw europejskich). Relatywnie nisko oceniono także stwierdzenia, że prawie każdy, kto potrzebuje pomocy z programu rządowego dla nowych i rozwijających się firm, może znaleźć to, czego potrzebuje (3,6 pkt, 83% oceny krajów europejskich) oraz że rządowe programy mające na celu wspieranie nowych i rozwijających się przedsiębiorstw są skuteczne (3,8 pkt, 82%). Nieco niżej niż w poprzednich latach oceniono stwierdzenie, że osoby pracujące w instytucjach publicznych są wystarczająco kompetentne i skuteczne we wspieraniu nowych i rozwijających się przedsiębiorstw (4,1 pkt, 90%).

Ocenę przeciętną (bliską 5 pkt) uzyskali stwierdzenia mówiące o dostępności parków naukowych (5,2 pkt, 97% średniej oceny państw europejskich) i inkubatorów przedsiębiorczości, które zapewniają skuteczne wsparcie dla nowych i rozwijających się

firm (5,5 pkt, 94%)³³. Może to świadczyć o pewnych trudnościach w ocenie wpływu tych instrumentów na nowe i rozwijające się firmy.

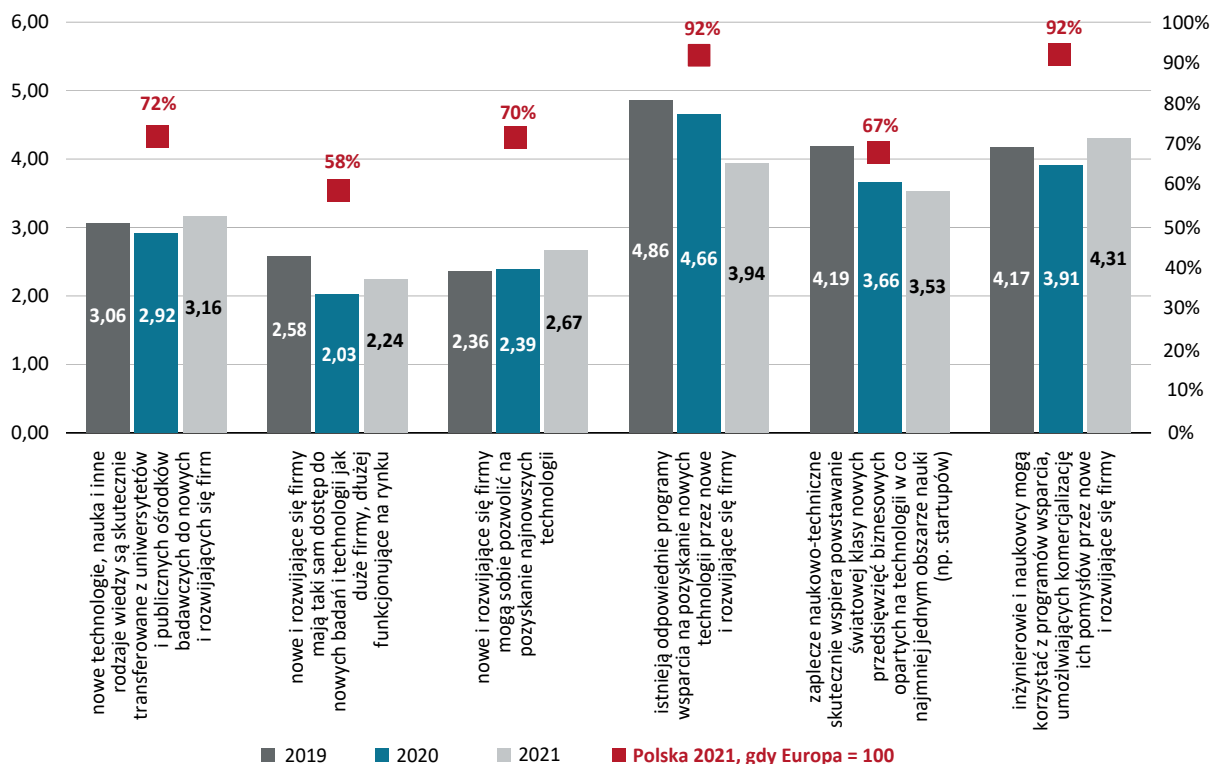
3.3. Badania i rozwój, transfer wiedzy i technologii

W tym bloku poruszane są tematy związane ze skutecznym transferowaniem technologii, wiedzy z uczelni i publicznych ośrodków badawczych do nowych i rozwijających się firm, pozyskiwaniem nowych technologii, dostępem do badań i technologii, a także z ofertą odpowiednich programów wsparcia. W 2021 r. średnia ocena tego obszaru przez ekspertów była na poziomie 2020 r, i nieco niższa niż w 2019 r. (2021 i 2020 – 3,3 pkt, 2019 – 3,6 pkt) oraz niższa od średniej oceny gospodarek o wysokich dochodach (stanowiła 72% średniej oceny dla tych krajów) i dla badanych państw europejskich (75%) (Wykres 3.1).

Wszystkie stwierdzenia składające się na opisywany obszar zostały w 2021 r. ocenione słabiej niż wynosi średnia dla badanych państw europejskich (Wykres 3.9). Najwyżej ocenione zostały programy wsparcia umożliwiające inżynierom i naukowcom komercjalizację ich pomysłów przez nowe i rozwijające się firmy (4,3 pkt, 92% średniej oceny gospodarek Europy). Obszar ten był także w 2021 r. nieco lepiej oceniony niż w poprzednich dwóch latach. Z kolei eksperci niżej niż w latach 2019–2020 ocenili stwierdzenie, że istnieją programy wsparcia na pozyskanie nowych technologii przez nowe i rozwijające się firmy (3,9 pkt, 92%).

³³ W poprzednich latach eksperci oceniali jedno stwierdzenie dotyczące zarówno parków naukowych, jak i inkubatorów przedsiębiorczości: „W Polsce parki naukowe i inkubatory przedsiębiorczości zapewniają skuteczne wsparcie dla nowych i rozwijających się firm”.

Wykres 3.9. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – badania i rozwój, transfer wiedzy i technologii. Zmiany w latach 2019–2021 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2021 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania GEM.

Gorzej niż w poprzednich dwóch latach oceniono stwierdzenie, że baza naukowa i techniczna skutecznie wspiera tworzenie światowej klasy nowych przedsiębiorstw opartych na technologii w co najmniej jednym obszarze (3,5 pkt – 67% średniej państw europejskich).

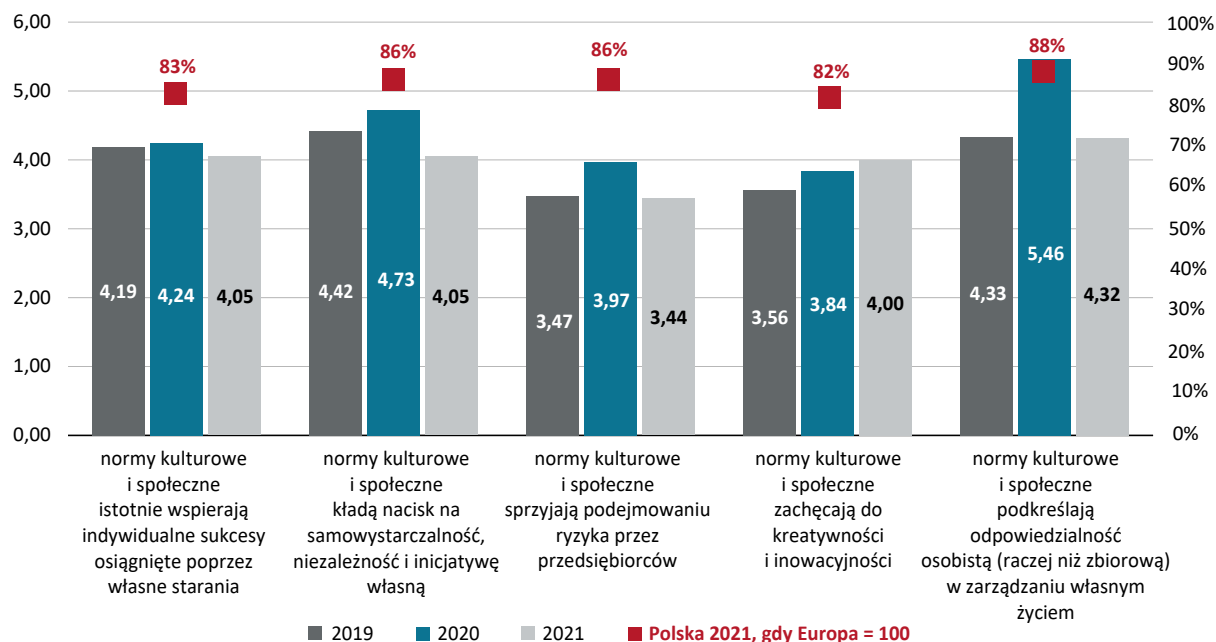
Eksperti poprzez niskie oceny wskazują na wciąż utrzymujący się problem transferu wiedzy, technologii z uniwersytetów i ośrodków naukowych do firm (3,1 pkt) oraz na bariery w dostępie do nowych badań, jakie mają małe firmy w porównaniu z dużymi, dłużej funkcjonującymi na rynku (2,2 pkt). W ich opinii nowe i rozwijające się polskie firmy nie mogą sobie pozwolić na pozyskanie najnowszych technologii (2,7 pkt). Oceny tych trzech obszarów w 2021 r. były wyższe niż w poprzednim roku, ale pozostają znacznie niższe niż średnia w badanych państwach europejskich.

Mimo że w ostatnich latach wiele uwagi poświęca się współpracy nauki z biznesem, powstało szereg inicjatyw promujących tego typu działania (m.in. dotacje z funduszy europejskich), a nakłady wewnętrzne na B+R rosną (wg danych GUS nakłady wewnętrzne na działalność B+R w 2020 r. wyniosły 32,4 mld zł i wzrosły o 7,0% w porównaniu z 2019 r.), to jednak oceny ekspertów wskazują, że działania te nie są jeszcze wystarczające. Stworzenie odpowiednich warunków do szybkiego rozwoju sektora B+R cały czas pozostaje jednym z największych wyzwań państwa.

3.4. Normy kulturowe i społeczne

Ostatni z analizowanych bloków dotyczący norm ugruntowanych w kulturze i społeczeństwie prezentuje opinie nt. uwarunkowań, które sprzyjają indywidualnym sukcesom, kreatywności, własnej inicjatywie czy podejmowaniu ryzyka. Średnia ocena ekspertów dotycząca uwarunkowań kulturowych i społecznych w odniesieniu do przedsiębiorczości to 3,96 pkt. Jest ona niższa niż w gospodarkach o wysokich dochodach (77% średniej oceny dla tych krajów) i objętych badaniem państwach Europy (85%) (Wykres 3.1). Jednocześnie w roku 2021 odnotowano obniżenie oceny ekspertów w porównaniu z 2020 r, kiedy wynosiła ona 4,43 pkt, ale była ona zbliżona do oceny z 2019 r. (4,04 pkt). Państwa europejskie, w których najlepiej oceniane są uwarunkowania kulturowe do podejmowania i rozwoju działań przedsiębiorczych to Holandia (6,7 pkt), Litwa (6,1 pkt), Norwegia (6,1 pkt) i Szwecja (5,8).

Wykres 3.10. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – **normy kulturowe i społeczne**. Zmiany w latach 2019–2021 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2021 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania GEM.

Najlepiej ocenione stwierdzenia w tym bloku (Wykres 3.10) dotyczą norm kulturowych i społecznych w kontekście podkreślania odpowiedzialności osobistej w zarządzaniu własnym życiem (4,3 pkt, 88% średniej oceny badanych państw europejskich), nacisku na samowystarczalność i inicjatywę własną (4,1 pkt, 86%), a także istotnego znaczenia norm kulturowych we wspieraniu indywidualnych sukcesów osiągniętych poprzez własne starania (4,1 pkt, 83%). Jednak wszystkie te uwarunkowania zostały ocenione niżej niż w poprzednim roku.

Nieco lepiej niż w latach 2019–2020 oceniono stwierdzenie, że normy kulturowe zachęcają do kreatywności i innowacyjności (4,0 pkt, 82% przeciętnej oceny państw Europy). Natomiast najniższe oceny eksperci przyznali tezie, że normy kulturowe i społeczne w Polsce sprzyjają podejmowaniu ryzyka przez przedsiębiorców (3,4 pkt, 86%). Dość niska ocena tych dwóch stwierdzeń może oznaczać, że według badanych skłonność polskich przedsiębiorców do angażowania się w bardziej ryzykowne przedsięwzięcia, jakimi są np. projekty innowacyjne, może być hamowana przez te uwarunkowania.

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

Porównanie poszczególnych gospodarek pod względem zewnętrznych uwarunkowań mogących wpływać na przedsiębiorczość umożliwia **Krajowy Wskaźnik Uwarunkowań Przedsiębiorczości (NECI – National Entrepreneurship Context Index)** wprowadzony do badania GEM w 2019 r.³⁴ Jest on wyliczany na podstawie danych z badania eksperckiego dotyczącego uwarunkowań przedsiębiorczości (*National Expert Survey – NES*). Wskaźnik ten ma pomóc w pomiarze i ocenie łatwości zakładania i rozwijania działalności gospodarczej w krajach uczestniczących w badaniu. Im wyższy wskaźnik ma dany kraj, tym lepsze panują w nim warunki do rozwoju przedsiębiorczości.

