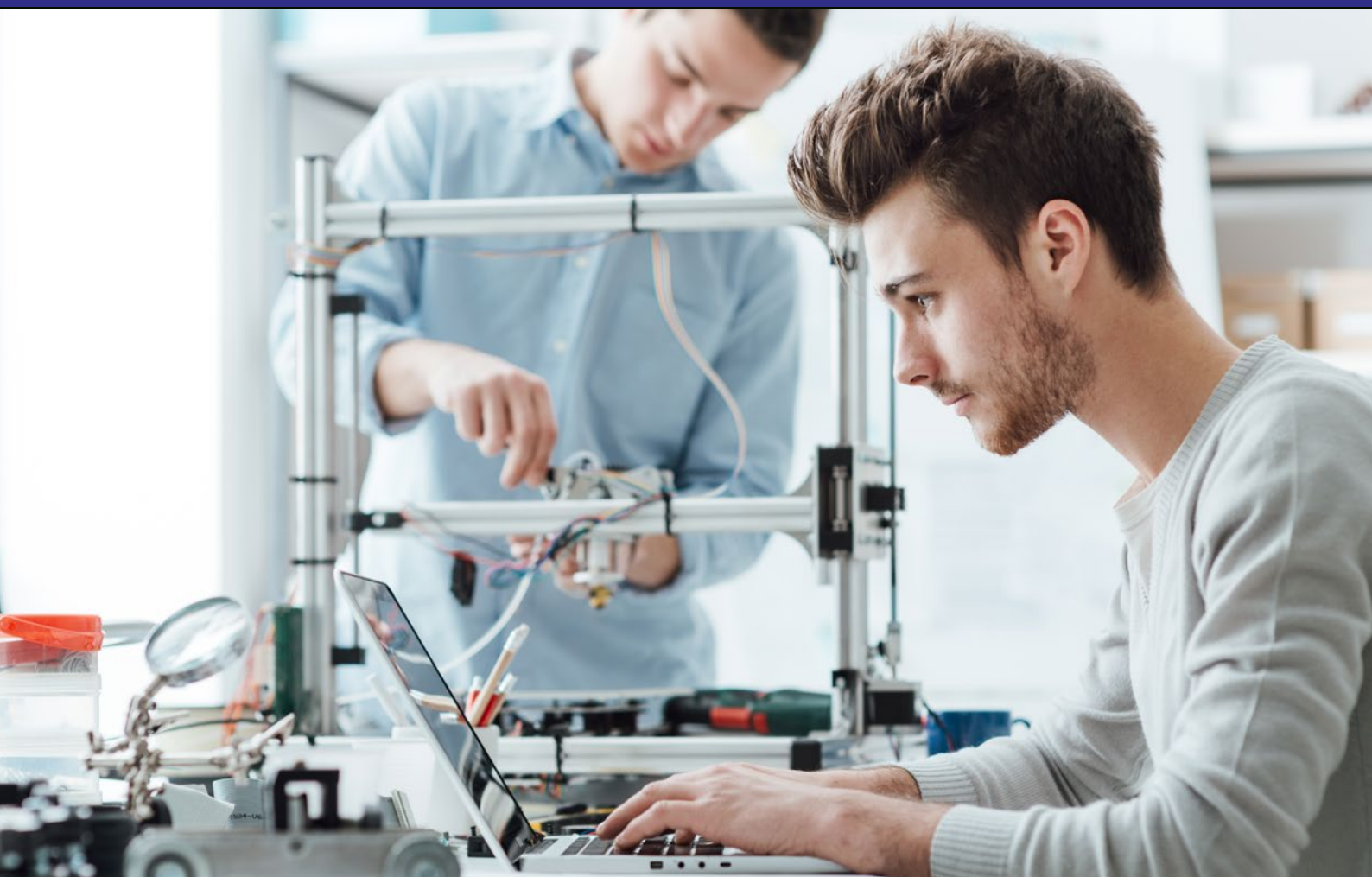


# Raport z badania przedsiębiorczości



**Global Entrepreneurship Monitor**  
Polska 2024



# **Raport z badania przedsiębiorczości**

## **Global Entrepreneurship Monitor**

**Polska 2024**

Warszawa 2024

## **Raport z badania *Global Entrepreneurship Monitor* Polska 2024**

### **Autorzy**

Iwona Krysińska – rozdział 2

Melania Nieć – rozdział 4

Anna Skowrońska – rozdział 2

Anna Tarnawa – rozdziały 1, 2

Robert Zakrzewski – rozdział 3

Przemysław Zbierowski – rozdział 1, 2

Milena Gojny-Zbierowska – rozdział 2

Copyright by Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości

Raport został opracowany na podstawie danych z badań GEM za lata 2011–2023, 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: 978-83-7633-513-1

Wydanie I

Nakład 50 egz.

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

# Spis treści

<b>Kluczowe wnioski</b> .....	<b>8</b>
<b>1. O badaniu GEM</b> .....	<b>16</b>
1.1. Założenia teoretyczne GEM .....	17
1.2. Prowadzenie badań w GEM .....	23
<b>2. Przedsiębiorczość w Polsce w 2023 r.</b> .....	<b>25</b>
2.1. Postrzeganie przedsiębiorczości przez Polaków .....	26
2.2. Polacy o otoczeniu, własnych umiejętnościach i planach dotyczących założenia firmy .....	30
2.3. Poziom przedsiębiorczości .....	36
2.4. Motywy zakładania działalności gospodarczej .....	43
2.5. Przedsiębiorczość kobiet i mężczyzn .....	50
2.6. Przedsiębiorczość w grupach wiekowych .....	60
2.7. Stosunek przedsiębiorców do zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialności społecznej .....	62
2.8. Digitalizacja przedsiębiorstw .....	68
<b>3. Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości</b> .....	<b>73</b>
3.1. Szanse na start. ....	76
3.2. Polityka i wsparcie publiczne .....	85
3.3. Badania i rozwój, transfer wiedzy i technologii. ....	89
3.4. Normy kulturowe i społeczne. ....	91
3.5. Krajowy Wskaźnik Uwarunkowań Przedsiębiorczości (NECI – National Entrepreneurship Context Index) .....	93
3.6. Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ .....	95
3.7. Przedsiębiorczość kobiet. ....	99
3.8. Podsumowanie .....	102
<b>4. Temat specjalny – Startupy w Polsce</b> .....	<b>103</b>
4.1. Społeczne rozumienie pojęcia startup – definicja startupów według dorosłych Polaków .....	104
4.2. Pojęcie startup w opinii właścicieli firm .....	108
4.3. Ekspertcka ocena uwarunkowań rozwoju startupów .....	128
4.4. Podsumowanie .....	131

## Szanowni Państwo,

mam przyjemność przedstawić Państwu Raport z badania przedsiębiorczości – GEM Polska 2024, w którym już po raz 13. przyglądamy się temu zjawisku w Polsce, odnotowując zmiany w czasie oraz porównując sytuację w Polsce z państwami Europy i świata. W tegorocznym opracowaniu znajdują Państwo dane m.in. na temat wizerunku przedsiębiorcy w społeczeństwie, chęci i motywacji do zakładania firm, bariery jaką jest strach przed porażką, poziomu aktywności biznesowej oraz skali i przyczyn rezygnacji. Stałe miejsce w naszym raporcie zajmuje temat przedsiębiorczości kobiet. Osobne rozdziały poświęcone są startupom oraz wnioskowi z eksperckiej oceny otoczenia przedsiębiorstw, w tym np. dostępu do finansowania, uwarunkowań regulacyjnych i podatkowych czy efektywności edukacji w kształtowaniu postaw i umiejętności przedsiębiorczych. Rozwijane są także nowe wątki, jak cyfryzacja przedsiębiorstw czy skłonność do podejmowania działań w obszarze zrównoważonego rozwoju oraz odpowiedzialności społecznej.

Najnowsze dane, pozyskane podczas badania prowadzonego od końca marca do początku lipca 2023 r., dają podstawę do nieco bardziej optymistycznego spojrzenia w przyszłość w porównaniu z sytuacją przedstawianą w poprzednich edycjach raportu, odnoszących się do danych z lat 2020–2022. Negatywny trend systematycznego obniżania się wskaźników dotyczących społecznej percepcji przedsiębiorczości, planowania założenia działalności, jak i aktywności biznesowej, szczególnie w odniesieniu do przedsięwzięć będących na wczesnym etapie rozwoju, wyhamował. Co więcej, udziały osób prowadzących młode i dojrzałe firmy w populacji osób dorosłych czy wskaźnik osób, które planują założyć firmę, nieznacznie wzrosły w porównaniu z 2022 r. Stabilnie wypada samoocena przygotowania Polaków do prowadzenia działalności – co druga osoba jest przekonana o posiadaniu wystarczających umiejętności do wejścia w rolę przedsiębiorcy. Wciąż znakomita większość Polaków uważa, że założenie firmy w naszym kraju jest proste i że w ich otoczeniu panują ku temu dobre warunki.

Pomimo to widać, że wyjątkowo trudny dla polskiego społeczeństwa i przedsiębiorców okres 2020–2022 (pandemii, wojny, niepewności o przyszłość w związku ze wzrostem kosztów życia i prowadzenia działalności oraz istotnych zmian podatkowych wprowadzonych Polskim Ładem) zrewidował sposób myślenia Polaków o przedsiębiorczości. Mimo że wciąż większość z nas jest zdania, że należy się uznanie osobom, które z powodzeniem założyły nową firmę, zdecydowanie rzadziej prowadzenie działalności jest w opinii Polaków dobrym sposobem

na życie. W okresie tym przybyło też osób, które – mimo że dostrzegają szanse biznesowe w otoczeniu – nie decydują się na założenie firmy z powodu obawy przed porażką. Ale też właśnie w tym okresie zaszły korzystne zmiany – przybyło przedsiębiorców, którzy są przekonani o konieczności stosowania technologii cyfrowych i tych, którzy mają świadomość Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ i podejmują działania w tym obszarze. Wciąż też ponad połowa firm deklaruje działania w obszarze odpowiedzialności społecznej.

Kończąc, chciałabym bardzo podziękować ekspertom, którzy zgodzili się wziąć udział w naszym badaniu uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości, którego wyniki prezentujemy w niniejszym raporcie.

Zapraszam Państwa do lektury.

Katarzyna Duber-Stachurska  
Prezes Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości

# Kluczowe wnioski

Aktywność przedsiębiorcza ludzi na świecie i uwarunkowania jej rozwoju stanowią główny obszar zainteresowań badaczy z ok. 50 państw świata, którzy co roku, na zasadzie dobrowolności, uczestniczą w ramach inicjatywy, jaką jest projekt badawczy GEM – Global Entrepreneurship Monitor. Od 25 lat dostarcza on danych, które pozwalają określić różnice pomiędzy państwami w zakresie przedsiębiorczych postaw, działań i aspiracji oraz wskazać czynniki kształtujące poziom aktywności przedsiębiorczej i jej charakter. Poniżej przedstawiono kluczowe wnioski z niniejszego Raportu, koncentrując się na sytuacji w Polsce w 2023 r. w porównaniu z państwami Europy (więcej porównań międzynarodowych znajduje się w kolejnych rozdziałach).

## **Polacy z szacunkiem o przedsiębiorcach, ale ostrożnie w myśleniu o przedsiębiorczości jako sposobie na życie zawodowe**

**Choć nadal większość (63%) Polaków uważa, że przedsiębiorcom, którzy odnieśli sukces, należy się uznanie, to znacznie mniej (43%) jest zdania, że prowadzenie firmy jest dobrym sposobem na życie.** Wyniki te nie odbiegają od pozyskanych w wyjątkowo trudnym 2022 r., co więcej – wciąż są znacząco niższe niż najwyższe odczyty w 13-letniej historii systematycznych badań GEM, tj. w latach 2018–2019 (ok. 80%). Postrzeganie przedsiębiorczości przez Polaków jest obecnie także mniej korzystne w porównaniu do mieszkańców Europy, gdzie średnio 69% osób docenia sukcesy przedsiębiorców, a 60% jest zdania, że bycie na swoim jest dobrą opcją na wykonywanie zawodu.

Jednocześnie tylko **38% Polaków dostrzega w mediach publicznych i Internecie treści poświęcone przedsiębiorcom, którzy odnieśli sukces.** Wynik ten utrzymuje się na tym wyjątkowo niskim poziomie od 2021 r. Obecnie stawia nas na końcu rankingu nie tylko Europy, ale 49 państw, które zrealizowały badanie GEM w 2023 r.



## **Pomimo poprawiającej się oceny warunków do założenia biznesu, Polacy wciąż obawiają się porażki i ostrożnie podchodzą do pomysłu założenia własnej firmy**

Polacy rzadziej niż Europejczycy mają wśród swoich znajomych osoby, które prowadzą działalność gospodarczą od dwóch lat (w 2023 r. do znajomości przynajmniej jednego takiego przedsiębiorcy przyznawało się 46% Polaków i średnio 52% mieszkańców Europy), co gorsza wskaźnik dla Polski maleje (50% w 2019 r.). Pomimo to, **według ostatnich danych aż 83% Polaków uważa, że założenie firmy w naszym kraju jest proste** (wzrost o 4 p.p. r/r., przy czym wciąż daleko do wyniku z 2019 r. – 90%), co z kolei jest wynikiem wyższym niż średnia dla Europy (52%). **Optymistyczne są też oczekiwania Polaków co do warunków do założenia firmy w bliskim otoczeniu w perspektywie pół roku** (aktualnie pozytywnie ocenia je 74% Polaków wobec 72% rok wcześniej).

**Pozytywna ocena warunków do zakładania działalności gospodarczej nie przekłada się znacząco na poprawę intencji przedsiębiorczych**, które od 2017 r. ulegają systematycznemu osłabieniu. **W 2023 r. udział osób niezaangażowanych w prowadzenie działalności gospodarczej, które odpowiedziały twierdząco na pytanie o to, czy planują w ciągu najbliższych trzech lat założyć firmę – bo o nim mowa – wyniósł jedynie 2,6%**. I choć po kilku latach systematycznych spadków w ub.r. wskaźnik ten wzrósł nieznacznie (o 1 p.p. r/r), to jest on znacznie niższy od średniej dla Europy (12%).

Niewielka zmiana in plus widoczna jest w obszarze wskaźnika mierzącego obawę przed porażką w biznesie. **W 2023 r. odsetek osób, które choć widzą szanse biznesowe, obawiają się, że nie odniosą sukcesu, wyniósł 52%** (wobec 53% w 2022 r.). Trzeba zauważyć, że poza ostatnimi dwoma pomiarami wskaźnik ten przez 13 lat systematycznych badań tylko raz przekroczył 50% – w 2014 r. Najnowszy wynik jest wyższy niż średnia europejska (45%).

**Samoocena przygotowania do prowadzenia własnego biznesu, czyli udział Polaków przekonanych o posiadaniu wystarczających umiejętności i wiedzy do prowadzenia firmy pozostał w 2023 r. na tym samym poziomie co rok wcześniej, czyli 48%** (średnia dla Europy – 52%). Trzeba zauważyć, że obecny wynik jest niższy niż notowane 50–60% w latach 2011–2021.

## Wyczekiwana poprawa poziomu aktywności przedsiębiorczej już jest, przy czym warto monitorować powody wycofywania się z prowadzenia działalności

W 2023 r., w porównaniu do poprzedniego roku, w Polsce wzrósł udział osób dorosłych prowadzących młode firmy (tzn. obecne na rynku nie dłużej niż 3,5 roku i wypłacające wynagrodzenie przez ten czas) oraz udział osób prowadzących dojrzałe firmy (powyżej 3,5 roku), jednocześnie skala wycofywania się z prowadzenia biznesu pozostała na podobnym poziomie. Przechodząc do liczb: 2,6% Polaków w wieku 18–64 l. prowadziło młode firmy, a 11,6% – dojrzałe (w 2022 r. odpowiednio 1,6% i 9,8%). W odniesieniu do bezwzględnej liczby osób dorosłych daje to ok. 570,9 tys.<sup>1</sup> osób prowadzących firmy młode i 2,5 mln osób prowadzących firmy dojrzałe. Przy tym warto pamiętać, że wśród 571 tys. osób prowadzących młode firmy, 242 tys. stanowią osoby będące na bardzo początkowym etapie działalności (do 3 miesięcy wypłat) oraz że jedna osoba może prowadzić więcej niż jedną firmę o różnym stażu na rynku.

W Polsce dominują osoby prowadzące firmy dojrzałe, osób prowadzących młode firmy jest 4-krotnie mniej. W Europie jest odwrotnie – osoby prowadzące młode firmy stanowią średnio 9% dorosłej populacji Europy, a prowadzące dojrzałe firmy – 7,5%.

W ostatnim badaniu 3,4% Polaków przyznało, że zaprzestało prowadzenia działalności gospodarczej w ciągu ostatnich 12 miesięcy (3,7% w 2022 r.). Przyczyny podjęcia tej decyzji są następujące: pandemia (36% wskazań), brak rentowności biznesu (18%), przejście na emeryturę (12%) oraz polityka rządu/podatki/biurokracja (11%). W porównaniu z poprzednimi edycjami badania GEM widać spadek oddziaływania czynnika jakim była pandemia. Rośnie za to znaczenie nieopłacalności biznesu (którą wskazano 5 razy częściej niż w 2022 r.) oraz czynnika polityczno-regulacyjno-podatkowego (był to drugi pomiar z rządu z dwukrotnym wzrostem tego powodu).

## Choć w strukturze motywacji wciąż dominuje konieczność spowodowana brakiem ofert pracy, widać pozytywne zmiany

W 2023 r. najważniejszym powodem zakładania działalności była dla Polaków chęć zapewnienia sobie utrzymania, z uwagi na zbyt małą liczbę ofert na rynku pracy

<sup>1</sup> Liczba osób dorosłych 18–59/64, stan w dniu 31 grudnia 2023 r. – 21 958 tys., źródło: *Ludność. Stan i struktura oraz ruch naturalny w przekroju terytorialnym w 2023 r. Stan w dniu 31 grudnia*, GUS, 2024.

(63% wskazań osób prowadzących młode firmy), a kolejnym – **chęć wzbogacenia się/osiągania wysokich dochodów (40%)**. **Jedna na pięć osób prowadzących młode firmy założyło je, bo chciało zmienić świat, a jedna na dziesięć chciała kontynuować rodzinną tradycję**. Hierarchia motywacji jest taka sama jak w Europie, przy czym mniejsze znaczenie ma czynnik w postaci braku pracy najmniej (tzn. 57% – zapewnienie sobie utrzymania, 52% – czynnik finansowy, 42% – zmiana świata, 25% – tradycja rodzinna).

Najnowszy pomiar przyniósł pozytywne zmiany, jeśli chodzi o siłę oddziaływania poszczególnych czynników. Najbardziej, bo o 10 p.p. w porównaniu z 2022 r., spadł odsetek wskazań dla najważniejszego powodu, czyli konieczności zapewnienia sobie utrzymania z powodu braku ofert na rynku pracy. Rzadziej wskazywano także na czynnik finansowy i chęć kontynuowania tradycji rodzinnej. Jednocześnie więcej firm niż w poprzedniej edycji powstało z powodu chęci zmiany świata (o 3 p.p).

## **Postawy i aktywność przedsiębiorcza kobiet i mężczyzn – kobiety częściej widzą szanse biznesowe, ale rzadziej wierzą we własne możliwości**

Analiza sytuacji kobiet i mężczyzn w zakresie ich postaw i aktywności przedsiębiorczych pozwala stwierdzić, że w 2023 r. w Polsce, po raz drugi od 2017 r., **udział Polek dostrzegających szanse biznesowe w swoim otoczeniu jest wyższy niż udział Polaków (75% vs. 73%)**. Niemniej w porównaniu z poprzednią edycją różnica na rzecz kobiet zmalała o 2 p.p. za sprawą większej poprawy w przypadku mężczyzn.

**Wciąż jednak kobiety bardziej niż mężczyźni boją się porażki (57% wobec 54%). Rzadziej też uważają, że mają kwalifikacje i umiejętności potrzebne do założenia własnej działalności gospodarczej (45% wobec 51%).**

W porównaniu z mieszkankami i mieszkańcami Europy znacznie więcej Polek i Polaków uważało, że w ich otoczeniu są dobre warunki do założenia biznesu (mniej więcej 3 na 4 Polki/Polaków vs. średnio około 1 na 2 Europejki/Europejczyków), przy równym (w przypadku kobiet) lub niższym (w przypadku mężczyzn) udziale osób uważających, że jest odpowiednio przygotowanych do prowadzenia tego typu działalności. Polki i Polacy przeciętnie częściej

niż mieszkanki i mieszkańcy Europy odczuwali strach przed poniesieniem porażki, przy czym różnica jest większa w przypadku mężczyzn (8 p.p.) niż kobiet (5 p.p.).

**Wśród kobiet w wieku 18–64 l. 2,4% zaangażowanych jest w prowadzenie młodych firm, a 10,9% – dojrzałych. Dla mężczyzn wartości wynoszą 2,8% i 12,4%. Luka płci w 2023 r. jest więc luką na korzyść mężczyzn, niemniej jest ona nieduża – w przypadku młodych firm wynosi 0,4%, a w przypadku dojrzałych – 1,5%.**

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

**Świadomość społecznej i środowiskowej odpowiedzialności biznesu wydaje się być wysoka wśród polskich przedsiębiorców** – średnio ponad 90% firm działających na rynku co najmniej 3,5 roku (firmy dojrzałe) i ok. 87% działających co najwyżej 3,5 roku (firmy młode) deklaruje, że podczas podejmowania decyzji biznesowych bierze pod uwagę społeczne i/lub środowiskowe skutki swoich działań. Widać też zmiany w czasie – od 2021 r. rośnie odsetek młodych firm deklarujących uwzględnianie w decyzjach kwestii środowiskowych. W grupie dojrzałych firm tendencja jest odwrotna – nieznacznie częściej rozważane są skutki społeczne niż środowiskowe.

**Świadomość niestety nie zawsze przekłada się na aktywność.** W 2023 r. podejmowanie działań prospołecznych zadeklarowało 52% młodych firm i 77% firm dojrzałych, a działań prośrodowiskowych – 56% młodych i 70% firm dojrzałych. **Jak widać, przedsiębiorcy dojrzałi częściej stawiają na działania prospołeczne niż prośrodowiskowe, jednocześnie w obu dziedzinach są bardziej aktywni niż młode firmy.** 2023 rok (mimo obiecujących obserwacji w poprzedniej edycji odnośnie do dojrzałych przedsiębiorstw) nie przyniósł spektakularnej poprawy dotyczącej faktycznej aktywności. Co więcej, udział firm młodych starających się działać na rzecz społeczeństwa zmniejszył się (z 60% w 2022 r.).

Wraz z dojrzałością rynkową rośnie zrozumienie potrzeb społecznych/środowiskowych i równocześnie gotowość do zrzeczenia się części własnych zysków. W przypadku Polski, **deklarowaną gotowość do przedkładania celów społecznych i/lub środowiskowych ponad wzrost lub zyskowność własnej firmy odnotowano w przypadku 24% młodych przedsiębiorców** (spadek o 4 p.p. r/r) i **40% dojrzałych** (spadek o 7 p.p.).

Polska notuje także relatywnie wysokie wyniki, jeśli chodzi o **rozpoznawalność 17 Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ** – zna je 47% młodych przedsiębiorców (spadek o 4 p.p. r/r) i 67% dojrzałych (wzrost o 7 p.p. r/r) (w Europie kolejno średnio: 32% i 30%).

## Otwartość polskich firm na digitalizację

O konieczności stosowania technologii cyfrowych w biznesie przekonanych jest 57% właścicieli młodych firm i 42% dojrzałych. Co więcej, z roku na rok zmniejsza się udział osób prowadzących młode firmy, będących zdania, że wprowadzenie technologii cyfrowych do biznesu nie jest konieczne, bo firma z powodzeniem radzi sobie, wykorzystując kanały bardziej tradycyjne, z roku na rok jest niższy (43% w 2023 r. wobec 52% w 2022 r. i 65% w 2021 r.). W przypadku przedstawicieli firm dojrzałych nie odnotowano znaczącej zmiany w stosunku do poprzedniego roku, ale do wcześniejszego okresu już tak (58% vs. 57% w 2022 r. i 64% w 2021 r.).

W wyniku przemian technologicznych zapoczątkowanych podczas pandemii, w Polsce 50% młodych firm zaczęło stosować lub zwiększyło stosowanie technologii cyfrowych (w Europie średnio 40%), 7% planowało takie działania wcześniej (28% w Europie), a 43% uważa, że nie jest to konieczne do dobrego funkcjonowania firmy (w Europie: 32%).

Właściciele firm działających w Polsce, niezależnie od ich stażu, coraz chętniej uwzględniają zwiększenie wykorzystania rozwiązań cyfrowych w swoich półrocznych planach. W przypadku młodych przedsiębiorstw tego typu deklaracje złożyło 44% (vs. 29% w 2022 r. i 20% w 2021 r.), a w przypadku dojrzałych – do 20% (vs. 15% w 2022 r. i 4% w 2021 r.).

## Nadal przeciętne uwarunkowania rozwoju młodych firm

Analiza opinii ekspertów pozyskanych w badaniu NES pokazuje, że w 2023 r. w Polsce nastąpiła poprawa uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w porównaniu do poprzedniej edycji badania. Zdecydowana większość obszarów składających się na uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości w Polsce uzyskała ocenę wyższą niż rok wcześniej. Jednak warunki do powstawania i rozwoju przedsiębiorstw w Polsce na tle objętych badaniem GEM krajów europejskich nadal były przeciętne. W 2023 r., w porównaniu do poprzedniego roku,

nieznacznie wzrosła wartość Krajowego Wskaźnika Uwarunkowań Przedsiębiorczości (NECI) – do 4,2 pkt na 10 możliwych (z 3,8 pkt w 2022 r.) i wróciła do poziomu z lat 2020–2021 oraz 4,1 pkt w 2019 r.

Podobnie jak w latach 2019–2022, w 2023 r. **tylko jeden z obszarów – otwartość rynku zewnętrznego – został oceniony przez polskich ekspertów znacznie lepiej niż wyniosła średnia dla krajów Europy**. Wysoko oceniono także dostęp do infrastruktury technicznej oraz dostęp do infrastruktury komercyjnej i usługowej. **Poprawy natomiast wymagają przede wszystkim edukacja przedsiębiorczości** (zarówno na poziomie podstawowym i średnim, jak i na etapie uczelni i kształcenia zawodowego), **polityka wspierania przedsiębiorczości, polityka związana z biurokracją i podatkami, obszar związany z łatwością uzyskania finansowania oraz dotyczący B+R i transferu wiedzy**.

**W 2023 r. eksperci ponownie oceniali stwierdzenia odnoszące się do postępów w realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju Organizacji Narodów Zjednoczonych**. Ocena ta była nieco wyższa niż w 2022 r., a dwa z pięciu ocenianych bloków stwierdzeń zostało ocenionych na poziomie krajów europejskich – priorytety związane z odpowiedzialnością społeczną i priorytety związane ze zrównoważonym rozwojem. Poprawy wymaga obszar rządowego wsparcia firm zorientowanych na zrównoważony rozwój. W opinii ekspertów rząd nie zapewnia specjalnych regulacji wspierających startupy zorientowane na zrównoważony rozwój, nie wspiera też takich firm poprzez dotacje, specjalne prawa czy obniżki podatków.

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

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

Wyniki badania GEM na reprezentatywnej próbie dorosłych Polaków wskazują, że **startup to firma** (kolejność według częstości wskazań): **działająca w obszarze IT (72%), technologiczna (68%), młoda (60%), nastawiona na innowacje (56%), korzystająca**

**z finansowania zewnętrznego (48%).** Młodość, czyli czas funkcjonowania takiego podmiotu na rynku, według badanych, określana jest najczęściej do 3 lat (57%) i do 5 lat (39%).

**Wśród osób dorosłych zaangażowanych w działalność typu startup w 2022 r. więcej było kobiet (52%), a nieco mniej mężczyzn (48%)** prowadzących tego typu podmioty. 68% reprezentujących startupy było w wieku powyżej 35 roku życia. **Głównym powodem założenia startupu jest wykorzystanie własnego talentu/wiedzy oraz obserwacja otoczenia zewnętrznego.** Osoby działające w formule startup szukają sposobu na zrewolucjonizowanie branży, a ich produkty częściej niż pozostałych firm charakteryzują się innowacyjnością na skalę kraju.

Najczęściej w działalność startup zaangażowane są osoby z 3–4-osobowych gospodarstw domowych, z wykształceniem wyższym magisterskim. Zdeklarowane startupy w swoich szeregach mają ludzi z wcześniejszym doświadczeniem biznesowym czy startupowym, działają w oparciu o powiązania i transfer wiedzy między różnymi podmiotami, co z pewnością sprzyja ich rozwojowi.

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

**Ekspertka ocena ekosystemu startupów w Polsce wskazuje, że niezmiennie od czterech edycji badania uznawane są one za bardzo istotne dla rozwoju polskiej gospodarki. Wskazano na potrzebę działań szkoleniowo-doradczych w zakresie umiejętności budowania współpracy między dużymi i średnimi firmami a startupami.**

Rok 2023 przyniósł wzrost średnich ocen w zakresie wszystkich ocenianych wymiarów. Być może to dobry znak, że w obszarze większego zainteresowania i wsparcia znajdują się startupy (między innymi dzięki nowym programom wsparcia), a czas turbulencji w gospodarce – spowodowanej najpierw pandemią COVID-19, a później skutkami wojny w Ukrainie – częściowo mamy już za sobą.

# 1. O badaniu GEM

**GEM jest największym międzynarodowym 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.

W bieżącym roku GEM świętuje 25 lat. Projekt powstał 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. Pierwszą edycję badań przeprowadzono w 1999 r. z udziałem 10 państw, a w 2023 r. było ich 49.

GEM opiera się na jednolitej metodologii pozyskiwania danych, która jest udostępniana Zespołom Krajowym (ang. *National Teams*), tworzonym w większości przez przedstawicieli uczelni z poszczególnych krajów. W każdym z państw co roku realizowane jest badanie ilościowe na reprezentatywnej próbie osób dorosłych oraz badanie jakościowe z udziałem ekspertów w dziedzinie przedsiębiorczości<sup>2</sup>. Tylko w 2023 r. przeprowadzono 136 000 wywiadów z osobami dorosłymi w wieku produkcyjnym (18–64 l.) oraz 2000 wywiadów z ekspertami. Za proces zbierania danych odpowiadają zespoły krajowe. 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, przedsiębiorczości w regionach Europy, osobom młodym czy polityce publicznej<sup>3</sup>.

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

<sup>2</sup> Więcej w rozdziale 1.2.

<sup>3</sup> <https://gemconsortium.org/>



## 1.1. Założenia teoretyczne GEM

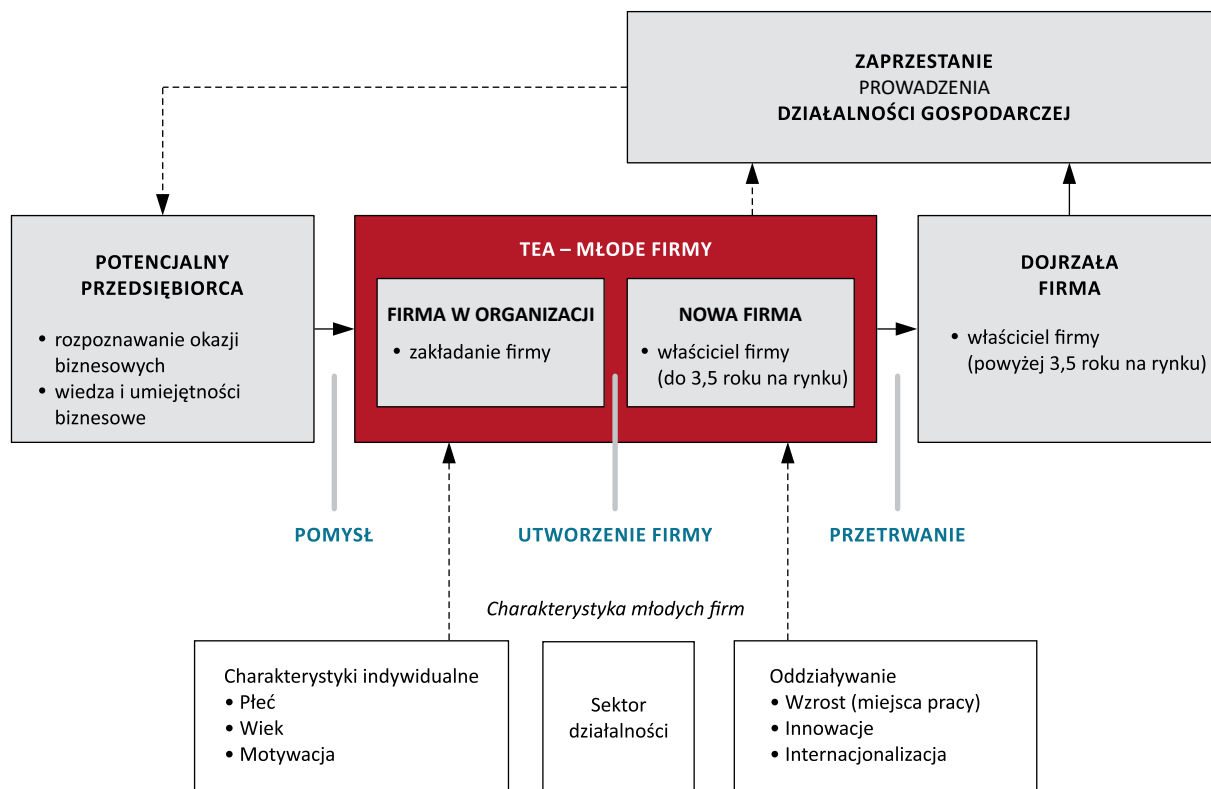
Badania w ramach GEM są oparte na modelach teoretycznych stworzonych na bazie wieloletniego dorobku nauki o przedsiębiorczości. Dwa najważniejsze to **model procesu przedsiębiorczego** oraz **model koncepcyjny**.

### Model procesu przedsiębiorczego

**Przedsiębiorczość** jest terminem pojemnym, z wieloma różnorodnymi znaczeniami. GEM operacjonalizuje je jako „**każdą próbę tworzenia nowej firmy lub nowego przedsięwzięcia, taką jak samozatrudnienie, nowa organizacja gospodarcza, ekspansja istniejącej organizacji, dokonaną przez jednostkę, zespół ludzi lub istniejącą organizację**”<sup>4</sup>. Podczas gdy definicja przedsiębiorczości jako nowej aktywności gospodarczej jest wąska, samo pojęcie aktywności gospodarczej jest rozumiane dość szeroko. Ma to swoje implikacje w pomiarze poziomu przedsiębiorczości w GEM, która nie jest ograniczana do rejestracji nowej działalności gospodarczej. Traktowana jest bardziej w kategoriach behawioralnych niż instytucjonalnych i obejmuje zarówno zachowania przedsiębiorcze prowadzące do rejestracji nowych podmiotów gospodarczych, jak i zachowania przedsiębiorcze w już istniejących organizacjach. Podejście do procesu przedsiębiorczego przyjęte w GEM polega na identyfikowaniu przedsięwzięć gospodarczych na różnych etapach ich rozwoju (Rysunek 1.1). W momencie pomiaru może więc być ono na etapie dokonywania oceny własnych umiejętności przedsiębiorczych i rozpoznawania okazji biznesowych, może to być też etap prowadzenia firmy bądź wycofania się z tej działalności. Jednocześnie uwaga w modelu skoncentrowana jest na wczesnych etapach działalności. Jest to jeden z istotnych elementów odróżniających GEM od innych projektów badawczych w dziedzinie przedsiębiorczości, w których często bada się zarejestrowane podmioty gospodarcze na podstawie danych z krajowych urzędów statystycznych, co nie pozwala na dogłębny wgląd w charakterystyki nowych przedsięwzięć.

---

<sup>4</sup> P.D. Reynolds, M. Hay, S.M. Camp, *Global Entrepreneurship Monitor 1999 Executive Report*, Paul D. Reynolds, Michael Hay and Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership at the Ewing Marion Kauffman Foundation, 1999.

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

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

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

- **Firmy w organizacji** (*nascent*), mierzone jako odsetek populacji dorosłych w wieku produkcyjnym (18–64 l.) będących na etapie zakładania i organizowania firm, w których okres wypłacania właścicielom wynagrodzeń nie przekracza trzech miesięcy.
- **Nowe firmy** (*new businesses*), mierzone jako odsetek populacji dorosłych (18–64 l.) będących właścicielami i zarządzającymi firmami, w których wynagrodzenia są wypłacane ponad 3, ale nie dłużej niż 42 miesiące. 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.

- **TEA** (*Total early-stage Entrepreneurial Activity*), czyli **całkowita przedsiębiorczość we wczesnym stadium – odsetek populacji dorosłych w wieku produkcyjnym (18–64 l.), którzy są zaangażowani w zakładanie działalności gospodarczej lub prowadzenie nowej firmy (wypłacającej wynagrodzenia właścicielom do 3,5 roku)**. Do TEA (całkowitej przedsiębiorczości we wczesnym stadium) zalicza się firmy w organizacji i nowych przedsiębiorców, nie zalicza się natomiast firm dojrzałych<sup>5</sup>. 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.
- **Dojrzałe firmy**, odsetek populacji dorosłych (18–64 l.), prowadzących firmy dłużej niż 42 miesiące (tj. ponad 3,5 roku wypłacających wynagrodzenie).
- **Zaprzestający prowadzenia biznesu**, czyli osoby, które w ciągu 12 miesięcy poprzedzających realizację badania wycofały się z prowadzenia działalności i sprzedaży/przekazały firmę innemu podmiotowi/osobie, pozostawiając firmę na rynku, lub ją zlikwidowały.

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

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

---

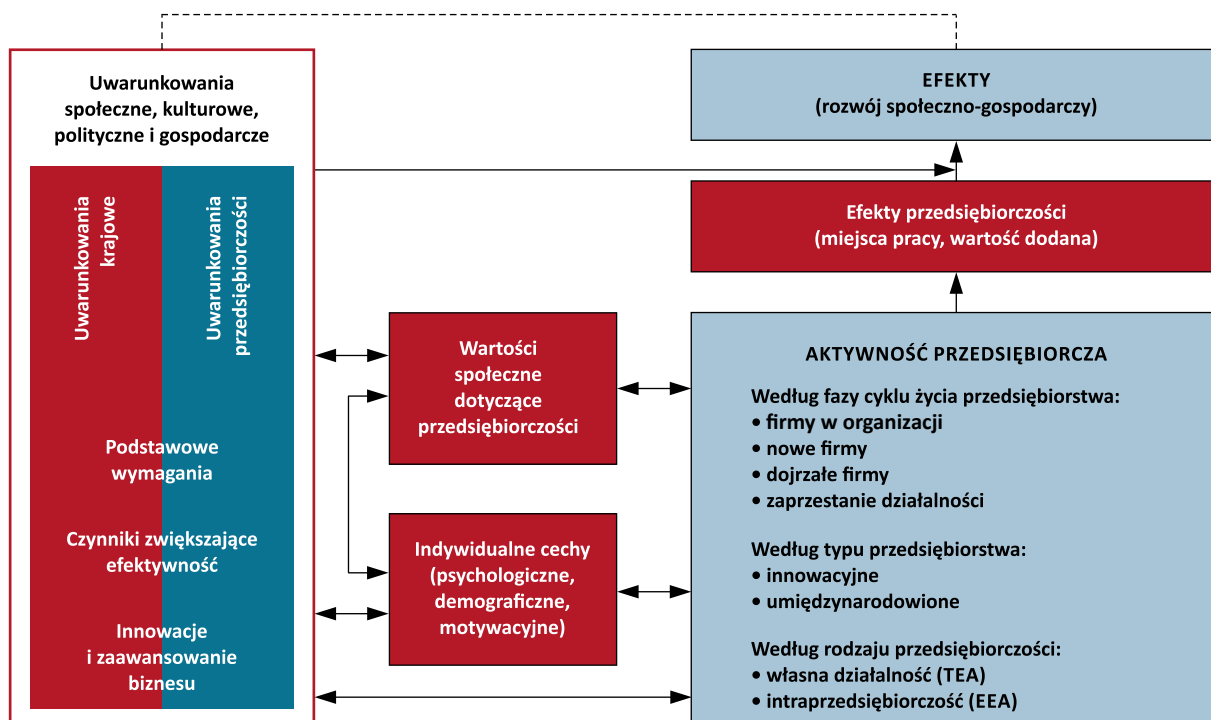
<sup>5</sup> Metodologia obliczania wskaźnika TEA jest dość złożona i opiera się na odpowiedziach na kilka pytań z kwestionariusza badania GEM, dotyczących zamiarów oraz działań podejmowanych w zakresie zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej.

## Model koncepcyjny GEM

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

Po pierwsze, stan gospodarki jest silnie uzależniony od osób angażujących się w działalność gospodarczą. Zależność ta zachodzi na wszystkich etapach rozwoju gospodarczego, może ona jednak przybierać różne nasilenie i mieć różny charakter. Przedsiębiorczość z przymusu, szczególnie w regionach słabiej rozwiniętych gospodarczo lub cierpiących na czasowy wzrost bezrobocia, może wspomagać gospodarkę w sytuacji, gdy opcje zatrudnienia są ograniczone. Bardziej rozwinięte gospodarki w wyniku swojego bogactwa, potencjału innowacyjnego i technologicznego oraz dojrzałości systemu instytucjonalnego tworzą więcej okazji biznesowych, oferują 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 każdej edycji Raportu GEM Polska, jak również Raportu Globalnego GEM, na potrzeby analizy danych stosuje się kategoryzację państw według dochodu. W tym celu w pierwszych latach bazowano na klasyfikacji gospodarek World Economic Forum, a kiedy ta została zastąpiona klasyfikacją Banku Światowego, zaadoptowano ją i w efekcie otrzymano 3 grupy krajów – o niskim, średnim i wysokim poziomie rozwoju. Jednak w miarę jak gospodarki rozwijały się, coraz większa liczba krajów, w tym Polska, awansowała do grupy najzamożniejszej. W rezultacie w ostatnich latach w strukturze państw biorących udział w badaniach GEM ok. dwie trzecie stanowiły kraje o wysokich dochodach, a kraje o średnich i niskich dochodach były mniej liczne. W związku z tym porównywanie wyników GEM według grup wyznaczonych przez Bank Światowy stawało się coraz mniej znaczące.

Z tego powodu zmieniono podejście w GEM – w oparciu o dane Banku Światowego<sup>6</sup> nt. poziomu PKB per capita (PPP, Int\$) określono własne przedziały dochodów, które pozwalają na bardziej równomierne rozłożenie krajów, a tym samym bardziej znaczące porównania. Przedziały dochodów są weryfikowane co roku w oparciu o rozkład PKB uczestniczących krajów.

Tabela 1.1 przedstawia 49 państw (w tym 21 z Europy), które wzięły udział w badaniach GEM w 2023 roku, zaklasyfikowane do trzech grup według obowiązujących przedziałów PKB per capita. Poziom A obejmuje 10 państw z Europy, dwa z Ameryki Północnej i trzy z Zatoki Perskiej, a także Republikę Korei. Poziom B to 11 państw z Europy, w tym Polska, pięć z Ameryki Środkowej i trzy z Azji. Poziom C jest bardziej zróżnicowany geograficznie – sześć z Ameryki Środkowej lub Południowej, pięć z Azji, dwie z Afryki oraz Ukraina. **Badania ilościowe przeprowadziło 46 krajów, przy czym w Ukrainie zostało ono przeprowadzone na próbie mniejszej niż wymagana, stąd nie zostały one włączone do analizy w niniejszym raporcie. Badania jakościowe przeprowadziło 49 państw.**

**Tabela 1.1.** Klasyfikacja państw uczestniczących w GEM w 2023 r. według poziomu PKB w przeliczeniu na mieszkańca danego kraju

Poziom A > 50 000 Int\$	Poziom B 25 000–50 000 Int\$	Poziom C < 25 000 Int\$
Arabia Saudyjska	Argentyna*	Brazylia
Francja	Chile	Chiny
Holandia	Chorwacja	Ekwador
Kanada	Cypr	Gwatemala
Katar	Estonia	Indie
Luksemburg	Grecja	Iran
Niemcy	Hiszpania	Jordania
Norwegia	Izrael	Kolumbia
Republika Korei	Japonia*	Maroko
Słowenia	Litwa	Meksyk
Stany Zjednoczone	Łotwa	Republika Południowej Afryki
Szwajcaria	Oman	Tajlandia
Szwecja	Panama	Ukraina**
Wielka Brytania	<b>Polska</b>	Wenezuela
Włochy	Portoryko	
Zjednoczone Emiraty Arabskie*	Rumunia	
	Słowacja	
	Urugwaj	
	Węgry	

\*Argentyna, Japonia i Zjednoczone Emiraty Arabskie zrealizowały tylko badanie jakościowe – ekspercką ocenę uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości (NES) w 2023 r.

\*\*Wybrane dane dla Ukrainy dostępne są w Raporcie GEM Global 2024/2023.

<sup>6</sup> [https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.PP.CD?most\\_recent\\_value\\_desc=true](https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.PP.CD?most_recent_value_desc=true)

## 1.2. Prowadzenie badań w GEM

Każdy cykl badań w projekcie GEM obejmuje ilościowe badanie populacji dorosłych (*Adult Population Survey – APS*) przeprowadzane na reprezentatywnej próbie osób w wieku produkcyjnym oraz badanie jakościowe, polegające na pozyskaniu 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 na próbie co najmniej 2000 osób dorosłych w wieku 18–64 l., najczęściej metodą CATI, czasem ze względu na uwarunkowania danego kraju – PAPI lub CAWI. W badaniu APS dokonuje się pomiaru m.in. społecznej percepcji przedsiębiorczości, intencji przedsiębiorczych, poziomu przedsiębiorczości, pozyskiwane są z niego również informacje na temat motywów założenia działalności gospodarczej, powodów jej zaprzestania, przedsiębiorczości kobiet, a od 2021 r. – zrównoważonego rozwoju i digitalizacji. Więcej informacji na ten temat jak i badania NES (poniżej) dostępne jest na stronie GEM<sup>7</sup>.

W Polsce badanie ilościowe od 2011 r. realizowane jest co roku na losowej, reprezentatywnej ogólnopolskiej próbie ludności w wieku 18–64 l. Do 2016 r. było to 2000 wywiadów rocznie. Od 2017 r. próba wynosi 8000, z uwagi na zamiar uchwycenia grupy startupów i zdobycia wiedzy na ich temat. Również w tym roku wspólne dla wszystkich państw narzędzie badawcze rozszerzono w Polsce o blok pytań poświęconych startupom<sup>8</sup>. W 2023 r. badanie było realizowane w okresie od 27 marca do 14 lipca.

### NES

NES (ang. *National Experts Survey*), czyli ekspercka ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości, to badanie jakościowe, w którym co najmniej 36 specjalistów z różnych

<sup>7</sup> <http://gem-consortium.ns-client.xyz/about/wiki>

<sup>8</sup> Wywiady każdego roku realizowane są techniką CATI. Cały proces pozyskiwania danych jest kilkakrotnie weryfikowany przez PARP oraz zespół metodologów GEM.

dziedzin powiązanych bezpośrednio lub pośrednio z przedsiębiorczością dokonuje oceny funkcjonowania 13 obszarów, składających się na otoczenie przedsiębiorstw w danym kraju. Należą do nich m.in.: finansowanie działalności gospodarczej, polityka rządu i programy publiczne, edukacja, transfer B+R, dostęp do usług prawnych i księgowych, otwartość rynku, normy społeczno-kulturowe, od 2021 r. – zrównoważony rozwój i digitalizacja oraz przedsiębiorczość kobiet (poza badaniem w 2022 r.). W każdym kraju wyboru grupy ekspertów dokonuje się na podstawie tych samych kryteriów, z których głównymi są specjalizacja (odpowiadająca ww. obszarom), rodzaj prowadzonej działalności (naukowiec, przedsiębiorca, pracownik administracji, polityk, dziennikarz itp.) oraz doświadczenie w prowadzeniu działalności przedsiębiorczej (przedsiębiorca – nie-przedsiębiorca).

W Polsce badanie jakościowe co roku realizowane jest na co najmniej 36 celowo dobranych ekspertach<sup>9</sup>. Scenariusz wywiadu stosowany w badaniu NES w Polsce, od 2017 r. zawiera dodatkowy blok pytań poświęconych uwarunkowaniom rozwoju startupów. W 2023 r. badanie zrealizowano w okresie od 12 maja do 15 lipca z udziałem 39 ekspertów.

---

<sup>9</sup> Badanie od 2011 r. realizowane jest techniką CAWI, koordynuje je zespół PARP, a baza wyników weryfikowana jest przez zespół metodologów GEM.



## 2. Przedsiębiorczość w Polsce w 2023 r.

Po trzech wyraźnie trudnych dla Polaków latach 2020-2022, bo naznaczonych pandemią i wojną w Ukrainie oraz ich następstwami (kryzysem energetycznym, wysoką inflacją i niepewnością), rok 2023 przyniósł nadzieję na powrót do stabilizacji. Poprawę nastrojów polskiego społeczeństwa widać w systematycznie prowadzonych przez CBOS badaniach<sup>10</sup>. W okresie od marca do lipca ub.r., a więc w czasie kiedy realizowane było badanie ludności, w porównaniu z analogicznym okresem roku 2022 poprawiła się ocena ogólnej sytuacji w kraju, jak i sytuacji gospodarczej<sup>11</sup>. Jeszcze mocniej zmieniły się in plus przewidywania co do poprawy w/w wskaźników w ciągu najbliższego roku<sup>12</sup>. Nieco inaczej wygląda ocena warunków materialnych (na poziomie gospodarstwa domowego) – postrzeganie obecnej sytuacji nie zmieniło się znacząco, za to poprawiły się oczekiwania dot. warunków życia<sup>13</sup>.

Wydarzenia lat 2020–2022 negatywnie wpłynęły na skłonność Polek i Polaków do zakładania firm. W 2022 r. zarówno wskaźnik odnoszący się do osób deklarujących chęć rozpoczęcia własnej działalności, jak i tych, którzy są na wczesnym etapie prowadzenia swoich firm spadły do poziomów nienotowanych w badaniu GEM od 12 lat<sup>14</sup>. Do tego były to także najniższe wartości wśród prawie 50 państw. Dlatego też, jako zespół zaangażowany w te badania, z wielką nadzieją przystąpiliśmy do kolejnej edycji badań w 2023 r., których wyniki opisujemy w niniejszym rozdziale.

Przejdźmy zatem do omówienia kluczowych wskaźników obrazujących nastawienie polskiego społeczeństwa do przedsiębiorczości i aktywność przedsiębiorczą Polaków

<sup>10</sup> Nastroje społeczne w lipcu 2023, CBOS, lipiec 2023 i poprzednie edycje.

<sup>11</sup> Tamże – wzrosty odsetka pozytywnych ocen, spadki odsetka negatywnych – o kilka p.p.

<sup>12</sup> Tamże – wzrost rządu 10 p.p. w przypadku odsetka osób oczekujących poprawy sytuacji ogólnej/gospodarczej w Polsce i spadek rządu 20 p.p. w przypadku oczekujących pogorszenia.

<sup>13</sup> Tamże – o ponad 10 p.p. z 31% spadek udział osób spodziewających się ich pogorszenia w ciągu roku oraz wzrósł tych, którzy są zdania, że nic się nie zmieni. Nie bez znaczenia dla tego wyniku była przybierająca od II poł. 2021 r. inflacja, która w lutym 2023 r. osiągnęła 18,4% r/r, w kolejnych miesiącach nieco osłabła – do 10,8% r/r w lipcu 2023 r.

<sup>14</sup> Więcej na ten temat w Raporcie GEM Polska 2022, PARP 2023.

na tle państw Europy<sup>15</sup> i świata<sup>16</sup> uczestniczących w badaniu w 2023 r. Dodatkowo, omówiono wyniki w obszarze świadomości społeczeństwa nt. zrównoważonego rozwoju, cyfryzacji przedsiębiorstw oraz przedsiębiorczości kobiet. Zaprezentowano też zmiany, jakim podlegały opisywane wskaźniki w czasie ostatnich 13 lat.

## 2.1. Postrzeganie przedsiębiorczości przez Polaków

Jak pokazują dane GEM za 2023 r. Polacy są pełni uznania dla przedsiębiorców, ale dołączenie do tego grona nie jest dla nich realnym wyborem na życie zawodowe. **Mniej niż połowa (43%) zgadza się ze stwierdzeniem, że prowadzenie własnej firmy jest dobrym sposobem na zrobienie kariery.** Jest to wynik na poziomie najniższego w 12-letniej historii systematycznych badań GEM, tj. z 2022 r. (42%). Wciąż daleko nam do optymizmu, który cechował Polaków przed pandemią (78% w 2019 r. czy 86% w 2018 r., patrz Wykres 2.1.).

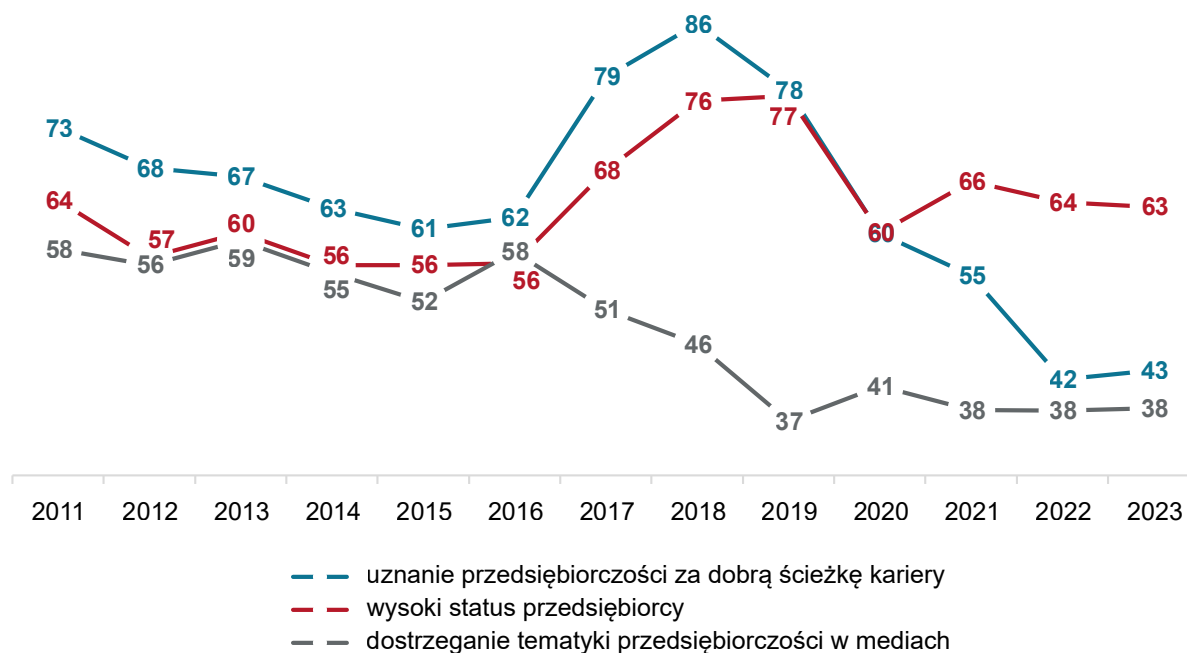
Podobna sytuacja dotyczy **wizerunku przedsiębiorcy**. W 2020 r. odsetek Polaków, którzy uważali, że należy się uznanie osobom, które założyły firmę i odniosły sukces, spadł z poziomów, które były znacząco wyższe przed pandemią (77% w 2019 r.) do 60%. I choć w kolejnym roku wzrósł o 6 p.p., w ostatnich dwóch edycjach jego wartość jest niższa – 63% w 2023 r.

Sytuacji raczej nie pomaga fakt, że media (zarówno publiczne, jak i Internet) zbyt mało miejsca poświęcają przedsiębiorczości. **Treści promujące sukcesy przedsiębiorców dostrzegało w ub.r., podobnie jak w dwóch wcześniejszych edycjach, jedynie 38% Polaków.** To niewiele, biorąc pod uwagę że w latach 2011–2016 wskaźnik ten oscylował wokół 58%.

<sup>15</sup> Państwa europejskie, które zrealizowały badanie ilościowe dorosłych w 2023 r., to: Chorwacja, Cypr, Estonia, Francja, Grecja, Hiszpania, Holandia, Litwa, Luksemburg, Łotwa, Niemcy, Norwegia, Polska, Rumunia, Słowacja, Słowenia, Szwajcaria, Szwecja, Węgry, Wielka Brytania, Włochy.

<sup>16</sup> Szczegółowy wykaz wszystkich państw, które wzięły udział w badaniach ilościowych i jakościowych GEM w 2023 r., w podziale według poziomu dochodu zamieszczono w Tabeli 1.1.

**Wykres 2.1.** Percepcja przedsiębiorczości w polskim społeczeństwie w latach 2011–2023  
(% osób w wieku 18–64 l.)



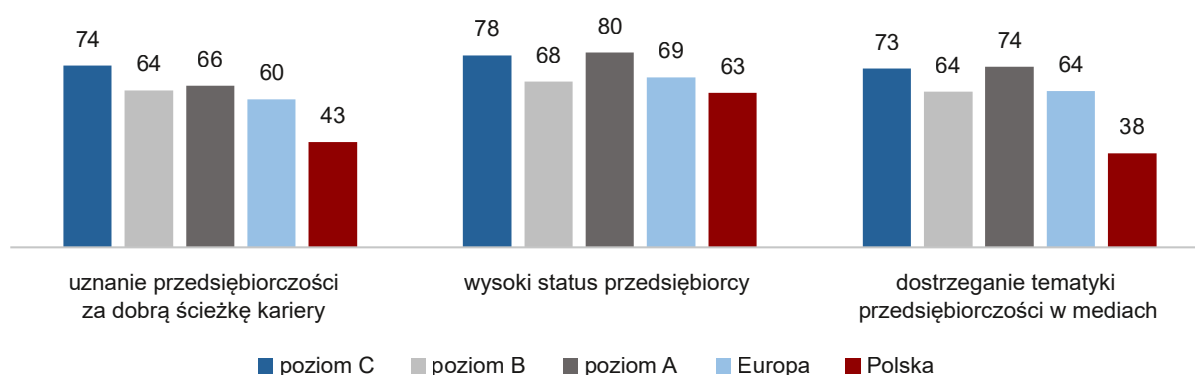
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Analiza danych dla wszystkich 41 państw, które uwzględniły ten blok pytań w badaniach zrealizowanych w 2023 r.<sup>17</sup>, pogrupowanych według poziomu dochodu, pokazuje, że mieszkańcy państw najuboższych (poziom C) średnio częściej niż z pozostałych grup (średniozamożnych – poziom B czy najbogatszych – poziom A) uważają, że prowadzenie biznesu jest dobrym pomysłem na życie. W państwach poziomu C przedsiębiorcy cieszą się też niemal powszechnym uznaniem, ale jeszcze częściej ich wysiłek docenia się w państwach najbogatszych (poziom A – średnio 80%). W obu tych grupach ponad 70% osób dostrzega w mediach i Internecie treści przedstawiające przedsiębiorców w korzystnym świetle. Średnie wyniki dla grupy poziomu B (do której należy Polska) czy Europy są niższe.

<sup>17</sup> Blok dotyczący społecznego postrzegania przedsiębiorczości jest opcjonalny, w 2023 r. zrealizowało go 41 z 45 państw, które przeprowadziły badania APS. Brak danych dla: Holandii, Brazylii, Luksemburga i Wenezueli.

Trzeba przy tym pamiętać, że wartości, jakie przyjmują wskaźniki odnoszące się do społecznego postrzegania przedsiębiorczości, różnią się znacząco między państwami<sup>18</sup>. Bezspornym liderem wszystkich trzech wskaźników jest Arabia Saudyjska (96% mieszkańców traktuje prowadzenie biznesu jako dobry sposób na życie, 95% ceni przedsiębiorców, 94% dostrzega w mediach proprzedsiębiorcze treści). Na końcu rankingu w zakresie pierwszego wskaźnika jest Szwajcaria (gdzie tylko 38% mieszkańców zgadza się ze stwierdzeniem, że prowadzenie firmy jest dobrym pomysłem na zarobkowanie) oraz Polska (43%), drugiego (uznania dla przedsiębiorców) – Francja (52%), trzeciego (dostrzegania proprzedsiębiorczych treści w mediach) – Polska (38%).

**Wykres 2.2.** Społeczna percepcja przedsiębiorczości w Polsce na tle średniej dla badanych państw Europy\* oraz grup gospodarek według poziomu dochodu w 2023 r. (% osób w wieku 18–64 l.)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM; \*mniejsza liczba państw – patrz przypis 15.

Tabela 2.1 przedstawia wskaźniki społecznego nastawienia do przedsiębiorczości w 19 państwach Europy. **Ogólnie można powiedzieć, że Europejczycy doceniają wysiłki osób, które postanowiły założyć własną firmę (średnio 69% osób podzieli opinię, że tym, którzy odnieśli sukces w biznesie, należy się uznanie), również relatywnie sporo osób (60%) uważa, że posiadanie własnej firmy może być dobrą ścieżką kariery. Podobnie jest, jeśli chodzi o dostrzeganie pozytywnych treści nt. przedsiębiorczości w mediach i Internecie (64%).** Jednocześnie występują dość duże różnice na poziomie państw w zakresie każdego

<sup>18</sup> Więcej na ten temat w raportach GEM Global oraz opracowywanych przez poszczególne Zespoły Krajowe raportach krajowych (National Reports), wszystkie dostępne na stronie GEM: <https://www.gemconsortium.org/report>

z tych wskaźników. W Słowenii, Norwegii i Wielkiej Brytanii 84–86% mieszkańców jest przekonanych o potrzebie doceniania wysiłków przedsiębiorców, relatywnie najrzadziej opinię tę podzielają Francuzi i Hiszpanie (52–53%). Jeśli chodzi o pozytywne nastawienie do idei bycia na swoim jako sposobu na życie, najwyższe wyniki notują Litwa (79%) i Rumunia (78%), najniższy zaś Szwajcaria (38%). Największe różnice między 19 społeczeństwami Europy widoczne są jednak w zakresie oceny roli mediów w kształtowaniu pozytywnego wizerunku przedsiębiorcy. Można powiedzieć, że według danych za 2023 r. najlepiej z tego zadania wywiązują się media w Słowenii (83% wskazań) oraz Szwecji i Wielkiej Brytanii, naj słabiej – w Polsce i Hiszpanii.

**Tabela 2.1.** Społeczna percepcja przedsiębiorczości w państwach Europy w 2023 r. (% osób w wieku 18–64 l.)

Państwo	Uznanie przedsiębiorczości za dobrą ścieżkę kariery	Wysoki status przedsiębiorcy	Dostrzeganie tematyki przedsiębiorczości w mediach
Cypr	76,6	71,7	69,1
Chorwacja	62,7	56,9	67,2
Estonia	55,7	71,3	61,5
Francja	65,4	51,8	74,6
Grecja	72,9	69,8	58,2
Hiszpania	44,3	53,0	46,3
Litwa	78,5	64,8	73,1
Łotwa	54,1	61,0	58,3
Niemcy	51,1	77,5	54,4
Norwegia	57,4	84,7	68,9
<b>Polska</b>	<b>43,0</b>	<b>63,2</b>	<b>38,3</b>
Rumunia	77,5	80,4	67,1
Słowacja	43,6	60,5	51,4
Słowenia	66,9	86,2	83,0
Szwajcaria	38,4	74,9	61,7
Szwecja	61,3	77,2	78,9
Węgry	64,0	65,6	65,7
Wielka Brytania	67,3	84,3	78,0
Włochy	67,3	64,3	58,3
<b>Europa (średnia; 19 krajów)</b>	<b>60,4</b>	<b>69,4</b>	<b>63,9</b>

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Podsumowując, trzeba powiedzieć, że 2023 rok nie przyniósł pogorszenia jeśli chodzi o stosunek polskiego społeczeństwa do przedsiębiorczości, ale też nie napawa optymizmem. Wciąż daleko nam do stanu sprzed pandemii, gdzie niemal wszyscy Polacy wyrażali przekonanie, że przedsiębiorczość jest dobrym wyborem na życie i cenili wysiłki przedsiębiorców. W nowej rzeczywistości wizerunek przedsiębiorcy jest wciąż korzystny, ale bycie na swoim zdecydowanie przestało być realnym wyborem.

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

W Polsce co roku rejestrowanych jest ponad 300 tys. firm<sup>19</sup>. To niemała grupa, a wiele z nich działa w bardzo bliskich ludziom branżach, jak budownictwo, handel czy naprawa samochodów. Była zatem nie jedna okazja, aby zetknąć się z kimś, kto niedawno rozpoczął działalność gospodarczą. Jak pokazują badania GEM, **mniej więcej co drugi respondent w Polsce zna przynajmniej jedną osobę, która założyła działalność gospodarczą w ciągu ostatnich dwóch lat**. A ściślej – **w 2023 r. odsetek takich osób wyniósł 46%**, rok wcześniej – 47%, a dla porównania, przed pandemią (2019 r.) – 50%. Jednak, jak się okazuje, w innych państwach kontakty z młodą przedsiębiorczością bywają częstsze. Według najnowszych danych, z 2023 r., Polska z ww. wynikiem 46% znajduje się dopiero na 34. miejscu w całym rankingu i na 15. wśród państw europejskich biorących udział w tej edycji badania. Niższe wartości wskaźnika niż Polska zanotowały w Europie: Luksemburg, Rumunia, Estonia, Łotwa, Niemcy i Grecja (od 46% do 33%).

**Wyniki dla poszczególnych państw – w zakresie znajomości osób, które w ciągu ostatnich dwóch lat założyły firmę – wahały się od 22% w Tajlandii do 88% w Arabii Saudyjskiej.**

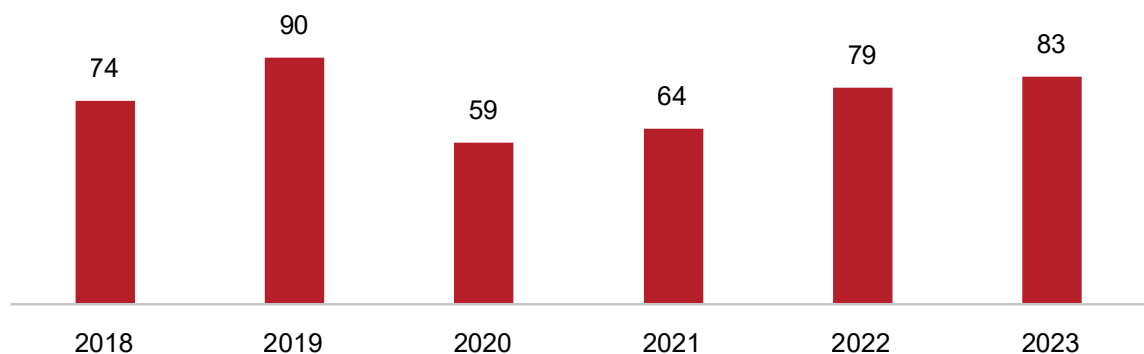
W całym rankingu państw biorących udział w badaniu GEM w 2023 r. najwyższe wartości tego wskaźnika, poza ww. Arabią Saudyjską, osiągnęły państwa południowoamerykańskie: Gwatemala (73%), Chile (73%) i Kolumbia (72%), natomiast najniższe – oprócz wspomnianej

<sup>19</sup> Zmiany strukturalne grup podmiotów gospodarki narodowej w rejestrze REGON, wydanie 2024 i wcześniejsze, GUS.

Tajlandii – Grecja (33%), Niemcy (37%) i Korea Południowa (38%). **Uśrednione dane dotyczące ww. wskaźnika osób znających młodych przedsiębiorców dla analizowanych grup państw – 56% (poziom C oraz B), 53% (poziom A), 52% (Europa) – nie różniły się znacząco między sobą.**

**Warunki do zakładania działalności gospodarczej w Polsce od lat oceniane są relatywnie wysoko.** W 2019 r. odsetek respondentów będących zdania, że założenie firmy nie jest trudne, wyniósł 90%, dając Polsce pierwsze miejsce w rankingu! W 2020 r., pierwszym roku pandemii, spadł co prawda do 59%, ale od 2021 r. systematycznie rośnie. Widać więc, że jest on mocno skorelowany z sytuacją gospodarczą i nastrojami społeczeństwa.

**Wykres 2.3.** Odsetek osób dorosłych (18–64 l.) oceniających, że założenie w Polsce firmy jest proste



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

**W 2023 r. ponad 83% polskich respondentów wyraziło opinię, że założenie firmy w naszym kraju jest proste.** Taki odsetek wskazań dał Polsce drugie miejsce w rankingu za Arabią Saudyjską (92%), a przed Indiami i Holandią, gdzie ok. 81% respondentów uznało podobnie. Wynik Polski jest bez porównania wyższy niż średnia dla Europy (52%) i prawie dwukrotnie wyższy niż uśredniony wynik państw poziomu B, do którego Polska została zaliczona. Natomiast wśród państw, w których zanotowano najniższe odsetki respondentów oceniających, że założenie firmy w ich kraju jest proste, znalazły się ponownie Iran (14% vs. 24% rok wcześniej) i Izrael (16% vs. 13% rok wcześniej) oraz Włochy (18%).

**Tabela 2.2.** Odsetek osób będących zdania, że łatwo jest założyć firmę w 2023 r.

Rok	Poziom C	Poziom B	Poziom A	Europa	Polska
2023	49	44	61	52	83

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

**W połowie 2023 r. perspektywy zakładania działalności w bliskim otoczeniu w ciągu kolejnych 6 miesięcy zostały przez Polaków równie dobrze ocenione jak rok czy dwa lata wcześniej (74% vs 72% w 2022 r. vs 73% w 2021 r.), choć wskaźnik nie wrócił do poziomu z 2019 r. (87%).**

W rankingu wszystkich państw biorących udział w badaniu Polska znalazła się na 4. miejscu i na pierwszym wśród państw europejskich. Wśród 45 badanych państw najwyższe wyniki zanotowano ponownie w Arabii Saudyjskiej (93 vs. 90% w 2022 r.) oraz w Indiach (83%) i Tajlandii (79%), najniższe – w Iranie (27%), na Węgrzech (28%) i w Hiszpanii (31%).

Patrząc na dane zagregowane, najczęściej dobrej myśli odnośnie do najbliższej przyszłości byli mieszkańcy państw z poziomu C (63% wskazań). W pozostałych grupach odsetek pozytywnych odpowiedzi wyniósł: 51% (poziom B), 56% (poziom A) i 50% (Europa).

**Bardzo wysoka ocena warunków do zakładania firmy, w przypadku Polaków nie przekłada się na chęć prowadzenia własnej działalności – w 2023 r. udział osób niezaangażowanych w prowadzenie działalności gospodarczej, które odpowiedziały twierdząco na pytanie, czy planują w ciągu najbliższych 3 lat założyć firmę wyniósł jedynie 2,6% (+0,1 p.p. r/r). Był to najniższy wynik wśród wszystkich państw objętych badaniem GEM w 2023 r.**

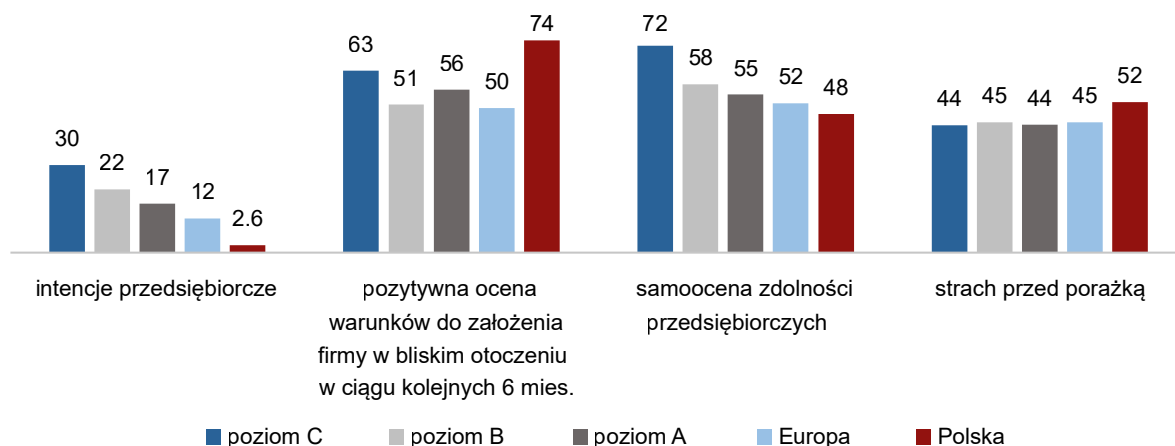
Ogólnie państwa europejskie wykazały się stosunkowo niskim poziomem intencji przedsiębiorczych – wśród 20 pierwszych w rankingu krajów, z Europy są tylko dwa: Chorwacja na 18. miejscu (22%) i Cypr na 19. miejscu (21%) – jednak fakt, że Polska kolejny raz zajęła ostatnie miejsce w rankingu, przed Chinami (6%), Rumunią (6%) i Republiką Południowej Afryki (7%) niepokoi i daje do myślenia.

Dane dla grup państw (17% dla poziomu A, 22% dla poziomu B i 30% w grupie C) sugerują, że chęć do zakładania firm maleje odwrotnie proporcjonalnie do dochodu. Z drugiej strony,



w pierwszej trójce państw z najwyższym odsetkiem osób planujących założenie działalności znalazły się Oman (66%) i Chile (53%), zakwalifikowane podobnie jak Polska do poziomu B. Nie wydaje się zatem, aby kondycja polskiej gospodarki mogła tłumaczyć tak wielką niechęć do zakładania działalności, stąd konieczność pogłębienia tematu.

**Wykres 2.4.** Postawy przedsiębiorcze w Polsce na tle średniej dla badanych państw Europy oraz grup gospodarek według poziomu dochodu w 2023 r. (% osób w wieku 18–64 l.)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Przeciętny Polak, choć sporadycznie planuje zakładanie firmy, czuje się w miarę dobrze przygotowany do prowadzenia własnego biznesu. W 2023 r. **48% (bz. r/r) osób było przekonanych, że dysponują wystarczającą wiedzą i umiejętnościami do prowadzenia firmy.** Z tym wynikiem Polska znalazła się jednak dopiero na 38. miejscu w rankingu. Niższe odsetki wskazań uzyskały tylko Szwecja (47%), Estonia, Holandia, Szwajcaria, Niemcy, Węgry i Izrael, który z wynikiem 37% zajął ostatnie miejsce.

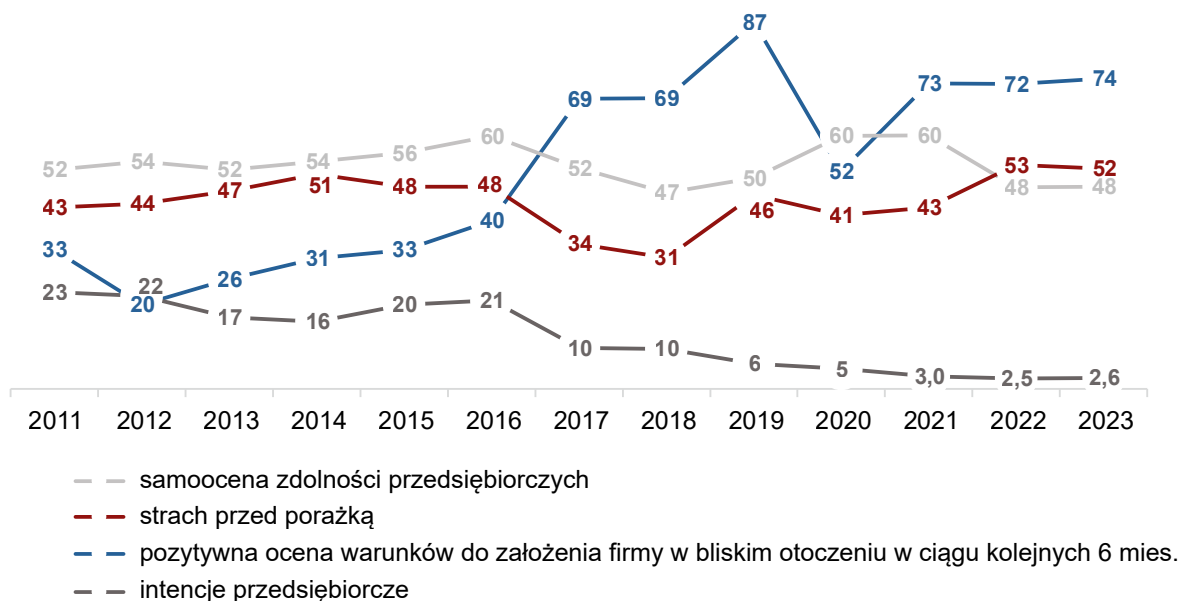
Generalnie respondenci z państw europejskich, w porównaniu z pozostałymi, wykazali się niższym poziomem samooceny zdolności przedsiębiorczych, co zważywszy na stosunkowo wysoki poziom europejskich gospodarek i edukacji, może świadczyć o rzetelności oceny, a niekoniecznie o faktycznie niskiej wiedzy respondentów. Tym bardziej, że na ostatnich 20 miejscach w rankingu spoza Europy są tylko trzy państwa: Izrael (poziom B), Stany Zjednoczone (poziom A) i Korea Południowa (poziom A) – wszystkie prezentujące bardzo wysoki poziom innowacyjności. Najlepszy europejski wynik należy do Chorwacji (74%, 9. pozycja). Ogólnie najwyższe odsetki dobrze oceniających swoją wiedzę i umiejętności

potrzebne do założenia działalności gospodarczej zanotowano w Arabii Saudyjskiej (91%), Wenezueli (84%) i w Indiach (82%).

Jeżeli porównamy grupy państw zróżnicowane pod względem dochodu, widać, że podobnie jak w poprzednich latach, im niższy dochód, tym wyższa samoocena zdolności przedsiębiorczych (odpowiednio 72% poziom C vs. 58% poziom B i 55% poziom A). Nasuwa się pytanie, czy respondenci z państw poziomu C rzeczywiście są lepiej przygotowani do prowadzenia działalności, czy raczej oceniają poziom swojej determinacji wzbogacenia się.

W 2023 r. – po gwałtownym wzroście (o 10 p.p.) rok wcześniej – odsetek osób w Polsce, które, choć widzą szanse biznesowe, obawiają się porażki, spadł tylko o 1 p.p. **W 2023 r. ponad 52% dorosłych Polaków przyznało, że ryzyko nieosiągnięcia sukcesu zniechęca ich do założenia firmy. Jest to odsetek znacznie wyższy niż średnie dla analizowanych grup, które wynoszą od 44 do 45% (Wykres 2.4) i 10. wynik w całym rankingu.** Państwami, których mieszkańcy bardziej niż Polacy obawiali się porażki, były: Chiny (65%), Indie (63%), Arabia Saudyjska (61%), Republika Południowej Afryki, Rumunia, Kanada, Cypr, Wielka Brytania i Grecja (53%). Najrzadziej strach przed porażką deklarowali respondenci z Iranu (24% wskazań), Korei Południowej (27%) i Wenezueli (30%).