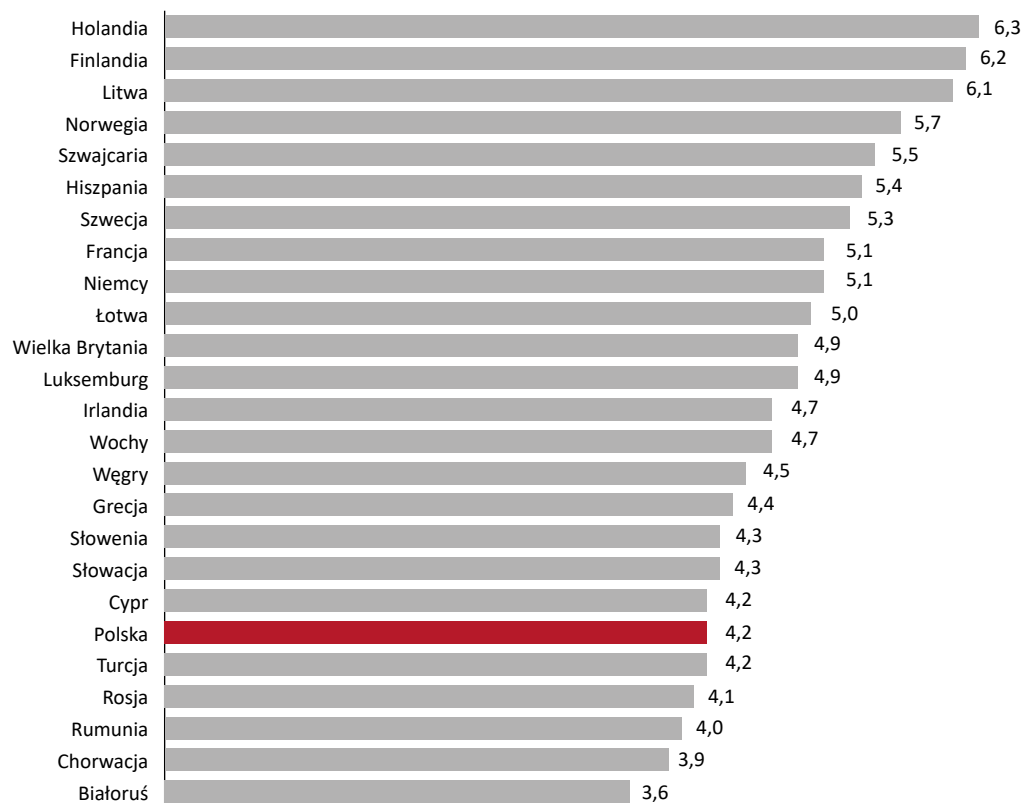
Polska, pod względem omawianego wskaźnika, zajmuje 20. miejsce wśród 25 państw Europy objętych badaniem w 2021 r., osiągając wynik 4,2 pkt (Wykres 3.11). W porównaniu do lat 2019–2020 wartość wskaźnika NECI dla naszego kraju nie zmieniła się. Gdy pod uwagę weźmiemy wszystkie 50 gospodarek uwzględnionych w badaniu NES, to Polska zajmuje 35. pozycję. Świadczy to o tym, że nadal konieczne jest podejmowanie wysiłków zmierzających do poprawy warunków dla rozwoju przedsiębiorczości w naszym kraju.

Krajem o najwyższej wartości wskaźnika NECI w 2021 r. wśród państw europejskich jest Holandia – 6,3 pkt. Wysoko w rankingu znalazły się także takie kraje jak Finlandia (6,2 pkt), Litwa (6,1 pkt), Norwegia (5,7 pkt) i Szwajcaria (5,5 pkt). Najniższe wartości wskaźnika wśród krajów Europy (poniżej 4 pkt) obserwujemy w Chorwacji i Białorusi.

Natomiast gdy pod uwagę weźmiemy wszystkie kraje objęte badaniem GEM, to najwyższą wartość wskaźnika NECI w 2021 r. osiągnęły Zjednoczone Emiraty Arabskie (6,8 pkt). Wspomniana wcześniej Holandia zajmuje 2. pozycję (6,3 pkt), na miejscu 3. znalazła się Finlandia (6,2).

³⁴ NECI – National Entrepreneurship Context Index. Po raz pierwszy dane dotyczące wskaźnika opublikowano w raporcie „Global Entrepreneurship Monitor – Global Report 2018/2019”. W 2019 r. zmieniono podejście metodologiczne do wyliczeń dotyczących wskaźnika i wykorzystano skalę ocen od 0 do 10, gdzie 0 oznacza zdecydowanie się nie zgadzam, a 10 – zdecydowanie się zgadzam (w roku poprzednim była to skala od 1 do 9).

Wykres 3.11. Krajowy Wskaźnik Uwarunkowań Przedsiębiorczości w Polsce i w krajach Europy objętych badaniem NES w 2021 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania GEM.

3.6. Wpływ pandemii COVID-19 na przedsiębiorczość i politykę rządu

W 2021 r., podobnie jak rok wcześniej, ekspertów poproszono o ocenę stwierdzeń odnoszących się do wpływu pandemii COVID-19 na przedsiębiorców i politykę rządu w Polsce. Jednak pytania zadane w 2021 r. różniły się istotnie od tych z 2020 r. W 2021 r. skupiono się na następujących obszarach związanych z pandemią:

- I. Postęp i wsparcie cyfryzacji i telepracy w związku z pandemią.
- II. Wzrost znaczenia „gig economy” jako czynnika tworzenia start-upów i modelu biznesowego w pandemii.

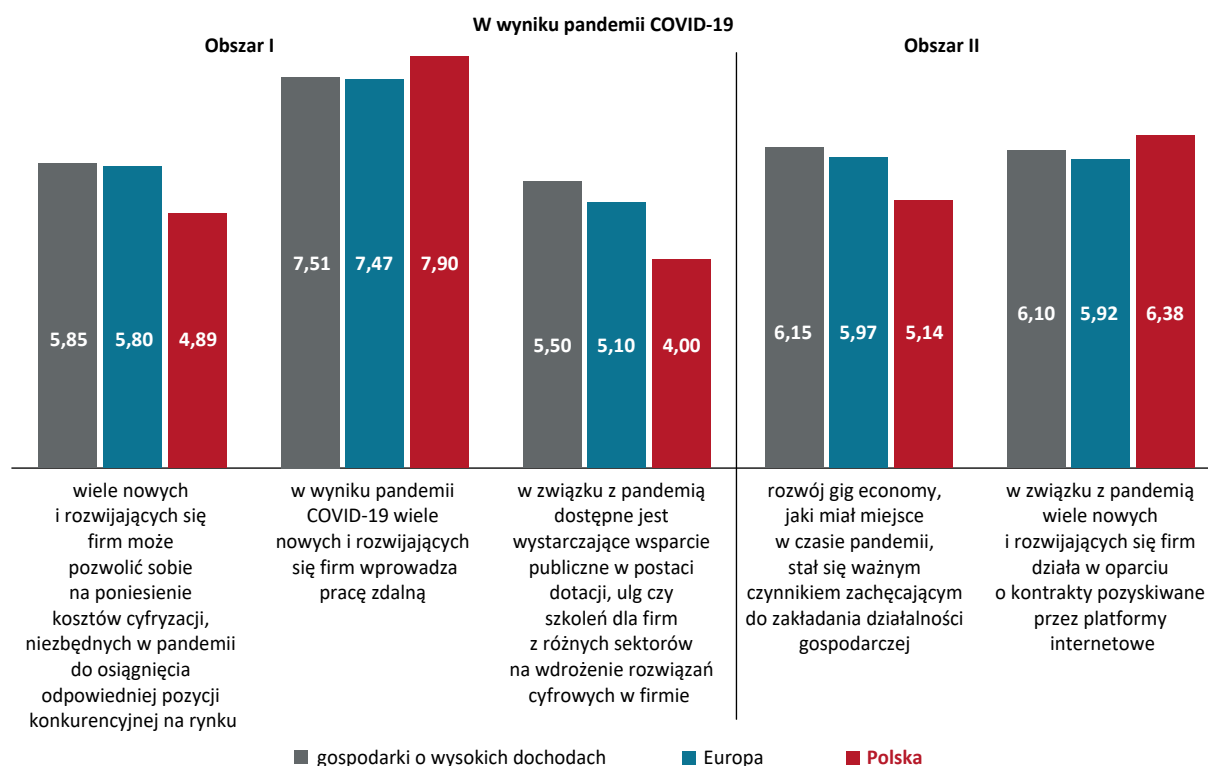
- III. Skuteczność działań rządowych mających na celu ochronę przedsiębiorstw i miejsc pracy oraz kontrolę kryzysu zdrowotnego przy jak najmniejszej ingerencji w gospodarkę.
- IV. Priorytetyzacja ochrony środowiska w firmach i działania rządu na rzecz ochrony środowiska w związku z pandemią.

Pierwszy obszar pytań odnoszący się do pandemii dotyczył cyfryzacji i wprowadzenia pracy zdalnej (Wykres 3.12). Polscy eksperci ocenili przedstawione stwierdzenia średnio na 5,7 pkt – na nieco niższym poziomie niż przeciętne oceny dla gospodarek o wysokich dochodach i krajów europejskich (odpowiednio 90% i 93% tych ocen). Podobne do naszego kraju oceny uzyskały Hiszpania (5,7 pkt), Oman (5,7) i Kolumbia (5,8). Krajami, które uzyskały najwyższe oceny były Holandia (7,8) i Finlandia (7,5). Najniższe zaś – Sudan (3,0), Iran (3,8), Maroko (4,0) i Białoruś (4,3).

Spośród trzech stwierdzeń ocenianych w tym bloku jedno zostało ocenione nieco wyżej niż w krajach odniesienia. Dotyczy ono wprowadzenia pracy zdalnej – 7,9 pkt (105% przeciętnej oceny dla gospodarek o wysokich dochodach i 106% dla badanych krajów Europy). Może to oznaczać, że w opinii ekspertów polskie nowe i rozwijające się firmy racjonalnie zareagowały na zaistniałą sytuację i wprowadziły to rozwiązanie w celu rozproszenia pracowników i zapewnienia ciągłości prowadzenia działalności w czasie pandemii. Pozostałe stwierdzenia zostały ocenione niżej niż w krajach odniesienia. Ekspertom dość trudno było ocenić tezę dotyczącą kosztów cyfryzacji dla nowych i rozwijających się firm, niezbędnych w pandemii do osiągnięcia odpowiedniej pozycji konkurencyjnej na rynku (4,9 pkt). Dość nisko oceniono także dostępność wystarczającego wsparcia publicznego w postaci dotacji, ulg czy szkoleń dla firm z różnych sektorów na wdrożenie rozwiązań cyfrowych w firmie (4,0 pkt). Była to też ocena niższa niż w krajach odniesienia.

Drugi obszar dotyczy tzw. gig economy – czyli korzystania z elastycznych form współpracy z pracownikami, zazwyczaj na podstawie zawartej umowy krótkoterminowej do realizacji danego projektu i przy wykorzystaniu platformy cyfrowej do wyszukiwania zleceń (Wykres 3.12). Został on oceniony przez polskich ekspertów na poziomie zbliżonym do krajów odniesienia. Najwyższe oceny przyznano stwierdzeniu, że w związku z pandemią wiele nowych i rozwijających się firm działa w oparciu o kontrakty pozyskiwane przez platformy internetowe – 6,4 pkt. Tu ocena była wyższa niż w krajach odniesienia. Natomiast 5,1 pkt uzyskała teza, że rozwój gig economy, jaki miał miejsce w czasie pandemii, stał się ważnym czynnikiem zachęcającym do zakładania działalności gospodarczej (ocena niższa niż w krajach odniesienia).

Wykres 3.12. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – **wpływ pandemii na przedsiębiorczość**. Polska w porównaniu z gospodarkami o wysokich dochodach i krajami europejskimi w 2021 r.



Obszar I - Postęp i wsparcie cyfryzacji i telepracy w związku z pandemią; Obszar II - Wzrost znaczenia „gig economy” jako czynnika tworzenia startupów i modelu biznesowego w pandemii.

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania GEM.

Trzeci obszar odnosi się do reakcji rządu na pandemię (Wykres 3.13). Został on oceniony znacznie niżej niż w krajach odniesienia – 3,9 pkt, 68% przeciętnej oceny dla gospodarek o wysokich dochodach i 72% dla krajów europejskich. Wynik Polski jest w tym obszarze jednym z najniższych w Europie – słabiej wypadły tylko Rosja (3,6 pkt), Hiszpania (2,6 pkt) i Białoruś (2,3 pkt). Warto też dodać, że najwyższe oceny wśród wszystkich krajów uzyskały Arabia Saudyjska (8,2 pkt), Zjednoczone Emiraty Arabskie (8,0 pkt), Francja (7,6 pkt) i Norwegia (7,4 pkt).

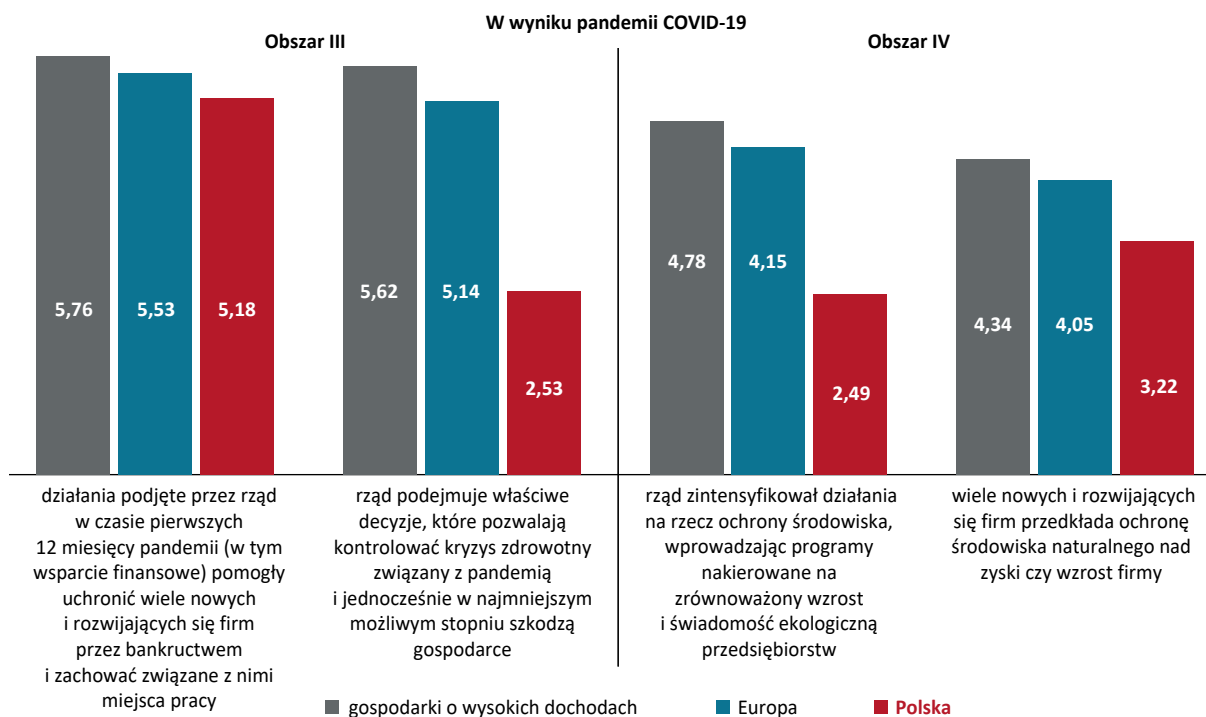
Na niski wynik naszego kraju wpływa przede wszystkim słaba ocena stwierdzenia, że rząd podejmuje właściwe decyzje, które pozwalają kontrolować kryzys zdrowotny związany z pandemią i jednocześnie w najmniejszym możliwym stopniu szkodzą gospodarce – 2,5 pkt

(45% oceny gospodarek o wysokich dochodach, 49% – krajów Europy). Drugie stwierdzenie składające się na ten obszar zostało ocenione już lepiej (5,2 pkt, 90% oceny gospodarek o wysokich dochodach, 94% – krajów Europy). Dotyczy ono działań podjętych przez rząd w czasie pierwszych 12 miesięcy pandemii (w tym wsparcia finansowego), których celem była ochrona nowych i rozwijających się firm przed bankructwem i zachowanie miejsc pracy.

Czwarty obszar jest związany z działaniami prośrodowiskowymi rządu i przedsiębiorców w czasie pandemii (Wykres 3.13). Jego ocena w Polsce jest również niższa niż w badanych krajach odniesienia – 2,9 pkt, 63% średniej oceny dla gospodarek o wysokich dochodach i 68% dla badanych państw europejskich. Spośród badanych krajów Europy niższe średnie dotyczą tylko Rosji (2,4 pkt) i Białorusi (2,0 pkt). Najwyższe oceny wśród wszystkich krajów uzyskały Zjednoczone Emiraty Arabskie (7,4 pkt), Litwa (5,9 pkt), Arabia Saudyjska (5,8 pkt), Włochy (5,7 pkt) i Norwegia (5,7 pkt).

Polscy eksperci w tym aspekcie nisko oceniają zarówno działania rządu, jak i przedsiębiorców. Stwierdzenie, że w wyniku pandemii rząd zintensyfikował działania na rzecz ochrony środowiska, wprowadzając programy nakierowane na zrównoważony wzrost i świadomość ekologiczną przedsiębiorstw uzyskało ocenę 2,5 pkt (51% przeciętnej oceny gospodarek o wysokich dochodach, 55% – krajów Europy). Nieco lepszą średnią uzyskało stwierdzenie, że w wyniku pandemii wiele nowych i rozwijających się firm przedkłada ochronę środowiska naturalnego nad zyski czy wzrost firmy – 3,2 pkt (odpowiednio 74% i 79%).

Wykres 3.13. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – **wpływ COVID-19 na politykę rządu i przedsiębiorczość**. Polska w porównaniu z gospodarkami o wysokich dochodach i krajami europejskimi w 2021 r.



Obszar III - Skuteczność działań rządowych mających na celu ochronę przedsiębiorstw i miejsc pracy oraz kontrolę kryzysu zdrowotnego przy jak najmniejszej ingerencji w gospodarkę; Obszar IV - Priorytetyzacja ochrony środowiska w firmach i działania rządu na rzecz ochrony środowiska w związku z pandemią.

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania GEM.

3.7. Przedsiębiorczość kobiet

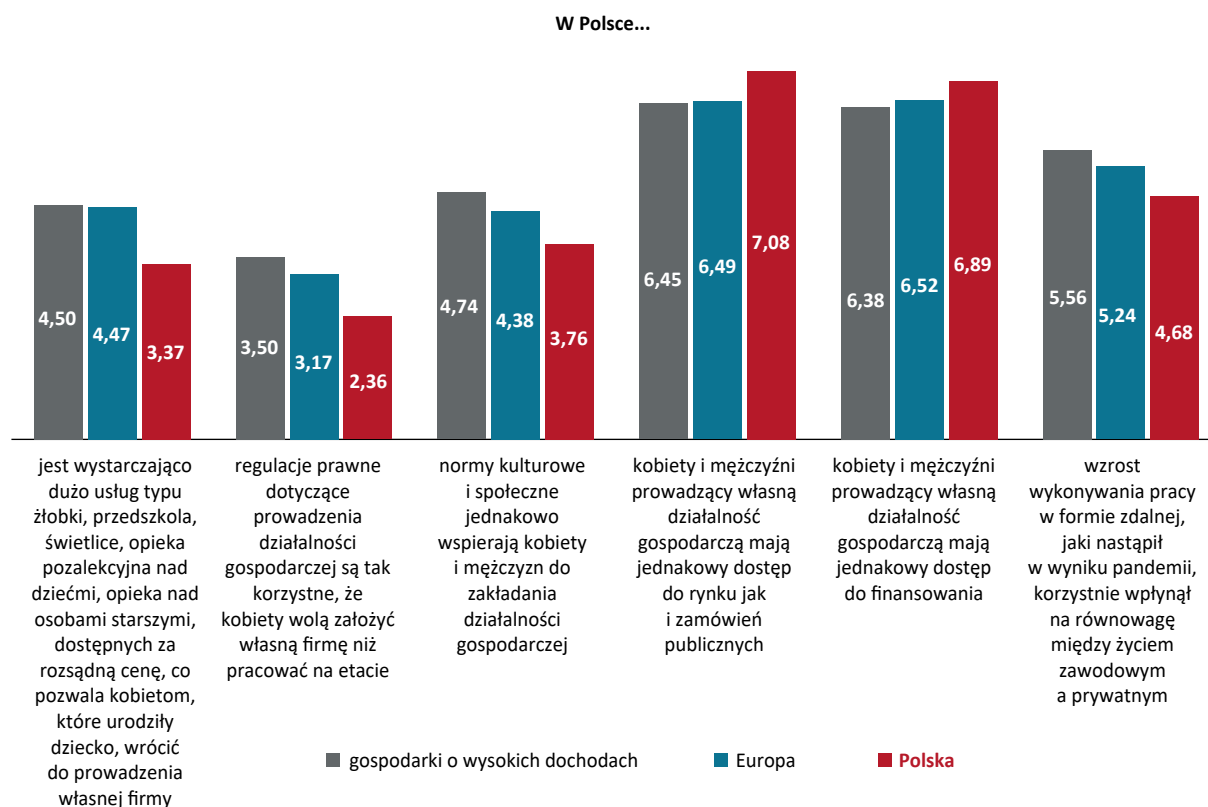
Tematem specjalnym tegorocznej edycji badania NES była przedsiębiorczość kobiet. Eksperti oceniali sześć stwierdzeń składających się na uwarunkowania wpływające na powstawanie i rozwijanie przedsiębiorstw przez kobiety. Eksperti ocenili ten blok średnio na 4,7 pkt, nieco niżej niż przeciętnie w gospodarkach o wysokich dochodach (90% oceny tych krajów) i badanych państwach europejskich (93%). Jednak ocena poszczególnych stwierdzeń pokazuje, że są w Polsce obszary sprzyjające przedsiębiorczości kobiet, jak też takie, które mogą ją istotnie ograniczać (Wykres 3.14).

Najwyższe oceny uzyskały stwierdzenia dotyczące jednakowego dostępu kobiet i mężczyzn do rynku, w tym zamówień publicznych (7,1 pkt) oraz do finansowania (6,9 pkt). Zostały one też nieco lepiej ocenione niż w krajach odniesienia. Nieco słabiej oceniono stwierdzenie, że wzrost wykonywania pracy w formie zdalnej, jaki nastąpił w wyniku pandemii, korzystnie wpłynął na równowagę między życiem zawodowym a prywatnym – 4,7 pkt (84% średniej oceny gospodarek o wysokich dochodach, 89% – badanych krajów Europy).

Ograniczeniem dla zakładania i rozwoju przedsiębiorstw przez kobiety zdaniem ekspertów są regulacje prawne – stwierdzenie mówiące, że są one tak korzystne, że kobiety wolą założyć własną firmę niż pracować na etacie uzyskało ocenę 2,4 pkt – niższą niż w gospodarkach o wysokich dochodach (67% przeciętnej oceny dla tych krajów) i objętych badaniem państwach europejskich (75%). Jednak należy dodać, że również w krajach odniesienia był to najniżej oceniany obszar w tym bloku pytań.

Wpływ na przedsiębiorczość kobiet w Polsce może też mieć dostępność za rozsądną cenę usług typu żłobki, przedszkola, świetlice, opieka pozalekcyjna nad dziećmi, opieka nad osobami starszymi, pozwalającym kobietom, które urodziły dziecko, wrócić do prowadzenia własnej firmy. Stwierdzenie to uzyskało ocenę 3,4 pkt – niższą niż w krajach odniesienia (75% średniej oceny gospodarek o wysokich dochodach i badanych krajów Europy). Barię są także funkcjonujące w Polsce oczekiwania i zachowania społeczne – teza, że normy kulturowe i społeczne jednakowo wspierają kobiety i mężczyzn do zakładania działalności gospodarczej została oceniona na 3,8 pkt (79% oceny gospodarek o wysokich dochodach, 86% – państw Europy).

Wykres 3.14. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – **przedsiębiorczość kobiet**. Polska w porównaniu z gospodarkami o wysokich dochodach i krajami europejskimi w 2021 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania GEM.

3.8. Podsumowanie

Analiza opinii ekspertów pozyskanych w badaniu NES pokazuje, że w 2021 r. w Polsce nie nastąpiła poprawa uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w porównaniu do poprzednich dwóch lat. Należy jednak pamiętać, że był to kolejny rok, kiedy badanie prowadzone było w wyjątkowej sytuacji związanej z pandemią COVID-19, co z pewnością miało pewien wpływ na większą ostrożność ekspertów w ocenie uwarunkowań funkcjonowania nowych i rozwijających się firm w Polsce. Jednocześnie, mimo tej specyficznej sytuacji, wyniki badania NES nie pozwalają jak na razie mówić o pogorszeniu warunków rozwoju przedsiębiorczości w odniesieniu do stanu z lat 2019–2020. Świadczy o tym wartość Krajowego Wskaźnika

Uwarunkowań Przedsiębiorczości (NECI), która dla Polski była taka sama we wszystkich latach porównania i wynosiła 4,2 pkt. Wartość tego wskaźnika jest jednak stosunkowo niska i pokazuje, że Polska ma jeszcze dużo do zrobienia w zakresie poprawy warunków sprzyjających powstawaniu i rozwojowi firm.

W 2021 r. tylko jeden z obszarów – otwartość rynku zewnętrznego – został oceniony przez polskich ekspertów znacznie lepiej niż średnio w krajach Europy. Kolejny obszar – dostęp do infrastruktury technicznej – uzyskał ocenę taką jak przeciętna w tych krajach. Poprawy natomiast wymagają przede wszystkim edukacja przedsiębiorczości (zarówno na poziomie podstawowym i średnim, jak i na etapie uczelni i kształcenia zawodowego), polityka wspierania przedsiębiorczości oraz polityka związana z biurokracją i podatkami, obszar związany z otwartością rynku na nowe firmy (obciążenia związane z kosztami wejścia, bariery ze strony konkurencji, prawo antymonopolowe), obszar związany z B+R i transferem wiedzy oraz dotyczący norm kulturowych i społecznych.

Eksperci stosunkowo nisko ocenili reakcję polskiego rządu na pandemię. Dotyczy to przede wszystkim podejmowanych decyzji, pozwalających kontrolować kryzys zdrowotny związany z pandemią, które jednocześnie nie szkodziłyby gospodarce, wprowadzania programów mających na celu intensyfikację działań na rzecz ochrony środowiska oraz dostępności wsparcia publicznego na wdrożenie rozwiązań cyfrowych w firmach. Natomiast lepiej oceniono działania podjęte przez rząd w czasie pierwszych 12 miesięcy pandemii (w tym wsparcie finansowe), których celem była ochrona nowych i rozwijających się firm przed bankructwem i zachowanie miejsc pracy. Zdaniem ekspertów lepiej z pandemią radzą sobie polskie przedsiębiorstwa. W ich opinii firmy szybko zareagowały na zaistniałą sytuację i wprowadziły pracę zdalną czy rozwiązanie z obszaru gig economy – działanie w oparciu o kontrakty pozyskiwane przez platformy internetowe.