Zestawienie wyników badania GEM za lata 2011–2023 w zakresie oceny otoczenia i własnych skłonności przedsiębiorczych pokazuje, że **Polacy znacznie wyżej niż 12 lat wcześniej oceniają warunki do założenia działalności w najbliższym otoczeniu (+31 p.p.). Uzyskane wartości pozostałych wskaźników są już mniej satysfakcjonujące. We wskazanym okresie o 4 p.p. spadł odsetek osób dobrze oceniających swoje zdolności przedsiębiorcze, a równolegle wzrastał w polskim społeczeństwie strach przed porażką (+9 p.p.). Co gorsza drastycznie – z 23% do niespełna 3% – spadł odsetek chętnych do założenia i prowadzenia działalności gospodarczej.**

**Wykres 2.5.** Postawy przedsiębiorcze w Polsce w latach 2011–2023 (% osób w wieku 18–64 l.)

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Utrzymywanie się intencji przedsiębiorczych Polaków na niskim poziomie po 2019 r. można racjonalnie uzasadnić tym, co działo się w otoczeniu. Na polskiej gospodarce bardzo mocno odbiły się przede wszystkim pandemia i wojna – poza wymiernymi szkodami, przyczyniły się one do wzrostu poczucia zagrożenia i niepewności o przyszłość w społeczeństwie – ale nie bez znaczenia były też inne czynniki, jak powszechnie krytykowany chaos legislacyjny czy brak środków z Krajowego Planu Odbudowy. Wprowadzona w styczniu 2022 r. reforma nosząca nazwę Polskiego Ładu została przez przedsiębiorców uznana za porażkę i z pewnością nie zachęcała do rozpoczęcia działalności. Miesiąc później, w lutym 2022 r., Polska stała się krajem przyfrontowym i jeszcze bardziej straciła na atrakcyjności jako miejsce do inwestowania i angażowania się w prowadzenie własnej działalności. Liczne, coraz bardziej rygorystyczne regulacje unijne w zakresie ochrony środowiska w kraju, którego gospodarka oparta jest na węglu, też mogły zniechęcać potencjalnych młodych przedsiębiorców. Niemniej Polska nie była jedynym krajem borykającym się z problemami, a co za tym idzie istnienie ww. wyzwań nie tłumaczy w pełni aż tak wielkiej niechęci Polaków do zakładania własnych firm.

Powyższe nie wyjaśnia także spadku przedsiębiorczych intencji polskich respondentów w latach 2017–2018. Jednym z możliwych powodów, który tłumaczyłby brak chęci zakładania

własnej działalności zarówno przed, jak i po 2019 r. jest niska stopa bezrobocia, która od stycznia 2016 r. osiąga wyłącznie jednocyfrowe wartości. Polska od dłuższego czasu notuje jedną z najniższych stóp bezrobocia w Europie, skutecznie konkurując na tym polu z Czechami i Maltą. Niestety żadne z tych państw nie wzięło udziału w ostatnich edycjach badania GEM, więc porównanie, które z pewnością byłoby ciekawe, nie jest możliwe.

Trudno ściśle określić, jaki wpływ na postawy proprzedsiębiorcze Polaków wywarła sytuacja na rynku pracy. Zdecydowanie jednak niskie bezrobocie i coroczny wzrost płacy minimalnej nie skłaniały do podejmowania ryzyka związanego z prowadzeniem działalności. Było to o tyle istotne, że motyw ekonomiczny (potrzeba zapewnienia sobie utrzymania, ponieważ za mało jest ofert na rynku pracy) jest najczęstszym przy podejmowaniu decyzji o rozpoczęciu własnej działalności<sup>20</sup>. Wśród innych przyczyn, które mogły zniechęcać do zakładania firmy – zarówno przed wybuchem pandemii, jak i po wybuchu – można wymienić częste, szybkie i wadliwe zmiany w prawodawstwie, co od lat jest wskazywane przez aktywnych przedsiębiorców jako podstawowa bariera w ich działalności.

## 2.3. Poziom przedsiębiorczości

GEM, zgodnie z Modelem procesu przedsiębiorczego (rozdział 1), pozwala określić poziom przedsiębiorczości poprzez identyfikację osób prowadzących swoje firmy w różnych fazach ich rozwoju, aż do wycofania się z tej aktywności. Podejście to oznacza, że proces przedsiębiorczy zaczyna się zanim firma zacznie formalnie funkcjonować, a tym samym osoby będące na etapie organizowania swojego przedsięwzięcia są traktowane jako zaangażowane w przedsiębiorczość<sup>21</sup>.

<sup>20</sup> Patrz rozdział 2.4. Motywy zakładania działalności gospodarczej.

<sup>21</sup> Definicje kluczowych wskaźników dot. aktywności przedsiębiorczej dostępne są na str. 18-19.

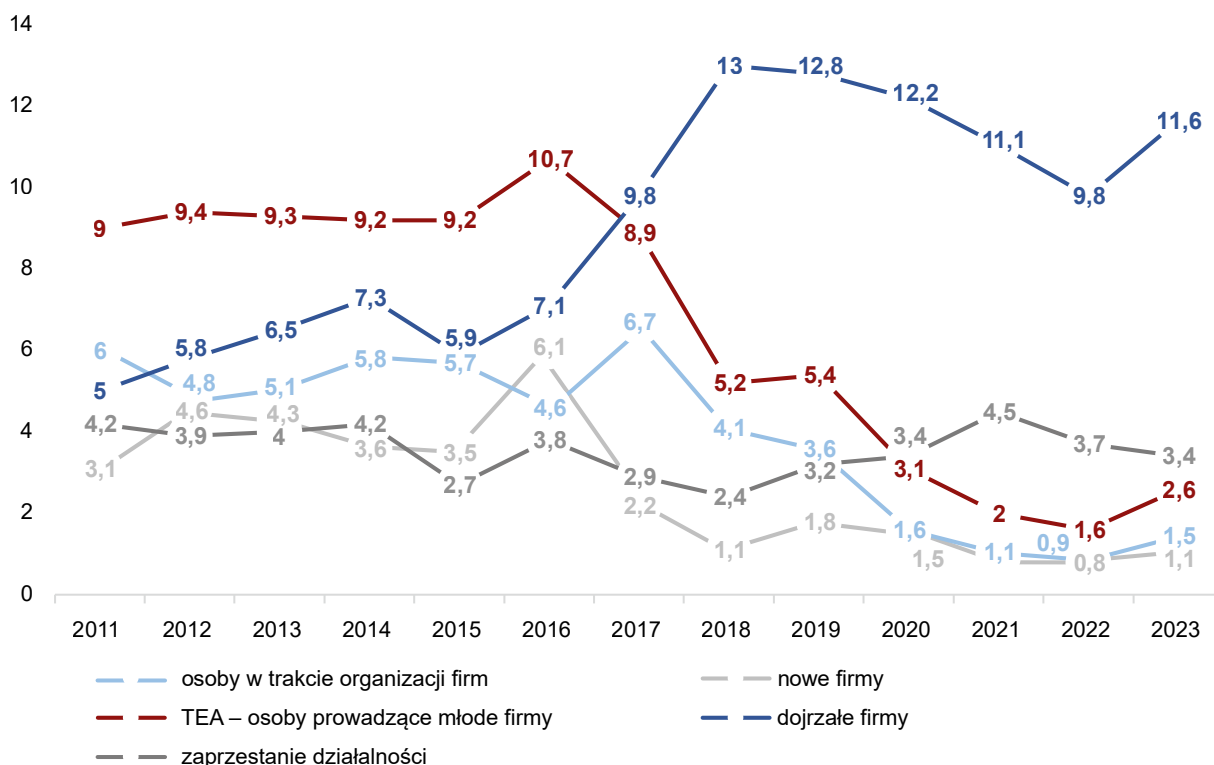
## Zaczynający i prowadzący działalność gospodarczą

**W 2023 r. wśród osób w wieku 18–64 l. 2,6% prowadziło młode firmy (do 3,5 roku na rynku), a 11,6% – dojrzałe (powyżej 3,5 roku).** Przy tym 1,5% dorosłych to osoby będące na etapie organizowania swojej firmy (do 3 miesięcy realizowania wypłat z tytułu prowadzonej działalności), a 1,1% – osoby prowadzące nowe firmy (realizujące wypłaty od 3 do 42 miesięcy). W odniesieniu do bezwzględnej liczby osób dorosłych daje to ok. 570,9 tys. osób prowadzących firmy młode i 2,5 mln osób prowadzących firmy dojrzałe<sup>22</sup>. Przy tym warto pamiętać, że wśród 571 tys. osób prowadzących młode firmy, 242 tys. stanowią osoby będące na bardzo początkowym etapie działalności (do 3 miesięcy wypłat) oraz to, że jedna osoba może prowadzić więcej niż jedną firmę o różnym stażu na rynku.

Przewaga dojrzałych firm nad młodymi jest cechą obserwowaną w Polsce od 2017 r., we wcześniejszych latach było odwrotnie (Wykres 2.6). Według ostatnich danych na 1 osobę prowadzącą młodą firmę przypadają 4 osoby prowadzące firmy dojrzałe, w najstarszym – w historii systematycznych badań GEM w Polsce – roku 2022 stosunek wynosił nawet 1/6, podczas gdy w początkowym 2011 r. to na 1 osobę prowadzącą firmę dojrzałą przypadały prawie 2 osoby prowadzące młode firmy. **Przez ostatnie 13 lat udział osób prowadzących młode firmy zmniejszył się ponad trzykrotnie – z 9% do 2,6%, natomiast wskaźnik osób prowadzących dojrzałe firmy wzrósł ponad dwukrotnie – z 5% do 11,6%.**

Jednocześnie trzeba podkreślić, że 2023 rok przyniósł poprawę w zakresie aktywności przedsiębiorczej Polaków. Odwrócił się silny trend spadkowy, który cechował wskaźnik zarówno młodych firm, jak i dojrzałych w latach 2020–2022. Ostatnie wartości są na poziomie wartości z 2021 r., niemniej na chwilę obecną trudno powiedzieć na ile będzie to stały trend.

<sup>22</sup> Liczba osób dorosłych 18–59/64, stan w dniu 31 grudnia 2023 – 21 958 tys., źródło: *Ludność. Stan i struktura oraz ruch naturalny w przekroju terytorialnym w 2023 r. Stan w dniu 31 grudnia.*, GUS 2024.

**Wykres 2.6.** Poziom przedsiębiorczości w Polsce w latach 2011–2023 (% osób w wieku 18–64 l.)

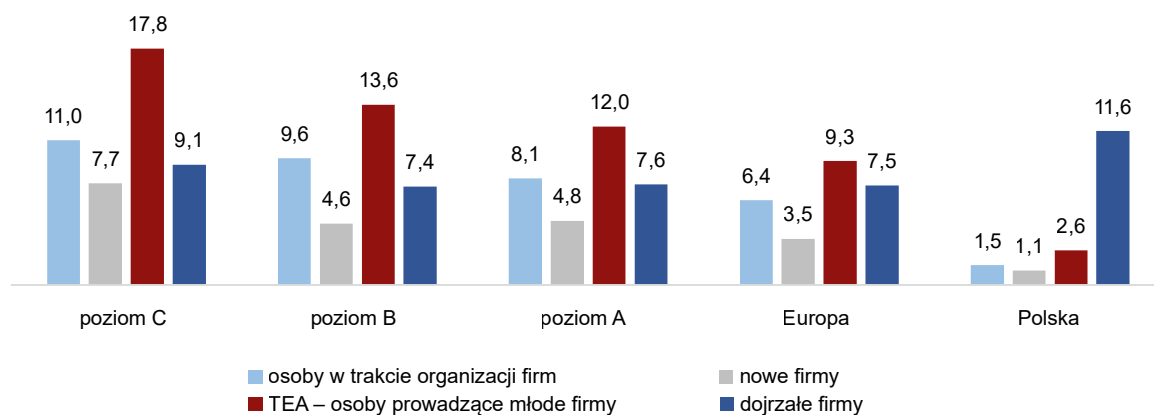
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

W Europie i pozostałych grupach państw przeciętnie więcej jest młodych firm niż dojrzałych, przy czym największa różnica (prawie 3-krotna) na korzyść młodych firm występuje w grupie państw mniej zamożnych (poziom C) oraz średniozamożnych (poziom B) (Wykres 2.7).

Co więcej, **pod względem wskaźnika osób prowadzących młode firmy** (dla przypomnienia – będące na rynku i wypłacające wynagrodzenie/zysk z tytułu prowadzenia działalności przez okres nie dłuższy niż 3,5 roku) **znaleźliśmy się w 2023 r. na końcu zestawienia 45 państw świata objętych badaniem GEM.** Zaraz przed nami są: Rumunia (5,9%) oraz Maroko (6,3%). Z kolei najwyższe wskaźniki młodych firm mają Ekwador (33%) i Gwatemala (32%).

Wskaźniki dotyczące udziału osób prowadzących dojrzałe firmy (powyżej 3,5 roku na rynku) mieszczą się w znacznie węższym przedziale wartości niż dotyczące młodych firm. Państwami, w których notuje się najwięcej osób prowadzących dojrzałe firmy, są według danych z 2023 r.: Ekwador (24%) i Korea Pd. (20%). Na drugim końcu zestawienia są Oman, Meksyk i Kolumbia (po 3%).

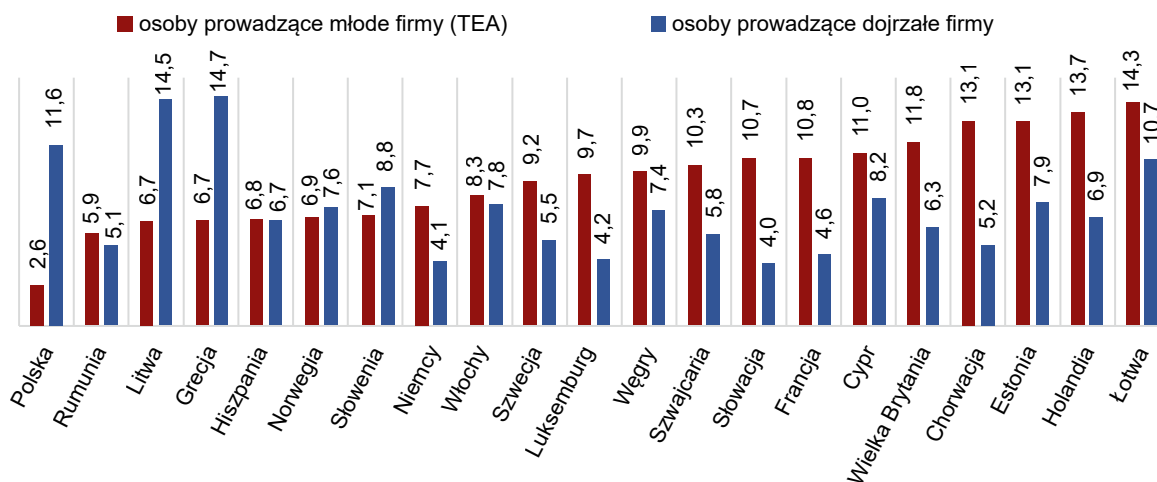
**Wykres 2.7.** Poziom aktywności przedsiębiorczej w Polsce na tle średniej dla badanych państw Europy i grup gospodarek według poziomu dochodu w 2023 r. (% osób w wieku 18–64 l.)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Wśród 21 państw Europy, dla których dostępne są dane za 2023 r., poza Polską jedynie w Grecji i na Litwie notuje się znaczącą przewagę osób prowadzących dojrzałe firmy nad tymi, które prowadzą młode przedsiębiorstwa. W pięciu, tj.: Norwegii, Hiszpanii, Rumunii, Słowenii i we Włoszech sytuacja jest dużo bardziej zbilansowana. W 13 pozostałych relacja jest odwrotna – dominują osoby prowadzące młode firmy (Wykres 2.8).

**Wykres 2.8.** Poziom aktywności przedsiębiorczej w Europie w 2023 r. – osoby prowadzące młode i dojrzałe firmy (% osób w wieku 18–64 l.)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

## Ile osób zaprzestaje prowadzenia działalności i dlaczego?

**W 2023 r. 3,4% osób dorosłych w wieku 18–64 l. zaprzestało prowadzenia działalności gospodarczej (w ostatnich 12 miesiącach przed badaniem).** W porównaniu z poprzednim pomiarem z 2022 r. (3,7%) zmiana jest niewielka. Trzeba powiedzieć, że jest to najbardziej stabilny wskaźnik z analizowanych w kolejnych edycjach niniejszego Raportu przez ostatnie 13 lat. W 2011 r. wynosił on w Polsce 4,2%, przez kolejne lata spadał do 2,4% w 2018 r., po czym zaczął rosnąć, szczególnie w okresie pandemii (do 4,5%).

**GEM stara się monitorować przyczyny wycofania się z prowadzenia działalności gospodarczej.** Z uwagi na międzynarodowy charakter badania kafeteria możliwych powodów jest weryfikowana i aktualizowana najpóźniej na pół roku przed uruchomieniem każdego cyklu badań. Dlatego też w 2023 r. pandemia COVID-19 była wciąż jedną z możliwych opcji. Jak się okazuje, **w Polsce to właśnie pandemia była najczęściej wskazywanym powodem wycofania się z prowadzenia działalności gospodarczej w ciągu 12 miesięcy poprzedzających realizację badania (36% wskazań).** Drugą najczęściej wskazywaną przyczyną był brak rentowności biznesu (aż 18%! wskazań). Również częstym powodem wycofania się było przejście na emeryturę (12%) oraz polityka rządu/podatki/biurokracja (11%).

W porównaniu z poprzednimi edycjami badania GEM widać spadek oddziaływania czynnika, jakim jest pandemia. **Natomiast, co niepokojące, w 2023 r. 5 razy częściej niż w poprzednim roku wskazano na nieopłacalność biznesu jako przyczynę wycofania się z niego. Również był to drugi pomiar z rządu z dwukrotnym wzrostem wskazań na czynnik polityczno-regulacyjno-podatkowy.**



**Tabela 2.3.** Przyczyny wycofania się z działalności gospodarczej w Polsce w latach 2019–2023 (% osób, które zaprzestały prowadzenia działalności w okresie 12 miesięcy poprzedzających realizację badania)

Rok	Okazja do sprzedaży firmy	Firma była nierentowna	Problemy z uzyskaniem finansowania	Inna praca lub inna okazja biznesowa	Odejście planowane było wcześniej	Przejęcie na emeryturę	Powody rodzinne i osobiste	Zdarzenie losowe inne niż pandemia COVID-19	Polityka rządu/podatki/biurokracja	Pandemia COVID-19	Problemy z zaopatrzeniem
2019	5,6	21,1	9,6	10,0	3,2	6,8	13,6	17,1	13,2	b/d	b/d
2020	0,8	9,9	4,5	8,8	2,3	6,3	4,6	4,9	5,7	52,4	b/d
2021	1,7	4,7	2,0	6,4	3,4	14,9	11,2	2,0	2,8	51,1	b/d
2022	0,4	3,3	2,0	7,8	3,2	11,4	7,9	0,9	5,0	58,1	b/d
2023	1,8	17,9	5,9	7,3	b/d	11,7	8,1	b/d	10,6	36,3	0,4

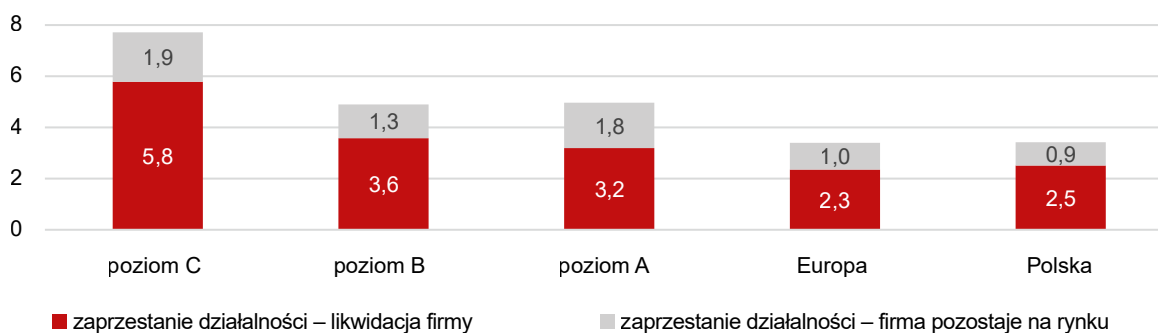
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Warto też zauważyć, że Polacy znacznie częściej niż mieszkańcy Europy wskazywali w 2022 r. pandemię jako powód zaprzestania prowadzenia działalności (średnia dla Europy to 7%, dla Polski 36%) oraz przejście na emeryturę (średnia 7%, o 5 p.p. mniej). Pomimo wzrostu r/r, rzadziej natomiast wskazywali brak rentowności (średnia dla Europy 22%, o 4 p.p. więcej niż w Polsce) oraz skorzystanie z innej pracy/okazji biznesowej (16% vs. 7% dla Polski) czy powody rodzinne osobiste (14% vs. 8% dla Polski).

Wskaźnik osób zaprzestających prowadzenia działalności gospodarczej w czasie 12 miesięcy poprzedzających badanie GEM w 2022 r. był w Polsce na podobnym poziomie jak średnio

w Europie (3,3% vs. 3,4% dla Polski), ale niższym niż w grupie państw najbogatszych – poziom A (5,0%), średniozamożnych – poziom B (4,9%) i najmniej zamożnych – poziom C (7,7%).

**Wykres 2.9.** Zaprzestanie działalności gospodarczej – osoby, które w badaniu w 2023 r. zadeklarowały, że w ciągu ostatnich 12 miesięcy wycofały się z prowadzenie biznesu (% osób w wieku 18–64 l.)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Niezależnie od poziomu zamożności gospodarki wraz z zaprzestaniem działalności gospodarczej większość firm jest likwidowana, tylko część pozostaje na rynku. **W Polsce w 2023 r. na 100 osób, które zlikwidowały firmę, wycofując się z biznesu, przypadło 36, które pozostawiły firmy na rynku**, co jest wynikiem podobnym do tego z 2022 r. (37/100), ale niższym niż w 2021 r. (61/100)<sup>23</sup>. Na poziomie grup państw relacja kształtuje się następująco: 43/100 Europa, 56/100 poziom A, 36/100 poziom B, 32/100 poziom C.

Z powyższej analizy płyną dwa wnioski: widać oznaki ożywienia w aktywności przedsiębiorczej, zarówno jeśli chodzi o osoby rozpoczynające prowadzenie swoich biznesów, jak też podmioty ustabilizowane. Skala wycofywania się z prowadzenia działalności jest stabilna, bardziej niepokoją przybierające na sile powody podejmowania decyzji o zaprzestaniu prowadzenia działalności – mowa tu o braku rentowności oraz wpływie polityki/regulacji/podatków.

<sup>23</sup> Dla porównania: w 2020 r. była to proporcja 21/100, a w 2019 r. 29/100.

## 2.4. Motywy zakładania działalności gospodarczej

Założenie własnej firmy to odważny krok, który wiele zmienia w życiu osoby podejmującej to wyzwanie. Czasem o jakimś przedsięwzięciu mówi się, że jest skazane na sukces, ale zawsze istnieje większe lub mniejsze ryzyko jego niepowodzenia. Mimo to każdego roku wielu ludzi na całym świecie decyduje się na prowadzenie własnej firmy – nie zawsze dysponując na starcie odpowiednimi zasobami i niekoniecznie w sprzyjających warunkach – widząc w tym możliwość zaspokojenia swoich potrzeb materialnych i niematerialnych. Motorem tych działań jest przede wszystkim motywacja, pozytywna bądź negatywna.

W kontekście zakładania działalności gospodarczych można mówić o przedsiębiorczości pozytywnie zmotywowanej, wynikającej z chęci (samo)rozwoju lub wykorzystania nadarżającej się okazji, i wymuszonej, gdy jest wynikiem braku innej alternatywy. Taki podział wydaje się intuicyjny i klarowny. Takie też podejście do motywacji stosowano w badaniu GEM do 2018 r.

Z czasem jednak dostrzeżono, że dychotomiczne podejście do motywacji dostarczało dość okrojonej wiedzy o pobudkach zakładania firm. Mając na uwadze zarówno pojawiające się publikacje, wskazujące na potrzebę większego zróżnicowania (typologii) motywacji<sup>24</sup>, jak też wyniki badań pilotażowych w wybranych państwach, w 2019 r. zmodyfikowano stanowisko w tej kwestii. Obecnie w pytaniu o to, co motywowało badanych do założenia firmy, respondenci mogą wybierać spośród czterech czynników, określonych jako:

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

---

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

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 ich nie różnicuje.

Wyniki badania GEM z 2023 r. wskazują, że hierarchia ważności badanych motywatorów pozostała taka sama jak w latach poprzednich. **We wszystkich grupach państw<sup>25</sup>, niezależnie od poziomu dochodu, głównym powodem podejmowania decyzji o rozpoczęciu działalności gospodarczej jest dążenie do zapewnienia sobie utrzymania z uwagi na niewystarczającą dostępność miejsc pracy najmniej** (Wykres 2.10). Znaczenie tego czynnika maleje wraz ze wzrostem zamożności społeczeństwa (81% w krajach poziomu C vs. 50% w krajach A i 57% dla Europy). Przy czym, o dziwo, wśród państw z największym odsetkiem respondentów mających na względzie zapewnienie sobie utrzymania znalazła się kolejny raz Arabia Saudyjska, państwo zakwalifikowane w badaniu do poziomu A, czyli o najwyższych dochodach (91%). Wynik powyżej 90% uzyskały także: Jordania (95%), Wenezuela (91%) i Ekwador (91%) – wszystkie z grupy państw C.

Wśród państw europejskich najwyższy odsetek deklarujących, że głównym powodem podjęcia decyzji o założeniu działalności była konieczność, spowodowana brakiem odpowiednich ofert pracy na rynku, zanotowano na Węgrzech (90%), w Rumunii (88%) i na Litwie (84%). Najniższy poziom wymuszonej przedsiębiorczości zaobserwowano w Norwegii (25%), Korei Południowej (29%), Szwecji (29%) i Holandii (38%).

**Drugim najczęściej wskazywanym powodem zakładania i prowadzenia firmy jest chęć wzbogacenia się i osiągnięcia wysokich dochodów.** I w tym przypadku, w porównaniu do państw grup A i B, w państwach grupy C ma on największe znaczenie (64% wskazań), lecz różnice między poszczególnymi grupami nie są już tak wyraźne i jednoznaczne. Najniższy odsetek wskazań zanotowano dla Europy (52%). Natomiast w państwach grupy A był on wyższy niż w państwach grupy B (59 vs. 56%). Najwięcej młodych firm zakładanych z powodu chęci wzbogacenia się/uzyskania wyższych dochodów zanotowano w Iranie (95%), Arabii Saudyjskiej (91%), na Cyprze (85%) i w Gwatemali (85%). Wynik bliski 80% uzyskały także Korea Południowa (83%) i Węgry (80%). Wśród państw europejskich, poza ww. Cyprzem i Węgrami, w czołówce znalazła się Rumunia (78%). Natomiast motyw bogacenia się pojawiał się najrzadziej w odpowiedziach respondentów z Norwegii (34%), Hiszpanii (37%) i Słowacji (38%).

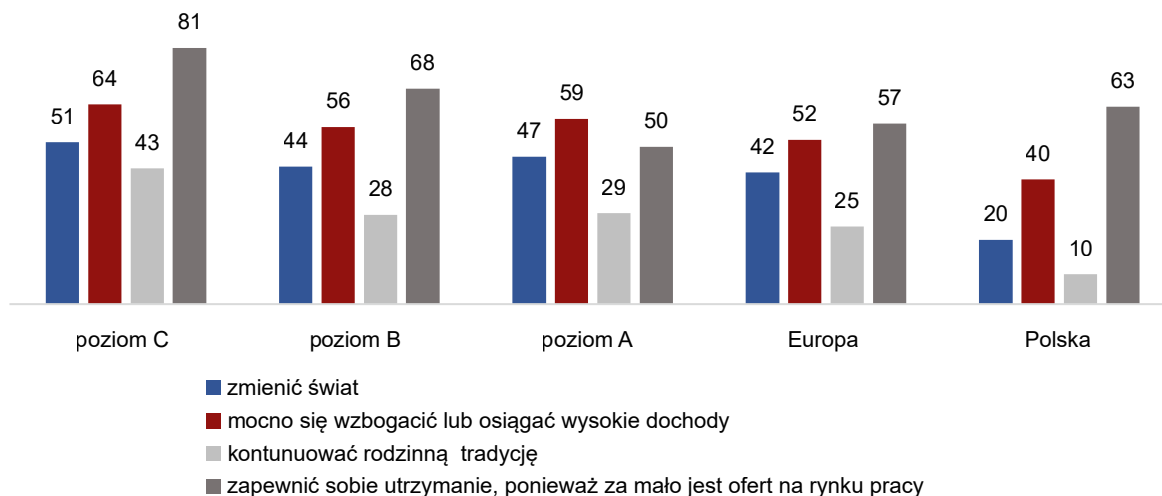
<sup>25</sup> W analizie zestawiono tylko te państwa europejskie, które brały udział we wszystkich edycjach badań prowadzonych zgodnie z nową metodologią.

Wśród 10 krajów, w których najmniej młodych firm powstało z chęci wzbogacenia jest osiem państw europejskich oraz Chiny i Ekwador. Na drugim końcu rankingu – w pierwszej dziesiątce silnie zmotywowanych do wzbogacenia się są tylko trzy ww. kraje europejskie, a w pierwszej piętnastce – cztery (czwartym jest Wielka Brytania z wynikiem 67%).

**Trzecim pod względem częstości wskazań motywem jest chęć zmiany świata** – tak zadeklarowało w 2023 r. średnio 51% osób prowadzących młode firmy w państwach zaliczonych do poziomu C, 44% – w państwach poziomu B oraz 47% – w państwach poziomu A. Jak widać, różnice między poszczególnymi grupami państw są stosunkowo nieduże, z czego można wnioskować, że chęć zmian jest wspólną cechą młodych przedsiębiorców, niezależnie od sytuacji gospodarczej w ich kraju. Najstabilniej w tym zestawieniu wypadają kraje europejskie (średnia wynosi 42%).

Na 45 państw biorących udział w badaniu, najczęściej chęć do zmiany świata zgłaszali młodzi przedsiębiorcy z Indii (84%). W ścisłej czołówce znalazła się kolejny raz Gwatemala (81%) oraz – z wynikiem powyżej 70% – Brazylia (77%) i Arabia Saudyjska (71%). Z państw europejskich jako pierwsza, na 8. miejscu, pojawia się Rumunia (67% vs. rok wcześniej 82% i pierwsze miejsce w rankingu), po niej – dopiero na 13. miejscu – Wielka Brytania (59%) i na 15. – Słowenia (56%). W ostatniej piątce uplasowały się ponownie: Korea Południowa (4 vs. 8% rok wcześniej), Chiny (18 vs. 15% w 2022 r.), Maroko (18 vs. 14% rok wcześniej), Francja (19%) i Polska (niespełna 20,5% vs. 17%). Wśród dziesięciu najmniej zainteresowanych zmianą świata znalazło się pięć państw europejskich, w pierwszej dziesiątce najbardziej zmotywowanych – tylko jedno.

**Wykres 2.10.** Motywacje do zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce, badanych państwach Europy i grupach państw według poziomu dochodu w 2023 r. (% osób prowadzących młode firmy – TEA)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

### **Tradycja rodzinna wydaje się mieć najmniejszy wpływ na decyzję o zakładaniu**

**i prowadzeniu działalności.** I to od lat. Jej rola jest zdecydowanie największa w państwach poziomu C (43%). Dla poziomu B, A i dla Europy wyniki są zbliżone i wynoszą odpowiednio: 28%, 29% i 25%. W rankingu poszczególnych państw największym przywiązaniem do tradycji wykazali się kolejny raz przedsiębiorcy z Indii (75% vs. 69% rok wcześniej) i Arabii Saudyjskiej (72% vs. 62%) oraz Tajlandii (67%), a wśród państw europejskich biorących udział w badaniu – ponownie Rumunia (36 vs. 41%), Grecja (35 vs. 40%) i Luksemburg (33% vs. 38%). Kwestia tradycji rodzinnych okazała się ponownie mało istotna dla respondentów z Korei Południowej (5%, bz. r/r), Szwajcarii (9% vs. 11%) i Polski (10% vs. 14%) oraz Estonii (17%) i Francji (18%). W pierwszej dziesiątce państw najbardziej przywiązanych do tradycji nie ma ani jednego europejskiego, w pierwszej piętnastce – jest tylko Rumunia. Wśród pierwszej dziesiątki państw najmniej przywiązanych do tradycji jest 8 państw europejskich, a w pierwszej piętnastce – 11.

**Tabela 2.4.** Motywacje do zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej w Europie w 2023 r. (% osób prowadzących młode firmy – TEA)\*

Państwo	Chęć zmiany świata	Chęć mocnego wzbogacenia się lub osiągnięcia wysokich dochodów	Chęć kontynuowania rodzinnej tradycji	Chęć zapewnienia sobie utrzymania, ponieważ za mało jest ofert na rynku pracy
Chorwacja	35,5	54,3	24,7	59,1
Cypr	39,7	85,4	27,1	65,5
Estonia	33,4	39,9	17,4	54,6
Francja	19,9	43,7	17,5	43,2
Grecja	26,1	55,6	34,6	72,3
Hiszpania	37,6	37,2	21,7	57,1
Holandia	47,7	45,4	25,9	38,2
Litwa	42,4	52,0	22,4	83,7
Luksemburg	50,6	46,6	32,7	47,2
Łotwa	43,5	43,5	29,6	64,0
Niemcy	50,4	56,3	31,4	46,7
Norwegia	37,4	34,3	19,4	25,3
<b>Polska</b>	<b>20,5</b>	<b>39,6</b>	<b>9,7</b>	<b>62,8</b>
Rumunia	66,6	77,8	35,7	87,5
Słowacja	37,1	37,6	24,3	70,4
Słowenia	56,1	53,6	29,0	49,1
Szwajcaria	53,6	39,2	8,8	40,6
Szwecja	43,1	53,7	26,4	29,1
Węgry	45,8	80,1	30,3	89,8
Wielka Brytania	58,8	66,6	20,5	61,4
Włochy	35,3	56,1	31,5	58,2

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

**Hierarchia czynników motywujących do zakładania działalności w Polsce jest taka sama jak dla całego rankingu. W 2023 r. zdecydowanie najważniejszym powodem zakładania działalności była dla badanych Polaków chęć zapewnienia sobie utrzymania, ponieważ za mało jest ofert na rynku pracy (63% wskazań osób prowadzących młode firmy).**

Jednocześnie jest to motywator, który podlegał silnym fluktuacjom – od poprzedniego badania bardzo stracił na znaczeniu (spadek 10 p.p. r/r) po 20-proc. wzroście dwie edycje wcześniej. Odsetek wskazań motywu zapewnienia sobie utrzymania plasuje młodych polskich przedsiębiorców na 28. miejscu wśród 45 uczestników rankingu i na 8. wśród 21 państw europejskich biorących udział w badaniu.

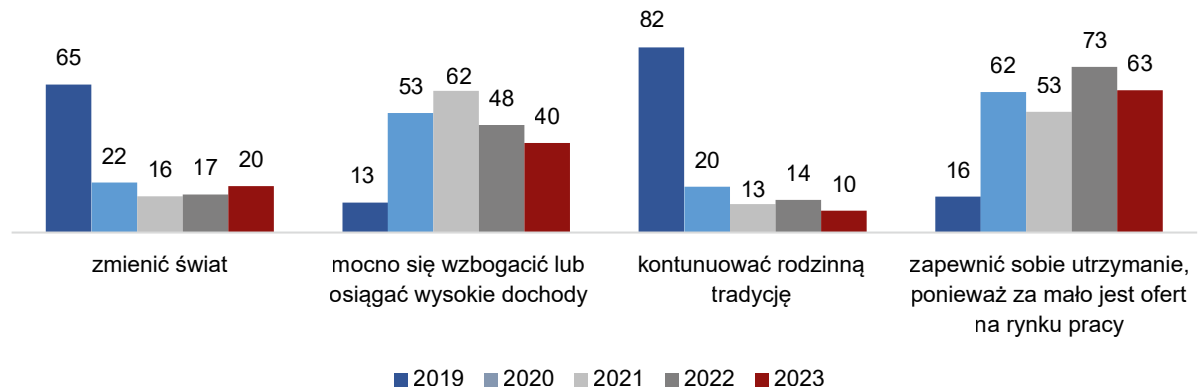
Na drugi w kolejności motyw, **chęć wzbogacenia się i osiągnięcia wysokich dochodów, wskazało tylko 40% badanych Polaków, znacznie mniej niż rok wcześniej (48% wskazań w 2022 r.)**. Jest to również wynik niższy niż dla któregośkolwiek z analizowanych poziomów, ale najbliższy uzyskanemu przez państwa europejskie (52%). Poziom determinacji w osiągnięciu wysokich dochodów jest wśród młodych rodzimych przedsiębiorców stosunkowo niski (41. miejsce w rankingu). Można to oczywiście różnie interpretować, np. jako przejaw zwrócenia większej uwagi na inne kwestie, chociażby klimatyczne („być” ważniejsze niż „mieć”), ale także – i to wydaje się bardziej prawdopodobne – braku wiary w siebie i w spektakularny sukces prowadzonej przez siebie firmy, niechęci do opuszczania strefy komfortu i podjęcia działania, skupieniu się na oszczędzaniu, ku któremu skłaniają się ludzie w trudnych czasach.

Czwarty rok z rzędu **Polska znacząco odbiega od innych analizowanych państw pod względem motywu zakładania i prowadzenia działalności, jakim jest chęć zmiany świata – odsetek pozytywnych wskazań wzrósł co prawda o ponad 3 p.p. r/r (z 17% do 20,5%), ale jest drugi od końca wśród badanych państw europejskich i piąty od końca w całym rankingu**. Mniejszy zapał do zmian wykazali tylko badani z Korei Południowej, Chin, Maroka i Francji. W 2023 r. dystans dzielący nasz kraj od lidera (Indii) wyniósł 63 p.p.! Trudno ten wynik zinterpretować. Być może Polakom potrzebny jest impuls, aby uwierzyli w możliwość zmiany. Być może tym impulsem stanie się zmiana u sterów państwa, która nastąpiła pod koniec 2023 r.

**Chęć kontynuowania rodzinnej tradycji wykazał tylko co dziesiąty badany właściciel młodej firmy w Polsce (10% vs. 14%), co dało Polsce 3. miejsce od końca w całym rankingu, przed Koreą Południową (5% vs. 5%) i Szwajcarią (8,8% vs. 11%), które zajęły ostatnie miejsca.** Od najwyższego wyniku w rankingu należącego do Indii dzieliło Polskę 65 p.p., od lidera europejskiego (Rumunii) – 26 p.p.



**Wykres 2.11.** Zmiany motywacji do zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce w latach 2019–2023 (% osób prowadzących młode firmy – TEA)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Z powyższego wyłania się raczej przygnębiający obraz młodej przedsiębiorczości. Zważywszy zmianę podejścia do motywacji w 2018 r. brak jest materiału porównawczego sprzed 2019 r. Niemniej zestawienie danych dla Polski z 2019 r. z wynikami uzyskanymi w kolejnych latach (2020–2023) pokazuje radykalną zmianę nastawienia wskazującą na silne oddziaływanie czynników zewnętrznych (pandemia, konflikty zbrojne, niepewność dotycząca przyszłości z powodu rosnących kosztów prowadzenia działalności i in.). W 2019 r. młodzi polscy przedsiębiorcy na tle innych państw w rankingu prezentowali ponadprzeciętny idealizm – zakładali firmy, chcąc przede wszystkim zmieniać świat i kontynuować tradycje rodzinne (odpowiednio 65% i 82% wskazań), natomiast kwestie utrzymania się i osiągnięcia wysokich dochodów, traktując niemal marginalnie (odpowiednio 16% i 13%). Począwszy jednak od 2020 r. przeciętny młody przedsiębiorca stopniowo tracił chęć do bogacenia się (53% wskazań w 2020 vs. 40% w 2023 r.), czemu nie towarzyszyła większa chęć zmiany świata (22% w 2020 r. vs. 20% w 2023 r.). Nie był on również zainteresowany kontynuowaniem tradycji rodzinnej, ale to akurat można tłumaczyć z jednej strony zapotrzebowaniem na sukcesorów w firmach rodzinnych – po co zakładać działalność w duchu tradycji, skoro można ją przejąć – a z drugiej, wieloletnimi zaniedbaniami w obszarze rzemiosła i szkolnictwa zawodowego. Ten ostatni problem dotyczy zresztą nie tylko Polski. Nawet Komisja Europejska podjęła już kroki w celu poprawy sytuacji. Jest nadzieja, że sytuacja ulegnie poprawie w kolejnych latach, także w Polsce.