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

4. Temat specjalny – Startupy w Polsce w dobie pandemii COVID-19

Zaprezentowany w niniejszym rozdziale obraz startupów w Polsce to przede wszystkim wynik odpowiedzi na dodatkowe pytania ujęte w kwestionariuszu do badań ilościowych GEM, zrealizowane wyłącznie wśród polskich respondentów. Koncentrują się one na kwestiach właściwych startupom, a zadane zostały osobom na wczesnym etapie prowadzenia działalności (zakładającym firmy lub prowadzącym je nie dłużej niż 3,5 roku – TEA³⁵). Dodatkowo w narzędziu do badania jakościowego, służącego ocenie kluczowych filarów rozwoju firm w Polsce, uwzględniony został blok pytań nt. uwarunkowań rozwoju startupów. Pytania te zostały poddane ocenie 39 ekspertów z różnych dziedzin związanych z przedsiębiorczością. Wynik tej oceny dopełnia przedstawiony opis.

4.1. Założenia metodologiczne

Spośród 8000 dorosłych (w wieku 18–64 lat) objętych badaniem ilościowym w 2021 r. wyodrębniono podgrupę osób zaangażowanych w zakładanie działalności gospodarczej lub prowadzenie nowej firmy do 3,5 roku. Wybór ten został dokonany przy wykorzystaniu wskaźnika TEA, który obejmuje:

- preprzesiębiorców, czyli osoby, które są w trakcie zakładania firmy lub we wczesnej fazie jej funkcjonowania, gdzie okres wypłacania właścicielom wynagrodzeń/płatności nie przekracza 3 miesięcy;
- nowych przedsiębiorców, którzy założyli firmę i funkcjonują na rynku nie krócej niż 3 miesiące i nie dłużej niż 42 miesiące (do 3,5 roku) i wypłacają przez ten czas wynagrodzenia.

³⁵ Porównaj definicję na s. 19.

W ten sposób wybrano zbiór 160 dorosłych, tj. 2% badanej próby. Jak już zauważono w rozdziale 2, liczebność grupy właścicieli młodych firm w Polsce w 2021 r. spadła jeszcze bardziej w stosunku do lat poprzednich, osiągając najniższe poziomy na przestrzeni wszystkich edycji badania GEM w Polsce. Ze względu na fakt iż 160 osób to mała liczebność i przeprowadzanie w tej grupie oddzielnych analiz porównawczych byłoby obarczone zbyt dużym błędem, zdecydowano w tym roku o połączeniu danych z lat 2020 i 2021. Otrzymano tym sposobem zbiór 406 młodych przedsiębiorców. Decyzja ta podyktowana była również faktem, iż w przypadku obu tych fal badania GEM respondenci oceniali warunki prowadzenia działalności przedsiębiorczej w czasie pandemii COVID-19. W tym kontekście podjęto również decyzję o odniesieniu połączonych wyników z lat 2020-2021 do rezultatów badania młodych przedsiębiorców z roku 2019 – jeszcze przed pandemią. Dzięki temu uzyskano obraz startupów przed i po wybuchu epidemii koronawirusa, co pozwoliło uchwycić wpływ tych nadzwyczajnych okoliczności na sytuację osób zaangażowanych w prowadzenie młodych firm w Polsce.

Tabela 4.1. Właściciele młodych firm w Polsce w latach 2019–2021

	2019	2020	2021
N	431	246	160
% dorosłych Polaków	5,0	3,1	2,0

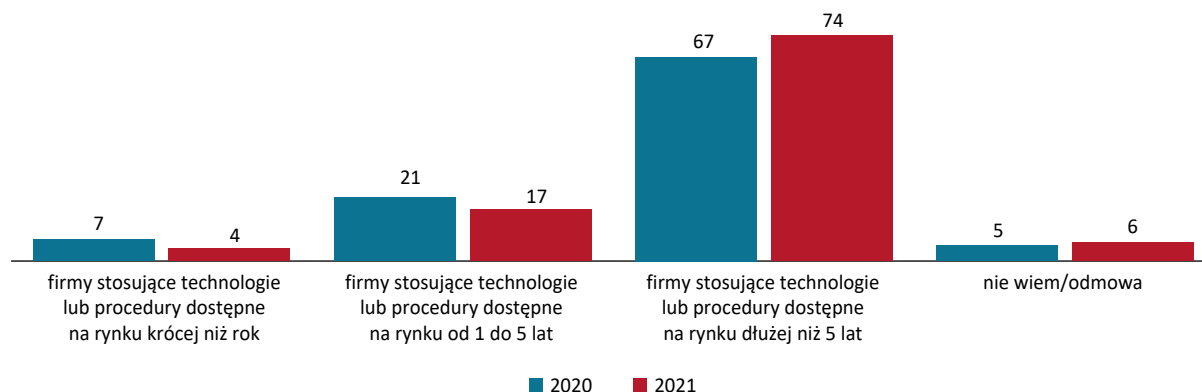
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM 2019-2021, N2019 = 431, N2020 = 246 oraz N2021 = 160³⁶.

Podobnie jak w Raporcie GEM Polska 2021, opisującym wyniki badania GEM z 2020 r., także tym razem zrezygnowano z wyodrębnienia w zbiorze młodych firm podgrupy podmiotów technologicznych, tj. takich, które wykorzystują w swojej działalności technologie lub procedury dostępne na rynku nie dłużej niż 5 lat, ze względu na jej niskie liczebności. Warto jednak zwrócić uwagę, że jej udział wśród młodych przedsiębiorstw biznesowych w Polsce jest na przestrzeni ostatnich dwóch lat dość podobny³⁷.

³⁶ Jeżeli nie zaznaczono inaczej, dane prezentowane na wykresach nie uwzględniają odpowiedzi „nie wiem”, a odmowy odpowiedzi traktowane były jako braki danych, natomiast sumowanie się danych z wykresów do wartości powyżej/poniżej 100% wynika z zaokrągleń.

³⁷ W fali badania z roku 2019 wyróżnienie tej podgrupy nie było możliwe z przyczyn metodologicznych.

Wykres 4.1. Udział firm technologicznych wśród młodych firm w Polsce w latach 2020–2021 (% TEA)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM 2020-2021, N2020 = 248³⁸ oraz N2021 = 163.

4.2. Charakterystyka osób oraz ich przedsięwzięć przed pandemią COVID-19 i w jej trakcie

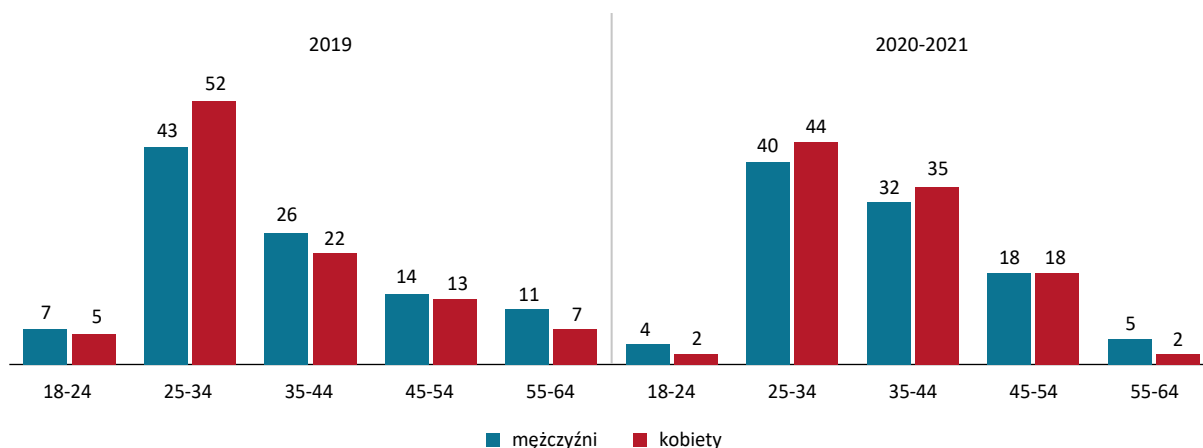
Kto zakłada startupy w Polsce?

Wśród osób dorosłych zaangażowanych we wczesną działalność przedsiębiorczą na przestrzeni ostatnich trzech lat większość stanowili mężczyźni, kobiety rzadziej prowadziły tego typu podmioty. W 2019 roku przewaga tych pierwszych była niewielka (53% vs. 47%), by kolejnych dwóch latach wzrosnąć (61% mężczyzn vs. 39% kobiet w latach 2020–2021). Wycofanie się kobiet z podejmowania działalności przedsiębiorczej było szczególnie widoczne w roku 2020, w którym różnica w udziale właścicieli startupów do właścicielek wynosiła 24%, natomiast w fali badania z 2021 r. spadła do 18%. Wyniki te potwierdzają również omówione szerzej w rozdziale 2.2 dane dotyczące luki płci, która w pierwszym roku pandemii zwiększyła się, aby w kolejnym spaść do poziomu zbliżonego do czasu przed nadejściem wirusa SARS-CoV-2.

³⁸ Liczba odpowiedzi w niektórych analizowanych pytaniach może przewyższać całkowitą badaną liczbę przedsiębiorców zaangażowanych w prowadzenie młodych firm w Polsce (TEA, N2020 = 246 oraz N2021 = 160), ponieważ niektórzy badani prowadzą więcej niż jedno przedsięwzięcie biznesowe i udzielali odpowiedzi oddzielnie w odniesieniu do każdego z tychże przedsięwzięć.

Niezależnie od płci oraz badanego okresu, najliczniejszą grupę wiekową wśród właścicieli młodych firm stanowiły osoby w wieku 25–34 lat oraz 35–44 lat. Pozostałe grupy wiekowe rzadziej angażowały się w nowe przedsięwzięcia biznesowe. W porównaniu z 2019 r. w latach 2020–2021 mniejsza liczba osób zaangażowanych w prowadzenie młodej firmy mieściła się w przedziale wiekowym 25–34 lat, natomiast więcej było właścicieli w wieku 35–44 lat. Zmniejszyła się również liczebność w skrajnych grupach wiekowych. Wyniki te mogą świadczyć o tym, że nowe przedsięwzięcia biznesowe zakładają osoby już funkcjonujące na rynku pracy (zarówno jako pracownicy najemni, jak i przedsiębiorcy), rzadziej natomiast indywidualna przedsiębiorczość staje się wyborem osób dopiero rozpoczynających drogę zawodową. Fakt, iż na lata 2020–2021 przypadł czas pandemii, dodatkowo może wpływać na niechęć do podejmowania własnych przedsięwzięć biznesowych przez młodych ludzi.

Wykres 4.2. Wiek właścicieli młodych firm (%)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM 2019–2021, N2019 = 431, N2020–2021 = 406.

Zarówno w grupie kobiet, jak i mężczyzn na przestrzeni ostatnich trzech lat osoby angażujące się w nowe przedsięwzięcia biznesowe najczęściej miały od 25 do 34 lat. W 2019 roku w przypadku obu płci właścicieli młodych firm można było znaleźć właściwie w każdej grupie wiekowej, ale wśród kobiet dominowały osoby do 34 roku życia. W pandemicznych latach Polek prowadzących taką działalność raczej nie można było spotkać w skrajnych przedziałach wiekowych, a zwiększył się udział osób między 35 a 54 rokiem życia.

Tabela 4.2. Średnia, minimum i maksimum wieku właścicieli młodych firm ze względu na płeć

Płeć	2019	2020–2021
Średnia wieku		
– kobiety	35,6	36,8
– mężczyźni	37,5	37,3
– ogółem	36,6	37,1
Minimum wieku		
– kobiety	18	21
– mężczyźni	19	18
– ogółem	18	18
Maksimum wieku		
– kobiety	63	57
– mężczyźni	63	62
– ogółem	63	62

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM 2019–2021, N2019 = 431 (N kobiet = 204, N mężczyzn = 227), N2020–2021 = 406 (N kobiet = 160, N mężczyzn = 246)

Średnia wieku właścicieli młodych firm za lata 2020–2021 wzrosła w stosunku do roku 2019 i wyniosła 37,1. Wśród mężczyzn wartości średniej dla wieku były wyższe niż dla ogółu, natomiast wśród kobiet – niższe.

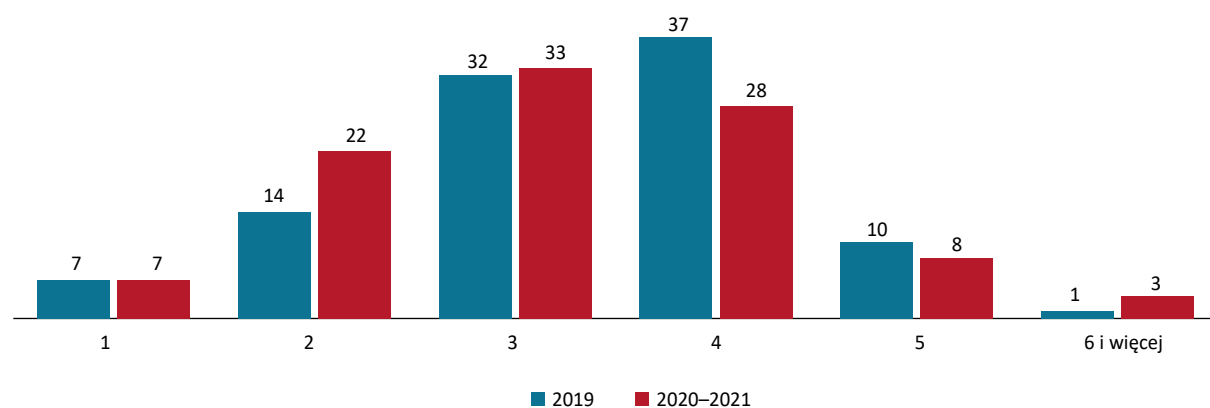
Podobnie jak w przypadku kategorii wiekowych osób prowadzących młode firmy, również pod względem poziomu wykształcenia nie ma znaczących różnic między kobietami i mężczyznami na przestrzeni ostatnich trzech lat. W obu grupach płci największą kategorię stanowiły osoby posiadające wykształcenie co najmniej wyższe. **Warto natomiast zwrócić uwagę, że w porównaniu do roku 2019 w ciągu ostatnich dwóch lat wśród osób zaangażowanych w prowadzenie młodych firm wzrósł udział posiadających wyższe wykształcenie.** Wyniki te są spójne z faktem, że z roku na rok na rynek pracy wchodzi kolejne grupy wiekowe edukujące się w czasach wysokiej popularności wyższego wykształcenia w Polsce. Ponadto w grupie właścicieli młodych firm w Polsce od 2019 r. spadł udział skrajnych grup wieku (18–24 oraz 55–64), czyli tych, wśród których częściej można było spodziewać się osób z innym poziomem wykształcenia niż wyższe.