## 2.5. Przedsiębiorczość kobiet i mężczyzn

**Według danych z 2023 r., przekonanie o funkcjonowaniu w warunkach sprzyjających prowadzeniu biznesu jest bardziej popularne niż w poprzednim roku (w przypadku kobiet wynik zmienił się o niecały 1 p.p., a w przypadku mężczyzn wzrósł o niemal 3 p.p.). Jednocześnie udział Polek dostrzegających szanse biznesowe w swoim otoczeniu jest (drugi rok z rzędu<sup>26</sup>) wyższy niż udział Polaków (75% Polek vs. 73% Polaków).**

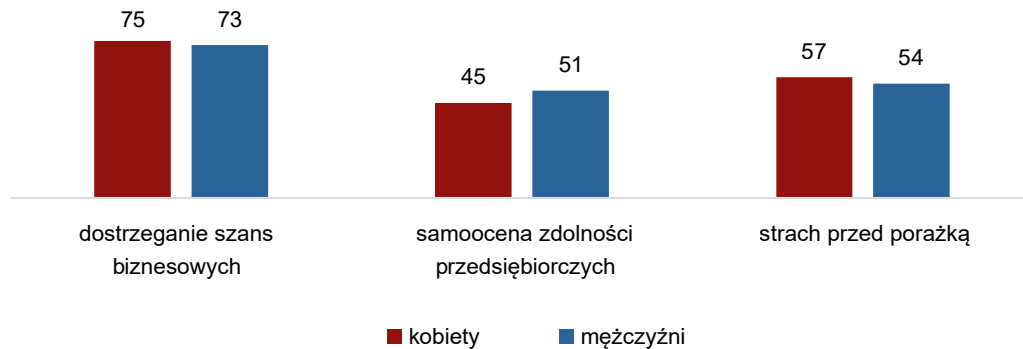
Mimo wciąż znaczącego udziału Polek widzących możliwości prowadzenia działalności gospodarczej w swoim otoczeniu, udział kobiet przekonanych o posiadaniu odpowiednich kompetencji, wiedzy, umiejętności i/lub doświadczenia, przydatnych przy prowadzeniu firmy, ponownie zmalał (aczkolwiek zmiana ta jest znacznie mniejsza niż przy poprzednim pomiarze – obecnie 45% vs. 46% w 2022 r. i 59% w 2021 r.). W przypadku Polaków, negatywny trend w tym zakresie obserwowany od 2020 r. zatrzymał się, chociaż nie odbił znacząco – obecnie 51% mężczyzn pozytywnie oceniło swoje zdolności przedsiębiorcze (vs. 50% w 2022 r. kończące trend spadkowy). Ten kierunek zmian spowodował zwiększenie dystansu między kobietami a mężczyznami w analizowanym aspekcie.

Co ciekawe, w porównaniu do poprzedniego roku nieco **zmniejszył się udział Polek i Polaków mających obawy przed założeniem firmy, bojących się podjęcia ryzyka, a w razie niepowodzenia – porażki (do poziomu 57% w przypadku kobiet i 54% w przypadku mężczyzn; zmiana o 2 p.p. w przypadku każdej z płci).**

---

<sup>26</sup> W 2022 r. po raz pierwszy od 2017 r. udział kobiet dostrzegających szanse biznesowe w swoim otoczeniu był wyższy niż udział mężczyzn widzących takie perspektywy. Warto jednak zaznaczyć, że obecnie różnica w odsetkach wskazań między tymi grupami zmniejszyła się (do 2 p.p. z 4 p.p. w 2022 r.).

**Wykres 2.12.** Postawy przedsiębiorcze wśród kobiet i mężczyzn w Polsce w 2023 r. (% dorosłych kobiet i mężczyzn)<sup>27</sup>



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Patrząc na kraje europejskie biorące udział w badaniu w 2023 r., **znacznie więcej Polek i Polaków niż przeciętnie mieszkanek i mieszkańców Europy uważało, że w ich otoczeniu są dobre warunki do założenia biznesu (mniej więcej 3 na 4 Polki/Polaków vs. około 1 na 2 Europejki/Europejczyków)**<sup>28</sup>, przy równym (w przypadku kobiet) lub niższym (w przypadku mężczyzn) udziale osób uważających, że posiada odpowiednią wiedzę, umiejętności, kompetencje i/lub doświadczenie do prowadzenia tego typu działalności<sup>29</sup>. Polki i Polacy przeciętnie częściej niż mieszkanki i mieszkańcy Europy odczuwali strach przed poniesieniem

<sup>27</sup> W tym rozdziale wartość wskaźnika „strach przed porażką”, będącego wyrazem obawy przed podjęciem ryzyka nieodniesienia sukcesu, odnosi się do całej populacji kobiet i mężczyzn w wieku 18–64 l., a nie – jak w rozdziale 2.2. – do osób w wieku 18–64 l., które dostrzegają szanse na rozpoczęcie biznesu w swoim otoczeniu.

<sup>28</sup> Na tle krajów europejskich biorących udział w tegorocznej edycji projektu, Polska wypada najbardziej optymistycznie pod kątem dostrzegania szans biznesowych w otoczeniu. Na drugim biegunie są Włochy – tam taką możliwość widzi jedynie 37% Włochów i 30% Włoszek. Dodatkowo, warto zauważyć, że na Łotwie, w Grecji, Rumunii i Polsce odsetek kobiet dostrzegających możliwości biznesowe w otoczeniu jest wyższy niż odsetek mężczyzn. W pozostałych krajach jest odwrotnie.

<sup>29</sup> Na uwagę wśród analizowanych krajów Europy zasługuje Chorwacja, w której 70% kobiet i 78% mężczyzn dostrzega u siebie zdolności przedsiębiorcze. W niemal wszystkich krajach europejskich (z wyjątkiem Rumunii) będących w projekcie GEM udział mężczyzn widzących swój potencjał przedsiębiorczy jest wyższy niż udział kobiet, przy czym w 13 na 21 krajów jest to różnica na poziomie 10–20 p.p., a w 3 na 21 – nawet ponad 20 p.p. (Norwegia, Niemcy, Słowenia).

porażki, stanowiący barierę dla podjęcia decyzji o rozpoczęciu działalności biznesowej – przy czym różnica jest większa w przypadku mężczyzn (8 p.p.) niż kobiet (5 p.p.)<sup>30</sup>.

O ile w przypadku samooceny zdolności przedsiębiorczych dostrzec można tendencję wskazującą na to, że odsetek osób uważających, że ma zdolności i doświadczenie do prowadzenia biznesu maleje wraz ze wzrostem poziomu dochodów krajów uczestniczących w badaniu, to w przypadku dostrzegania szans biznesowych trudno o jednoznaczne spostrzeżenie. Obawa porażki właściwie nie jest znacząco różnicowana przez poziomy dochodowe krajów – średnio mniej więcej co druga kobieta i ok. 45% mężczyzn z krajów świata biorących udział w badaniu w 2023 r. podzielało ten niepokój.

**Tabela 2.5.** Postawy przedsiębiorcze kobiet i mężczyzn w Polsce na tle średniej dla badanych państw Europy oraz grup gospodarek według poziomu dochodu w 2023 r. (% dorosłych kobiet i mężczyzn)

Postawa	Poziom C	Poziom B	Poziom A	Europa	Polska
<b>Dostrzeganie szans biznesowych – kobiety</b>	63	50	53	48	75
<b>– mężczyźni</b>	63	52	60	52	73
<b>Samoocena zdolności przedsiębiorczych – kobiety</b>	67	54	47	45	45
<b>– mężczyźni</b>	76	63	62	58	51
<b>Strach przed porażką – kobiety</b>	48	51	50	52	57
<b>– mężczyźni</b>	44	45	45	46	54

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

<sup>30</sup> Krajami europejskimi z najniższymi udziałami osób obawiających się z rozmaitych powodów podjąć wyzwanie w postaci założenia firmy są: Litwa oraz Holandia (odsetki wśród mężczyzn na poziomie: 35% i 39%, a wśród kobiet: po 42%). W każdym z krajów Europy udział kobiet z obawami przedsiębiorczymi jest wyższy niż udział mężczyzn.

Tegoroczne wyniki dotyczące aktywności przedsiębiorczej Polek i Polaków pozwalają na wskazanie kilku zmian, aczkolwiek, analizując te różnice trzeba mieć na względzie obserwowane poziomy wyjściowe odsetków – w przypadku młodszych firm (działających do 3,5 roku na rynku) znacznie niższe niż w przypadku dojrzałych (powyżej 3,5 roku) (ok. 2,5–3% i ok. 11–12%). **W 2023 r. odnotowano wzrost w stosunku do poprzedniego roku zarówno udziału osób prowadzących młode firmy, jak i udziału przedstawicieli firm dojrzałych – co można uznać za pozytywną zmianę zwłaszcza w grupie młodych firm.** W nich bowiem, niezależnie od płci, od kilku lat obserwowano malejący trend, który obecnie został zatrzymany. Wśród firm dojrzałych trudno o jakąkolwiek prawidłowość w tym zakresie. Dodatkowo, **w obu typach firm odnotowano zdecydowanie szybszy wzrost udziałów aktywnych biznesowo mężczyzn niż kobiet.**

**Tabela 2.6.** Poziom aktywności przedsiębiorczej wśród kobiet i mężczyzn w latach 2011–2023 (% osób prowadzących młode/dojrzałe firmy wśród kobiet/mężczyzn w wieku 18–64 l.)

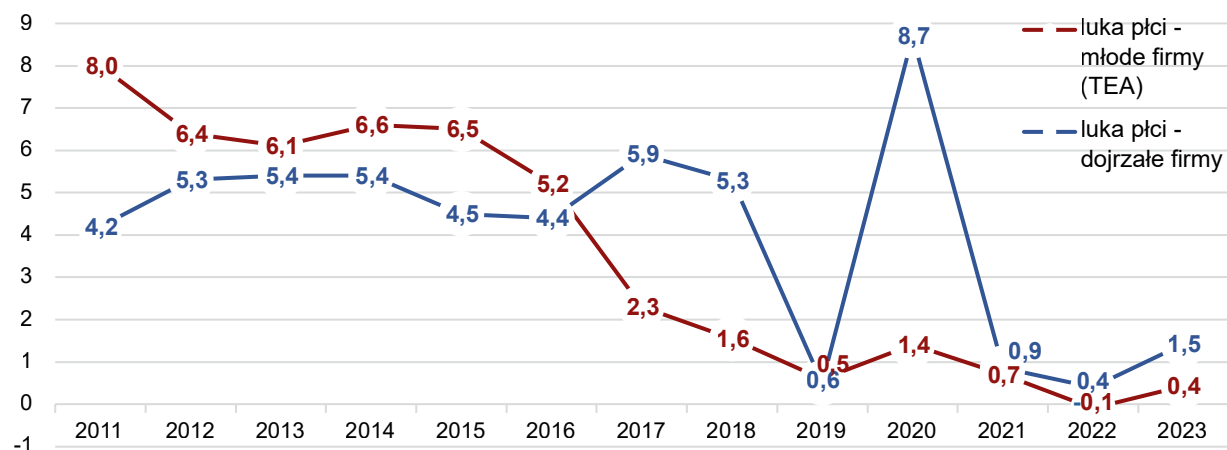
Udział osób prowadzących młode lub dojrzałe firmy	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Młode firmy – kobiety</b>	5,1	6,2	6,2	5,9	6,0	8,1	7,7	4,5	5,1	2,4	1,7	1,6	2,4
<b>– mężczyźni</b>	13,1	12,6	12,3	12,5	12,5	13,3	10,0	6,0	5,7	3,8	2,4	1,5	2,8
<b>Dojrzałe firmy – kobiety</b>	2,9	3,2	3,8	4,6	3,7	4,9	6,8	10,4	12,5	7,9	10,6	9,6	10,9
<b>– mężczyźni</b>	7,1	8,5	9,2	10,0	8,2	9,3	12,7	15,7	13,0	16,6	11,5	10	12,4

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Obserwowane zmiany spowodowały powiększenie luki płci (będącej różnicą pomiędzy odsetkiem mężczyzn prowadzących firmy wśród mężczyzn a odsetkiem kobiet prowadzących firmy wśród kobiet) w Polsce. W 2022 roku mieliśmy do czynienia z dość wyjątkową sytuacją, w której więcej młodych firm zakładały w Polsce kobiety niż mężczyźni. W 2023 roku 2,8% Polek i 2,4% Polaków było właścicielami młodych firm. **Zatem w Polsce, w 2023 r. wśród młodych firm ponownie odnotowano występowanie**

luki płci na korzyść mężczyzn, przy czym przewaga ta jest relatywnie niewielka – tegoroczna wartość nie osiągnęła najniższej (na poziomie 0,6 w 2019 r.) z dotychczasowo obserwowanych dodatnich wartości<sup>31</sup>. W Polsce udział kobiet prowadzących młode firmy stanowi 85% udziału analogicznej grupy mężczyzn.

**Wykres 2.13.** Luka płci dla młodych firm i firm dojrzałych w Polsce w latach 2011–2023 (p.p.)



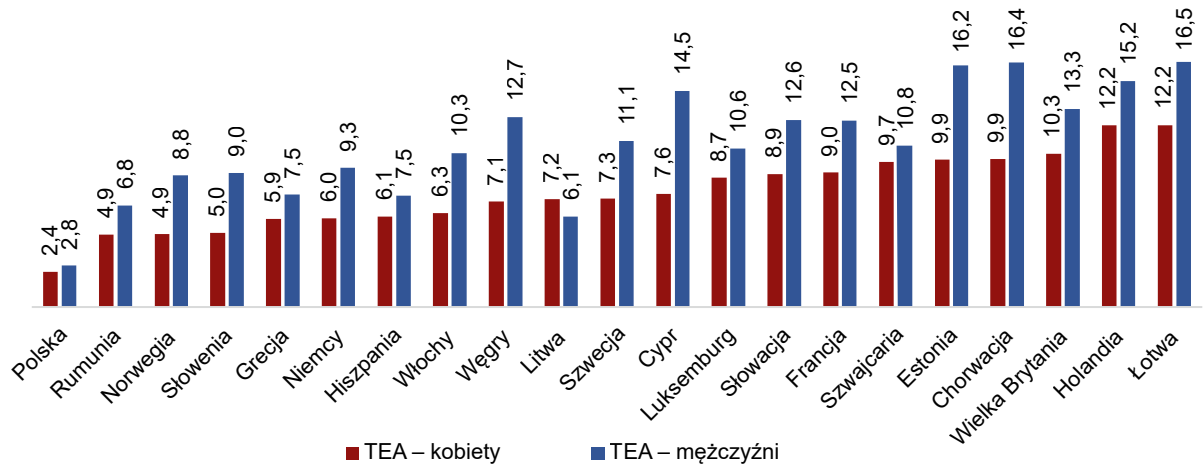
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Patrząc na kraje Europy biorące udział w tegorocznej edycji projektu, jedynie w Szwajcarii udział ten jest wyższy, ale wciąż z przewagą mężczyzn (kobiety prowadzące firmy co najwyżej 3,5 roku stanowią 90% odpowiedniej grupy mężczyzn), natomiast w 2023 r. na Litwie (i tylko tam) zaobserwowano większy udział kobiet działających na rynku jako młodzi przedsiębiorcy (do 3,5 roku) niż mężczyzn<sup>32</sup> (luka płci na poziomie -1,1), co przełożyło się w tym kraju na o ok. 20% większy udział populacji kobiet zarządzających młodymi firmami niż porównywalnej populacji mężczyzn.

<sup>31</sup> Co więcej, jest to również najniższa wartość luki z przewagą mężczyzn obserwowana wśród analizowanych krajów europejskich. Kolejnymi pod względem wysokości wartości luki są: Szwajcaria (1,1), Hiszpania (1,4) i Grecja (1,6).

<sup>32</sup> Analizując wszystkie kraje biorące udział w podsumowywanej edycji projektu, taka sytuacja ma również miejsce w: Chinach, Kolumbii, Ekwadorze i Tajlandii. Patrz: GEM (Global Entrepreneurship Monitor) (2023). Global Entrepreneurship Monitor 2023/2024 Global Report: 25 Years and Growing. London: GEM, s. 64–65.

**Wykres 2.14.** Udział osób prowadzących **młode firmy** w Europie w 2023 r. w podziale na płeć (% osób dorosłych 18–64 l.)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

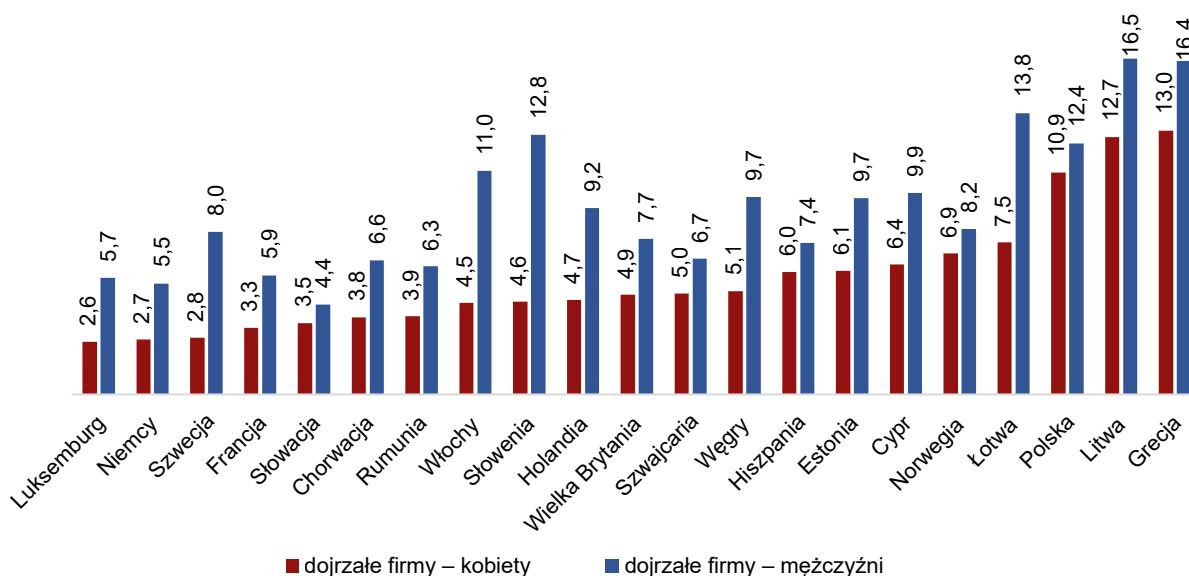
W odniesieniu do krajów świata w 2023 roku jedynie w pięciu krajach (w Ekwadorze, Tajlandii, Chinach, Kolumbii i na Litwie) przewagę wśród właścicieli młodych firm miały kobiety, w pozostałych krajach występuje luka płci na korzyść mężczyzn. W porównaniu z innymi krajami jest ona w Polsce dość niewielka, poza krajami z „ujemną” luką płci mniejsza jest jeszcze w Wenezueli, Meksyku, Chile, Arabii Saudyjskiej, Szwajcarii i Katarze. Największa luka płci wśród właścicieli młodych firm występuje w Jordanii, Maroku, Słowenii, Norwegii, na Cyprze i Węgrzech. W krajach tych jedynie 30–35% właścicieli młodych firm to kobiety.

**Polska w 2023 roku charakteryzuje się nie tylko jednym z najwyższych odsetków właścicieli dojrzałych firm w populacji w Europie, ale również jedną z najniższych luk płci w tej kategorii.** W Europie żaden inny kraj nie osiąga takiej równości płci wśród właścicieli dojrzałych firm, najbardziej do Polski zbliża się Norwegia. Poza Europą jedynie w Izraelu, Chile i w Arabii Saudyjskiej podobny odsetek kobiet i mężczyzn prowadzi dojrzałe firmy. Co warto zauważyć, w większości krajów luka płci zwiększa się wraz z czasem prowadzenia działalności. Skrajnym przypadkiem są kraje takie jak Maroko, Iran, Chiny czy Kolumbia, gdzie luka płci zwiększa się ponad dwukrotnie. Polska należy do krajów, w których relatywna luka płci zmniejsza się wraz z prowadzeniem działalności. Podobne zjawisko występuje w Estonii, Omanie, Izraelu, Grecji, Norwegii, Korei, Kanadzie, Arabii Saudyjskiej, na Cyprze i Słowacji.

**W przypadku dojrzałych firm we wszystkich krajach europejskich biorących udział w projekcie GEM odnotowano wyższe udziały mężczyzn prowadzących firmy niż kobiet<sup>33</sup>.**

Mimo że luka płci w Polsce jest relatywnie niewielka, na Słowacji, w Norwegii i Hiszpanii odnotowano mniejsze lub podobne różnice (kolejno: 0,9; 1,2 i 1,4). Jednocześnie te kraje cechują także najwyższe wskaźniki (na poziomie 79–88%; 88% to wynik Polski) udziału kobiet prowadzących dojrzałe firmy do udziału analogicznej grupy mężczyzn. Mimo że w różnicach bezwzględnych w Grecji przewaga mężczyzn nad kobietami jest bardziej znacząca (wynik na poziomie 3,4), to w przypadku współczynnika ilorazowego Grecja (z wynikiem 79%) dorównuje liderom. Wśród dojrzałych przedsiębiorców największa luka płci na rzecz mężczyzn odnotowana została na Słowenii i we Włoszech (kolejno: 8,2 i 6,5). Jednocześnie w krajach tych obserwuje się jedne z najniższych stosunków udziałów kobiet prowadzących dojrzałe firmy do analogicznych udziałów mężczyzn (kolejno: 36% i 41%)<sup>34</sup>.

**Wykres 2.15.** Udział osób prowadzących **dojrzałe firmy** w Europie w 2023 r. w podziale na płeć (% osób dorosłych 18–64 l.)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

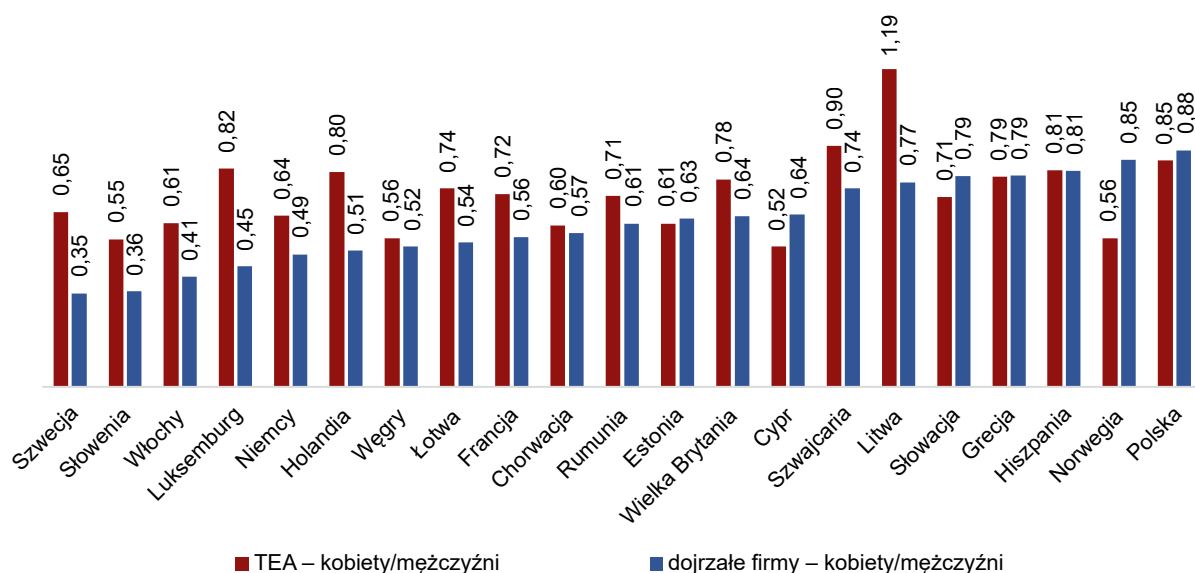
<sup>33</sup> Biorąc pod uwagę wszystkie kraje biorące udział w bieżącej edycji projektu, jedynie w Izraelu odnotowano równy udział mężczyzn i kobiet, a więc w tym kraju luka nie wystąpiła.

<sup>34</sup> Chociaż najniższą wartość zaobserwowano w przypadku Szwecji – tam udział kobiet stanowi 35% udziału mężczyzn przy luce na poziomie 5,2.



W większości (16 z 21) analizowanych w tym roku krajów Europy w firmach młodych udział kobiet do udziału mężczyzn prowadzących firmy jest wyższy niż analogiczny współczynnik liczony dla firm dojrzałych. Sytuacja jest odwrotna jedynie w Norwegii<sup>35</sup>, na Cyprze, Słowacji, w Polsce i Estonii. Patrząc na wszystkie kraje europejskie uczestniczące w projekcie warto zwrócić uwagę na te, w których wzorce w obu grupach wyróżnionych ze względu na długość działania firm na rynku są tożsame – wskaźniki są na równym poziomie w przypadku Grecji i Hiszpanii, a bardzo zbliżone w przypadku Estonii, Węgier, Chorwacji i Polski.

**Wykres 2.16.** Udział odsetka kobiet prowadzących firmy w analogicznym odsetku mężczyzn wśród właścicieli **młodych i dojrzałych firm** w Europie w 2023 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

W porównaniu do poprzedniego roku luka płci w Polsce zwiększyła się zarówno wśród właścicieli młodych, jak i dojrzałych firm. Na tle ubiegłej dekady jest jednak stosunkowo niewielka. Wydaje się, że sytuacja w tym zakresie ustabilizowała się już po skrajnym, pandemicznym roku 2020, gdy wystąpiła najwyższa luka płci w Polsce wśród właścicieli młodych firm.

<sup>35</sup> W tym kraju różnica jest najbardziej znacząca. O ile wśród młodych przedsiębiorców udział kobiet prowadzących firmy w odpowiednim odsetku mężczyzn to 56%, o tyle w przypadku dojrzałych przedsiębiorców jest to 85%.

## Motywy skłaniające kobiety i mężczyzn do zakładania firm

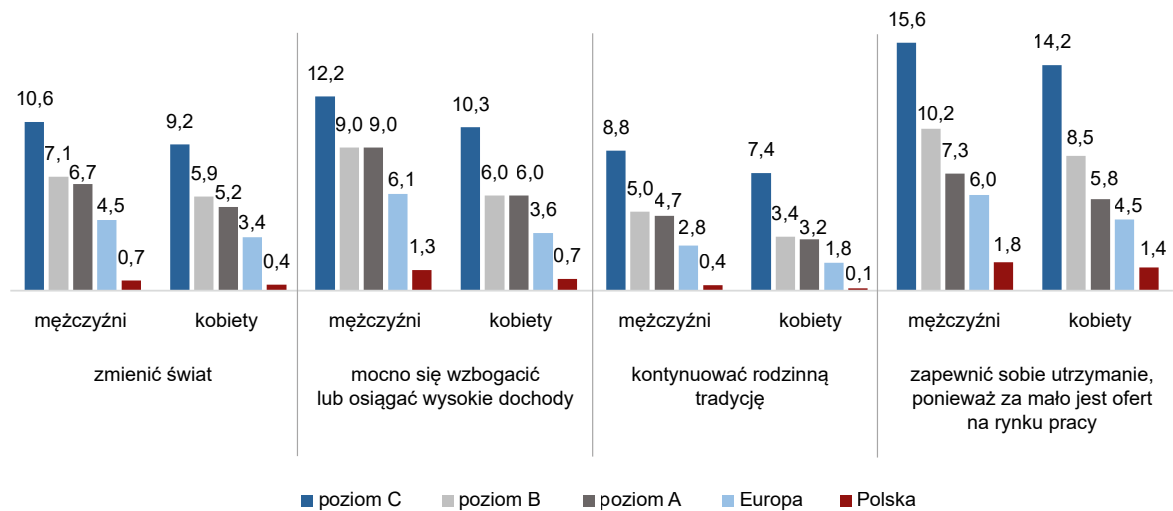
Polscy przedsiębiorcy (bez względu na płeć) prowadzący firmy nie dłużej niż 3,5 roku, w 2023 r. **najczęściej zdecydowali się na podjęcie wyzwania, jakim jest rozpoczęcie działalności ze względu na potrzebę zapewnienia sobie utrzymania w kontekście relatywnie niewielu interesujących ofert na rynku pracy oraz chęć osiągnięcia wysokich dochodów czy znacznego wzbogacenia się.** Oba motywy były wskazywane częściej przez mężczyzn niż kobiety, co więcej – w przypadku drugiego z wymienionych powodów widać to znacznie wyraźniej. Można więc stwierdzić, że u mężczyzn silniej ujawnia się pragmatyczny bodziec – by zapewnić sobie utrzymanie ze względu na ograniczoną dostępność ofert pracy. Również niezależnie od płci, rzadziej wskazywano na potrzebę zmiany świata na lepsze czy względy tradycji rodzinnych<sup>36</sup>.

Analiza motywacji wydaje się ciekawsza, kiedy wzięte zostaną pod uwagę wszystkie kraje Europy biorące udział w tej edycji projektu. Dla mężczyzn prowadzących młode firmy w Europie najważniejsza jest kwestia osiągnięcia znaczących zysków, a później świadomość konieczności zapewnienia utrzymania w obliczu niesatysfakcjonujących ofert pracy na rynku (aczkolwiek te bodźce wskazywane są niemal tak samo często). Kwestia potrzeby zmiany świata czy tradycje rodzinne to już zdecydowanie aspekty drugorzędne. Kobiety w Europie decydują się na rozpoczęcie działalności biznesowej przede wszystkim ze względu na konieczność zapewnienia utrzymania w kontekście braku ofert pracy. Nieco rzadziej wskazywane niż pierwszy powód, natomiast niemal tak samo ważne przy podejmowaniu decyzji o uruchomieniu firmy są względy finansowe oraz poczucie potrzeby zmiany świata.

---

<sup>36</sup> Patrząc na dane, warto mieć świadomość, że motywacje przyjęte na potrzeby badania GEM nie wyczerpują listy możliwych powodów skłaniających ludzi do zakładania firm. Dotykają jednak kluczowych – wg metodologów GEM – aspektów. Więcej o podejściu do motywów zakładania działalności gospodarczej w rozdziale 2.4.

**Wykres 2.17.** Motywacje kobiet i mężczyzn do zakładania firm w 2023 r. (% kobiet/mężczyzn prowadzących młode firmy w populacji kobiet/mężczyzn)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

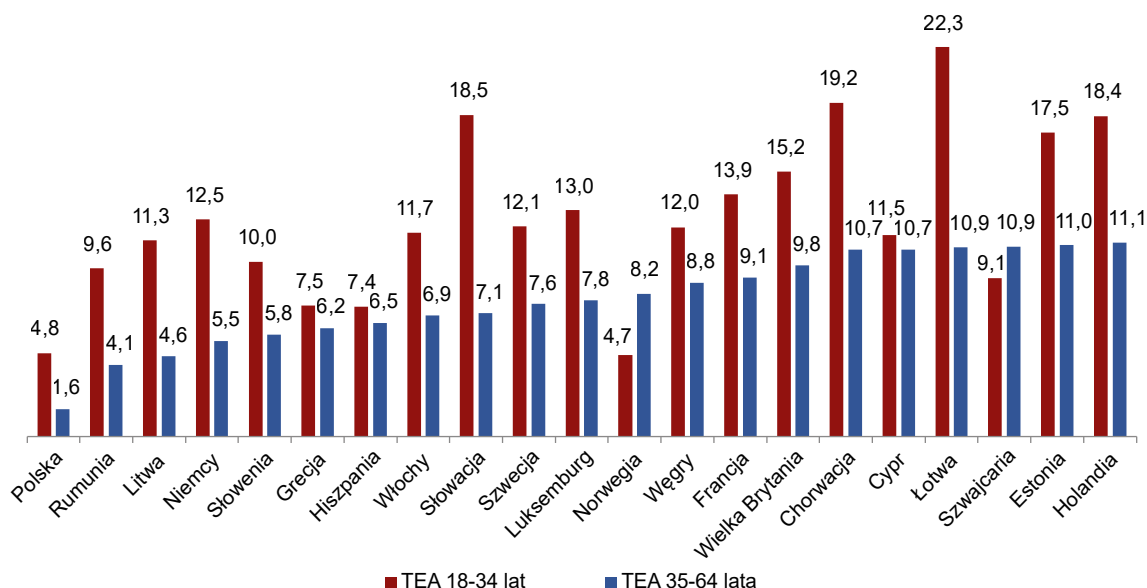
Biorąc pod uwagę zróżnicowanie krajów europejskich, które wzięły udział w badaniu ze względu na średni poziom dochodów, jednoznacznie można stwierdzić, że wraz ze wzrostem dochodu maleje popularność każdej z analizowanych motywacji, aczkolwiek różnica między najniższą grupą dochodową (poziom C) a średnią (poziom B) jest znacznie bardziej wyraźna niż między średnią (poziom B) a najwyższą (poziom A). Mimo to można raczej powiedzieć, że główna motywacja jest wspólna dla krajów z poziomów dochodowych B i C, a odrębna z poziomu A. Mianowicie: w krajach o co najwyżej średnim poziomie dochodów (B i C) najważniejszym przyczynkiem do rozwinięcia działalności gospodarczej (niezależnie od płci) jest potrzeba zapewnienia sobie utrzymania w kontekście niewystarczającej na rynku liczby ofert pracy, natomiast w krajach o wyższym średnim dochodzie (A) – potrzeba osiągnięcia wysokich dochodów.

Wielowątkowość projektu GEM powoduje, że kwestie związane z przedsiębiorczością kobiet i mężczyzn są jedynie zarysowane, ale z pewnością mogą być przyczynkiem do dalszych, ciekawych analiz eksplorujących różnice międzypłciowe, biorąc pod uwagę uwarunkowania chociażby społeczne czy kulturowe.

## 2.6. Przedsiębiorczość w grupach wiekowych

W Polsce cały czas występuje niekorzystna sytuacja w zakresie przedsiębiorczości wśród osób po 35. roku życia. W 2022 r. roku tylko 0,9% tych osób było właścicielami młodych firm w porównaniu do 3% wśród osób do 35. roku życia. W tym roku sytuacja jest nieco lepsza – właścicielami młodych firm jest 1,6% Polaków powyżej 35. roku życia w porównaniu z 4,8% poniżej 35. roku życia. Mimo wzrostu w porównaniu z poprzednim rokiem odsetek osób powyżej 35. roku życia, będących właścicielami młodych firm, jest w Polsce najniższy w Europie. Drugim krajem, mającym ten wskaźnik wyższy niż w Polsce jest Rumunia, jednak tam jest on na poziomie 4,1%. Średnia dla Europy wynosi 7,9%, a są kraje, gdzie ponad 10% osób powyżej 35. roku życia prowadzi młode firmy (Chorwacja, Cypr, Łotwa, Szwajcaria, Estonia, Holandia). Odsetek osób młodych prowadzących młode firmy (4,8%), choć jest w Polsce trzykrotnie wyższy niż osób starszych, i tak jest jednym z najniższych w Europie – jest wyższy jedynie od wskaźnika w Norwegii (4,7%). Tak niskie wartości są powiązane z ogólnym niskim poziomem TEA w Polsce.

**Wykres 2.18.** Właściciele młodych firm w grupach wiekowych w Europie (% osób dorosłych)

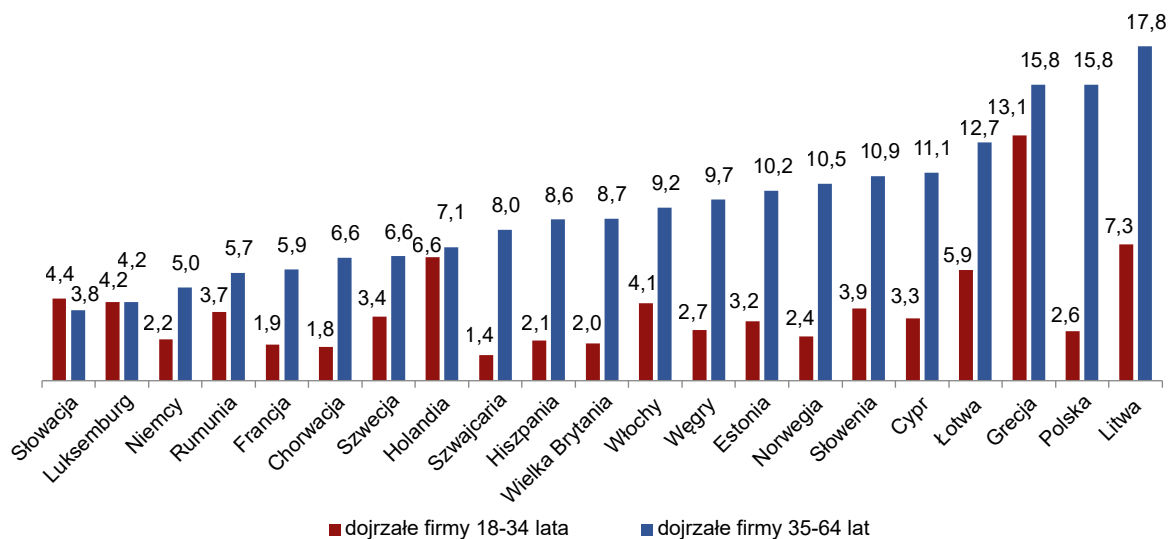


Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Warto zastanowić się nad przyczyną tak niskiego wskaźnika dotyczącego osób po 35. roku życia, które prowadzą młode firmy w Polsce. W zeszłorocznym raporcie zwracaliśmy uwagę na postawy przedsiębiorcze w różnych grupach wiekowych, a także znacznie wyższy odsetek

inwestorów prywatnych wśród osób starszych. Warto jednak w tym roku w szczególności zwrócić uwagę na odsetek osób zarządzających dojrzałymi firmami ze względu na to, że wskaźnik ten jest w Polsce wysoki, a ponadto znacznie odbiega od odsetka osób prowadzących młode firmy.

**Wykres 2.19.** Właściciele dojrzałych firm w grupach wiekowych w Europie (% osób dorosłych)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Okazuje się, że wskaźnik prowadzenia dojrzałych firm przez osoby po 35. roku życia jest bardzo wysoki (15,8%), w Europie ustępuje jedynie Litwie (17,8%). Natomiast wskaźnik prowadzenia dojrzałych firm przez osoby młode jest niski (2,6%). Zachodzi zatem w Polsce sytuacja skrajnej dysproporcji w prowadzeniu młodych i dojrzałych firm przez osoby do 35. roku życia i po 35. roku życia. Pewnym wyjaśnieniem faktu, że mało osób po 35. roku życia prowadzi młode firmy jest fakt, że wiele osób w tej grupie wiekowej zarządza już dojrzałymi firmami. Jeszcze raz wskazuje to na efekt stabilizacji polskiego sektora MŚP, choć może to być stabilizacja, która idzie zbyt daleko i ogranicza proces naturalnej wymiany przedsięwzięć gospodarczych.

Mimo że wiele osób po 35. roku życia prowadzi już firmy, warto zastanowić się nad prowadzeniem działań aktywizujących w tej grupie wiekowej. Mogą one nawet być skierowane do osób już prowadzących działalność i zdolnych prowadzić następną. Osoby te są bardzo wartościowe ze względu na doświadczenie i umiejętności.

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

**Deklaracje polskich przedsiębiorców dotyczące rozważania społecznych i środowiskowych skutków<sup>37</sup> działań biznesowych niezmiennie wskazują na wysoką świadomość istotności tych kwestii.** Wciąż średnio nieco powyżej 90% przedstawicieli firm dojrzałych (działających na rynku co najmniej 3,5 roku) i średnio ok. 87% prowadzących firmy młode (funkcjonujące na rynku co najwyżej 3,5 roku) deklaruje takie podejście. **Uwagę zwraca wyraźnie wyższy niż w poprzednich latach udział młodych przedsiębiorców liczących się z kwestiami stricte środowiskowymi przy podejmowaniu działań biznesowych (89% vs. 84% w 2022 r. i 85% w 2021 r.)<sup>38</sup>.** Tym samym w 2023 r. troska o aspekty środowiskowe była wskazywana przez większą grupę reprezentantów młodych firm niż troska o aspekty społeczne (kolejno: 89% i 86%)<sup>39</sup>.

Polska nieustannie pozostaje liderem w zakresie tych deklaracji wśród krajów europejskich biorących udział w projekcie – średnie są wciąż znacznie wyższe niż średnie dla Europy<sup>40</sup>. Niemal tak często jak reprezentanci naszych młodych firm (do 3,5 roku na rynku) rozważanie kwestii środowiskowych i społecznych deklarują przedstawiciele Rumunii (kolejno: 83% i 84%), a firm dojrzałych (powyżej 3,5 roku na rynku) – Słowacy (po 90%).

Biorąc pod uwagę klasyfikację państw do grup uwzględniających poziomy dochodów, można stwierdzić, że wraz ze wzrostem zamożności krajów maleje udział przedsiębiorców

---

<sup>37</sup> Przez społeczne skutki należy rozumieć m.in. wpływ na zdrowie, bezpieczeństwo, jakość warunków pracy, otwarte i niewykluczające środowisko pracy, dostęp do edukacji, mieszkalnictwo czy transport, natomiast skutki dla środowiska – m.in. wpływ na zachowanie obszarów zielonych, redukcję gazów cieplarnianych i toksycznych, selektywną zbiórkę odpadów, racjonalne zużycie wody, elektryczności i paliw.

<sup>38</sup> Zmiana na poziomie 4 czy 5 p.p. (w zależności od roku) o tyle zwraca uwagę, że zmiany obserwowane we wcześniejszych latach były na poziomie co najwyżej 2 p.p.

<sup>39</sup> W grupie dojrzałych firm konsekwentnie od początku prowadzenia pomiaru (od 2021 roku) tendencja jest odwrotna – nieznacznie (ale jednak) częściej rozważane są skutki społeczne niż środowiskowe.

<sup>40</sup> Na drugim biegunie – z najniższymi wynikami w Europie – jest Cypr. Niezależnie od aspektu (działania środowiskowe vs. społeczne) czy długości okresu działania na rynku (firma młoda vs. dojrzała), Cypr odnotował wyniki na poziomie 12–16%.

rozważających czy to skutki społeczne czy środowiskowe podejmowanych działań biznesowych. Ta tendencja występuje niezależnie od długości funkcjonowania firmy na rynku.

**Wciąż, mimo że deklaracje polskich przedsiębiorców odnośnie do rozważania skutków działań biznesowych są niemal powszechne, faktyczne aktywne działanie prospołeczne lub prośrodowiskowe jest rzadziej obserwowane** (działania prospołeczne wśród 52% młodych firm i 77% firm dojrzałych; działania prośrodowiskowe wśród 56% młodych firm i 70% firm dojrzałych). **Ten rok<sup>41</sup> (mimo obiecujących obserwacji w 2022 r. odnośnie do dojrzałych przedsiębiorstw<sup>42</sup>) nie przyniósł spektakularnej poprawy dotyczącej faktycznej aktywności – czy to dotyczącej maksymalizacji pozytywnego społecznego oddziaływania firmy, czy minimalizacji negatywnego wpływu firmy na środowisko naturalne.** Co więcej, udział firm działających na rynku krócej niż 3,5 roku starających się działać na rzecz społeczeństwa znaczenie zmalował w stosunku do poprzednich lat (52% vs. 60% w 2022 r. i 58% w 2021 r.). Tym samym również w aktywnościach podejmowanych przez przedstawicieli młodych firm kwestie środowiskowe okazały się częściej uwzględniane niż kwestie społeczne. Przedsiębiorcy działający na rynku dłużej (ponad 3,5 roku) – podobnie jak w poprzednich latach – częściej stawiają na działania prospołeczne niż prośrodowiskowe, jednocześnie w obu dziedzinach są bardziej aktywni niż prowadzący młode firmy.

Jeżeli chodzi o podejmowanie jakichkolwiek **działań prospołecznych** w analizowanych krajach europejskich, wśród młodych firm liderami są przedsiębiorcy z Chorwacji (58%), a wśród dojrzałych – z Polski (77%). W grupie firm działających na rynku do 3,5 roku bardziej aktywni niż w pozostałych krajach Europy są również przedsiębiorcy z Rumunii, Luksemburga i Niemiec (53–56%), a wśród działających dłużej niż 3,5 roku – z Chorwacji i Litwy (65% i 62%). W kwestii **działań prośrodowiskowych**, wśród firm krócej działających na rynku (do 3,5 roku) przodują przedsiębiorcy z Chorwacji, Grecji, Luksemburga i Szwajcarii (odsetki wskazań na poziomie 64–66%). Wśród dojrzałych firm z Luksemburga, Chorwacji i Szwajcarii odsetki wskazań na podejmowanie w minionym roku jakichkolwiek działań wspierających obszar środowiskowy były właściwie na poziomie wyniku dla Polski (70%).

<sup>41</sup> Temat zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialności społecznej został wprowadzony do badania GEM w 2021 r., stąd na obserwacje w dłuższym czasie trzeba jeszcze poczekać. Temat ze względu na swoją istotność w dyskursie publicznym, a także ze względu na nowe przepisy z czasem obligujące kolejne grupy przedsiębiorców do raportowania działań w zakresie ESG, będzie kontynuowany w kolejnych edycjach.

<sup>42</sup> Patrz: Raport z badania Global Entrepreneurship Monitor Polska 2023, PARP 2023, s. 60.

Analizując wyróżnione grupy dochodowe, w kwestii aktywności prospołecznej (niezależnie od długości funkcjonowania firmy na rynku) obserwuje się następującą tendencję: wraz z zamożnością krajów spada udział przedsiębiorców deklarujących realizację w minionym roku przedsięwzięć maksymalizujących społeczne oddziaływanie firm. W przypadku działań na rzecz środowiska taka zależność nie występuje.

Wskaźnikiem bardziej radykalnym, pokazującym pewien sposób liczenia się z kwestiami związanymi ze społeczną odpowiedzialnością i zrównoważonym rozwojem jest przedkładanie wpływu społecznego czy środowiskowego ponad zyskowność i wzrost firmy. Zakłada on bowiem rezygnację z części zysku czy rozwoju firmy na rzecz czegoś, co czasami może być abstrakcyjne i potencjalnie dopiero w przyszłości może przynieść korzyść i to niekoniecznie bezpośrednio przedsiębiorcy. **Deklarowaną skłonność do przedkładania celów społecznych i/lub środowiskowych ponad wzrost lub zyskowność własnej firmy odnotowano w przypadku co czwartej młodej firmy (działającej co najwyżej 3,5 roku na rynku) i dwóch na pięciu dojrzałych (co najmniej 3,5 roku działalności) przedsiębiorców z Polski.** Nastąpił więc ponownie spadek popularności gotowości zrzeczenia się części własnych zysków w imię potrzeb społecznych/środowiskowych w grupie młodych przedsiębiorców (o 4 p.p. w stosunku do 2022 r.)<sup>43</sup> i wzrost w grupie dojrzałych przedsiębiorców (o 7 p.p.), co oznacza powiększenie dystansu między tymi grupami.

Jest to jedyny wskaźnik spośród analizowanych w tym podrozdziale, w przypadku którego wyniki charakteryzujące polskie przedsiębiorstwa prezentują się znacznie gorzej od uśrednionego wyniku dla przedsiębiorstw z analizowanych krajów Europy. Mniej więcej średnio co drugi gracz rynkowy na naszym kontynencie do kosztów prowadzenia działalności jest w stanie doliczyć konieczność działania na rzecz społeczeństwa i/lub środowiska (młode firmy: 50%, dojrzałe firmy: 48%). Przedsiębiorcy (niezależnie od czasu funkcjonowania na rynku) z Włoch i Chorwacji zdecydowanie wybijają się na tle krajów europejskich pod względem deklaracji dotyczących większego dbania o kwestie środowiskowe i/lub społeczne niż własny zysk – odsetki w tych krajach wahają się między 66% a 73%<sup>44</sup>. Na drugim końcu jest Cypr ze wskazaniem na poziomie ok. 20%.

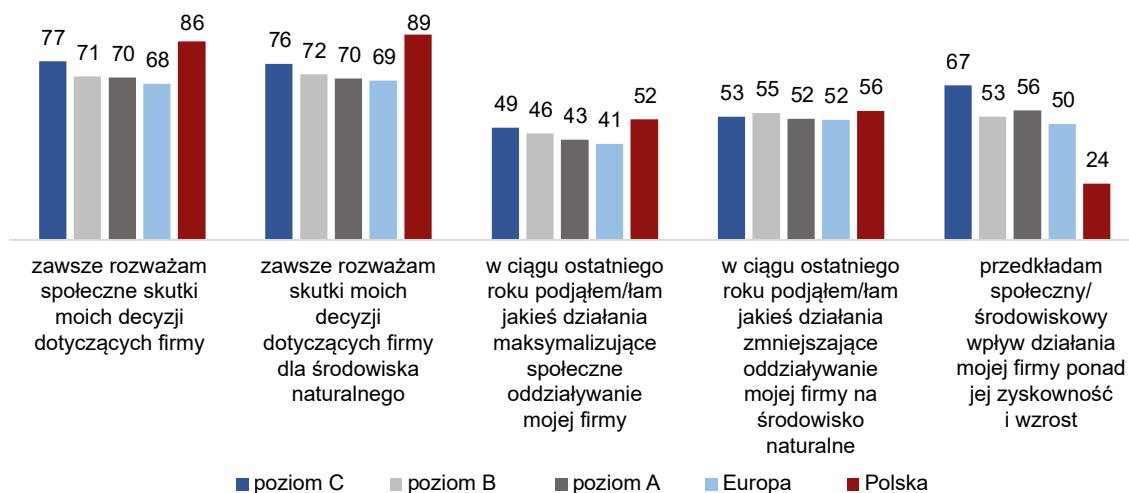
<sup>43</sup> Trend jest zastanawiający i warty obserwowania. Można przypuszczać, że wśród przedsiębiorców krócej działających na rynku, zwłaszcza w pierwszych latach, ważniejszy niż kwestie społeczne/środowiskowe jest dobry start i utrzymanie się na rynku.

<sup>44</sup> Na uwagę zasługuje także Rumunia – w tym kraju odsetek przedsiębiorców działających na rynku maksymalnie 3,5 roku przedkładających kwestię społecznego/środowiskowego wpływu firmy ponad jej wzrost i zyskowność jest najwyższy. W 2023 r. na taką postawę wskazało 3 na 4 młodych przedsiębiorców.



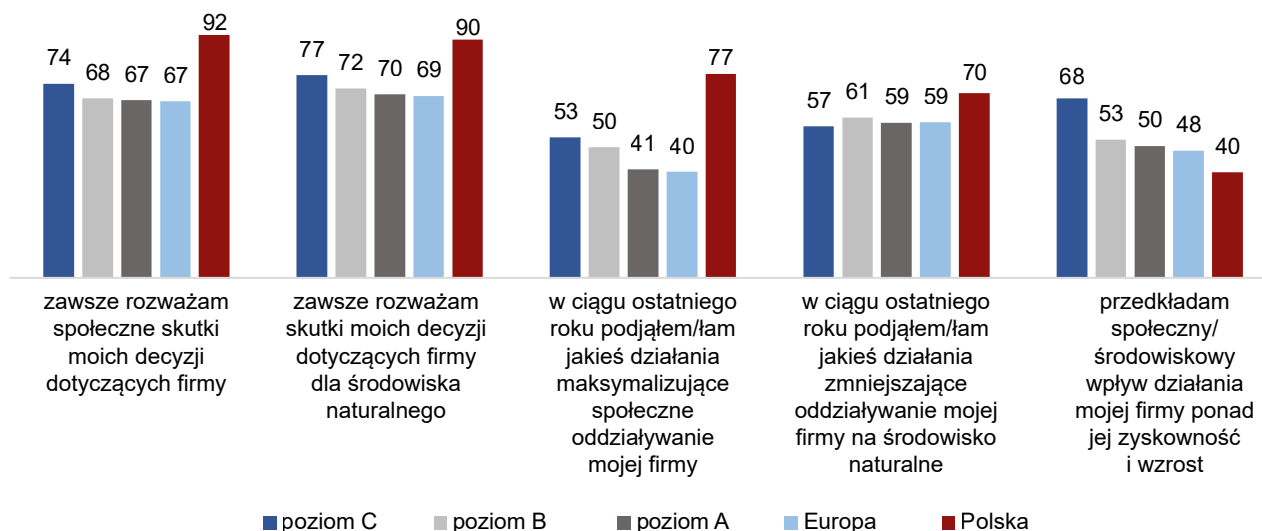
Co ciekawe, zarówno wśród młodych, jak i dojrzałych firm, średnia krajów reprezentujących poziom C (najniższa grupa dochodowa) przedkładających działania środowiskowe/społeczne ponad zysk/rozwój firmy jest o kilkanaście punktów procentowych wyższa niż w przypadku krajów reprezentujących poziomy A i B.

**Wykres 2.20.** Społeczna i środowiskowa odpowiedzialność w działaniach i przekonaniach osób prowadzących **młode firmy** (% młodych firm TEA)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

**Wykres 2.21.** Społeczna i środowiskowa odpowiedzialność w działaniach i przekonaniach osób prowadzących **dojrzałe firmy** (% dojrzałych firm)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

W tegorocznym raporcie głównym pt. „Global Entrepreneurship Monitor 2023/2024 Global Report: 25 Years and Growing” (syntetyzującym informacje ze wszystkich krajów biorących udział w badaniu w 2023 r.) temat 17 Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ (tzw. SDGs – *Sustainable Development Goals*), wpisujący się w szerszy, globalny kontekst społeczno-środowiskowy, zajął szczególne miejsce<sup>45</sup>. W samym badaniu GEM przedsiębiorcy wprost pytani są o ich znajomość<sup>46</sup>, natomiast w tegorocznym raporcie głównym autorzy starali się także odnosić – tam gdzie to wydało się zasadne – wyniki uzyskane w konkretnych obszarach tematycznych do odpowiednich SDGs. Obecnie **znajomość celów z Agendy 2030 na rzecz zrównoważonego rozwoju przyjętej przez ONZ deklaruje 47% polskich przedsiębiorców działających na rynku do 3,5 roku i 67% działających dłużej – powyżej 3,5 roku**, co oznacza wzrost świadomości przedsiębiorców w zakresie istnienia tych celów w stosunku do poprzedniego roku (wzrost odsetków o 4 p.p. w przypadku młodych firm i o 7 p.p. w przypadku dojrzałych). Średnia dla Polski jest wciąż zdecydowanie wyższa

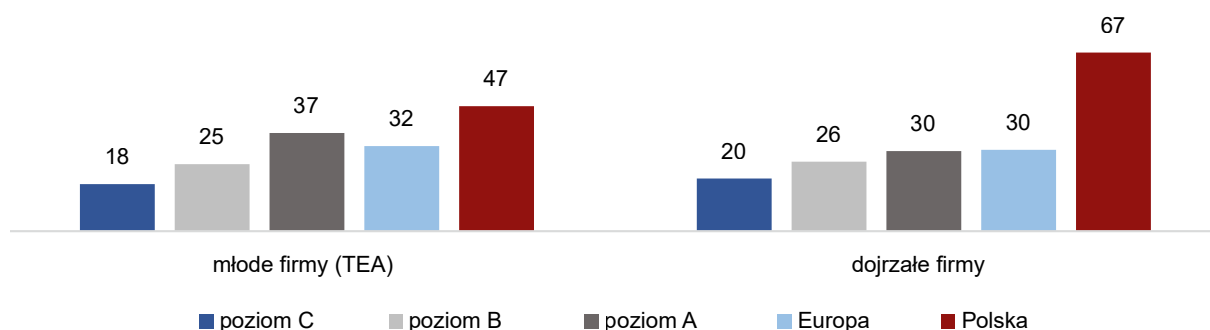
<sup>45</sup> Patrz: GEM (Global Entrepreneurship Monitor) (2023). Global Entrepreneurship Monitor 2023/2024 Global Report: 25 Years and Growing. London: GEM, s. 26–27.

<sup>46</sup> Pytanie opcjonalne wskazujące na deklarowaną ogólną znajomość Agendy bez możliwości oceny stopnia zaznajomienia z zapisami. W roku 2023 zostało uwzględnione przez: Chile, Chiny, Chorwację, Cypr, Ekwador, Estonię, Francję, Grecję, Hiszpanię, Holandię, Indie, Izrael, Jordanię, Kanadę, Katar, Kolumbię, Koreę Pd., Litwę, Luksemburg, Łotwę, Maroko, Meksyk, Norwegię, Polskę, RPA, Rumunię, Słowację, Słowenię, Szwajcarię, Tajlandię, Urugwaj, Węgry, Włochy.

niż średnia dla krajów europejskich wziętych pod uwagę w analizach. W Europie średnio niemal co trzeci przedsiębiorca deklaruje znajomość SDGs (32% w przypadku firm będących na rynku do 3,5 roku i 30% w przypadku co najmniej 3,5 roku). Na 18 krajów europejskich, w których zadano to pytanie, jedynie w pięciu częściach na znajomość SDGs wskazywali dojrzały przedsiębiorcy niż młodzi (Litwa, Polska, Estonia, Chorwacja, Cypr).

Jednoznacznie widać także, że wraz z przeciętnym dochodem rośnie udział przedsiębiorców deklarujących znajomość SDGs i nie jest to zależne od czasu funkcjonowania firmy na rynku.

**Wykres 2.22.** Znajomość 17 Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ – Agenda 2030 na rzecz zrównoważonego rozwoju (% młodych firm i % dojrzałych firm)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Wyniki badania GEM przedstawiają stosunkowo pozytywny – na tle Europy – obraz polskiego przedsiębiorcy świadomego istoty społecznej i środowiskowego oddziaływania biznesu oraz starającego się działać prospołeczne i/lub prośrodowiskowo. Działania podejmowane przez przedsiębiorców na rzecz społeczeństwa i środowiska wspierają realizację Celów sformułowanych przez ONZ<sup>47</sup> (zwłaszcza celów 9, 11 i 12)<sup>48</sup>. Natomiast, analizując dane należy pamiętać o deklaratorywnym podejściu do tych tematów oraz możliwym subiektywnym ocenianiu faktycznych działań i poziomie zaangażowania.

<sup>47</sup> <https://www.gov.pl/web/rozwoj-technologia/cele-zrownowazonego-rozwoju> (dostęp: 19.06.2024)

<sup>48</sup> GEM (Global Entrepreneurship Monitor) (2023). Global Entrepreneurship Monitor 2023/2024 Global Report: 25 Years and Growing. London: GEM, s. 83.

## 2.8. Digitalizacja przedsiębiorstw

W odniesieniu do zmian, jakie przyniosła pandemia COVID-19 w kontekście przyspieszenia technologicznego, w badaniu GEM przedsiębiorcy proszeni są o refleksję na temat wykorzystywania technologii cyfrowych w celu sprzedaży produktów lub usług. Zmiany, jakie następowały w niektórych firmach w tym zakresie, z jednej strony – mogły być bezpośrednio wywołane przez pandemię (np. wdrożenie rozwiązań wywołane koniecznością radzenia sobie w czasie lockdownu i później przy konieczności zachowania obostrzeń sanitarnych), a z drugiej pośrednio – powszechnie obserwowany rozwój rozwiązań technologii cyfrowej (który nabrał tempa w czasie pandemii) mógł przyspieszyć myślenie o możliwościach ich wykorzystania czy faktyczną ich implementację w firmach (m.in. z powodu pojawienia się łatwiej osiągalnych nowych możliwości czy konieczności wprowadzania pewnych rozwiązań czasem w odpowiedzi na pytanie: „być albo nie być” na rynku?). Zmiany mogły też nie nastąpić<sup>49</sup>.

**W większości** uczestniczących w tegorocznej edycji badania **krajów Europy (13 na 21), przedsiębiorcy funkcjonujący na rynku krócej (do 3,5 roku) częściej niż przedsiębiorcy bardziej dojrzały (powyżej 3,5 roku) są przekonani o konieczności używania technologii cyfrowych w biznesie. Polska należy do tej większości (57% w przypadku młodych przedsiębiorców vs. 42% dojrzałych). Co więcej, udział polskich przedsiębiorców reprezentujących młode firmy przekonanych o tym, że wprowadzenie technologii cyfrowych do biznesu (w kontekście sprzedaży produktów czy usług) nie jest konieczne, bo firma z powodzeniem radzi sobie, wykorzystując kanały bardziej tradycyjne, z roku na rok jest niższy (43% obecnie vs. 52% w 2022 r. i 65% w 2021 r.). W przypadku przedstawicieli firm dojrzałych nie odnotowano znaczącej zmiany w stosunku do poprzedniego roku, ale do wcześniejszego okresu – już tak (58% vs. 57% w 2022 r. i 64% w 2021 r.). Równocześnie właściciele młodych firm w Polsce częściej (niż dojrzałych) dostrzegają w pandemii pozytywy – 38% (vs. 33%) uważało, że pandemia stworzyła dla nich nowe możliwości, które planują wykorzystać w działaniach biznesowych.**

<sup>49</sup> Ogólnie zmiany mogły nastąpić, ponieważ przedsiębiorcy mogli: a) zacząć wykorzystywać technologie lub b) rozszerzyć zakres stosowania, albo mogły nie nastąpić, ponieważ c) już wcześniej wykorzystywali technologie lub d) w ogóle nie widzą takiej potrzeby (choćby ze względu na profil prowadzonej działalności czy skalę działania).

Warto zatrzymać się chwilę przy informacji nt. przedsiębiorców, którzy w wyniku zmian, jakie przyniosła pandemia, zaczęli stosować technologie cyfrowe do sprzedaży dóbr i usług. **O ile w 2022 r. zaobserwowano – zarówno w przypadku młodych, jak i dojrzałych firm – znaczne zwiększenie popularności deklaracji dot. tego aspektu (odpowiednio do poziomu 38% i 21%)<sup>50</sup>, to obecnie w przypadku młodych firm ta deklaracja jest nieco rzadziej obserwowana (technologie cyfrowe stosuje w procesie sprzedaży 33% młodych firm), natomiast zwiększył się udział firm, które rozszerzyły swoje plany dotyczące stosowania technologii cyfrowych do sprzedaży dóbr i usług (z 4% w 2022 r. do 17%).** Przy tym trudno powiedzieć, czy zmiana zakresu została napędzona przez ogólne przyspieszenie technologiczne, czy odwrotnie – przyczyniła się do niego<sup>51</sup>. **W przypadku dojrzałych przedsiębiorców (obecnych na rynku co najmniej 3,5 roku) sytuacja wygląda nieco inaczej – tutaj wciąż rośnie udział przedsiębiorców, którzy skorzystali ze zmian w wymiarze technologicznym wywołanych pandemią i wdrożyli te technologie do sprzedaży produktów i usług (obecnie 25%), natomiast nieznacznie zmalał udział tej grupy, która na fali digitalizacji powiększyła planowany zakres użycia technologii cyfrowych (z 9% w 2022 r. do 7% obecnie).**

**W wyniku przemian technologicznych związanych z pandemią, w Europie średnio 40% młodych firm zaczęło stosować lub zwiększyło stosowanie technologii cyfrowych (w Polsce: 50% młodych firm), 28% planowało takie działania wcześniej – jeszcze przed pandemią (w Polsce: 7%)<sup>52</sup>, a 32% uważa, że to nie jest konieczne do dobrego funkcjonowania firmy (w Polsce: 43%).** W niemal każdym kraju europejskim brany pod uwagę w badaniu (oprócz Szwajcarii, w której jednak różnica pozostaje na poziomie 1 p.p.), odsetek młodych firm, które zaimplementowały rozwiązania cyfrowe do biznesu w powiązaniu z pandemią, jest wyższy niż wśród firm dojrzałych, przy czym największą różnicę zaobserwowano w przypadku: Grecji (33% młodych firm i 14% firm dojrzałych), Hiszpanii (kolejno: 29% i 11%), Wielkiej Brytanii (kolejno: 21% i 5%) i Chorwacji (kolejno: 26% i 14%). Spojrzenie na deklaracje dotyczące decyzji o rozwoju technologicznym niezwiązanych z pandemią, bo podjętych

<sup>50</sup> W przypadku młodych firm oznaczało to wzrost o 25 p.p., a w przypadku dojrzałych przedsiębiorców o 15 p.p.

<sup>51</sup> Wciąż firmy młode to firmy, które rozpoczynały działalność biznesową w trakcie trwania pandemii COVID-19 lub niewiele przed jej rozpoczęciem.

<sup>52</sup> Podobnie jak w 2022 r., w przypadku dojrzałych firm z Europy odsetek przedsiębiorców, którzy wprowadzili technologie cyfrowe do sprzedaży, jest o 7 p.p. niższy w stosunku do firm młodych ze względu na nieznacznie wyższy w tej grupie odsetek osób mających przekonanie, że firma może działać bez zaangażowania w technologie cyfrowe, oraz tych, którzy już wcześniej – przed rozpoczęciem pandemii – przymierzali się do rozwoju w tym kierunku.

przed jej rozpoczęciem, pozwala na wskazanie krajów europejskich, które zdecydowanie wybijają się na tle innych. Największy udział młodych przedsiębiorców, którzy mieli w planach wprowadzenie rozwiązań digitalowych jeszcze przed pandemią, obserwuje się w Szwajcarii (50%), Holandii (42%), na Słowenii (42%) i na Łotwie (40%)<sup>53</sup>, a w grupie dojrzałych – na Słowenii, w Holandii (po 47%), Szwecji, Estonii (po 45%), Szwajcarii (44%) i na Łotwie (41%).

Zróżnicowanie ze względu na średni poziom dochodu krajów biorących udział w badaniu, wskazuje na – niezależną od długości funkcjonowania firm na rynku – jednoznaczną tendencję: wraz ze spadkiem średniego poziomu dochodu rośnie odsetek przedsiębiorców deklarujących brak konieczności korzystania z technologii cyfrowych w celach sprzedażowych. Jednocześnie, wraz ze wzrostem średniego poziomu dochodów rośnie udział przedsiębiorców, którzy już przed pandemią planowali rozwój cyfrowy przedsiębiorstwa.

---

<sup>53</sup> Ze względu na kryterium czasu funkcjonowania firm na rynku, z dużym prawdopodobieństwem można stwierdzić, że wykorzystanie technologii w biznesie mieściło się w pierwotnych strategiach działania młodych firm.

**Tabela 2.7.** Przedsiębiorcy, którzy w nawiązaniu do zmian technologicznych wywołanych pandemią COVID-19 zaczęli stosować technologie cyfrowe (TC) w celu sprzedaży produktów lub usług, lub nie zaczęli ich stosować (% młodych (mf) i % dojrzałych firm (df))

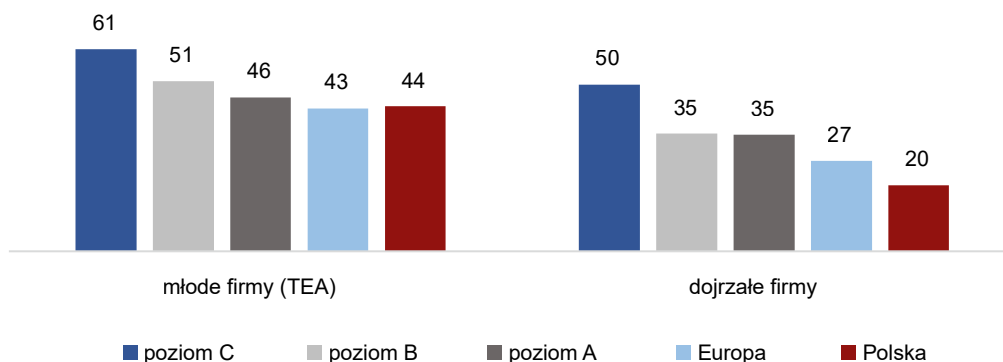
Poziom dochodu/ państwo	% mf Tak, zaczęli stosować	% mf Tak, zwiększyli pierwotne plany	% mf Nie, planowali wdrożenie TC przed pandemią	% mf Nie, firma może działać bez TC	% df Tak, zaczęli stosować	% df Tak, zwiększyli pierwotne plany	% df Nie, planowali wdrożenie TC przed pandemią	% df Nie, firma może działać bez TC
poziom C	23	18	15	44	22	16	15	47
poziom B	25	21	20	33	17	22	23	38
poziom A	24	21	31	25	20	21	30	29
Europa	19	21	28	32	12	21	30	37
Chorwacja	26	15	33	26	14	20	19	47
Cypr	36	11	12	41	31	11	16	43
Estonia	10	15	35	39	3	17	45	35
Francja	13	18	31	38	9	20	33	38
Grecja	33	21	15	31	14	22	29	35
Hiszpania	29	23	27	21	11	24	37	28
Holandia	13	22	42	24	5	24	47	24
Litwa	9	34	9	48	2	50	5	44
Luksemburg	23	28	26	23	20	40	17	22
Łotwa	14	31	40	16	11	23	41	26
Niemcy	21	18	31	31	16	14	27	43
Norwegia	16	14	29	41	11	18	33	38
<b>Polska</b>	<b>33</b>	<b>17</b>	<b>7</b>	<b>43</b>	<b>25</b>	<b>7</b>	<b>10</b>	<b>58</b>
Rumunia	15	14	18	53	9	11	21	59
Słowacja	13	19	21	47	4	18	12	66
Słowenia	11	22	42	25	3	25	47	25
Szwajcaria	7	21	50	23	8	27	44	21
Szwecja	11	22	37	29	4	19	45	31
Węgry	11	27	29	33	6	19	39	36
Wielka Brytania	21	36	21	22	5	27	32	36
Włochy	28	18	33	21	32	14	30	24

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Analizując otwartość polskich przedsiębiorców na digitalizację procesów, warto zwrócić uwagę na informację dot. spodziewanego zwiększenia wykorzystania technologii cyfrowych w celach sprzedażowych w półroczu następującym po przeprowadzeniu badania.

Niezależnie od czasu funkcjonowania firmy na rynku, **udziały otwartych (niezależnie od motywacji) na digitalizację polskich przedsiębiorców wzrosły w stosunku do ubiegłej edycji. W przypadku młodych przedsiębiorstw do 44% (vs. 29% w 2022 r. i 20% w 2021 r.), a w przypadku dojrzałych – do 20% (vs. 15% w 2022 r. i 4% w 2021 r.).** Tak znaczący w Polsce wzrost udziału firm przewidujących rozszerzenie wykorzystania technologii cyfrowych w celach sprzedaży dóbr i/lub usług przy równoczesnej mniejszej dynamice, stagnacji bądź spadku popularności tego wśród badanych krajów, spowodował znaczne polepszenie pozycji Polski na tle krajów europejskich. Obecnie w 10 (na 20, bez Polski) krajach Europy uczestniczących w tej edycji projektu obserwuje się niższy niż w przypadku Polski wskaźnik w grupie firm działających do 3,5 roku i w czterech krajach – w grupie firm dojrzałych.

**Wykres 2.23.** Przedsiębiorcy, którzy spodziewają się zwiększonego wykorzystania technologii cyfrowych w celu sprzedaży produktów lub usług w firmie w ciągu kolejnych 6 miesięcy (% młodych firm i % dojrzałych firm)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Polska – przede wszystkim dzięki firmom krócej działającym na rynku – zdecydowanie rozwinęła skrzydła w zakresie stosowania technologii cyfrowych w sprzedaży produktów i/lub usług, jednak wciąż ma przestrzeń na rozwój w tym zakresie, a w Europie są kraje, których poczynania warto obserwować, by czerpać inspiracje.



## 3. Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości

Istotnym elementem projektu GEM jest ocena otoczenia, w jakim funkcjonują nowe i rozwijające się przedsiębiorstwa w danym kraju, czyli badanie eksperckie na temat uwarunkowań przedsiębiorczości (ang. *National Expert Survey – NES*). Jego istotą jest dokonanie oceny funkcjonowania 13 obszarów<sup>54</sup> ważnych dla przedsiębiorczości przez przynajmniej 36 ekspertów w każdym z krajów uczestniczących w projekcie GEM<sup>55</sup>.

W niniejszym rozdziale przedstawiono wnioski z analizy wyników badania przeprowadzonego w połowie 2023 r. wśród 49 państw świata, w którym wzięło udział 39 ekspertów z Polski. Na jej potrzeby obszary poddane ocenie ekspertów zostały pogrupowane w cztery bloki reprezentujące szersze kategorie, opisujące uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości, tj.:

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

<sup>54</sup> W każdym z obszarów znalazło się 3–8 stwierdzeń na temat, na który ekspert miał wyrazić opinię, używając skali od 0 do 10, gdzie 0 oznaczało zdecydowanie się nie zgadzam, a 10 – zdecydowanie się zgadzam. Wszystkie stwierdzenia miały wydźwięk pozytywny, tzn. stwierdzały, że dany aspekt ma w Polsce korzystny wpływ na przedsiębiorczość, zatem – im więcej punktów przyznano w danym obszarze, tym lepiej oceniono sytuację. Następnie, dla danych stwierdzeń policzono średnie dla odpowiedzi wszystkich ekspertów. Im wyższą wartość osiągnęła średnia, tym lepiej oceniono dany aspekt. W dalszej kolejności poszczególne stwierdzenia zagregowano do obszarów, dla których policzono średnie. W poniższej analizie zastosowano zarówno średnie wyniki dla poszczególnych stwierdzeń, jak też średnie dla danych grup – uzależniając to od kontekstu i możliwości ciekawego przedstawienia problemu. Wyniki dla Polski za rok 2023 zostały zestawione z wynikami dla gospodarek o wysokich dochodach oraz dla krajów europejskich uczestniczących w badaniu (2023 r. – Chorwacja, Cypr, Estonia, Francja, Grecja, Hiszpania, Holandia, Litwa, Luksemburg, Łotwa, Niemcy, Norwegia, Polska, Rumunia, Słowacja, Słowenia, Szwajcaria, Szwecja, Ukraina, Węgry, Wielka Brytania, Włochy).

<sup>55</sup> Zestawienie państw biorących udział w badaniu GEM przedstawiono w Tabeli 1.1 niniejszego Raportu.

Dodatkowo, od 2022 r. oceniane są pytania dotyczące realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju Organizacji Narodów Zjednoczonych oraz przedsiębiorczości kobiet, które omówiono na końcu rozdziału.

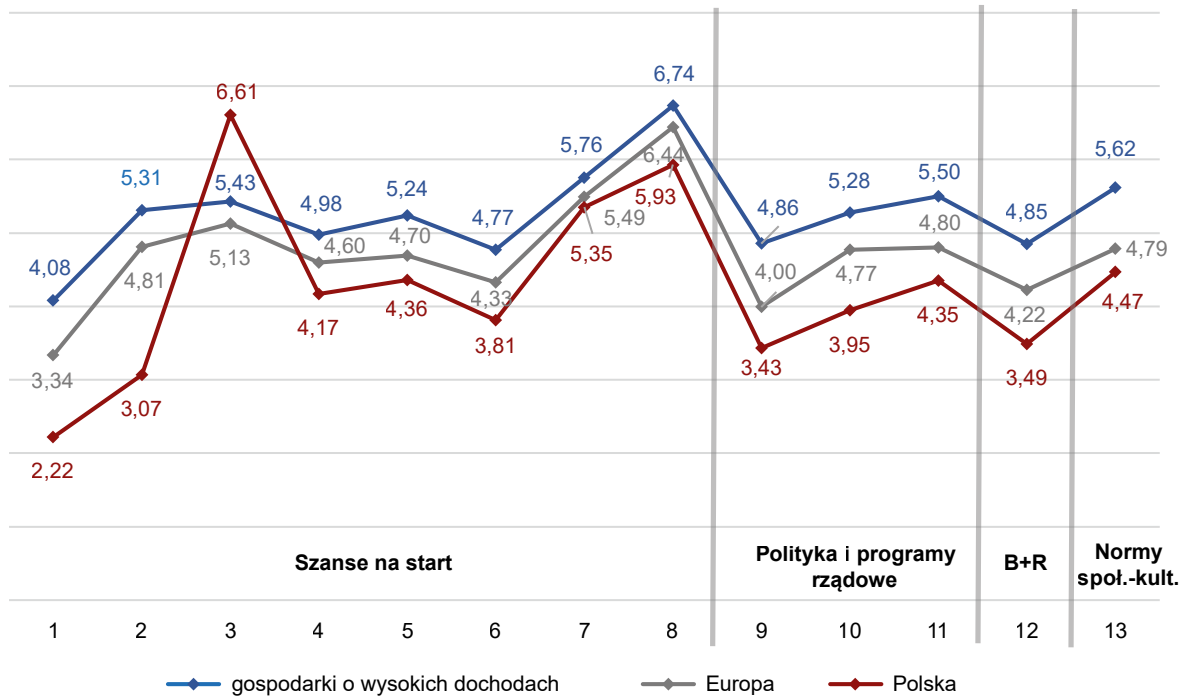
**Warunki do powstawania i rozwoju firm w Polsce poprawiły się w porównaniu z poprzednią edycją badania, ale wciąż wypadają przeciętnie w zestawieniu ze średnią dla państw Europy czy grupą krajów najbogatszych.**

**W 2023 r. zdecydowana większość obszarów składających się na uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości w Polsce uzyskała ocenę wyższą niż rok wcześniej.** Tylko jeden obszar – Edukacja przedsiębiorczości na etapie uczelni, kształcenia zawodowego i ustawicznego – pozostał na poziomie z 2022 r. Żaden z ocenianych obszarów nie uzyskał oceny niższej niż w 2022 r. Jednak gdy oceny z 2023 r. porównamy z ocenami z 2020 r.<sup>56</sup>, to w przypadku 4 obszarów są obecnie niższe – są to: Polityka rządu w zakresie przedsiębiorczości, Infrastruktura techniczna, Edukacja przedsiębiorczości na etapie uczelni, kształcenia zawodowego i ustawicznego, Dynamika rynku wewnętrznego. W pozostałych obszarach ocena ekspertów była wyższa lub pozostała na tym samym poziomie.

---

<sup>56</sup> W 2020 r. eksperci nie oceniali obszaru Finansowanie – łatwość uzyskania. Obszar ten dodano do badania NES w 2021 r.