Tabela 4.3. Wykształcenie właścicieli młodych firm (%)

Wykształcenie	2019	2020-2021
Kobiety		
– niższe niż średnie	6	8
– średnie	35	18
– pomaturalne i niepełne wyższe	15	14
– wyższe, podyplomowe, doktorat	44	60
Mężczyźni		
– niższe niż średnie	6	7
– średnie	31	21
– pomaturalne i niepełne wyższe	19	13
– wyższe, podyplomowe, doktorat	44	60

Źródło: opracowanie własne na bazie danych GEM 2019-2021, N2019 = 426, N2020–2021 = 404.

Wyniki analizy wielkości gospodarstw domowych właścicieli wskazują, że w latach 2020–2021 najwięcej młodych firm zakładały osoby żyjące w 3-osobowych gospodarstwach domowych. Jest to zmiana w stosunku do roku 2019 – zmniejszyła się liczba przedsiębiorców żyjących w 4- i 5-osobowych gospodarstwach domowych, za to zwiększyła w 2-osobowych. Taki rozkład wydaje się być związany z dominującym w badanej grupie wiekiem przedsiębiorców prowadzących młode firmy (z którym związane są również takie demograficzne tendencje, jak opóźnienie rodzicielstwa czy decyzje o posiadaniu mniejszej liczby dzieci).

Wykres 4.3. Wielkość gospodarstwa domowego właścicieli młodych firm (liczba osób w gospodarstwie, %)

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM 2019–2021, N2019 = 425, N2020–2021 = 405.

W przypadku 81% osób dorosłych prowadzących młode firmy w latach 2020–2021 miesięczne deklarowane dochody ich gospodarstwa domowego przekraczały 5 tys. zł, a dla 48% były większe niż 7 tys. zł (wzrost udziału tej kategorii w stosunku do roku 2019 o 10 p.p.)

Czynniki wpływające na podjęcie decyzji o założeniu działalności biznesowej

W przypadku osób będących w latach 2020–2021 na wczesnym etapie rozwoju swojej firmy najczęstszym czynnikiem wpływającym na podjęcie decyzji o założeniu działalności biznesowej była **potrzeba usamodzielnienia się (32% wskazań)**. Drugim najczęściej wskazywanym czynnikiem była chęć wykorzystania doświadczenia zdobytego w dotychczasowej pracy – 23% wszystkich odpowiedzi. Oba te czynniki były najczęściej wskazywane przez respondentów również w 2019 roku, ale różnica między nimi była mniejsza (odpowiednio 27% i 23%).

Najbardziej, zarówno w 2019 r. jak i w latach 2020–2021, wskazywano powody takie jak: (I) możliwość założenia biznesu na próbę, na uczelni w ramach funkcjonującego akademickiego inkubatora przedsiębiorczości oraz (II) inspiracje z Internetu/mediów.

Szczegółowe dane na temat czynników wpływających na podjęcie decyzji o założeniu własnego biznesu przedstawiono w Tabeli 4.4. Warto zwrócić uwagę na motywację wynikającą z ciekawego pomysłu na biznes. Odsetek wskazań w jej przypadku spadł w stosunku do fali badania z 2019 r. o 5 p.p. i wypadł z pierwszej trójki wskazań.

Tabela 4.4. Czynniki, które miały największy wpływ na podjęcie decyzji o założeniu firmy (% wskazań właścicieli młodych firm)

Czynnik	% wskazań 2020–2021
Chęć usamodzielnienia się	32
Chęć wykorzystania doświadczenia zdobytego w dotychczasowej pracy	23
Niezadowolenie z poprzedniej pracy	7
Ciekawy pomysł na biznes	6
Spełnienie marzeń	6
Utrata pracy	6
Możliwość zainwestowania posiadanego kapitału	5
Wcześniejsze doświadczenia z prowadzenia własnej firmy	4
Zachęta ze strony rodziny/przyjaciół	3
Tradycje przedsiębiorcze w rodzinie	3
Inspiracje z Internetu/mediów	2
Możliwość założenia biznesu na próbę, na uczelni w ramach funkcjonującego akademickiego inkubatora przedsiębiorczości	1
Żaden/nie wiem/inne	1

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM 2020–2021, N = 408.

Rozwój młodych firm

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

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

Wyniki badania GEM wskazują, że w latach 2020–2021 najwięcej młodych firm wchodziło z produktem/usługą na rynek (27%) (Tabela 4.5). Około 1/5 startupów umacniała pozycję na rynku oraz prototypowała (20%). Na etap stabilizacji firmy oraz dalszego rozwoju i ekspansji wskazywało łącznie niecałe 20% przedsiębiorców prowadzących młode firmy. Mniejszy odsetek, bo 11% właścicieli młodych firm, jest dopiero na pierwszym etapie – wstępnej koncepcji produktu/usługi i tworzenia założeń modelu biznesowego.

Tabela 4.5. Na jakim etapie rozwoju jest Pana/Pani przedsiębiorstwo biznesowe? (% wskazań właścicieli młodych firm)

Etap rozwoju	% wskazań 2020–2021
Wejście z produktem/usługą na rynek	27
Umacnianie pozycji na rynku	22
Praca nad produktem/usługą – prototypowanie	20
Dalszy rozwój i ekspansja na rynku	12
Wstępna koncepcja produktu/usługi i tworzenie założeń modelu biznesowego	11
Stabilizacja firmy i przyjętego modelu biznesowego	7
Nie wiem/żadne z powyższych	2

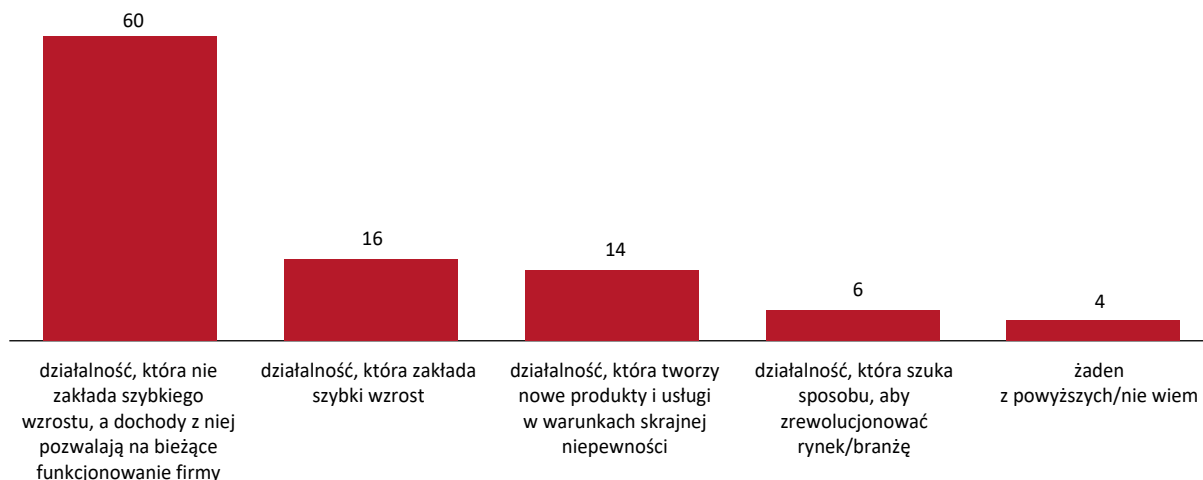
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM 2020–2021, N = 411.

Analogicznie sytuacja rysowała się w roku 2019. Badani przedsiębiorcy najczęściej wskazywali te same trzy etapy, w tej samej kolejności (odpowiednio 25%, 23% i 19% wskazań).

W ostatnich dwóch latach nieznacznie zmniejszył się natomiast odsetek właścicieli nowych firm deklarujących tworzenie wstępnej koncepcji produktu/usługi (z 15% w roku 2019 do 11% w latach 2020–2021), co może stanowić pokłosie trwającej obecnie pandemii, zniechęcającej do podejmowania nowych przedsięwzięć przedsiębiorczych.

Wyraźnie **ponad połowa osób prowadzących młode firmy w latach 2020–2021 nie zakładała przede wszystkim ich szybkiego wzrostu, lecz skupiała się na osiągnięciu dochodów pozwalających na pokrycie kosztów związanych z bieżącym funkcjonowaniem podmiotu** (Wykres 4.4). Rezultat ten może być między innymi wynikiem wpływu pandemii koronawirusa i związanych z nią ograniczeń w działalności gospodarki. Zdecydowanie mniej właścicieli startupów (16%) jest nastawionych na osiągnięcie szybkiego wzrostu swojego przedsiębiorstwa. Podobna grupa, bo 14% z nich, tworzy nowe produkty i usługi w warunkach skrajnej niepewności, a jedynie 6% młodych firm prowadzi działalność, w której szuka sposobu, aby zrewolucjonizować rynek/branżę.

Wykres 4.4. Które ze stwierdzeń najlepiej opisuje Pana/Pani obecną działalność? (% wskazań właścicieli młodych firm)

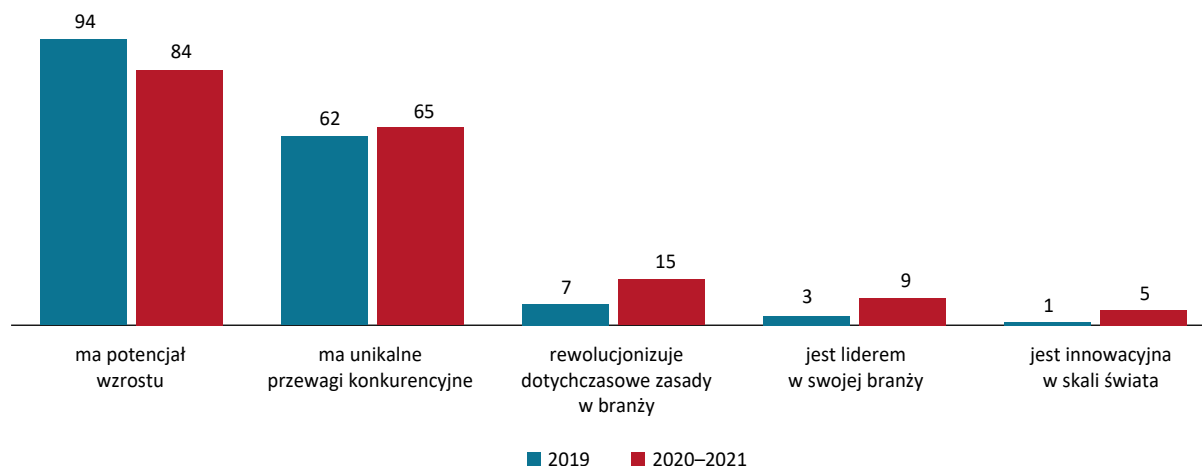


Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM 2020-2021, N = 411.

Młode firmy na tle otoczenia

Zdecydowana większość właścicieli młodych firm w latach 2020–2021 (84%) uważała, że na tle konkurencji ich firma ma potencjał wzrostu. Choć w porównaniu do przedpandemicznego roku 2019 wynik spadł o 10 p.p., to nadal jest zdecydowanie najczęściej wybieraną cechą przez badanych. Ponad połowa przedsiębiorców (65%) była zdania, że ma w stosunku do konkurencji unikalne przewagi. Znacznie rzadziej młodzi przedsiębiorcy wskazywali, że rewolucjonizują dotychczasowe zasady w branży – 15%, ale wynik ten jest i tak wyższy niż w 2019 r. o 8 p.p., czy też są jej liderem (9%). Jeszcze mniej, bo 5% startupów, postrzegало swoją działalność jako innowacyjną w skali świata.

Wykres 4.5. Czym wyróżnia się Pana/Pani firma na tle konkurencji? (% wskazań właścicieli młodych firm)

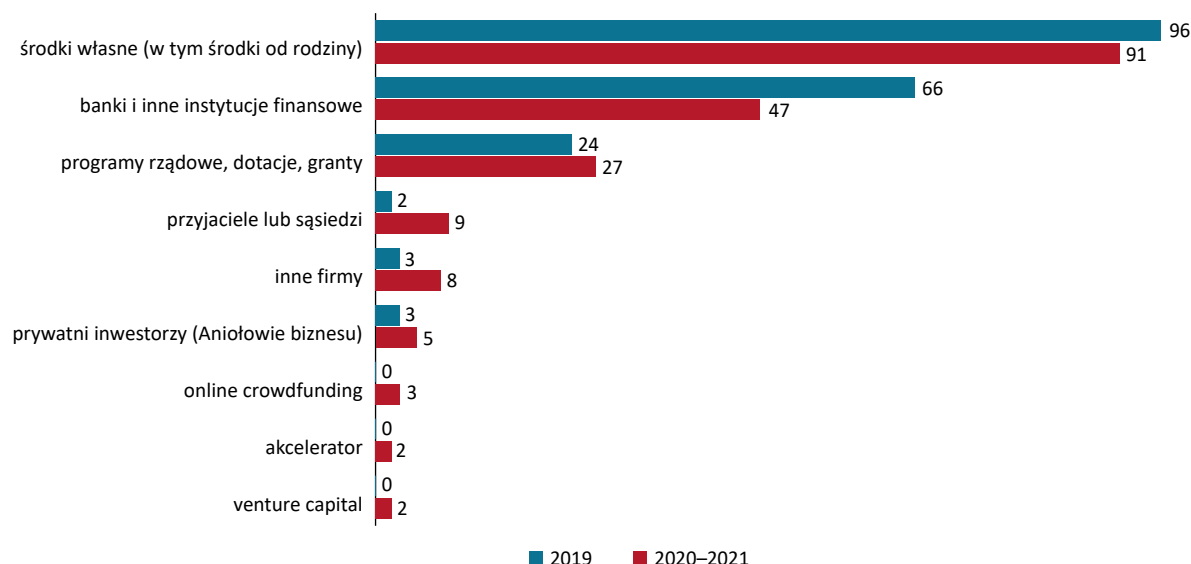


Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM 2019–2021, N2019 = 431 N2020–2021 = 411; pytanie wielokrotnego wyboru.