**Wykres 3.1.** Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości (2023 r.): Polska w porównaniu z gospodarkami o wysokich dochodach (poziom A) i krajami europejskimi (średnie oceny dla poszczególnych obszarów)



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

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

**Analiza opinii ekspertów biorących udział w badaniu NES w 2023 r. w poszczególnych państwach pozwala stwierdzić, że warunki do powstawania i rozwoju przedsiębiorstw w Polsce na tle gospodarek o wysokich dochodach<sup>57</sup> czy krajów europejskich były mniej korzystne (Wykres 3.1). W porównaniu z ocenami ekspertów z tych dwóch grup krajów polscy eksperci wyżej ocenili tylko jeden obszar – Dynamikę rynku (jego otwartość na nowe firmy). Wysoko oceniono także: Dostęp do infrastruktury technicznej oraz Dostęp do infrastruktury komercyjnej i usługowej, ale była to ocena nieco niższa niż w grupach odniesienia. W rezultacie te trzy najwyżej oceniane przez polskich ekspertów obszary można uznać za stymulatory rozwoju nowych przedsięwzięć w Polsce. Warto dodać, że ocena ta jest podobna do oceny z lat 2020–2022 – eksperci wtedy również najwyżej ocenili te sfery uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości. Pozostałe obszary uzyskały oceny niższe niż średnia w grupach krajów będących punktami odniesienia, a wśród nich **część można uznać za wręcz utrudniające rozwój przedsiębiorczości. To przede wszystkim: edukacja przedsiębiorczości (zarówno na poziomie podstawowym i szkoły średniej, jak i wyższym) i szkolenia, priorytety polityki publicznej w zakresie przedsiębiorczości, uwarunkowania w obszarze badań, rozwoju i transferu wiedzy, łatwość uzyskania finansowania, a także kwestia biurokracji i podatków.****

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

### 3.1. Szanse na start

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

---

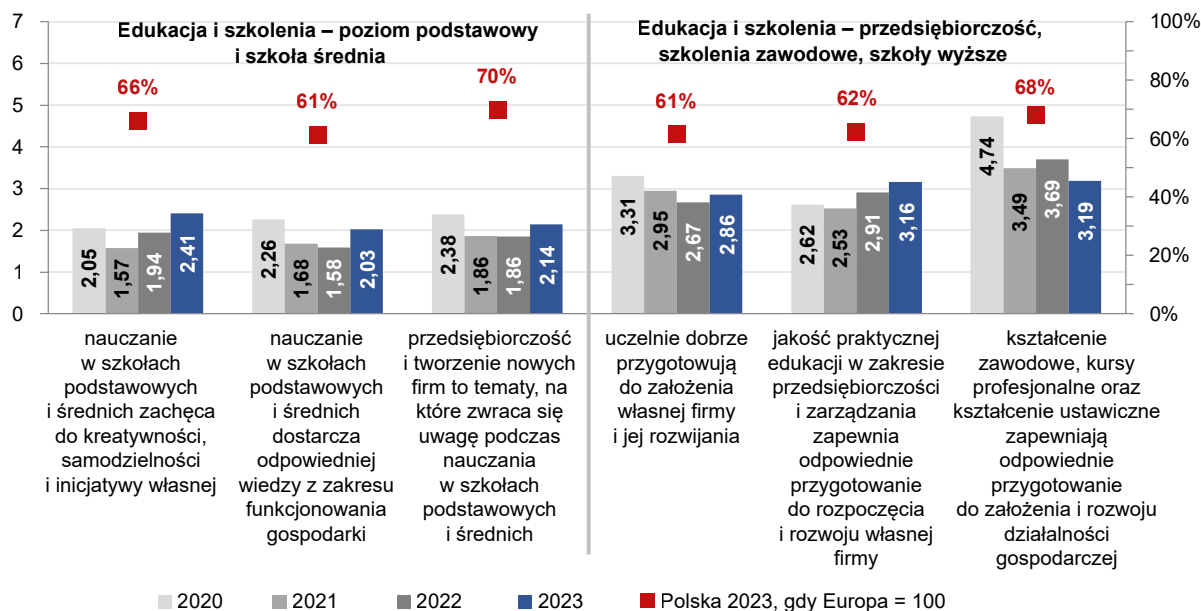
<sup>57</sup> Zgodnie z klasyfikacją GEM: poziom A – gospodarki z poziomem PKB na mieszkańca przekraczającym 50 000 Int\$. W 2023 r. były to: Arabia Saudyjska, Francja, Holandia, Kanada, Katar, Luksemburg, Niemcy, Norwegia, Republika Korei Południowej, Słowenia, Stany Zjednoczone, Szwajcaria, Szwecja, Wielka Brytania, Włochy, Zjednoczone Emiraty Arabskie. Polska została zakwalifikowana do grupy krajów o średnich dochodach (poziom B – gospodarki z poziomem PKB na mieszkańca w przedziale 25 000–50 000 Int\$).

### 3.1.1. Edukacja i szkolenia w zakresie przedsiębiorczości

**Całościowo obszar Edukacji i szkoleń – poziom podstawowy został w 2023 r. oceniony na 2,2 pkt** – podobnie jak w 2020 r. i nieznacznie lepiej niż w latach 2021–2022 (w 2021 r. – 1,7 pkt, 2022 r. – 1,8 pkt). **Jednak była to ocena niższa niż przeciętnie w krajach Europy (67% oceny tych krajów) czy w gospodarkach o wysokich dochodach (54%).** Trzeba zauważyć, że niska ocena obszaru związanego z edukacją i szkoleniami 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).

**Polscy eksperci bardzo nisko ocenili wszystkie stwierdzenia składające się na ten obszar: dostarczanie wiedzy z zakresu funkcjonowania gospodarki, zwracanie uwagi na przedsiębiorczość i tworzenie jej nowych form, a także zachęcanie do kreatywności, samodzielności i inicjatywy własnej.** Ocena tych uwarunkowań jest też istotnie niższa niż przeciętnie w krajach europejskich (Wykres 3.2), co nie napawa optymizmem. Edukacja jest jednym z najważniejszych czynników wpływających na przedsiębiorczość – kształtowanie postaw i umiejętności potencjalnych przedsiębiorców, a także efektywność prowadzonej działalności gospodarczej.

**Wykres 3.2.** Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – **Edukacja i szkolenia w zakresie przedsiębiorczości.** Zmiany w latach 2020–2023 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2023 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

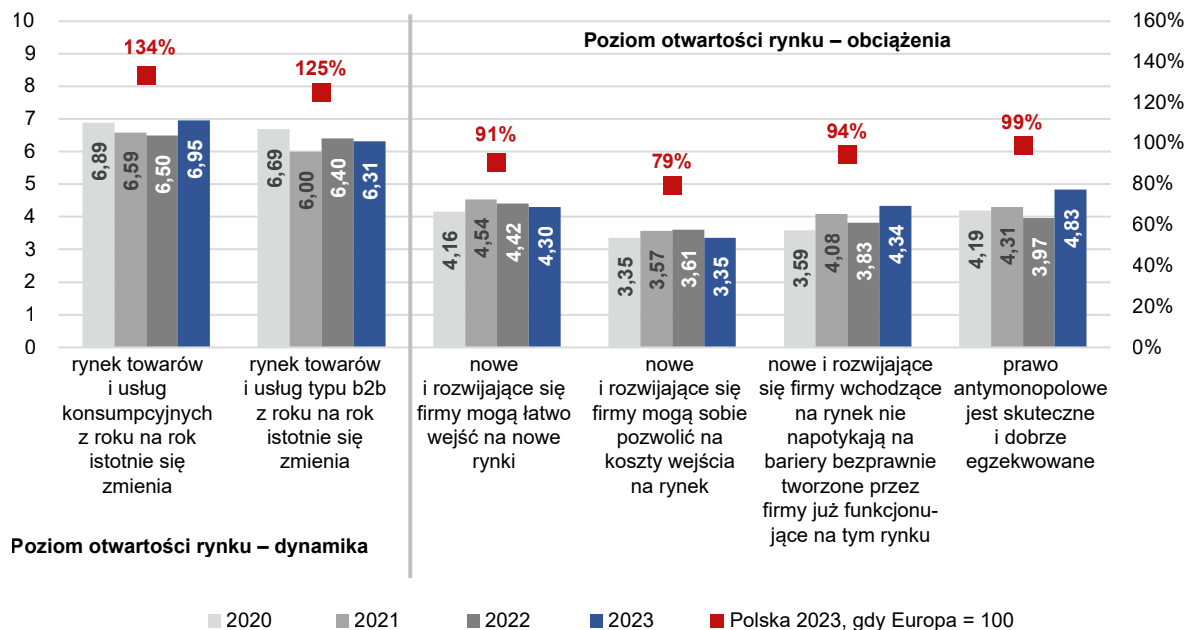
**W 2023 r. postrzeganie przez ekspertów obszaru edukacji przedsiębiorczości na poziomie szkolnictwa wyższego oraz kształcenia ustawicznego nie uległo zmianie w porównaniu z poprzednim rokiem** – obszar ten uzyskał ocenę 3,1 pkt (stanowiło to 64% średniej oceny badanych krajów europejskich i 58% oceny gospodarek o wysokich dochodach) (Wykres 3.1). Ocena ta była także nieco niższa niż w 2020 r. (3,5 pkt).

Choć wszystkie składające się na ten obszar stwierdzenia są nisko oceniane przez ekspertów i stanowią ograniczenie w rozwoju przedsiębiorczości, to w 2023 r. nieco lepiej niż w poprzednich latach ocenili oni stwierdzenie mówiące, że jakość praktycznej edukacji w zakresie przedsiębiorczości i zarządzania zapewnia odpowiednie przygotowanie do rozpoczęcia i rozwoju własnej firmy – 3,2 pkt (w 2022 r. – 2,9 pkt, w 2021 r. – 2,4, w 2020 r. – 2,6). Z kolei skuteczność przygotowania do zakładania i rozwijania firmy poprzez kształcenie zawodowe, kursy profesjonalne i kształcenie ustawiczne została oceniona nieco niżej niż w poprzednich latach – 3,2 pkt (w 2022 r. – 3,7; w 2020 r. – 4,7). Nieznacznie wyżej niż w poprzednim roku oceniono stwierdzenie mówiące, że uczelnie dobrze przygotowują do założenia własnej firmy i jej rozwijania – 2,9 pkt (w 2022 r. – 2,7), choć była to ocena niższa niż w 2020 r. (3,3).

### 3.1.2. Otwartość rynku – dynamika i obciążenia

Otwartość rynku wewnętrznego to jeden z najlepiej ocenianych przez ekspertów obszarów składających się na uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości analizowane w GEM. Średnio otwartość naszego rynku została oceniona na 6,6 pkt – jest to wynik znacznie lepszy zarówno w porównaniu z badanymi państwami europejskimi (129% wartości dla tych krajów), jak i gospodarkami o wysokich dochodach<sup>58</sup> (122%) (Wykres 3.1). Eksperci ocenili ten obszar na podobnym poziomie co w latach poprzednich. Warto zwrócić uwagę na jedno ze stwierdzeń składających się na obszar otwartości rynku, tj. "polski rynek towarów i usług konsumpcyjnych z roku na rok istotnie się zmienia", którego ocena była nieco wyższa niż w latach 2021–2022 (Wykres 3.3).

**Wykres 3.3.** Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – Poziom otwartości rynku. Zmiany w latach 2020–2023 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2023 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

<sup>58</sup> Ocena tego obszaru w Polsce była najwyższa wśród badanych krajów europejskich i jedną z najwyższych, gdy porównamy nasz kraj do gospodarek o wysokich dochodach (wyższa była tylko w Zjednoczonych Emiratach Arabskich – 8,0, Korei Południowej – 7,5 i Arabii Saudyjskiej – 7,2).

**Jeśli chodzi o kwestię możliwych obciążeń determinujących otwartość rynku (tj. koszty wejścia, bariery ze strony konkurencji, prawo antymonopolowe) według ekspertów mogą one stanowić pewien problem dla nowych i rozwijających się firm.** Obszar ten uzyskał w 2023 r. średnią ocenę 4,2 pkt, nieco wyższą niż w poprzednich latach (w 2022 r. – 4,0 pkt, w latach 2020–2021 – 3,9 pkt). Jest to też wynik niższy w porównaniu ze średnią ocen dla badanych krajów europejskich (91% średniej oceny dla tych krajów) i gospodarek o wysokich dochodach (84%) (Wykres 3.1).

W 2023 r. ekspertom z Polski i Europy było dość trudno ocenić stwierdzenie, że prawo antymonopolowe jest skuteczne i dobrze egzekwowane (4,8 pkt, ocena zbliżona do „ani się zgadzam ani się nie zgadzam”; 99% oceny krajów europejskich). Natomiast **przeszkodą dla nowych firm mogą być w opinii polskich ekspertów koszty wejścia na rynek** (3,4 pkt – 79% oceny krajów europejskich) (Wykres 3.3).

### 3.1.3. Finansowanie

Na obszar Finansowanie składają się dwa bloki stwierdzeń – pierwszy dotyczy wystarczającej ilości środków finansowych dla nowych i rozwijających się firm, a drugi – łatwości ich pozyskania<sup>59</sup>.

**Blok zagadnień dotyczący wystarczającej ilości środków został oceniony średnio na 4,2 pkt,** nieco niżej niż w gospodarkach o wysokich dochodach i państwach Europy (83% oceny gospodarek najzamożniejszych i 93% europejskich) (Wykres 3.1). Była to też ocena na poziomie z 2020 r., wyższa niż w 2022 r., ale niższa niż w 2021 r. (2022 r. – 3,9 pkt, 2021 r. – 4,7 pkt, 2020 r. – 4,2 pkt).

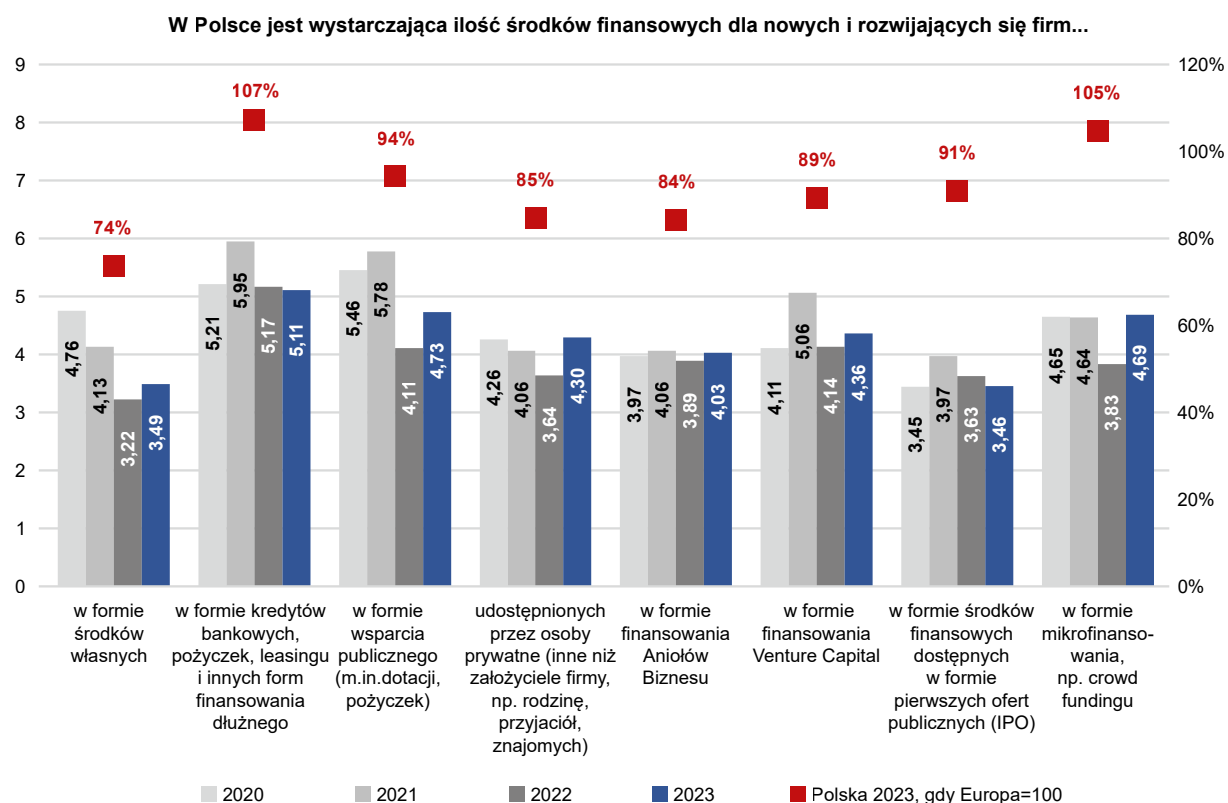
**Na poziomie nieco wyższym od średniej dla Europy wypada polska ocena dostępności finansowania dłużnego** (5,1 pkt, 107% wartości średniej oceny dla państw Europy) **oraz środków w formie mikrofinansowania** (4,7 pkt, 105%), choć należy dodać, że oceny te mieszczą się w wartości dla „ani się zgadzam, ani się nie zgadzam”, co można interpretować, że eksperci zarówno z Polski, jak i Europy nie mają wyrobionego zdania w tym obszarze.

<sup>59</sup> Blok ten został włączony do badania GEM w 2021 r.



**Eksperti byli mniej zgodni co do tego, że w Polsce nowe i rozwijające się firmy mają wystarczające środki własne – 3,5 pkt (74% wartości średniej oceny dla krajów europejskich), co może stanowić barierę.** Dostępność wsparcia publicznego (w postaci m.in. dotacji i pożyczek) została oceniona nieco lepiej – na 4,7 pkt (94% wartości średniej oceny dla krajów Europy), wyżej niż w 2022 r., lecz nieco niżej niż w poprzednich dwóch edycjach. Oceny pozostałych kategorii są nieco niższe – dotyczy to: wystarczającej ilości środków w formie finansowania venture capital (4,4 pkt, 89% wartości średniej oceny dla krajów Europy), środków udostępnionych przez osoby prywatne (4,3 pkt, 85%), finansowania aniołów biznesu (4,0 pkt, 84%), środków finansowych dostępnych w formie pierwszych ofert publicznych (3,5 pkt, 91%) (Wykres 3.4).

**Wykres 3.4.** Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – **Finansowanie (wystarczająca ilość)**. Zmiany w latach 2020–2023 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2023 r.

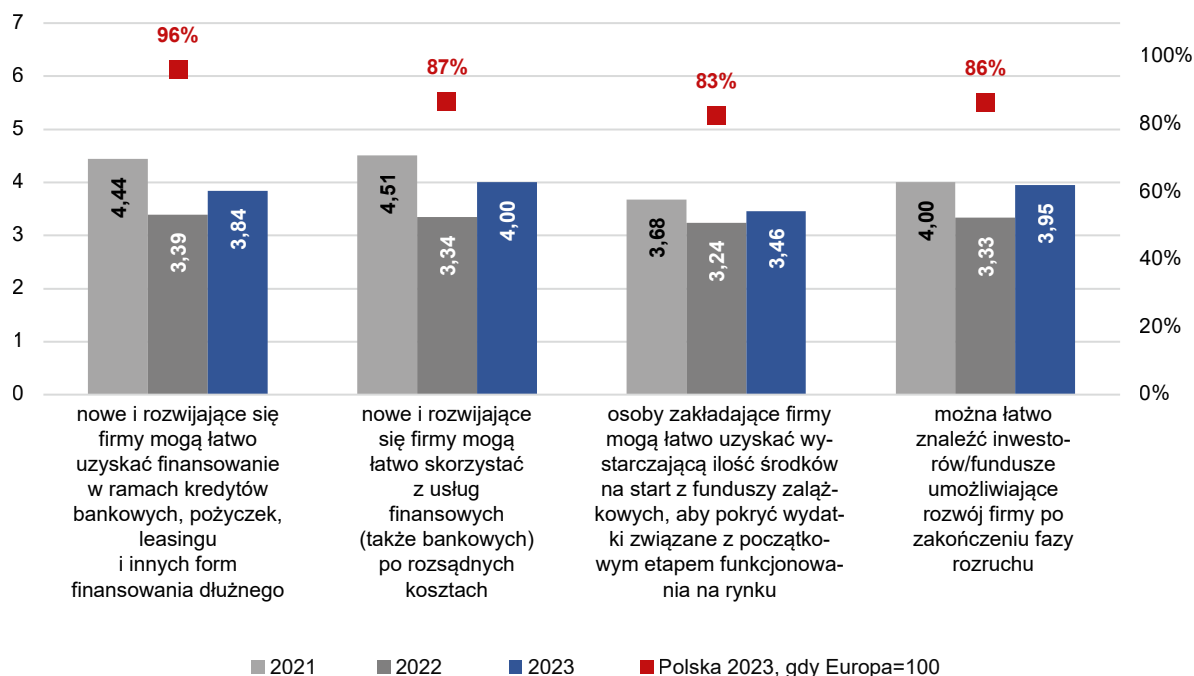


Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Okazuje się, że jeśli chodzi o problem potocznego braku środków finansowych na rozwój firm, większą barierą jest trudność ich pozyskania, a nie ilość. Blok stwierdzeń dotyczący łatwości pozyskania finansowania przez nowe i rozwijające się przedsiębiorstwa został oceniony w 2023 r. na 3,8 pkt (80% oceny gospodarek o wysokich dochodach i 88% europejskich) (Wykres 3.1). Ocena ekspertów była wyższa niż w 2022 r. (3,4 pkt), ale niższa niż w 2021 r. (4,1 pkt).

Relatywnie trudniej jest nowym i rozwijającym się firmom uzyskać środki na start z funduszy załączkowych (3,5 pkt, 83% średniej oceny dla krajów Europy) czy finansowania dłużnego (3,8 pkt, 96%). Ponadto osoby zakładające firmy mogą mieć trudności ze znalezieniem inwestorów umożliwiających rozwój po zakończeniu fazy rozruchu (4,0 pkt, 86%) czy skorzystaniem z usług finansowych po rozsądnych kosztach (4,0 pkt, 87%) (Wykres 3.5).

**Wykres 3.5.** Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – **Finansowanie (łatwość uzyskania)**. Zmiany w latach 2021–2023 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2023 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

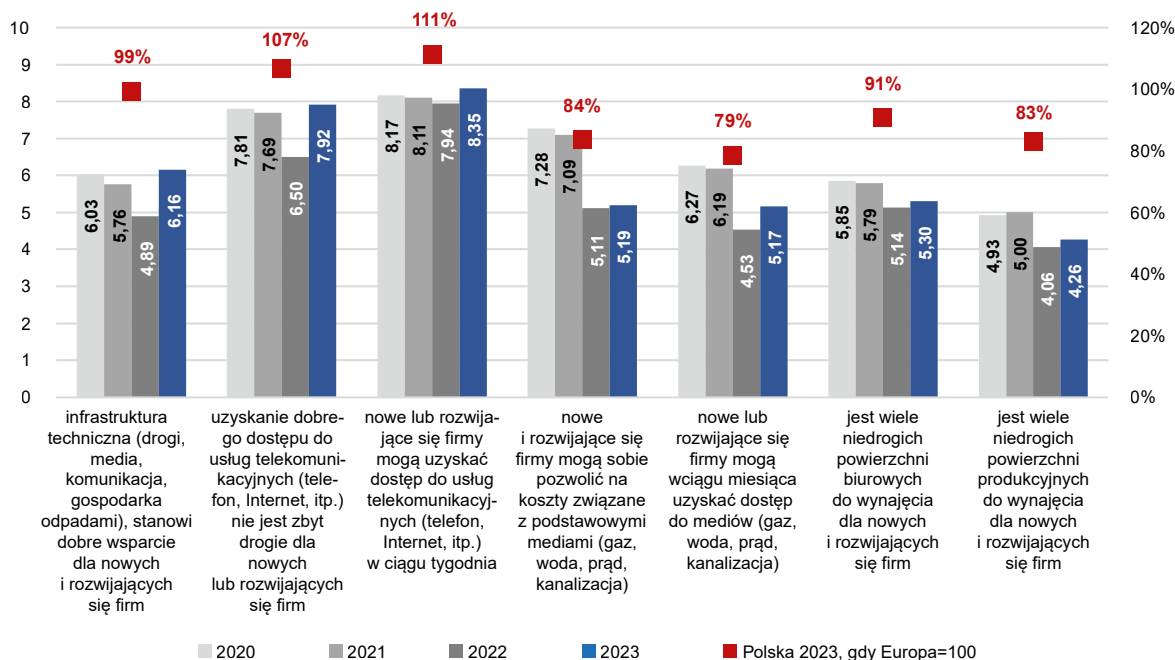
### 3.1.4. Infrastruktura

**Infrastruktura techniczna to obszar, który w 2023 r. został przez ekspertów oceniony średnio na 5,9 pkt** – lepiej niż w 2022 r. (5,5 pkt), ale słabiej niż w latach 2020–2021 (2021 r. – 6,8 pkt, 2020 r. – 6,5 pkt). Ocena ta była też nieco niższa w porównaniu do oceny ekspertów z krajów odniesienia (88% oceny gospodarek o wysokich dochodach, 92% – krajów Europy) (Wykres 3.1).

Wykres 3.6 przedstawia opinię ekspertów nt. stwierdzeń składających się na ten blok. **Polscy eksperci wysoko oceniają dostępność usług telekomunikacyjnych dla nowych i rozwijających się firm** (8,4 pkt – 111% oceny badanych państw Europy) **czy ich ceny** (7,9 pkt – 107% oceny krajów europejskich). W 2023 r., w porównaniu do poprzedniego roku, poprawiła się nieco ocena stwierdzenia dotyczącego dostępu do podstawowych mediów (gaz, woda, prąd, kanalizacja) – 5,2 (79% oceny krajów europejskich, 2022 r. – 4,5 pkt), choć cały czas jest ona na poziomie oceny „ani się zgadzam, ani się nie zgadzam” i była niższa niż w latach 2020–2021 (2021 r. – 6,2 pkt, 2020 r. – 6,3 pkt). Na podobnym poziomie eksperci ocenili stwierdzenie związane z kosztami dostępu do mediów – 5,2 pkt (84% oceny krajów europejskich, 2022 r. – 5,1 pkt, 2021 r. – 7,1 pkt, 2020 r. – 7,3 pkt), na co wpływ miały wojna w Ukrainie i wzrost cen energii. Natomiast **poprawiła się ocena jakości infrastruktury technicznej** (drogi, media, komunikacja, gospodarka odpadami) – 6,2 pkt (99% oceny krajów europejskich, 2020 r. – 4,9 pkt, 2021 r. – 5,8 pkt, 2020 r. – 6,0 pkt).

W 2020 r. do obszaru Infrastruktura techniczna dodano dwa nowe stwierdzenia dotyczące dostępu nowych i rozwijających się firm do niedrogich powierzchni biurowych i produkcyjnych. W 2023 r. pierwsze z nich (dostęp do powierzchni biurowych) eksperci ocenili na 5,3 pkt (91% średniej oceny dla państw Europy). Nieco gorzej natomiast postrzegają dostęp do niedrogich powierzchni produkcyjnych – 4,3 pkt (83%). Oba stwierdzenia zostały także niżej ocenione niż w latach 2020–2021.

**Wykres 3.6.** Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – **Infrastruktura techniczna**. Zmiany w latach 2020–2023 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2023 r.



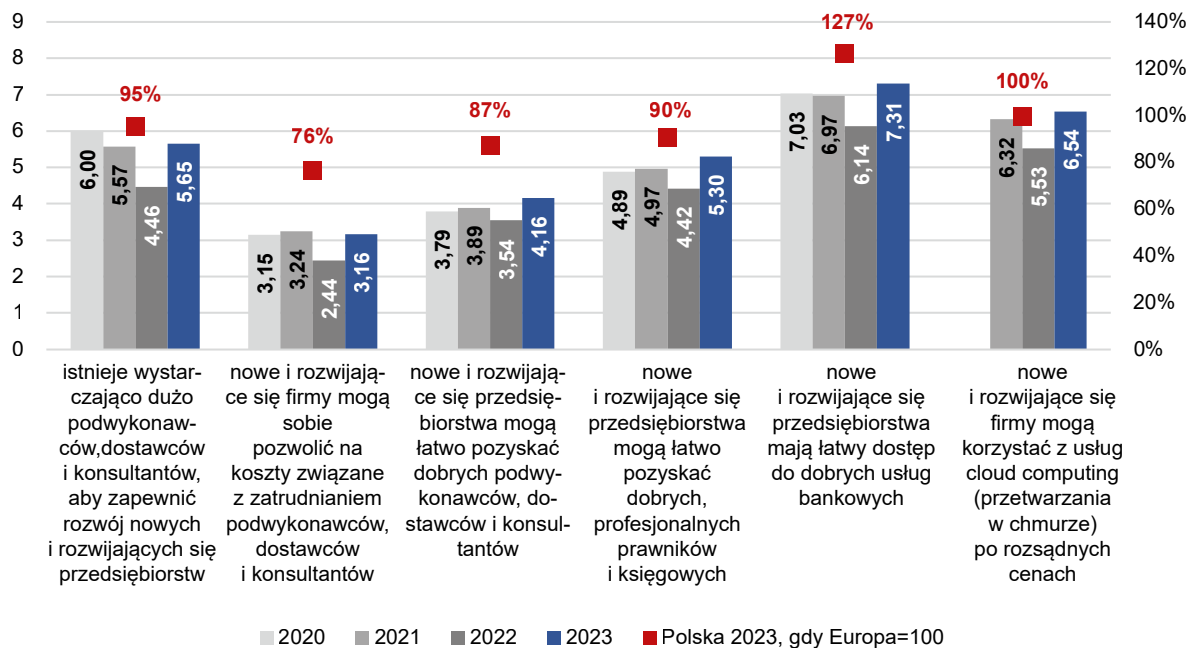
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Obszar dotyczący **Infrastruktury komercyjnej i usługowej** eksperci oceniają generalnie na poziomie „ani się zgadzam, ani się nie zgadzam”, trudno jest więc ocenić jego wpływ na polską przedsiębiorczość. Średnia ocena przyznana w 2023 r. to 5,4 pkt (93% oceny gospodarek o wysokich dochodach i 97% oceny krajów europejskich) (Wykres 3.1). Przy tym należy dodać, że **stwierdzenia składające się na ten obszar zostały nieco wyżej ocenione przez polskich ekspertów niż w latach 2020–2022.**

Analizując wyniki dla poszczególnych kategorii (Wykres 3.7), widzimy, że w opinii ekspertów w Polsce **ograniczeniem dla nowych i rozwijających się firm są koszty związane z zatrudnianiem podwykonawców, dostawców i konsultantów** (3,2 pkt, 76% oceny krajów europejskich) oraz trudności z pozyskaniem dobrych podwykonawców, dostawców i konsultantów (4,2 pkt, 87% oceny krajów europejskich). Nieco wyżej, ale wciąż przeciętnie oceniane są takie aspekty jak łatwość pozyskania dobrych, profesjonalnych prawników i księgowych (5,3 pkt, 90% oceny krajów Europy), liczba podwykonawców, dostawców i konsultantów w naszym kraju, umożliwiająca zapewnienie rozwoju nowych i rozwijających

się przedsiębiorstw (5,7 pkt, 95%). **Najlepiej eksperci ocenili dostęp nowych i rozwijających się firm do dobrych usług bankowych** (dostęp do konta, rachunki bieżące, transakcje walutowe, akredytywa itp.) – 7,3 pkt (127% oceny krajów europejskich) **oraz koszty dostępu do usług *cloud computing*** (6,5 pkt, 100%).

**Wykres 3.7.** Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – **Infrastruktura komercyjna i usługowa**. Zmiany w latach 2020–2021 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2023 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

## 3.2. Polityka i wsparcie publiczne

Ten blok składa się z trzech obszarów, w których eksperci oceniali stwierdzenia dotyczące polityki i działań administracji publicznej, skierowane do nowych i rozwijających się firm. Pierwszy obszar (I) dotyczy ogólnego podejścia władz, zarówno na poziomie centralnym, jak i regionalnym, do rozwoju firm. W praktyce oznacza to weryfikację, czy nowe i rozwijające się przedsiębiorstwa znajdują istotne miejsce w polityce państwa na różnych szczeblach zarządzania (kraj, region). Drugi obszar tematyczny (II) dotyczy obciążeń

fiskalnych i administracyjnych związanych z prowadzeniem działalności gospodarczej, a trzeci (III) obejmuje ocenę dostępności i efektywności programów publicznych wspierających rozwój firm.

**Polityka publiczna w zakresie przedsiębiorczości (obszar I)**, w tym jej priorytety, to blok stwierdzeń oceniany przez polskich ekspertów średnio na 3,4 pkt (niżej niż przeciętna ocena dla badanych krajów europejskich – 86% i gospodarek o wysokich dochodach – 71%) (Wykres 3.1). Była to ocena wyższa niż w 2022 r. (2,7 pkt), ale niższa niż w 2020 r. (4,3 pkt).

Jeżeli chodzi o poszczególne stwierdzenia składające się na ten obszar (Wykres 3.8), to każde z nich zostało ocenione przez ekspertów wyżej niż w poprzednim roku. **Najniżej zostało ocenione stwierdzenie mówiące, że polityka rządu (np. zamówienia publiczne) konsekwentnie sprzyja nowym przedsiębiorcom** (2,4 pkt, 68% oceny ekspertów z krajów europejskich). **Niską ocenę uzyskało też stwierdzenie: wsparcie dla nowych i rozwijających się firm jest ważnym priorytetem dla polityki na szczeblu centralnym** (3,5 pkt, 83% oceny dla krajów europejskich). Relatywnie najwyżej zostało ocenione stwierdzenie mówiące, że wsparcie dla nowych i rozwijających się firm jest ważnym priorytetem dla polityki na szczeblu regionalnym – 4,4 pkt (105% oceny dla krajów Europy).

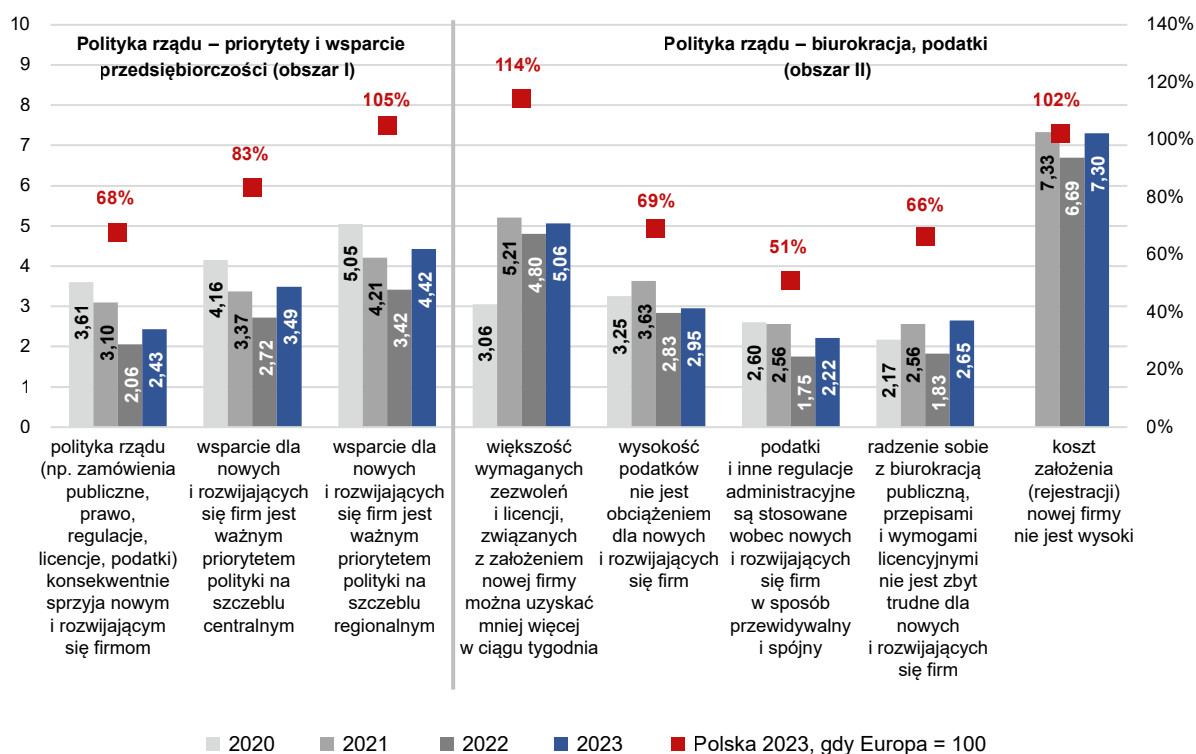
Nieco lepiej niż w 2022 r. eksperci ocenili **obszar związany z biurokracją i podatkami (obszar II)**. Jego ocena w 2023 r. wyniosła 4,0 pkt i stanowiła 83% wartości średniej oceny badanych państw europejskich i 75% – gospodarek o wysokich dochodach (2022 r. – 3,5 pkt).

**Analiza poszczególnych kategorii składających się na obszar II** (Wykres 3.8) **pokazuje trzy sfery, które zdaniem ekspertów stanowią utrudnienie dla nowych i rozwijających się firm.** Pierwsza z nich dotyczy **stosowania podatków i innych regulacji administracyjnych w sposób przewidywalny i spójny** (2,2 pkt, 51% oceny państw Europy), druga – **łatwości nowych i rozwijających się firm radzenia sobie z biurokracją publiczną, przepisami i wymogami licencyjnymi** (2,7 pkt, 66%), trzecia natomiast – **wysokości podatków** (3,0 pkt, 69%).

**Nieco lepiej niż przeciętnie w krajach Europy** (choć blisko poziomu „ani się zgadzam, ani się nie zgadzam”) **oceniono stwierdzenie, że nowe firmy mogą uzyskać większość wymaganych zezwoleń i licencji mniej więcej w ciągu tygodnia** (5,1 pkt, 114% oceny krajów europejskich).

Według polskich ekspertów **koszty założenia (rejestracji) nowej firmy raczej nie są wysokie** (7,3 pkt, 102% oceny krajów europejskich). Jest to stosunkowo nowe stwierdzenie, dodane w 2021 r. Wówczas ocena była taka sama jak w 2023 r., w 2022 r. wynosiła 6,7 pkt.

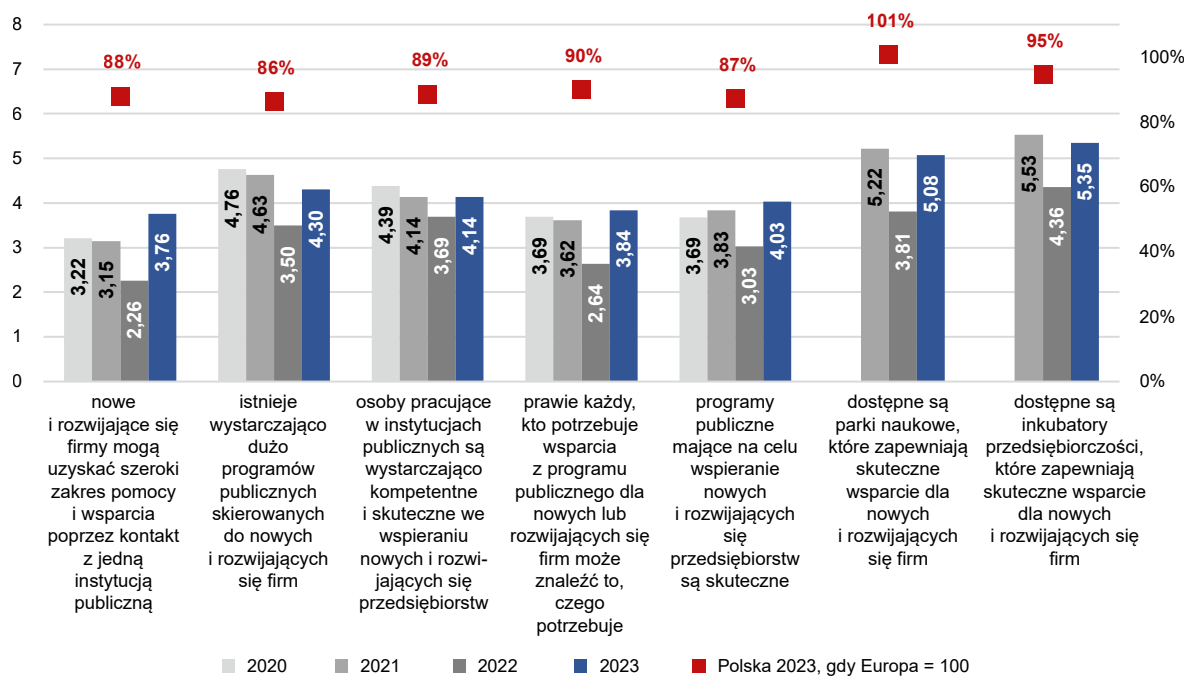
**Wykres 3.8.** Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – **Polityka rządu (obszar I i II)**. Zmiany w latach 2020–2023 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2023 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Ocena obszaru **Programy rządowe (publiczne) wspierające przedsiębiorczość (obszar III)**, dotyczącego dostępności i efektywności publicznych programów mających na celu rozwój przedsiębiorczości wróciła w 2023 r. do poziomu z lat 2020–2021 i była wyższa niż w poprzednim roku (2023 r. – 4,4 pkt, 2022 r. – 3,4 pkt, 2021 r. – 4,3 pkt, 2020 r. – 4,1 pkt). W porównaniu do krajów odniesienia stanowiła ona 79% wartości średniej oceny gospodarek o wysokich dochodach i 91% średniej państw Europy. Opinię ekspertów nt. poszczególnych stwierdzeń ocenianych w ramach tego bloku przedstawiono na Wykresie 3.9. Wszystkie stwierdzenia zostały w 2023 r. ocenione przez ekspertów wyżej niż w poprzednim roku.