Finansowanie działalności przez młode firmy

Wyniki badania GEM wskazują, że zarówno w roku 2019 – przed pandemią COVID-19 – jak i w czasie jej trwania właściwie wszystkie osoby będące na etapie zakładania lub prowadzenia działalności do 3,5 roku finansowały swoją działalność ze środków własnych w tym rodzinnych (odpowiednio 96% i 91%). Choć pozyskanie środków z banku w obu analizowanych okresach znajduje się na drugim miejscu, wśród wskazywanych przez respondentów, to warto zwrócić uwagę, że w latach 2020–2021 odsetek osób wskazujących tę formę spadł o 19 p.p. przy jednoczesnych niewielkich wzrostach wskazań we wszystkich innych kategoriach finansowania (w przypadku programów rządowych różnica wynosiła 3 p.p., przyjaciół/sąsiadów – 7 p.p., innych firm – 5 p.p., pozostałe formy – ok. 2–3 p.p.). Choć nadal większość form finansowania cieszy się zdecydowanie mniejszą popularnością niż środki własne lub banku, to warto zwrócić uwagę na pojawiającą się dywersyfikację. Powstaje pytanie, czy utrzyma się ona, zwłaszcza w obliczu rosnących od końca 2021 r. stóp procentowych, które ograniczą dostęp do kredytów.

Wykres 4.6. Z jakich źródeł finansowania korzysta Pan/Pani podczas zakładania/prowadzenia firmy? (% wskazań właścicieli młodych firm)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM 2019–2021, N2019 = 431, N2020–2021 = 410; pytanie wielokrotnego wyboru.

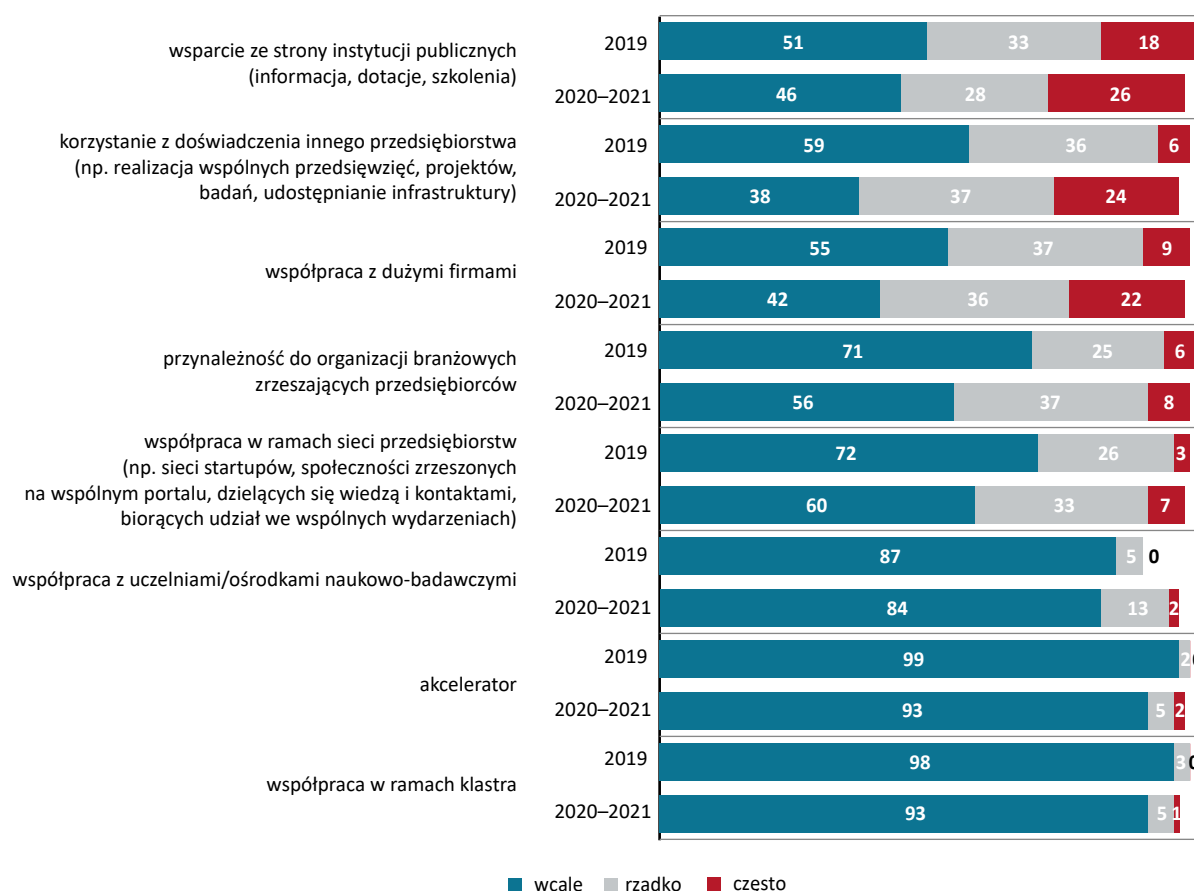
Z kim współpracują młode firmy?

Osoby zakładające lub prowadzące działalność do 3,5 roku w latach 2020–2021, zapytane o współpracę z różnymi podmiotami znajdującymi się w ich otoczeniu, wskazały przede wszystkim na inne przedsiębiorstwa oraz na instytucje publiczne. Ponad 60% startupów czerpało z doświadczeń innych firm (24% robiło to często), m.in. poprzez realizację wspólnych projektów, badań lub korzystanie z udostępnionej infrastruktury. Podobnie wygląda aktywność tej grupy, jeśli chodzi o współpracę z dużymi firmami (22% robiło to często, a 36% – rzadko). W przypadku instytucji publicznych jest to relacja jednostronna i dotyczy korzystania z informacji, dotacji czy szkoleń – 54% badanych potwierdziło, że korzysta ze wsparcia (przy czym 26% – często, a 28% – rzadko). Relatywnie mniej właścicieli nowo powstałych przedsiębiorstw zadeklarowało, że współpracuje z innymi firmami w zorganizowanej formie – ramach organizacji zrzeszających przedsiębiorców (45%) oraz w ramach sieci (40%).

W porównaniu do roku 2019 widać ogólną tendencję do zwiększania się współpracy właścicieli młodych firm z innymi podmiotami. Dla wszystkich badanych form współpracy z otoczeniem w latach 2020–2021 zmniejszył udział tych, którzy w ogóle takich działań nie

podejmują. Szczególnie zmiana ta jest widoczna w przypadku korzystania z doświadczeń innego przedsiębiorstwa, gdzie różnica w odsetku właścicieli wskazujących, że w ogóle nie korzystają z takiej formy, wynosi 21 p.p. Warto też zwrócić uwagę, że w latach 2020–2021 współpracę choćby z rzadka z uczelniami/ośrodkami badawczymi deklarowało 13% właścicieli startupów, podczas gdy w roku 2019 było ich tylko 5% (w tym nikt nie deklarował, że występuje ona często).

Wykres 4.7. Częstotliwość różnych form współpracy młodych firm z otoczeniem (% wskazań właścicieli młodych firm)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM 2019–2021, N2019 = 431, N2020–2021min = 408.

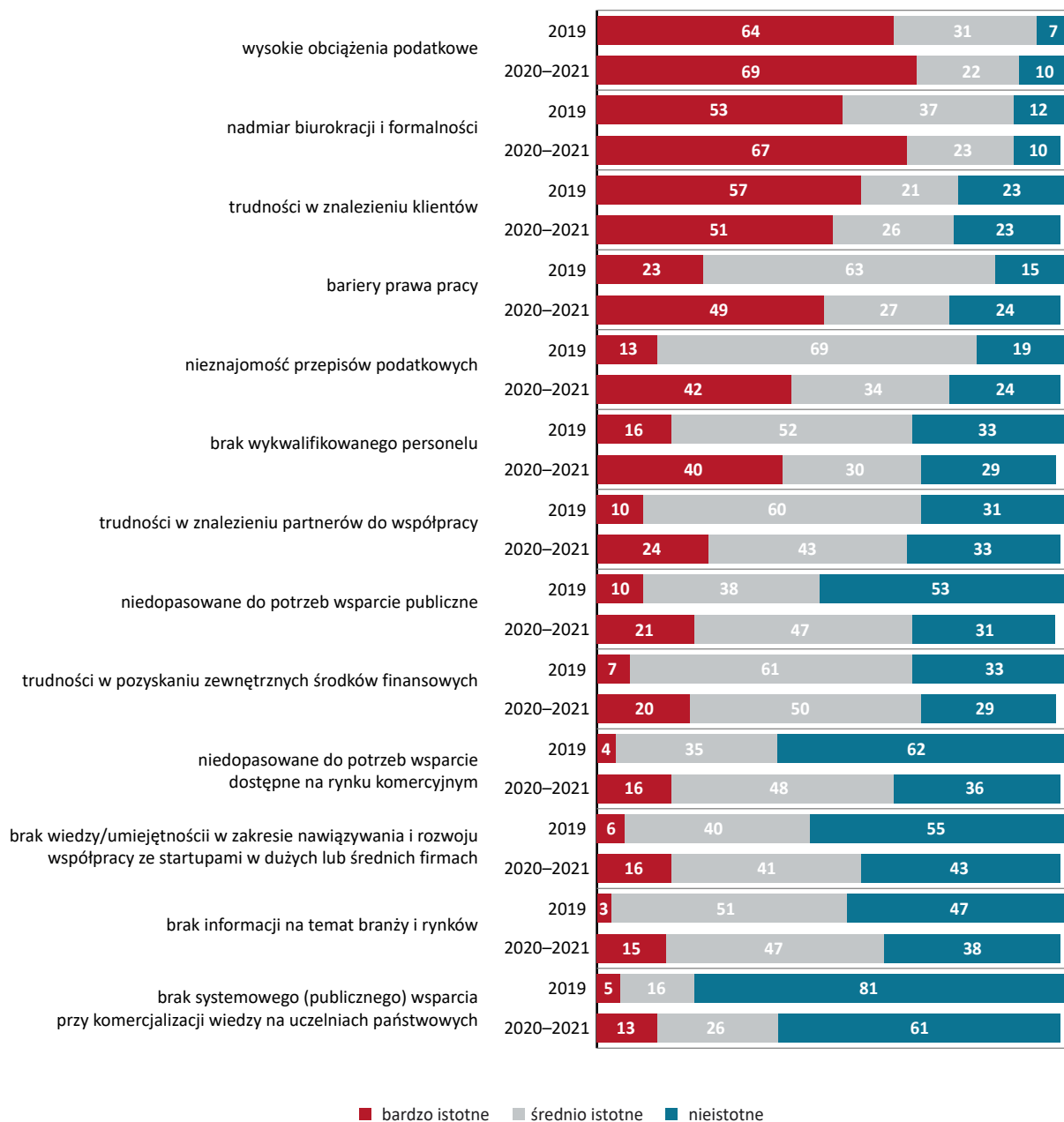
4.3. Czynniki i bariery rozwoju młodych firm

Osoby będące na wczesnym etapie prowadzenia działalności gospodarczej w latach 2020–2021 wyróżniały dwa kluczowe czynniki w największym stopniu utrudniające jej rozwój: wysokie obciążenia podatkowe oraz nadmiar biurokracji i formalności. Około 2/3 startupów dostrzegało w obu tych aspektach istotne bariery w prowadzeniu biznesu. Dla mniej więcej 75% badanych co najmniej średnio istotną barierą była trudność w pozyskaniu klientów (dla 51% – istotną), ograniczenia związane z prawem pracy (istotna dla 49%), nieznajomość przepisów podatkowych oraz brak wykwalifikowanego personelu (około 40% uważało obydwie z nich za istotne).

Połowa z tych czynników (w tym dwa postrzegane za najbardziej problematyczne) związana jest z otoczeniem prawno-administracyjnym, w którym funkcjonują młode firmy, a połowa odnosi się do bezpośredniej działalności nowo powstających podmiotów (w tym jedna, na którą przedsiębiorca ma najbardziej bezpośredni wpływ – nieznajomość przepisów podatkowych).

W porównaniu do roku 2019 w ostatnich dwóch latach generalnie więcej czynników było postrzeganych przez osoby prowadzące młode firmy jako istotna bariera w prowadzeniu działalności. Szczególnie widoczne jest to w przypadku takich aspektów jak: nieznajomość przepisów podatkowych (29 p.p. różnicy w odsetku osób postrzegających ten czynnik za bardzo istotny), bariery prawa pracy (26 p.p.) i braku wykwalifikowanego personelu (24 p.p.). Odpowiedzi badanych mogą być odbiciem ogólnej tendencji w polskim otoczeniu społeczno-gospodarczym do zmienności przepisów prawnych i podatkowych dotyczących firm oraz do zmniejszającej się podaży pracowników, szczególnie niżej wykwalifikowanych, jak i pandemii, która wpłynęła między innymi na dostępność i przepływ siły roboczej.

Warto również zwrócić uwagę, że niezależnie od roku, w którym przeprowadzono badanie, trzy czynniki postrzegane przez największą liczbę przedsiębiorców prowadzących nowe firmy za utrudniające w największym stopniu rozwój działalności gospodarczej pozostają te same – obciążenia podatkowe, biurokracja/formalności, trudności w znalezieniu klientów.

Wykres 4.8. Czynniki utrudniające rozwój młodych firm (% wskazań właścicieli młodych firm)

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM 2019–2021, N2019 = 431, N2020–2021min = 406.

Jakie mogą być przyczyny, dla których startupy nie powstają? Osoby będące na wczesnym etapie prowadzenia działalności w latach 2020–2021 wskazywały sześć najważniejszych czynników powstrzymujących dorosłych Polaków przed założeniem tego rodzaju biznesu. Zdaniem co najmniej 60% badanych bardzo duże znaczenie mają:

- **brak kapitału na rozpoczęcie działalności – 72%** (spadek w stosunku do roku 2019 o 9 p.p., ale pozostał on pierwszym, najczęściej wskazywanym czynnikiem);
- **brak pomysłu na firmę – 70%** (wzrost w stosunku do roku 2019 o 11 p.p. i awans na drugi wśród najczęściej wskazywanych czynników);
- **brak umiejętności związanych z organizacją i zarządzaniem firmą, niezbędnych do rozpoczęcia działalności – 66%** (wzrost o 13 p.p. względem roku 2019 sprawił, że czynnik stał się jednym z najczęściej wskazywanych);
- **brak wiary we własne umiejętności – 66%** (spadek w stosunku do roku 2019 o 11 p.p., ale pozostał w grupie najczęściej wskazywanych);
- **stałe zobowiązania finansowe (dzieci, kredyt itp.) – 64%** (wzrost wskazań o 13 p.p. w stosunku do poprzedniego badania z 2019 r.);
- **brak wiedzy branżowej i specjalistycznej niezbędnej do rozpoczęcia działalności – 63%** (wzrost wskazań o 8 p.p. w stosunku do 2019 r.).

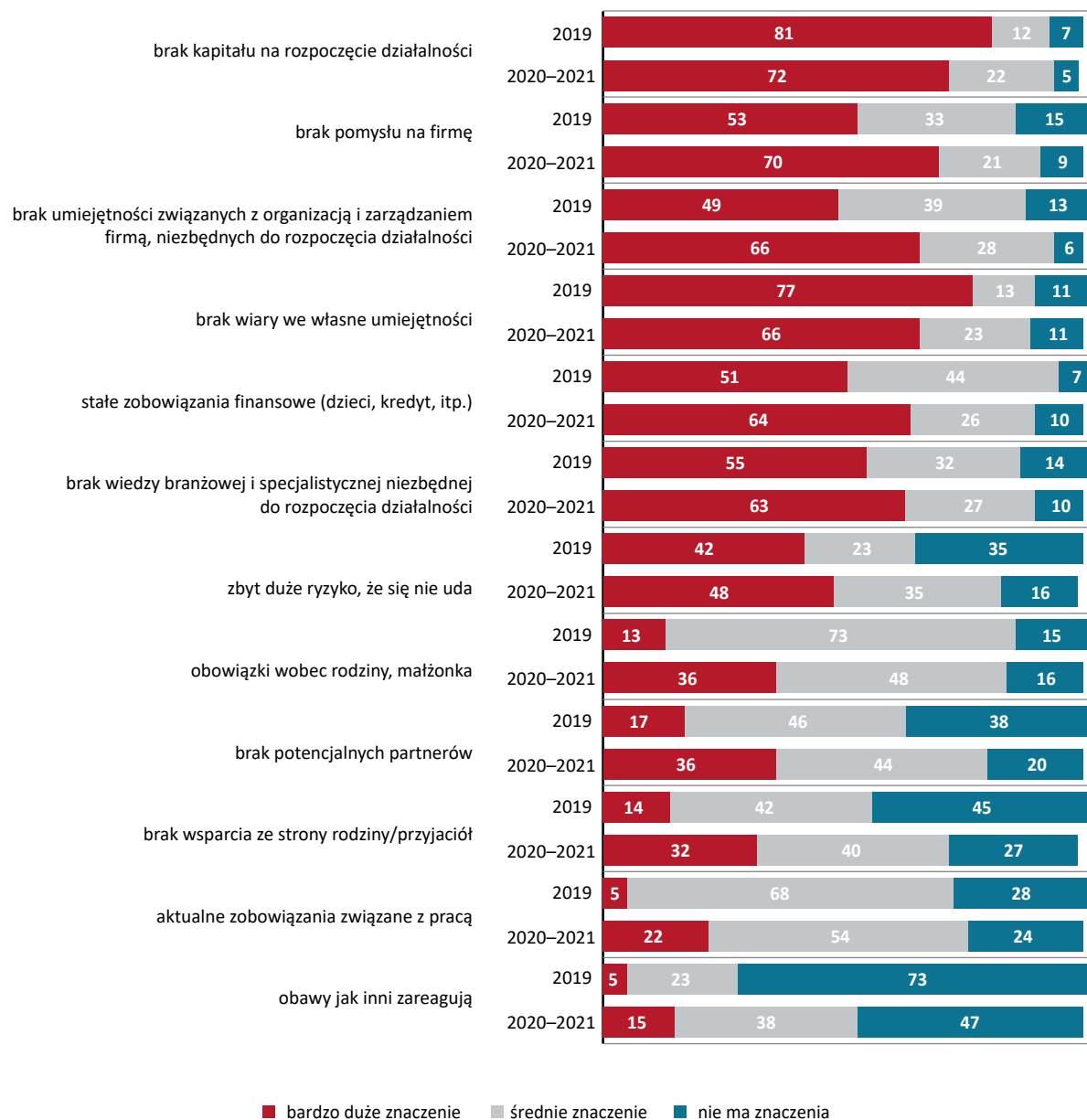
Pozostałe czynniki, rzadziej wskazywane w latach 2020–2021 jako mogące w dużym stopniu powstrzymać przed założeniem działalności, były to: **zbyt duże ryzyko, że się nie uda – 48%, obowiązki wobec rodziny, małżonka – 36%, brak wsparcia ze strony rodziny/przyjaciół – 32%** oraz **brak potencjalnych partnerów 36%**.

Warto zwrócić uwagę, że większość wymienionych czynników była w latach 2020–2021 częściej niż w roku 2019 wskazywana przez badanych, jako mająca bardzo duże znaczenie dla rezygnacji z podejmowania działań przedsiębiorczych. Podobnie jak w przypadku czynników mogących utrudniać rozwój młodych firm, tak i w tym przypadku wydaje się, że badani właściciele młodych firm w większym stopniu niż w roku 2019 dostrzegają złożoność otoczenia i jego wpływ na intencje przedsiębiorcze oraz na działalność założonego już przedsięwzięcia biznesowego.

Pomimo że mniej badanych uważa brak wiary we własne umiejętności za aspekt mający bardzo duże znaczenie dla rezygnacji z podejmowania aktywności przedsiębiorczej, to niezmiennie w ciągu ostatnich 3 lat niespełna 90% respondentów uważa go za co najmniej mający średnie znaczenie.

W rozdziale 2.2 niniejszego raportu, gdzie opisane są postawy przedsiębiorcze Polaków, zaznaczamy, że ok. 60% naszego społeczeństwa jest przekonana o posiadaniu wystarczających umiejętności do prowadzenia firmy. Wydaje się więc, że doświadczenie w prowadzeniu własnego biznesu znacząco zmienia pogląd na tę kwestię.

Wykres 4.9. Czynniki, które mogą powstrzymywać przed założeniem firmy typu startup
(% wskazań właścicieli młodych firm)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM 2019–2021, N2019 = 431, N2020–2021min = 406.

4.4. Startupy a pandemia COVID-19

Analizowane w raporcie dane to wyniki już drugiej fali badania GEM prowadzonej podczas trwania pandemii COVID-19. W porównaniu do sytuacji z roku 2020, choć zagrożenie nie minęło – gospodarki oraz społeczeństwa przystosowywały się na tyle, na ile pozwalały na to warunki. Ponadto rosnąca odporność populacyjna, wspomagana przez dostępność szczepionek, pozwalała zmniejszać restrykcje i ograniczenia. Być może dla tych przyczyn tylko ok. 1/4 badanych właścicieli młodych firm w 2021 r. postrzegało pandemię COVID-19 jako bardzo istotny czynniki utrudniających rozwój startupu lub powstrzymujący przed jego założeniem.

Tabela 4.6. Pandemia COVID-19 jako czynnik utrudniający rozwój i założenie startupu (% wskazań właścicieli młodych firm)

Ocena wpływu pandemii	Bardzo istotny	Średnio istotny	Nieistotny	Ogółem
Pandemia COVID-19 jako czynnik utrudniający rozwój startupu	25	41	34	100
Pandemia COVID-19 jako czynniki powstrzymujący przed założeniem startupu	22	40	38	100

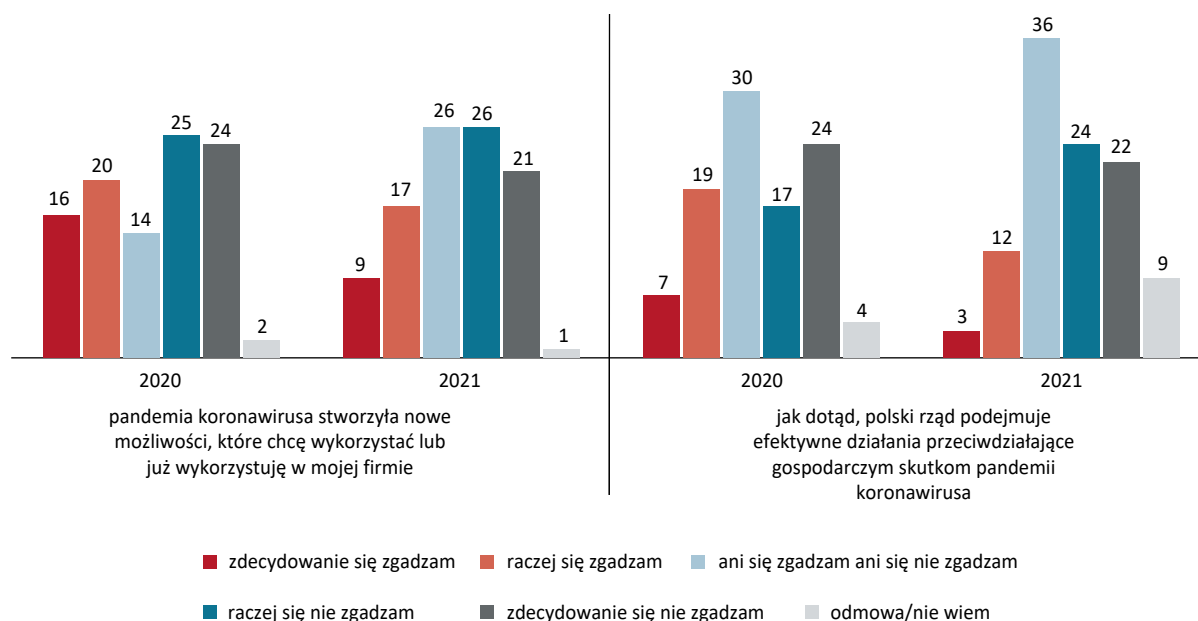
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM 2021, N = 163.

Wyciągając wnioski z tych wyników, należy pamiętać, że są to opinie aktywnych przedsiębiorców, czyli tych, którzy jednak zdecydowali się na założenie i prowadzenie działalności w ostatnim czasie 3,5 roku, w związku z czym ich postrzeganie pandemii jako czynnika ograniczającego może być inne niż tych, którzy jednak takiej działalności nie podjęli. Ponieważ liczba właścicieli młodych firm w roku 2021 zmniejszyła się w stosunku do lat poprzednich, można domniemywać, że popularność indywidualnej przedsiębiorczości zmniejsza się również przez trwającą wciąż pandemię (por. rozdz. 2).

Porównanie oceny właścicieli młodych firm na temat wpływu pandemii na startupy w okresie 2020–2021 pokazuje, że przede wszystkim rośnie niezdecydowanie badanych. Wzrósł udział osób nieumiejących jednoznacznie wskazać, czy pandemia stworzyła nowe możliwości, które chcieliby oni wykorzystać w swojej firmie lub już je wykorzystują (wzrost o 12 p.p. w okresie 2020–2021) oraz czy działania polskiego rządu przeciwdziałające gospodarczym skutkom pandemii są efektywne (wzrost o 6 p.p. r/r). Jednocześnie spadła

liczba tych przedsiębiorców, którzy widzą nowe możliwości stworzone przez pandemię (z 36% do 26% osób przynajmniej raczej się zgadzających z tą tezą) oraz tych co najmniej raczej uznających działania polskiego rządu za efektywne (8 p.p.).

Wykres 4.10. Ocena wpływu pandemii COVID-19 na młodych przedsiębiorców (% wskazań właścicieli młodych firm)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM 2020–2021, N2020 = 248, N2021min = 160.

4.5. Eksperska ocena uwarunkowań rozwoju startupów

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

Poniżej prezentowane są wyniki badania NES tylko w kontekście rozwoju startupów na przestrzeni ostatnich trzech lat realizacji badania GEM w Polsce (2019–2021). Szersze opracowanie w zakresie ogólnej oceny uwarunkowań rozwoju firm w Polsce w roku 2021 zamieszczone jest w rozdziale 3.