**Wykres 3.9.** Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – Programy rządowe (publiczne) wspierające przedsiębiorczość (obszar III). Zmiany w latach 2020–2023 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2023 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

**Utrudnieniem dla nowych i rozwijających się firm, w opinii polskich ekspertów, może być rozproszenie form wsparcia w wielu podmiotach publicznych** – stwierdzenie o możliwości uzyskania szerokiego zakresu pomocy i wsparcia poprzez kontakt z jedną instytucją publiczną zostało ocenione jedynie na 3,7 pkt (88% średniej oceny państw europejskich). **Nisko oceniono także stwierdzenia, że prawie każdy, kto potrzebuje pomocy z programu publicznego dla nowych i rozwijających się firm, może znaleźć to, czego potrzebuje** (3,8 pkt, 90% oceny krajów europejskich) oraz że publiczne programy mające na celu wspieranie nowych i rozwijających się przedsiębiorstw są skuteczne (4,0 pkt, 87%). Nieco lepiej, ale wciąż relatywnie nisko oceniono stwierdzenie dotyczące wystarczających kompetencji i skuteczności osób pracujących w instytucjach publicznych do wspierania nowych i rozwijających się przedsiębiorstw (4,1 pkt, 89%) oraz mówiące, że istnieje wystarczająco dużo programów publicznych skierowanych do młodych i rozwijających się firm (4,3 pkt, 86%).



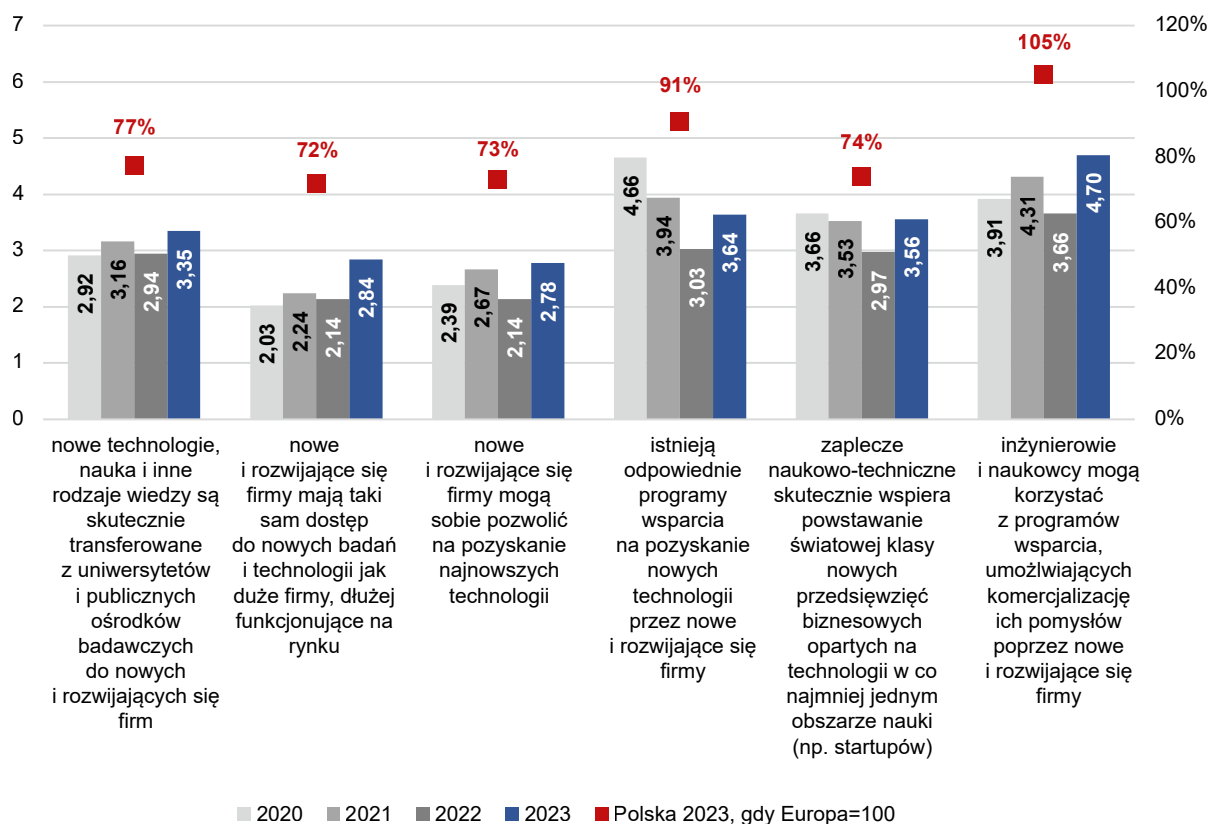
**Relatywnie najwyższe oceny**, choć na poziomie oceny „ani się zgadzam, ani się nie zgadzam”, **uzyskały stwierdzenia mówiące o dostępności parków naukowych** (5,1 pkt, 101% średniej oceny państw europejskich) **i inkubatorów przedsiębiorczości, które zapewniają skuteczne wsparcie dla nowych i rozwijających się firm** (5,4 pkt, 95%)<sup>60</sup>.

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

W tym bloku poruszane są tematy związane ze skutecznym transferowaniem technologii, wiedzy z uczelni i publicznych ośrodków badawczych do nowych i rozwijających się firm, pozyskiwaniem nowych technologii, dostępem do badań i technologii, a także z ofertą odpowiednich programów wsparcia. **W 2023 r. średnia ocena tego obszaru przez ekspertów była wciąż niska (3,5 pkt). Dobrą wiadomością jest to, że wróciła do poziomu z lat 2020–2021 po spadku w 2022 r.** (2022 r. – 2,8 pkt, 2021 r. i 2020 r. – 3,3 pkt). Jest to też wynik niższy od średniej oceny gospodarek o wysokich dochodach (stanowiła 72% średniej oceny dla tych krajów) i dla badanych państw europejskich (83%) (Wykres 3.1).

<sup>60</sup> Stwierdzenia te dodano w 2021 r. W poprzednich latach eksperci oceniali jedno stwierdzenie dotyczące zarówno parków naukowych, jak i inkubatorów przedsiębiorczości: „W Polsce parki naukowe i inkubatory przedsiębiorczości zapewniają skuteczne wsparcie dla nowych i rozwijających się firm”.

**Wykres 3.10.** Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – **Badania i rozwój, transfer wiedzy i technologii.** Zmiany w latach 2020–2023 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2023 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Wszystkie stwierdzenia składające się na opisywany obszar zostały w 2023 r. ocenione nieco lepiej niż w poprzednim roku (Wykres 3.10). Mimo tego oceny ekspertów dotyczące poszczególnych stwierdzeń są relatywnie niskie. Wskazuje to na istnienie barier w podejmowaniu działalności badawczo-rozwojowej przez nowe i rozwijające się firmy. **Relatywnie najwyżej**, ale na poziomie „ani się zgadzam, ani nie zgadzam”, **ocenione zostały programy wsparcia umożliwiające inżynierom i naukowcom komercjalizację ich pomysłów przez nowe i rozwijające się firmy** (4,7 pkt, 105% średniej oceny gospodarek Europy). **Przeszkodą jest nierównowaga małych firm w dostępie do nowych badań w porównaniu z dużymi, dłużej funkcjonującymi na rynku** (2,8 pkt, 72%). **Nowe i rozwijające się polskie firmy, w opinii ekspertów, nie mogą sobie pozwolić na pozyskanie najnowszych technologii** (2,8 pkt, 73%). Utrzymuje się problem transferu wiedzy, technologii z uniwersytetów

i ośrodków naukowych do firm (3,4 pkt, 77%). Niską ocenę uzyskały też stwierdzenia: „zaplecze naukowo-techniczne skutecznie wspiera powstawanie światowej klasy nowych przedsięwzięć biznesowych opartych na technologii w co najmniej jednym obszarze nauki” (3,6 pkt, 74%) oraz „istnieją odpowiednie programy wsparcia na pozyskanie nowych technologii przez nowe i rozwijające się firmy” (3,6 pkt, 91%).

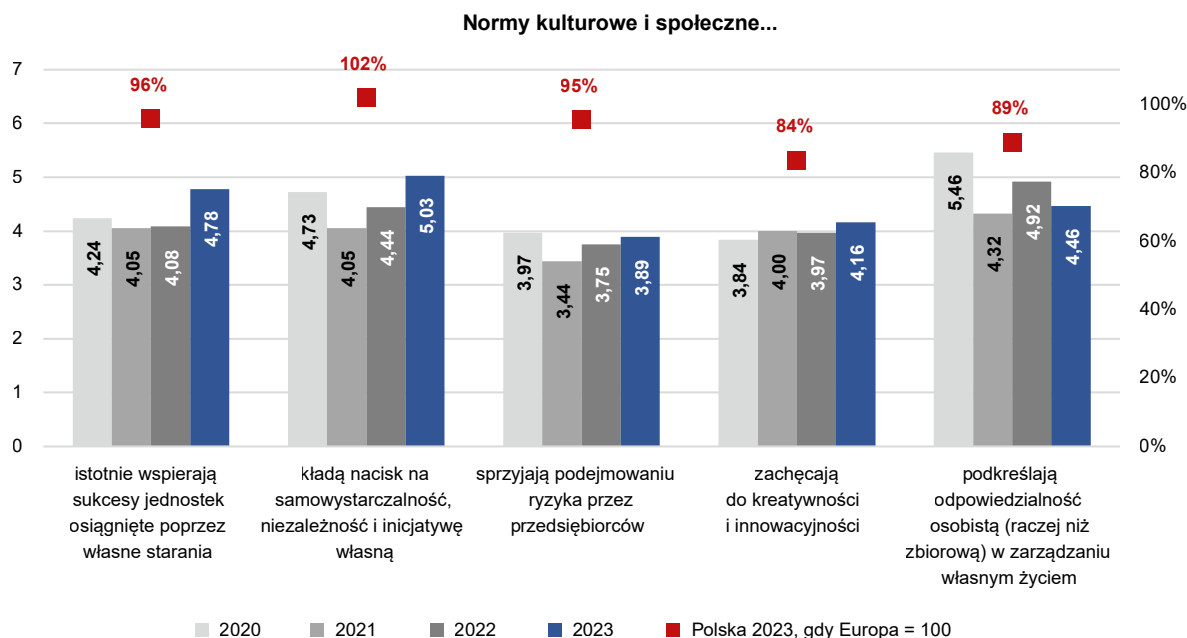
Mimo że w ostatnich latach wiele uwagi poświęca się współpracy nauki z biznesem, powstało szereg inicjatyw promujących tego typu działania (choćby dotacje z funduszy europejskich), a nakłady wewnętrzne na B+R rosną (wg danych GUS nakłady krajowe brutto na działalność B+R w 2022 r. wyniosły 44,7 mld zł i wzrosły o 18,7% w porównaniu z 2020 r.<sup>61</sup>), to jednak oceny ekspertów wskazują, że działania te nie są jeszcze wystarczające. Stworzenie odpowiednich warunków do szybkiego rozwoju sektora B+R cały czas pozostaje jednym z największych wyzwań państwa.

## 3.4. Normy kulturowe i społeczne

Ostatni z analizowanych bloków dotyczący norm ugruntowanych w kulturze i społeczeństwie prezentuje opinie nt. uwarunkowań, które sprzyjają indywidualnym sukcesom, kreatywności, własnej inicjatywie czy podejmowaniu ryzyka. **Średnia ocena ekspertów dotycząca uwarunkowań kulturowych i społecznych w odniesieniu do przedsiębiorczości to 4,5 pkt.** Jest ona nieco niższa niż w gospodarkach o wysokich dochodach (80% średniej oceny dla tych krajów) i objętych badaniem państwach Europy (93%) (Wykres 3.1). Jednocześnie w 2023 r. odnotowano nieznaczny wzrost oceny ekspertów w porównaniu z latami 2020–2022 (w tych latach wynosiła ona od 4,0 do 4,4 pkt). Państwa europejskie, w których najlepiej oceniane są uwarunkowania kulturowe do podejmowania i rozwoju działań przedsiębiorczych to Estonia (7,8 pkt), Litwa (6,6 pkt) i Holandia (6,4 pkt).

<sup>61</sup> Działalność badawcza i rozwojowa w Polsce w 2022 roku, GUS 2023.

**Wykres 3.11.** Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – **Normy kulturowe i społeczne**. Zmiany w latach 2020–2023 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2023 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

**Najlepiej ocenione stwierdzenia** w tym bloku (Wykres 3.11) **dotyczą norm kulturowych i społecznych w kontekście nacisku na samowystarczalność i inicjatywę własną** (5,0 pkt, 102% średniej oceny badanych państw europejskich), **istotnego znaczenia norm kulturowych we wspieraniu indywidualnych sukcesów osiągniętych poprzez własne starania** (4,8 pkt, 96%), **a także podkreślania odpowiedzialności osobistej w zarządzaniu własnym życiem** (4,5 pkt, 89%). Nieco niżej oceniono stwierdzenie, że normy kulturowe zachęcają do kreatywności i innowacyjności (4,2 pkt, 84% przeciętnej oceny państw Europy) oraz mówiące o tym, że normy kulturowe i społeczne w Polsce sprzyjają podejmowaniu ryzyka przez przedsiębiorców (3,9 pkt, 95%). Dość niska ocena tych dwóch stwierdzeń może oznaczać, że według ekspertów skłonność polskich przedsiębiorców do angażowania się w bardziej ryzykowne przedsięwzięcia, jakimi są np. projekty innowacyjne, może być hamowana przez te uwarunkowania.

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

Porównanie poszczególnych gospodarek pod względem zewnętrznych uwarunkowań mogących wpływać na przedsiębiorczość umożliwia **Krajowy Wskaźnik Uwarunkowań Przedsiębiorczości (NECI – National Entrepreneurship Context Index)** wprowadzony do badania GEM w 2019 r.<sup>62</sup> Jest on wyliczany na podstawie danych z badania eksperckiego dotyczącego uwarunkowań przedsiębiorczości (*National Expert Survey – NES*). Wskaźnik ten ma pomóc w pomiarze i ocenie łatwości zakładania i rozwijania działalności gospodarczej w krajach uczestniczących w badaniu. Im wyższy wskaźnik ma dany kraj, tym lepsze panują w nim warunki do rozwoju przedsiębiorczości.

**Polska z wynikiem 4,2 pkt, zajmuje 19. miejsce wśród 22 państw Europy objętych badaniem w 2023 r. (Wykres 3.12). W porównaniu do 2022 r. wartość wskaźnika NECI dla naszego kraju nieznacznie wzrosła (2022 r. – 3,8 pkt) i wróciła do poziomu z lat 2020–2021.** Gdy pod uwagę weźmiemy wszystkie 49 gospodarek uwzględnionych w 2023 r. w badaniu NES, to Polska zajmuje 33. pozycję. Świadczy to o tym, że nadal konieczne jest podejmowanie wysiłków zmierzających do poprawy warunków dla rozwoju przedsiębiorczości w naszym kraju.

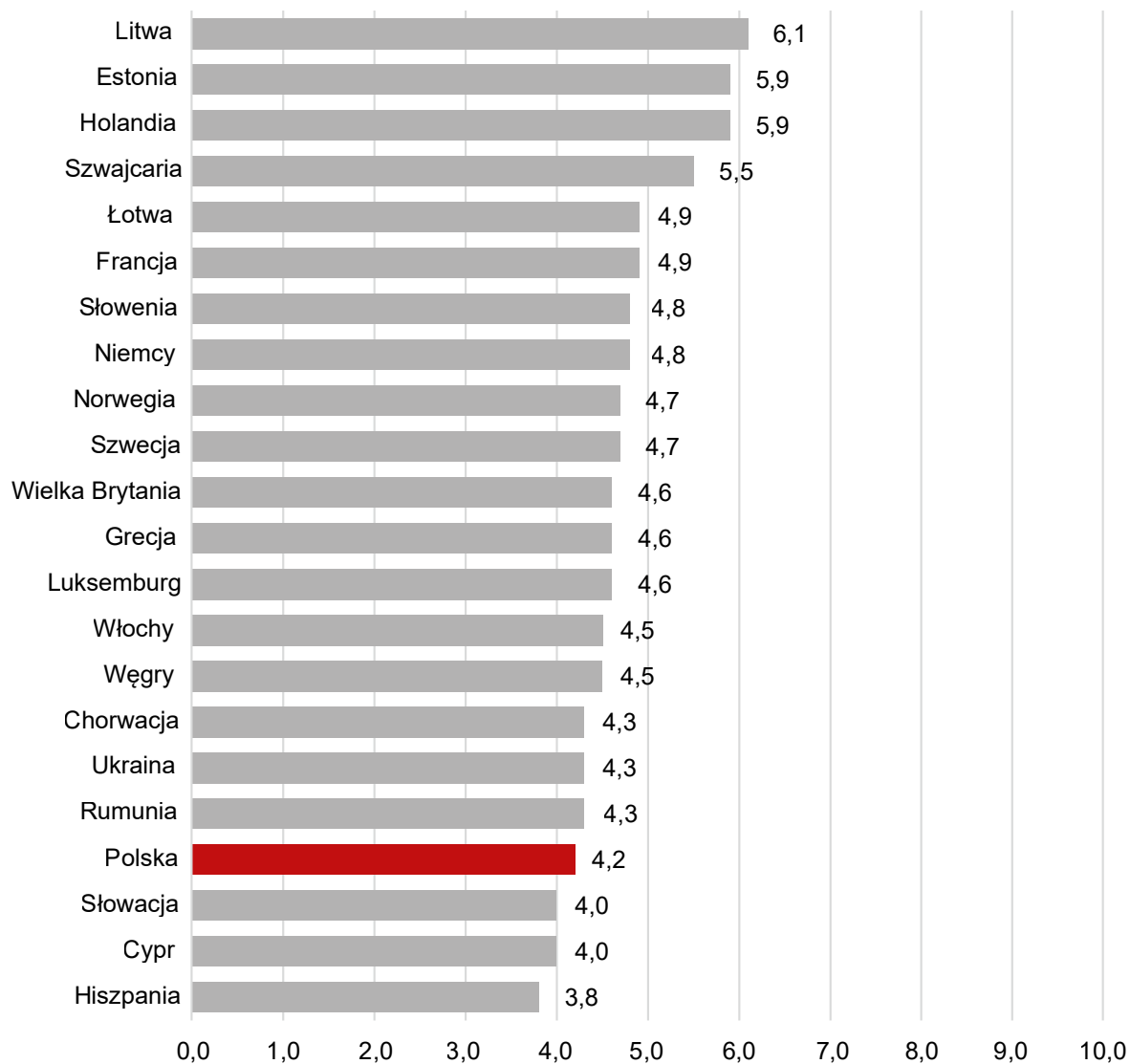
Krajem o najwyższej wartości wskaźnika NECI w 2023 r. wśród państw europejskich jest Litwa – 6,1 pkt. Wysoko w rankingu znalazły się także takie kraje jak Estonia i Holandia (po 5,9 pkt) oraz Szwajcaria (5,5 pkt). Zbliżone do Polski wartości wskaźnika wśród krajów Europy obserwujemy w Rumunii (4,3 pkt) oraz Słowacji i Cyprze (po 4,0 pkt).

Natomiast gdy pod uwagę weźmiemy wszystkie kraje objęte badaniem GEM, to najwyższą wartość wskaźnika NECI w 2023 r. osiągnęły Zjednoczone Emiraty Arabskie (7,6 pkt), Indie (6,5 pkt) i Arabia Saudyjska (6,3 pkt).

---

<sup>62</sup> 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 wcześniejszym była to skala od 1 do 9).

**Wykres 3.12.** Krajowy Wskaźnik Uwarunkowań Przedsiębiorczości w Polsce i w krajach Europy objętych badaniem NES w 2023 r.



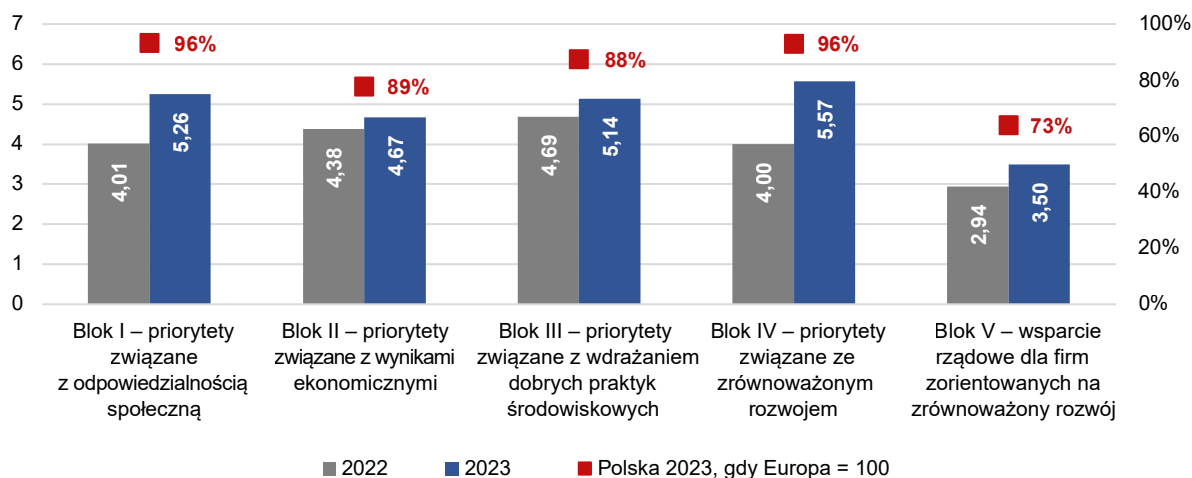
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

## 3.6. Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ

W 2022 r. w badaniu NES dodano nowe pytania dotyczące postrzegania przez ekspertów postępów w realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju Organizacji Narodów Zjednoczonych<sup>63</sup>. Ocenie ekspertów podlega 13 stwierdzeń pogrupowanych w 5 bloków tematycznych. Cztery z nich dotyczą postrzegania priorytetów nowych i rozwijających się firm związanych z: odpowiedzialnością społeczną (I), wynikami ekonomicznymi (II), wdrażaniem dobrych praktyk środowiskowych (III), zrównoważonym rozwojem (IV). Ostatni blok dotyczy postrzegania wsparcia rządowego dla firm zorientowanych na zrównoważony rozwój (V).

**Średnie oceny ekspertów dla poszczególnych bloków pytań były w 2023 r. wyższe niż w roku poprzednim (Wykres 3.13). Cztery pierwsze bloki, dotyczące priorytetów nowych i rozwijających się firm, zostały ocenione średnio relatywnie lepiej (choć na poziomie „ani się zgadzam, ani się nie zgadzam”) niż blok piąty dotyczący wsparcia dla firm w analizowanym obszarze.**

**Wykres 3.13.** Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – realizacja Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ – średnie oceny dla poszczególnych bloków pytań. Zmiany w latach 2022–2023 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2023 r.

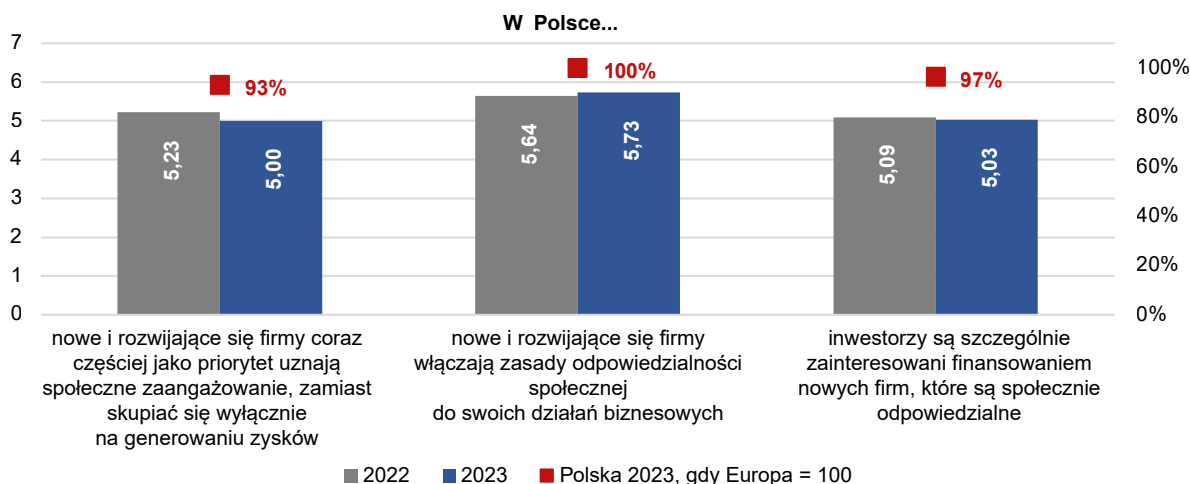


Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

<sup>63</sup> 17 celów dotyczących ograniczenia ubóstwa, ochrony środowiska i zapewnienia ogólnego dobrobytu dla wszystkich ludzi na świecie przyjętych przez Zgromadzenie Ogólne ONZ 25.09.2015 r. (Rezolucja Zgromadzenia Ogólnego A/RES/70/1: Agenda na Rzecz Zrównoważonego Rozwoju 2030).

**Blok I – priorytety związane z odpowiedzialnością społeczną – został przez ekspertów oceniony średnio na 5,3 pkt (96% przeciętnej oceny badanych krajów Europy), wyżej niż w 2022 r. (4,0 pkt) (Wykres 3.13). Polscy eksperci relatywnie najbardziej zgadzają się co do tego, że nowe i rozwijające się firmy włączają zasady odpowiedzialności społecznej do swoich działań biznesowych (5,7 pkt, 100% średniej oceny krajów europejskich). Nieco niższą ocenę uzyskały stwierdzenia mówiące, że nowe i rozwijające się firmy coraz częściej jako priorytet uznają społeczne zaangażowanie, zamiast skupiać się wyłącznie na generowaniu zysków (5,0 pkt, 93%) oraz że inwestorzy są szczególnie zainteresowani finansowaniem nowych firm, które są społecznie odpowiedzialne (5,0 pkt, 97%) (Wykres 3.14). Choć należy tu dodać, że oceny polskich ekspertów są podobne do tych z grup odniesienia oraz że eksperci mieli trudność z oceną poszczególnych stwierdzeń, o czym świadczy średnia na poziomie „ani się zgadzam, ani się nie zgadzam”.**

**Wykres 3.14.** Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – realizacja Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ: Blok I – priorytety związane z odpowiedzialnością społeczną. Zmiany w latach 2022–2023 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2023 r.



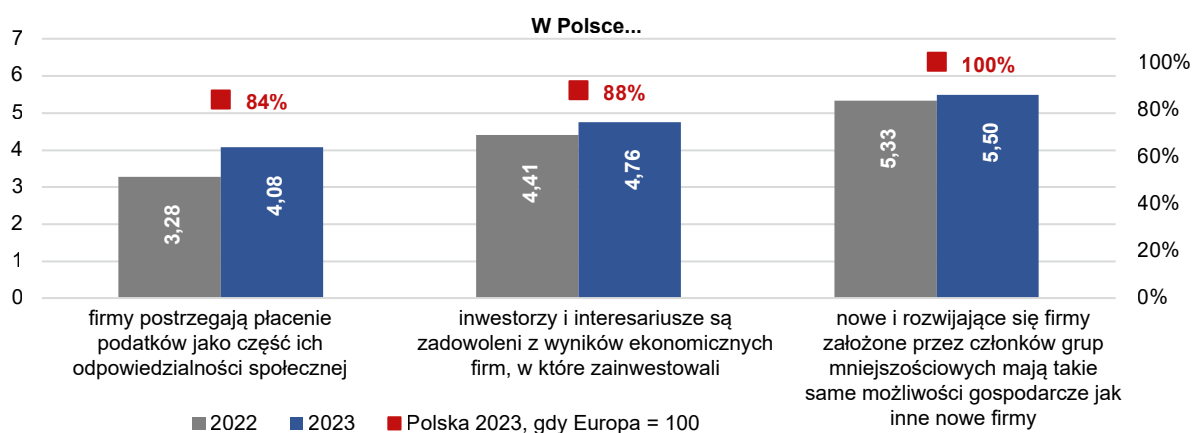
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

**Blok II dotyczy priorytetów związanych z wynikami finansowymi nowych i rozwijających się firm uzyskał średnią ocenę na poziomie 4,7 pkt (89% przeciętnej oceny dla krajów Europy) (Wykres 3.13). Eksperti z Polski raczej nie podzielają opinii, że firmy postrzegają płaconie podatków jako część ich odpowiedzialności społecznej (4,1 pkt, 84% średniej oceny krajów europejskich). Nieco bardziej optymistyczni są za to, jeśli chodzi o postrzeganie**



inwestorów i interesariuszy jako osób zadowolonych z wyników ekonomicznych firm, w które zainwestowali (4,8 pkt, 88%). **Na poziomie badanych krajów Europy oceniono stwierdzenie, że firmy założone przez członków grup mniejszościowych mają takie same możliwości gospodarcze jak inne nowe firmy (5,5 pkt, 100%)** (Wykres 3.15).

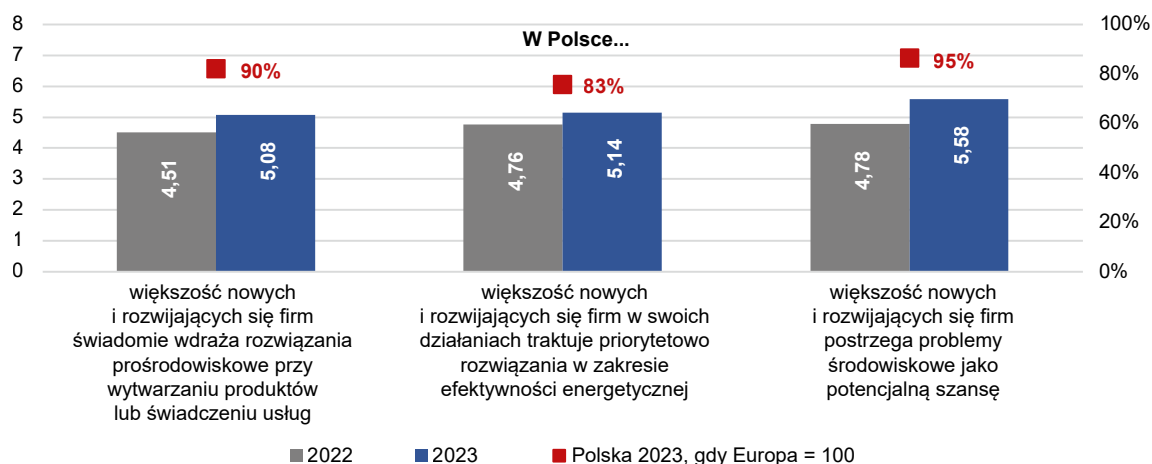
**Wykres 3.15.** Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – realizacja Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ: Blok II – priorytety związane z wynikami finansowymi firm. Zmiany w latach 2022–2023 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2023 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

**Blok III dotyczy priorytetów nowych i rozwijających się firm związanych z wdrażaniem dobrych praktyk środowiskowych został oceniony w Polsce na średnio 5,1 pkt, co może wskazywać, że eksperci nie mają wyrobionego zdania również w tym obszarze (ocena jest na poziomie odpowiedzi „ani się zgadzam, ani się nie zgadzam”).** Jest to też ocena nieco niższa niż w krajach Europy – stanowi 88% przeciętnej oceny dla tej grupy krajów (Wykres 3.13). Trzy stwierdzenia składające się na ten obszar uzyskały podobne oceny. Stwierdzenie dotyczące świadomego wdrażania rozwiązań prośrodowiskowych przy wytwarzaniu produktów lub świadczeniu usług przez nowe i rozwijające się firmy oceniono na 5,1 pkt (90% średniej oceny dla badanych krajów Europy), mówiące o priorytetowym traktowaniu rozwiązań w zakresie efektywności energetycznej – 5,1 pkt (83%), a postrzeganie problemów środowiskowych jako potencjalną szansę – na 5,6 pkt (95%) (Wykres 3.16).

**Wykres 3.16.** Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – realizacja Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ: Blok III – priorytety związane z wdrażaniem dobrych praktyk środowiskowych. Zmiany w latach 2022–2023 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2023 r.

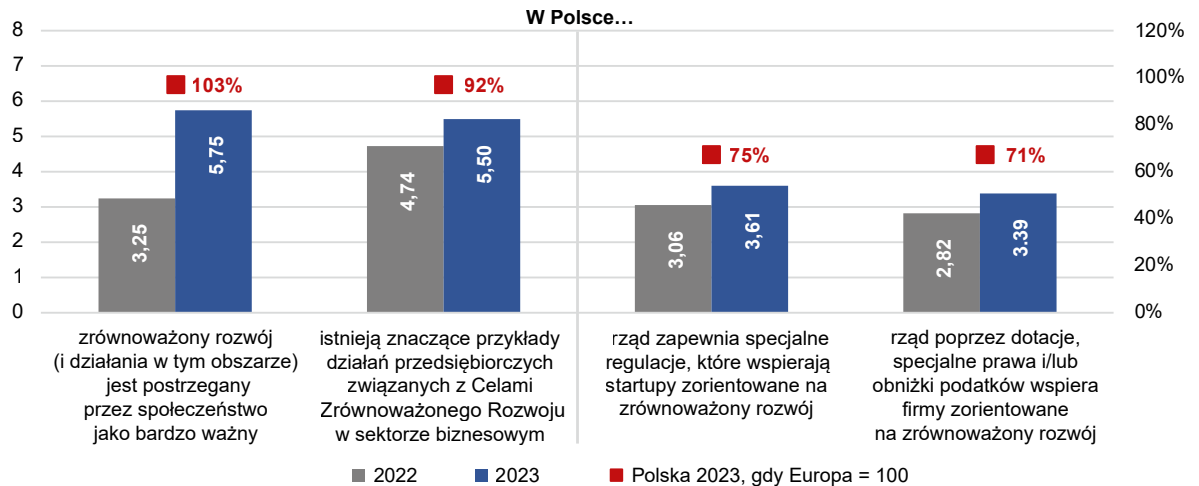


Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

**Blok IV obejmował dwa stwierdzenia dotyczące postrzegania priorytetów nowych i rozwijających się firm związanych ze zrównoważonym rozwojem. Eksperti z Polski ocenili go średnio na 5,6 pkt (98% średniej krajów europejskich) (Wykres 3.13).** Oba stwierdzenia składające się na ten blok oceniono na poziomie „ani się zgadzam, ani się nie zgadzam”: dotyczące postrzeganie praktyk zrównoważonego rozwoju jako bardzo ważnych w kulturze narodowej naszego kraju – 5,8 pkt, co ważne jest to wynik na poziomie 103% oceny badanych krajów Europy, a mówiące o istnieniu znaczących przykładów działań przedsiębiorczych związanych z Celami Zrównoważonego Rozwoju w sektorze biznesowym – 5,5 pkt, 92% (Wykres 3.17).

**Blok V – priorytety związane ze wsparciem rządowym firm zorientowanych na zrównoważony rozwój został nisko oceniony przez ekspertów – średnia ocena obu stwierdzeń na niego się składających to 3,5 pkt i jest to wynik niższy niż w krajach Europy (73% średniej oceny) (Wykres 3.13).** Należy tu dodać, że była to ocena nieco wyższa niż w 2022 r. (2,9 pkt). W ich opinii **rząd nie zapewnia specjalnych regulacji wspierających startupy zorientowane na zrównoważony rozwój (3,6 pkt, 75%), nie wspiera też firm zorientowanych na zrównoważony rozwój poprzez dotacje, specjalne prawa czy obniżki podatków (3,4 pkt, 71%) (Wykres 3.17).**

**Wykres 3.17.** Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – realizacja Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ: Blok IV – priorytety związane ze zrównoważonym rozwojem, Blok V – priorytety związane ze wsparciem rządowym firm zorientowanych na zrównoważony rozwój. Zmiany w latach 2022–2023 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2023 r.



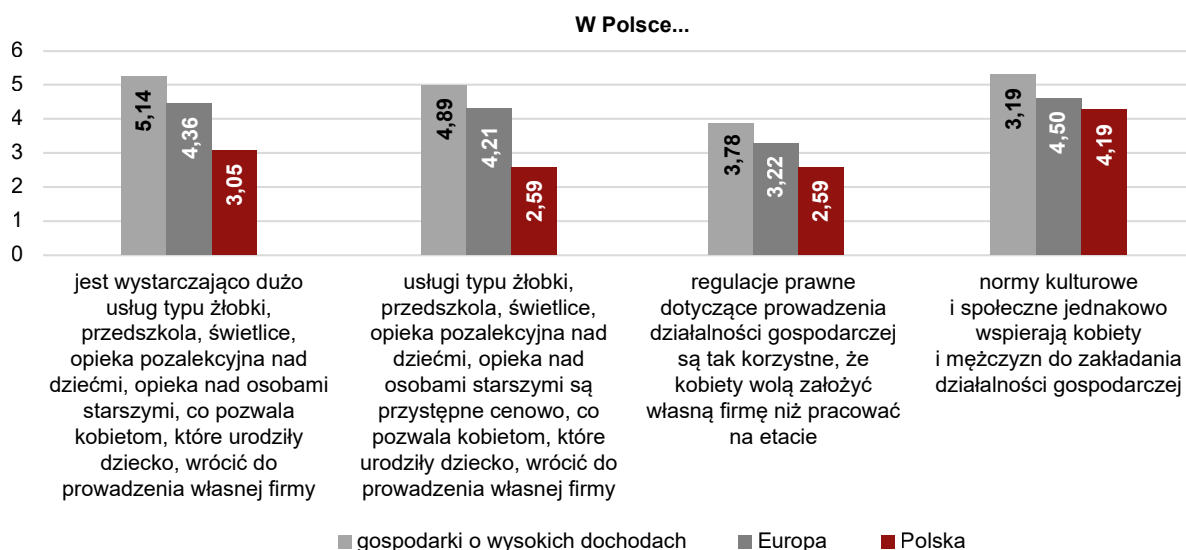
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

## 3.7. Przedsiębiorczość kobiet

Tegoroczna edycja badania NES obejmowała także temat przedsiębiorczości kobiet. Ekspertcy oceniali osiem stwierdzeń składających się na dwa obszary. Pierwszy z nich odnosi się do postrzegania uwarunkowań rozwoju poziomu wsparcia przedsiębiorczości kobiet w aspekcie usług opiekuńczo-edukacyjnych, regulacji i norm kulturowych, drugi – do dostępności zasobów (finansowania i rynku) dla kobiet w porównaniu z mężczyznami w rozwijaniu działalności przedsiębiorczej. Oceny polskich ekspertów są w przypadku obu obszarów niższe niż w gospodarkach o wysokich dochodach (poziom A) i krajach europejskich. Temat przedsiębiorczości kobiet był też uwzględniony w badaniu NES przeprowadzonym w 2021 r. Ekspertcy oceniali wtedy sześć stwierdzeń – tylko dwa z nich zostały uwzględnione w 2023 r.: "regulacje prawne dotyczące prowadzenia działalności gospodarczej są tak korzystne, że kobiety wolą założyć własną firmę niż pracować na etacie" oraz "normy kulturowe i społeczne jednakowo wspierają kobiety i mężczyzn do zakładania działalności gospodarczej".