Zdaniem ekspertów generalnie startupy odgrywają ważną rolę w gospodarce, co obrazuje średnia ich ocen dla tego stwierdzenia wahająca się w ostatnich trzech latach od poziomu 6,4 pkt w roku 2019 do 6,5 pkt w roku 2021. Jednocześnie badani byli przekonani, że potrzebne są przede wszystkim działania szkoleniowo-doradcze dla dużych i średnich firm z obszaru budowania i rozwoju współpracy ze startupami (średnia ocen dla tego stwierdzenia wzrosła z poziomu 6,9 w roku 2019 do poziomu 7,5 w 2021 r.). Zwłaszcza, że chęć dużych i średnich podmiotów do współpracy z firmami typu startup eksperci oceniają raczej przeciętnie, a w roku 2021 średnia ocen spadła w stosunku do dwóch lat poprzednich z poziomu 4,5–4,7 do poziomu 3,9. Ponadto w badanym okresie maksymalna ocena dla tego stwierdzenia nie przekroczyła 9 pkt, a mediana 5 pkt.

Badani pozytywnie odnosili się do dostępności infrastruktury dla startupów w postaci przestrzeni coworkingowej, platform umożliwiających networking oraz wsparcia mentorskiego, ale widać, że jest w tych obszarach przestrzeń do poprawy (średnia dla stwierdzeń oceniających te aspekty w ciągu ostatnich trzech lat mieści się między 5,6 pkt a 6,3 pkt z tendencją wzrostową w przypadku obu ocenianych aspektów w okresie 2019–2021).

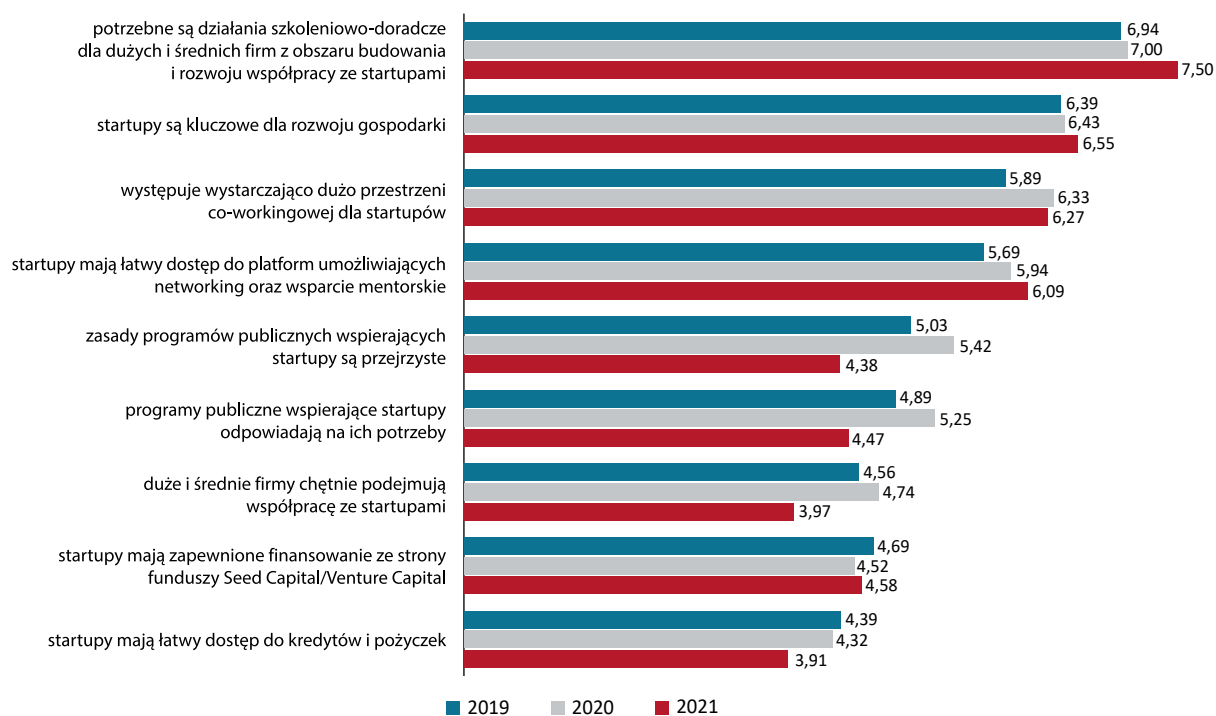
Rynek funduszy dla startupów w Polsce dopiero się rozwija. Eksperska ocena kwestii finansowania startupów przez fundusze *seed capital/venture capital* na przestrzeni ostatnich trzech lat wyniosła ok. 4,5 pkt (podobnie jak mediana), co oznacza, że eksperci raczej nie zgadzali się ze stwierdzeniem, że „Startupy mają zapewnione finansowanie ze strony funduszy *seed capital/venture capital*”.

Badani eksperci na przestrzeni ostatnich trzech lat przeciętnie oceniali przejrzystość zasad programów publicznych, wspierających startupy, podobnie jak dostosowanie tej oferty do potrzeb młodych firm. Ponadto w roku 2021 średnie oceny tych aspektów spadły w stosunku do dwóch poprzednich lat do poziomu poniżej 4,5 pkt (z pułapu oscylującego w okolicach 5 pkt). Relatywnie nisko respondenci oceniali również dostęp do kredytów i pożyczek. Ta średnia ocena w roku 2021 także spadła – z poziomu 4,3 do 4,0 pkt.

Warto zwrócić uwagę, że w latach 2019–2021 eksperckie oceny poszczególnych aspektów opisujących ekosystem startupowy w Polsce były generalnie ze sobą zbieżne. Startupy niezmiennie uznawano za bardzo istotne dla rozwoju polskiej gospodarki. Panowało przekonanie co do potrzeby realizowania działań szkoleniowo-doradczych w zakresie umiejętności budowania współpracy między dużym i średnimi firmami a startupami przy jednocześnie niższej niż przeciętna ocenie obecnego zakresu tej współpracy.

Eksperti na przestrzeni ostatnich trzech lat lepiej oceniali warunki funkcjonowania startupów związane z przestrzenią i warunkami pracy młodych firm technologicznych (coworking i mentoring), natomiast gorzej warunki finansowania i dedykowane startupom programy publiczne. Rok 2021 przyniósł pogorszenie ocen w zakresie tych dwóch ostatnich wymiarów oraz aspektu współpracy startupów z dużymi i średnimi firmami. Sytuacja ta może być efektem trwającej pandemii COVID-19 i jej wpływu na gospodarkę (zmniejszenia dostępności finansowania, skupienia się firm na „przetrwaniu” zamiast na rozwijaniu partnerstw).

Wykres 4.11. Średnie oceny ekspertów dla poszczególnych stwierdzeń opisujących ekosystem startupów w latach 2019–2021



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM za 2019–2021, N2019 min = 35, N2020min = 31, N2021min = 32.

4.6. Podsumowanie

Badanie przeprowadzone na reprezentatywnej ogólnokrajowej próbie dorosłych (18–64 lat) w Polsce w 2021 r. wskazuje, że ok. 458 tys.³⁹ dorosłych osób jest związanych z działalnością firm nie starszych niż 3,5 roku. Jak już szerzej omówiono tę kwestię w rozdziale 2, wyniki badania GEM wskazują, że od 2016 roku systematycznie co raz mniej osób w Polsce jest zaangażowanych w taką aktywność (z lekkim zatrzymaniem trendu spadkowego w okresie 2018–2019). W ostatnich dwóch, pandemicznych, latach liczba przedsiębiorców decydujących się na prowadzenie nowej firmy dalej spadała.

W działalność startupów częściej zaangażowani są mężczyźni niż kobiety. W 2019 roku przewaga tych pierwszych była niewielka, by kolejnych dwóch latach wzrosnąć i wynieść 61% mężczyzn vs. 39% kobiet.

Średnia wieku właścicieli młodych firm w latach 2020–2021 również wzrosła w stosunku do roku 2019 i wyniosła 37,1, podobnie jak odsetek osób z wyższym wykształceniem, który wzrósł do 60%. Dla porównania w Polsce odsetek osób z wyższym wykształceniem w 2020 r. wynosił niecałe 30%⁴⁰.

Wyniki badania GEM wskazują, że zarówno w roku 2019, jak w dwóch kolejnych latach startupy to przede wszystkim firmy wchodzące z produktem/usługą na rynek, umacniające swoją pozycję na nim oraz prototypujące. Lata 2020–2021 to czas skupienia się młodych firm na osiągnięciu dochodów pozwalających na pokrycie kosztów związanych z bieżącym funkcjonowaniem podmiotu. Widocznie mniej jest startupów sfokusowanych na innych celach. Rezultat ten może być między innymi wynikiem wpływu pandemii COVID-19 i związanych z nią ograniczeń w działalności gospodarki. Bez względu na rok przeprowadzenia badania zdecydowana większość właścicieli młodych firm w latach uważała, że na tle konkurencji ich firma ma potencjał wzrostu.

³⁹ Liczba osób dorosłych 18–59/64, stan w dniu 31 marca 2021 – 22 886,4 tys., źródło: *Informacja o wstępnych wynikach Narodowego Spisu Powszechnego Ludności i Mieszkań 2021*, GUS, 27 stycznia 2022. Zgodnie z wynikami badania GEM 2% osób w wieku 18–64 stanowią osoby zaangażowane w działalność firm do 3,5 roku.

⁴⁰ Dane dotyczą osób w wieku 15–64 lat.

Zarówno w roku 2019, jak i w czasie trwania pandemii właściwie wszystkie osoby będące na etapie zakładania lub prowadzenia działalności do 3,5 roku finansowały swoją działalność ze środków własnych, w tym od rodziny. Współpracowały natomiast przede wszystkim z innymi przedsiębiorstwami oraz instytucjami publicznymi. W porównaniu do roku 2019 w latach 2020–2021 widać ogólną tendencję do zwiększania się współpracy właścicieli młodych firm z innymi podmiotami. Dla wszystkich badanych form współpracy z otoczeniem w tym okresie zmniejszył się udział tych, którzy w ogóle takich działań nie podejmują.

Osoby będące na wczesnym etapie prowadzenia działalności gospodarczej w latach 2020–2021 wyróżniały dwa kluczowe czynniki w największym stopniu utrudniające jej rozwój: wysokie obciążenia podatkowe oraz nadmiar biurokracji i formalności. W porównaniu do roku 2019 w ostatnich dwóch latach generalnie więcej aspektów postrzeganych było przez osoby prowadzące młode firmy jako istotna bariera w prowadzeniu działalności. Podobnie w przypadku czynników potencjalnie powstrzymujących przed założeniem startupu w latach 2020–2021 większość z nich była częściej niż w roku 2019 wskazywana przez badanych jako mająca bardzo duże znaczenie dla rezygnacji z podejmowania działań przedsiębiorczych. Do najważniejszych w ocenie właścicieli młodych firm należały: (I) brak kapitału na rozpoczęcie działalności, (II) brak pomysłu na firmę, (III) brak umiejętności związanych z organizacją i zarządzaniem firmą, niezbędnych do rozpoczęcia działalności, (IV) brak wiary we własne umiejętności, (V) stałe zobowiązania finansowe i (VI) brak wiedzy branżowej i specjalistycznej niezbędnej do rozpoczęcia działalności.

Porównanie oceny właścicieli młodych firm na temat wpływu pandemii na startupy w okresie 2020–2021 pokazuje, że przede wszystkim zwiększyło się niezdecydowanie badanych. Wzrósł udział osób nieumiejących jednoznacznie wskazać, czy pandemia stworzyła nowe możliwości, które chcieliby oni wykorzystać w swojej firmie lub już je wykorzystują, oraz czy działania polskiego rządu przeciwdziałające gospodarczym skutkom pandemii są efektywne. Jednocześnie zmalała liczba tych przedsiębiorców, którzy widzą nowe możliwości stworzone przez pandemię oraz tych co najmniej raczej przekonanych do tego, że działania polskiego rządu są efektywne.

Eksperska ocena ekosystemu startupów w Polsce w poszczególnych trzech ostatnich falach badania GEM Polska była generalnie ze sobą zbieżna. Startupy niezmiennie uznawano za bardzo istotne dla rozwoju polskiej gospodarki. Panowało przekonanie co do potrzeby realizowania działań szkoleniowo-doradczych w zakresie umiejętności budowania współpracy

między dużymi i średnimi firmami a startupami przy jednocześnie niższej niż przeciętna ocenie obecnego zakresu tej współpracy. Eksperci lepiej oceniali warunki funkcjonowania startupów związane z przestrzenią i warunkami pracy młodych firm technologicznych (coworking i mentoring), natomiast gorzej możliwości finansowania oraz dedykowane startupom programy publiczne. Rok 2021 przyniósł pogorszenie ocen w zakresie tych dwóch ostatnich wymiarów oraz aspektu współpracy startupów z dużymi i średnimi firmami, co może być efektem trwającej pandemii i jej wpływu na gospodarkę i przedsiębiorstwa.

Porównanie sytuacji młodych polskich firm tuż przed i w trakcie trwania globalnej epidemii COVID-19 przede wszystkim wskazuje na zmniejszanie się liczby takich podmiotów w Polsce. Podejmowanie działań przedsiębiorczych traci na popularności, natomiast osoby, które się w ostatnich dwóch latach zdecydowały się na otwarcie nowej firmy, nie różniły się bardzo istotnie od tych, które podejmowały takie działania w roku 2019. W kontekście tych wyników wydaj się więc, że wspieranie startupów w Polsce powinno skupić się obecnie na tworzeniu warunków zachęcających ludzi do podejmowania aktywności przedsiębiorczej i ponownym uczynieniu tej ścieżki zawodowej atrakcyjną.



www.parp.gov.pl