Obszar dotyczący postrzegania poziomu wsparcia przedsiębiorczości kobiet w aspekcie usług, regulacji i norm kulturowych został w Polsce oceniony średnio na 3,08 pkt, natomiast w gospodarkach o wysokich dochodach na 4,7 pkt, a w objętych badaniem krajach Europy – 4,07 pkt. Spośród czterech stwierdzeń składających się na ten obszar polscy eksperci najwyżej ocenili odnoszące się do tego, że normy kulturowe i społeczne jednakowo wspierają kobiety i mężczyzn do zakładania działalności gospodarczej – 4,2 pkt (Wykres 3.18). Była to ocena nieco lepsza niż w 2021 r. (3,8 pkt). Ocena kolejnych stwierdzeń składających się na ten obszar wskazuje jednak, że mogą one ograniczać przedsiębiorczość kobiet w Polsce. Niską ocenę uzyskały stwierdzenia dotyczące dostępności i przystępności cenowej usług typu żłobki, przedszkola, świetlice, opieka pozalekcyjna nad dziećmi, opieka nad osobami starszymi, co pozwala kobietom, które urodziły dziecko, wrócić do prowadzenia własnej firmy. Była to też ocena niższa niż w krajach odniesienia, choć należy dodać, że eksperci z tych krajów ocenili je na poziomie „ani się zgadzam, ani nie zgadzam”. Ograniczeniem dla zakładania i rozwoju przedsiębiorstw przez kobiety zdaniem ekspertów z Polski i krajów odniesienia są regulacje prawne dotyczące prowadzenia działalności gospodarczej. Nie zgadzają się oni ze stwierdzeniem, że są one tak korzystne, że kobiety wolą założyć własną firmę niż pracować na etacie. Obszar ten uzyskał ocenę 2,6 pkt (2021 – 2,4 pkt).

**Wykres 3.18.** Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – przedsiębiorczość kobiet – **postrzeżenie poziomu wsparcia przedsiębiorczości kobiet w aspekcie usług, regulacji i norm kulturowych.** Polska w porównaniu z gospodarkami o wysokich dochodach (poziom A) i krajami europejskimi w 2023 r.

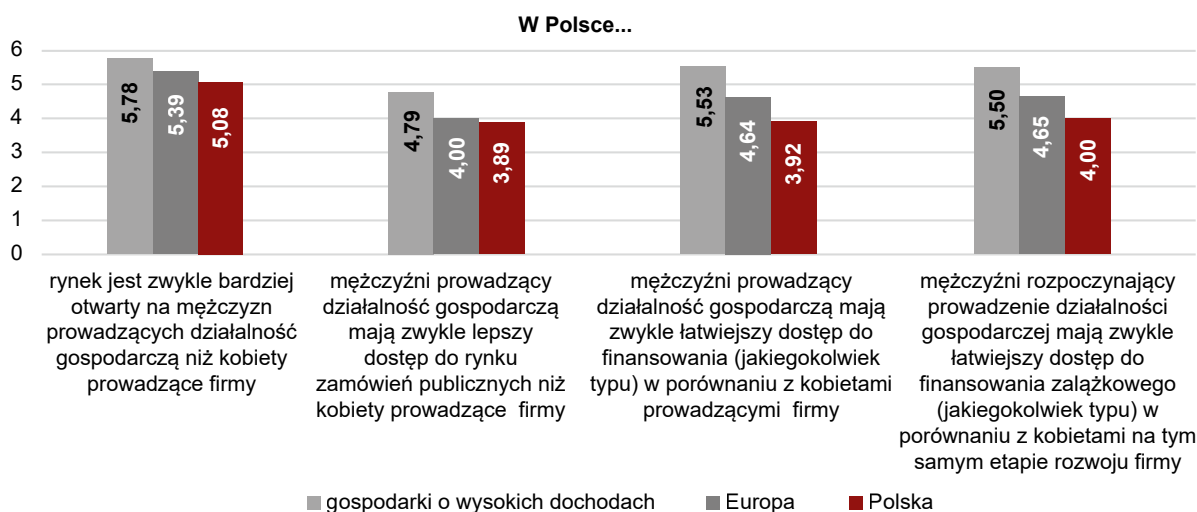


Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Drugi z obszarów odnoszący się do dostępności zasobów (finansowania i rynku) dla kobiet w porównaniu z mężczyznami w rozwijaniu działalności przedsiębiorczej polscy eksperci ocenili średnio na 4,2 pkt – nieco niżej niż w gospodarkach o wysokich dochodach (5,4 pkt) i w krajach europejskich (4,66 pkt).

Polscy eksperci nie mają wyrobionego zdania w przypadku stwierdzenia mówiącego, że rynek jest zwykle bardziej otwarty na mężczyzn prowadzących działalność gospodarczą niż kobiety prowadzące firmy – ocena 5,1 pkt (Wykres 3.19). Natomiast raczej się nie zgadzają z kolejnymi trzema stwierdzeniami: mężczyźni prowadzący działalność gospodarczą mają zwykle lepszy dostęp do rynku zamówień publicznych niż kobiety prowadzące firmy (3,9 pkt), mężczyźni prowadzący działalność gospodarczą mają zwykle łatwiejszy dostęp do finansowania (jakiegokolwiek typu) w porównaniu z kobietami prowadzącymi firmy (3,9 pkt) oraz, że mężczyźni rozpoczynający prowadzenie działalności gospodarczej mają zwykle łatwiejszy dostęp do finansowania załączkowego (jakiegokolwiek typu) w porównaniu z kobietami na tym samym etapie rozwoju firmy (4,0 pkt). Jednak ponieważ poziom oceny tych stwierdzeń dokonanej przez ekspertów z krajów odniesienia może wskazywać na pewne trudności w odniesieniu się do analizowanych obszarów, nie można na podstawie tych wyników powiedzieć, że dostęp kobiet do zamówień publicznych czy finansowania jest w Polsce lepszy.

**Wykres 3.19.** Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – przedsiębiorczość kobiet – **postrzeganie dostępności zasobów (finansowania i rynku)** dla kobiet w porównaniu z mężczyznami w rozwijaniu działalności przedsiębiorczej. Polska w porównaniu z gospodarkami o wysokich dochodach (poziom A) i krajami europejskimi w 2023 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

## 3.8. Podsumowanie

Analiza opinii pozyskanych od ekspertów w badaniu NES pokazuje, że **w 2023 r. w Polsce – w porównaniu do poprzednich trzech lat – nie nastąpiła istotna poprawa uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości. Należy podkreślić, że ocena z 2023 r., była lepsza niż z 2022 r.** Świadczy o tym wartość Krajowego Wskaźnika Uwarunkowań Przedsiębiorczości (NECI), która dla Polski w 2022 r. wynosiła 3,8 pkt, a rok później wróciła do poziomu z lat 2020–2021 – 4,2 pkt. Wartość tego wskaźnika jest jednak wciąż stosunkowo niska i pokazuje, że Polska ma jeszcze dużo do zrobienia w zakresie poprawy warunków sprzyjających powstawaniu i rozwojowi firm.

**W 2023 r. tylko jeden z obszarów – otwartość rynku zewnętrznego – został oceniony przez polskich ekspertów znacznie lepiej niż średnio w krajach Europy. Relatywnie wysoko oceniono też dostęp do infrastruktury technicznej oraz dostęp do infrastruktury komercyjnej i usługowej, ale była to ocena nieco niższa od przeciętnej w tych krajach. Poprawy natomiast wymagają przede wszystkim edukacja przedsiębiorczości (zarówno na poziomie podstawowym i średnim, jak i na etapie uczelni i kształcenia zawodowego), polityka wspierania przedsiębiorczości, obszar związany z B+R i transferem wiedzy oraz kwestia biurokracji i podatków.**

**Eksperci nieco lepiej niż rok wcześniej ocenili stwierdzenia odnoszące się do postępów w realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju Organizacji Narodów Zjednoczonych.**

Dwa z pięciu bloków ocenione zostały na poziomie krajów europejskich (priorytety związane z odpowiedzialnością społeczną i priorytety związane ze zrównoważonym rozwojem).

Poprawy natomiast wymaga obszar rządowego wsparcia firm zorientowanych na zrównoważony rozwój.

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

## 4. Temat specjalny – Startupy w Polsce

O startupach słyszymy w mediach i czytamy w dokumentach rządowych. Hasłowo z wydarzeniami startupowymi kojarzą się: Wolves Summit<sup>64</sup>, Impact<sup>65</sup> czy choćby wydarzenia towarzyszące Europejskiemu Kongresowi Gospodarczemu w Katowicach<sup>66</sup>. W ujęciu światowym, dla tych którzy interesują się startupami i przedsiębiorczością, znane są m.in. takie miejsca jak Dolina Krzemowa – jeden z najbardziej znanych i rozwiniętych ekosystemów startupowych na świecie<sup>67</sup>, Tel Awiw nazywany „stolicą startupów” czy Londyn – miasto, które jest domem dla wielu innowacyjnych firm, szczególnie w obszarach fintech, edutech i e-commerce.

Istotnym elementem dla sukcesu nowych i rozwijających się firm jest wsparcie ze strony ekosystemu startupowego. Wspomniane podmioty często operują na styku innowacyjności i ryzyka, posiadając ograniczone zasoby wewnętrzne oraz napotykając na niepewny popyt na swoje produkty czy usługi. Dlatego stworzenie korzystnego środowiska biznesowego, które oferuje dostęp do finansowania, mentorów, inkubatorów czy przestrzeni do współpracy, ma kluczowe znaczenie do ich rozwoju.

Mimo rosnącego zainteresowania startupami i ich znaczenia dla gospodarki, brakuje kompleksowych badań, które dokładnie określałyby liczbę tych podmiotów oraz opisywały ich sytuację. Wynika to m.in. z trudności określenia populacji startupów, spójnej definicji, trudności w identyfikacji i dotarcia do nich. PARP od 7 lat próbuje tę lukę częściowo wypełnić poprzez identyfikację startupów w badaniu GEM.

Badanie startupów jest prowadzone za pomocą badania ilościowego na reprezentatywnej próbie 8000 dorosłych Polaków w wieku 18–64 lata (badanie APS), z wykorzystaniem bloku

---

<sup>64</sup> <https://wroclaw.wolvessummit.com/>

<sup>65</sup> <https://impactcee.com/pl/start/>

<sup>66</sup> <https://www.eecpoland.eu/pl/>

<sup>67</sup> Najnowszy ranking ekosystemów startupów jest dostępny w raporcie <https://startupgenome.com/article/global-startup-ecosystem-ranking-2023-top-30-plus-runners-up>

dodatkowych pytań w kwestionariuszu. Należy podkreślić, że pytania dotyczące kwestii działania w formule typu startup kierowane są do osób dorosłych, które są już właścicielami/współwłaścicielami istniejącego biznesu oraz do osób, które są na etapie zakładania, tworzenia biznesu – podejmują działania, które mają do tego doprowadzić. Takie szerokie podejście daje szansę na większą trafność w dotarciu do tego typu podmiotów.

Dodatkowo, prowadzona jest ocena uwarunkowań rozwoju startupów. W tym przypadku także narzędzie do badania jakościowego (badanie NES), służącego ocenie kluczowych filarów ekosystemu przedsiębiorczości w Polsce, zostało rozszerzone o blok pytań dotyczących funkcjonowania startupów. Pytania te są oceniane przez co najmniej 36 ekspertów z różnych dziedzin związanych z przedsiębiorczością. Wyniki tej oceny dopełniają przedstawiony opis.

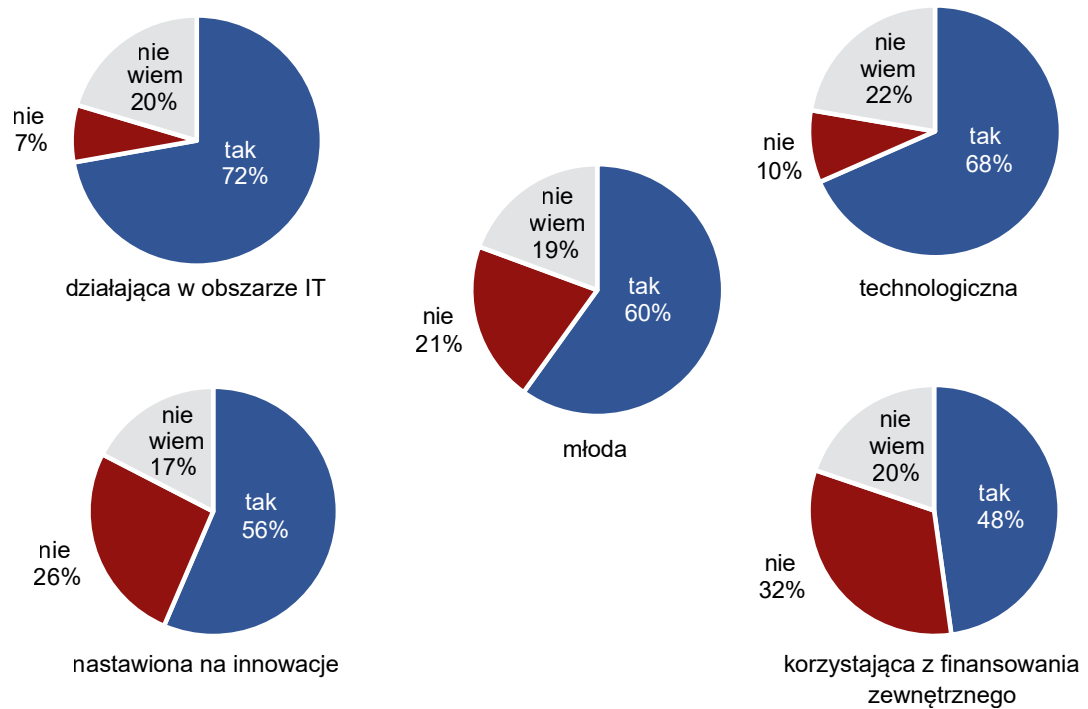
Niniejsze opracowanie składa się z trzech zasadniczych części:

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

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

W celu zbadania społecznego rozumienia pojęcia startup, w kwestionariuszu zaproponowaliśmy Polakom do wyboru 5 charakterystycznych cech, dobranych w oparciu o analizę powtarzających się opisów, ujętych w różnych definicjach. Respondent mógł odnieść się do każdej cechy i wskazać, czy według niego opis charakteryzuje startup.



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

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM, N = 8000.

To, co ważne i wysuwa się na plan pierwszy przy analizie rozumienia przez społeczeństwo, czym jest startup, to odpowiedzi „nie wiem”. **Odsetek osób dorosłych, dla których nie jest jasne, jakie cechy ma startup, tj. odpowiedzieli 5 razy „nie wiem” – wynosi 17%.** Oznacza to, że żadna z wymienionych cech (młoda, technologiczna, działa w obszarze IT/ICT, nie zarabia na sobie, nastawiona na innowacje) tym respondentom nie kojarzyła się ze startupem.

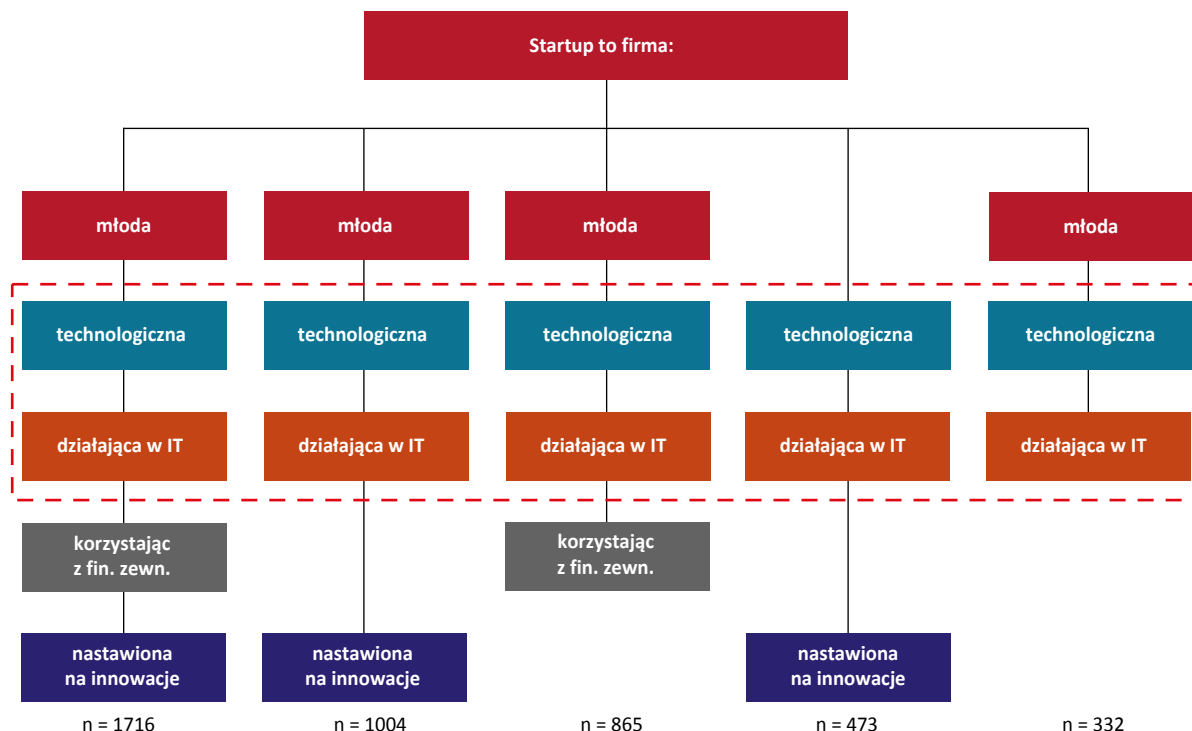
Największy sprzeciw co do charakterystyki startupu wywołała odpowiedź: startup to firma niezarabiająca na sobie i korzystająca z finansowania zewnętrznego. Zdaniem 1/3 osób dorosłych nie jest to charakterystyka startupu. Dość wysoki odsetek sprzeciwu (26%) otrzymała cecha: nastawiona na innowacje. To oznacza, że **co czwarta osoba dorosła nie kojarzy startupu z innowacjami.**

Z kolei **cechy, które bez większego problemu są przypisywane startupom, to: działające w obszarze IT/ICT, firma technologiczna i czas funkcjonowania na rynku („młodość”).**

Przy tym należy podkreślić, że wystąpiła wysoka korelacja pomiędzy odpowiedziami, że startup to firma technologiczna i działająca w obszarze IT/ICT<sup>68</sup>. Wynik ten jest potwierdzeniem rezultatów uzyskanych w badaniu przeprowadzonym w 2022 roku.

Podczas badania respondenci odnosili się do każdej cechy oddzielnie, jednak intuicyjnie mamy świadomość, że taki podmiot to zbiór atrybutów, dlatego w dalszej analizie poszczególne odpowiedzi zostały zgrupowane w zestawy<sup>69</sup>. Suma wszystkich możliwych kombinacji wynosi 32<sup>70</sup>. Na pytanie, czym jest startup odpowiadało 8000<sup>71</sup> dorosłych respondentów. Najczęściej (od lewej) wybierane zestawy odpowiedzi prezentuje Schemat 4.1.

**Schemat 4.1.** Najczęstsze zestawy odpowiedzi – ogół społeczeństwa



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM, N = 6589.

<sup>68</sup>  $R^2 = 0,7$

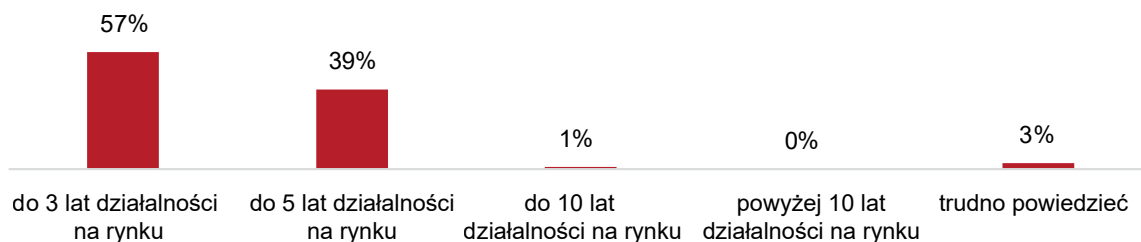
<sup>69</sup> W dalszej części analizy zostały przygotowane możliwe zestawy odpowiedzi. Aby uprościć, przyjęto: 1, gdy respondent wskazał – „tak”, a 0, gdy nie wybrał danej charakterystyki, ponieważ uważał, że dana charakterystyka nie definiuje podmiotu typu startup, lub nie wiedział, czy dana cecha mieści się w definicji startupu, lub odmówił udzielenia odpowiedzi.

<sup>70</sup>  $\binom{5}{0}\binom{5}{1} + \binom{5}{2} + \binom{5}{3} + \binom{5}{4} + \binom{5}{5} = 32$

<sup>71</sup> Pytanie zostało zadane 8000 respondentów, jednak 1411 osób wskazało 5 razy nie wiem. Czyli pozostałe 6589 osób wskazało przynajmniej jedną cechę na „tak” lub „nie”.

Według Polaków startup w największym stopniu określany jest przez obszar, w którym działa – w prezentowanych najliczniejszych zestawach – cecha „firma działająca w obszarze IT/ICT” jest najczęściej wymieniana i to jeszcze w połączeniu z cechą „startup to firma technologiczna”. Kwestie takie jak „młodość” (czas funkcjonowania na rynku) czy „innowacyjność” nie były traktowane jako kluczowe przy definiowaniu startupu. Wyniki z 2023 r. są nieco odmienne od tych z 2022 r. W poprzednim opracowaniu – „młodość” i „nastawianie na innowacje” wysuwały się na plan pierwszy. Respondenci, którzy wskazali, że startupy to młode podmioty – precyzują, że to podmioty funkcjonujące do 3 lat na rynku (57%), a kolejne 39% wskazuje na nieco dłuższy okres – do 5 lat.

**Wykres 4.2.** Co to znaczy młoda firma? – opinia Polaków, którzy wskazali na tą cechę



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM, N = 4797.

W dalszej części rozdziału pojęcie startup będzie prezentowane z perspektywy osób dorosłych, które same uważają, że reprezentują tego typu podmiot oraz z perspektywy pozostałych osób, które są zaangażowane w prowadzenie firmy, ale nie definiują jej jako startup. Wybrane charakterystyki będą prezentowane dla dwóch grup – zadeklarowane startupy i pozostałe podmioty.

## 4.2. Pojęcie startup w opinii właścicieli firm

### Założenia metodologiczne

Ze zrealizowanej próby (N = 8000) dorosłych Polaków wyodrębniono<sup>72</sup> 1160 respondentów, którzy są właścicielami (młodych i dojrzałych) przedsiębiorstw. Następnie na podstawie pytania filtrującego o postrzeganie swojej działalności jako startup, wyodrębniono osoby, które uważają, że prowadzą tego typu działalność (N<sub>s</sub> = 251) oraz pozostałe (N<sub>p</sub> = 909) – na potrzeby rozdziału określane jako tradycyjne biznesy/pozostałe firmy<sup>73</sup>.

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

Osoby zaangażowane w działalność biznesową, niezależnie od fazy rozwoju procesu przedsiębiorczego, w której się znajdują, definiują startupy podobnie jak ogół społeczeństwa, przy czym większy nacisk kładą na wiek podmiotu i nastawienie na innowacje. **Respondenci, którzy uważają, że ich działalność jest startupem, wyraźnie i bez wahania wskazują, że startup to młoda (94%) i nastawiona na innowacje (91%) firma.**

<sup>72</sup> Wyodrębniona w celu analizy baza (N = 1160) zdeklarowanych startupów i pozostałych firm, na podstawie pytań q21 = 1 | q23 = 1 | q62 = 1 | q63 = 1; 1 = tak.

q21 – Czy samodzielnie lub we współpracy z innymi osobami – próbuje Pan/Pani założyć nową firmę, włączając w to samozatrudnienie lub sprzedaż wyrobów albo usług?

q23 – Czy w ciągu 12 miesięcy podjęła Pani/Pan jakiegokolwiek działania, żeby założyć tę firmę, takie jak poszukiwanie sprzętu, znalezienie siedziby, tworzenie zespołu pracowników, opracowanie biznes planu, zebranie środków finansowych, które byłyby pomocne w rozpoczęciu działalności?

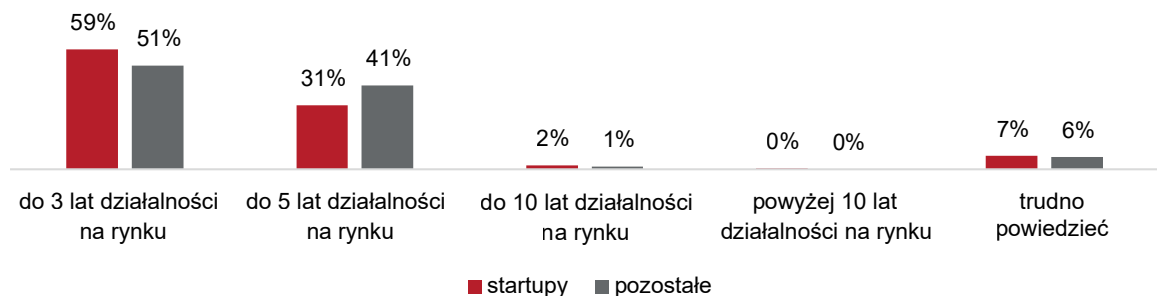
q62 – Czy aktualnie jest Pan/Pani – samodzielnie lub z innymi osobami – właścicielem/właścicielką firmy, którą pomaga Pan/Pani zarządzać, samozatrudnionym/samozatrudnioną lub oferuje Pan/Pani towary albo usługi innym podmiotom?

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

<sup>73</sup> W prezentowanych zestawieniach, liczności odpowiedzi na różne pytania mogą nieznacznie się różnić – o ile nie wskazano inaczej, wynika to z odmów odpowiedzi i wówczas podana wartość „n” odnosi się tylko do tych, którzy odpowiedzieli na dane pytanie.

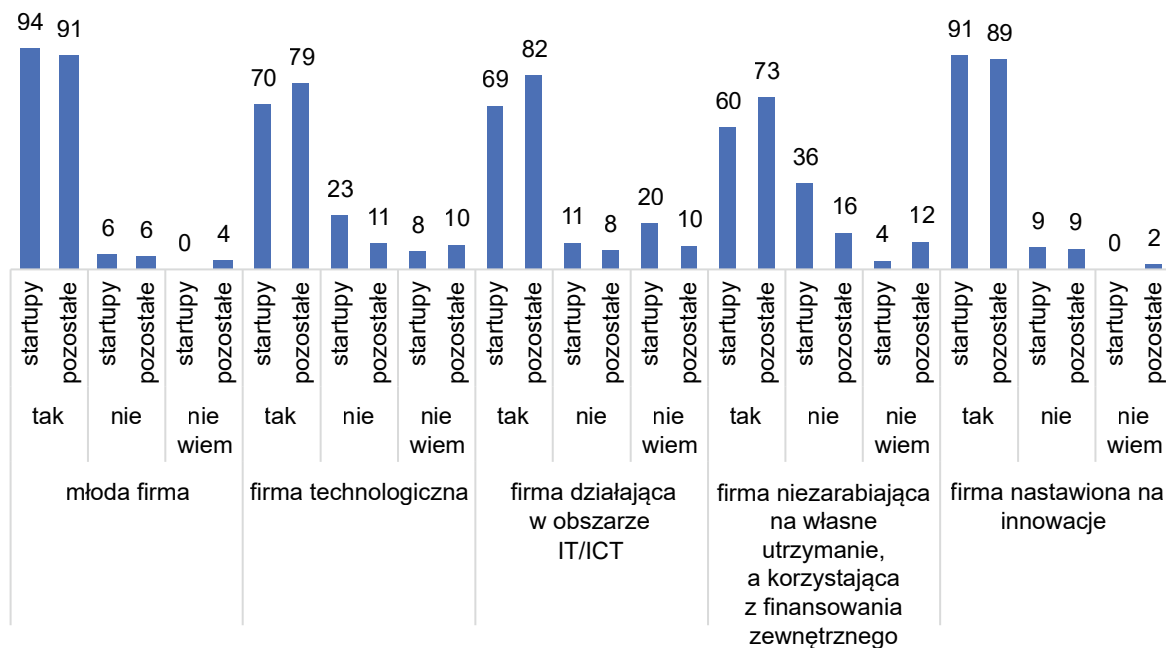
Podobnie jak w przypadku ogółu społeczeństwa **zdeklarowane startupy, jak i osoby reprezentujące pozostałe firmy, uważają, że młoda firma, to taka, która działa na rynku do 3 lat** (odpowiednio 59% dla startupów i 51% dla pozostałych) **lub do 5 lat** (31%; 41%). Należy zwrócić uwagę na dość wysoki odsetek respondentów wśród zdeklarowanych startupów i pozostałych firm, którzy nie potrafili określić ram czasowych dla młodej firmy i udzielili odpowiedzi „trudno powiedzieć” (6–7%).

**Wykres 4.3.** Co to znaczy młoda firma? – opinia przedstawicieli startupów i pozostałych firm



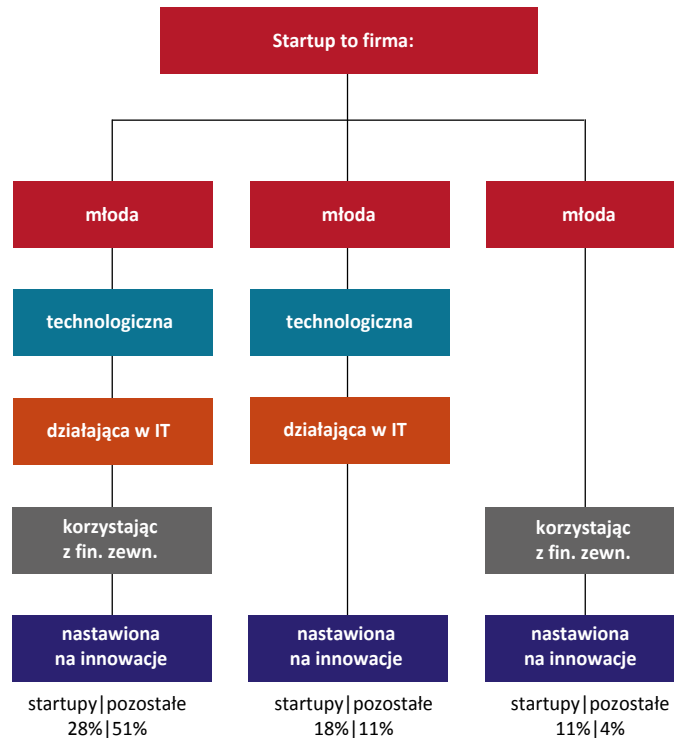
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM,  $N_s = 235$ ,  $N_p = 824$ .

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

**Wykres 4.4.** Co to jest startup? – opinia przedstawicieli startupów i pozostałych firm (w %)

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM,  $N_s = 251$ ,  $N_p = 909$ .

Najbardziej popularne zestawy cech startupu wskazane przez właścicieli startupów vs. pozostałych firm przedstawia Schemat 4.2.

**Schemat 4.2.** Zestawy cech startupu – opinia przedstawicieli startupów i pozostałych firm

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM,  $N_s = 251$ ,  $N_p = 909$ .

**Zarówno właściciele zadeklarowanych startupów, jak i właściciele pozostałych firm najczęściej wskazywali zestaw zawierający wszystkie cechy możliwe do wyboru (kolejno: 28% i 51%).** Zestawem wybieranym w drugiej kolejności przez startupy był zestaw, w którym startupy określane były jako nastawione na innowacje młode firmy technologiczne działające w obszarze IT/ICT (18%). Trzeci najpopularniejszy zestaw wśród zadeklarowanych startupów (11%), ale szósty wśród pozostałych podmiotów (4%) zawiera trzy możliwe charakterystyki: długość funkcjonowania na rynku, korzystanie z finansowania zewnętrznego i nastawienie na innowacje.

## Charakterystyka osób oraz ich przedsięwzięć

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

**Wśród osób dorosłych zaangażowanych w działalność typu startup w 2023 r. większość stanowiły kobiety (52%), mężczyźni nieco rzadziej (48%) prowadzili tego typu podmioty.**

Respondenci reprezentujący startupy na tle pozostałych firm są wyraźnie częściej w młodszym wieku (25–34 l.) – dotyczy to zarówno kobiet, jak i mężczyzn (ogółem 30% vs. 12%). Średnia wieku kobiet vs. mężczyzn w grupie startupów jest wyższa, ale zdecydowanie niższa niż w pozostałych firmach. W startupach średnia wieku mężczyzn wynosi nieco poniżej 40. roku życia.

**Tabela 4.1.** Wiek właścicieli startupów vs. pozostałych biznesów w podziale na płeć

Rodzaj biznesu	Płeć	18–24	25–34	35–44	45–54	55–64
Startupy	kobiety, $N_{sk} = 130$	2%	28%	34%	25%	12%
	mężczyźni, $N_{sm} = 121$	2%	32%	31%	28%	7%
Pozostałe	kobiety, $N_{pk} = 411$	1%	12%	41%	33%	13%
	mężczyźni, $N_{pm} = 498$	1%	11%	39%	30%	19%

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

**Wiek nie jest kryterium ograniczającym działalność startupową. Przeciętny właściciel lub właścicielka tego typu firmy ma ok. 40 lat i jednocześnie jest to nieco mniej od właściciela/ właścielki firmy niebędącej startupem.**

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

	Startupy $N_{sm} = 121, N_{sk} = 130$			Pozostałe biznesy $N_{pm} = 498, N_{pk} = 411$		
	średnia	max.	min.	średnia	max.	min.
Ogółem	40,6	64	18	44,6	64	18
Mężczyźni	39,8	64	18	45,1	64	18
Kobiety	41,4	64	18	44,0	63	21

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

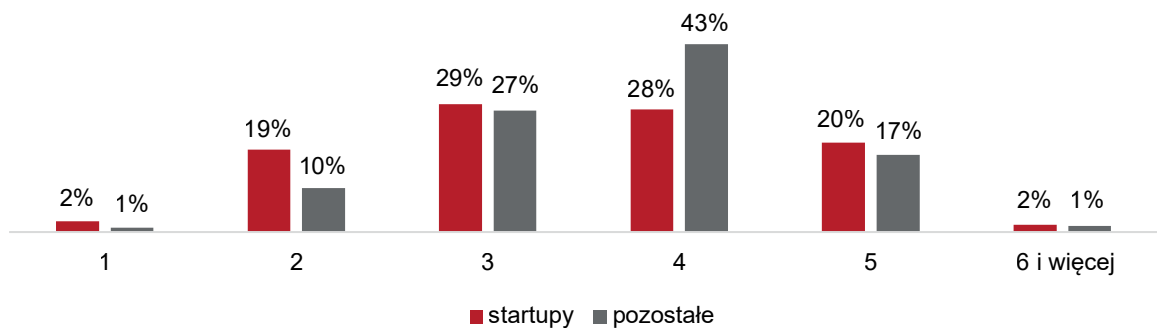
### Wielkość gospodarstwa domowego osób działających w formule startup vs. pozostałe firmy

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



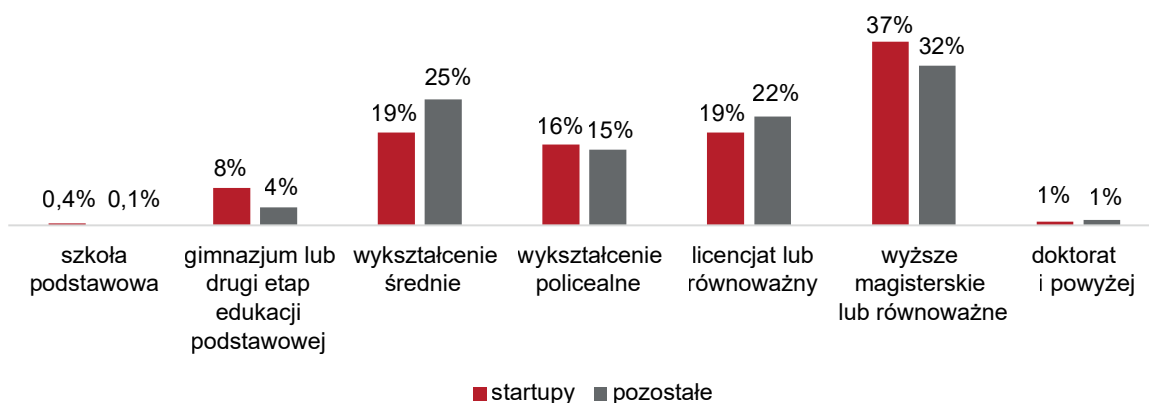
**Największy odsetek osób zajmujących się przedsiębiorczością żyje w 4-osobowych gospodarstwach domowych.** Największe różnice startupy vs. pozostałe firmy możemy zaobserwować w dwuosobowych oraz w czteroosobowych gospodarstwach domowych. W przypadku dwuosobowego gospodarstwa domowego łatwo to wyjaśnić – większy optymizm charakteryzuje osoby bez większych obowiązków rodzinnych, choć w tym przypadku może również chodzić o dość częste przypadki 1+1 (rodzic i dziecko). W przypadku gospodarstwa 4-osobowego, w klasycznym rozumieniu 2+2, można mieć do czynienia z sytuacją pewnego dochodu partnera lub czasem – rodzinnego biznesu.

**Wykres 4.5.** Wielkość gospodarstwa domowego właścicieli startupów vs. pozostałych firm według liczby osób w gospodarstwie



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM,  $N_s = 251$ ,  $N_p = 908$ .

W porównaniu z kategorią wieku poziom wykształcenia znacznie bardziej różnicuje omawiane grupy, niemniej trudno mówić tu o jakiejś prawidłowości w kontekście osoby prowadzącej startup czy inny biznes. Jednak w grupie przedstawicieli startupów udział osób z wykształceniem wyższym lub gimnazjalnym jest wyższy.

**Wykres 4.6.** Wykształcenie właścicieli startupów vs. pozostałych firm

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM,  $N_s = 250$ ,  $N_p = 909$ .

### Status zawodowy osób zaangażowanych w działalność biznesową

Badane grupy pod względem statusu zawodowego są jednorodne. Niemal wszyscy zaangażowani w jakąś działalność biznesową mają status samozatrudnionego (startupy – 96,8%, pozostałe – 97,0%). Nieliczeni jednocześnie pracują na pełny etat lub jego część (startupy – 2,4%, pozostałe – 1,7%). Pozostałe opcje statusu (tylko na część etatu, gospodyni domowa, student, niepracujący) są na marginalnym poziomie.

### Różnice w podejściu do zaufania pomiędzy osobami prowadzącymi tradycyjny biznes a prowadzącymi startupy

Wyniki wskazują na różnice w podejściu do zaufania między osobami prowadzącymi tradycyjny biznes a prowadzącymi startupy. Większość osób (64%) prowadzących tradycyjny biznes uważa, że należy być ostrożnym w postępowaniu z ludźmi, co może wynikać z długiego doświadczenia biznesowego oraz potencjalnych zagrożeń związanych z zaufaniem. Tylko 36% osób uważa, że można ufać większości ludzi. Właściciele startupów są bardziej ufni, choć mają też świadomość ryzyka i potrzebę ostrożności w prowadzeniu działalności. 50% z nich uważa, że można ufać większości ludzi, drugie tyle jest zdania, że ostrożności nigdy za wiele.

## Analiza charakterystyk sprzyjających działalności typu startup vs. pozostałe rodzaje działalności

### Ogólne założenia

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

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

Obszary, których dotyczyły zmienne:

- płeć,
- motywacje/powody/inspiracje założenia firmy,
- wyróżniające aspekty konkurowania firmy na tle innych firm,
- źródła finansowania,
- rynek docelowy – klienci z kraju, zagranicy, świata,
- etapy rozwoju przedsięwzięcia biznesowego,
- typ działalności,
- atuty firmy,
- nowość wprowadzanych produktów i usług,
- nowość stosowanych technologii i metod pracy,
- stosowanie technologii cyfrowych,
- działania mające na celu zmniejszenie negatywnego oddziaływania na środowisko<sup>74</sup>.

<sup>74</sup> W początkowym etapie tworzenia modelu okazało się, że znalazło się w nim wiele zmiennych nieistotnych statystycznie. Dlatego zostały one usunięte krokowo, tzn. w kolejnych krokach usuwano zmienną o najniższej istotności (najwyższym p-value), a model wyliczano od nowa. Takie kroki powtarzano, aż uzyskano model mający tylko zmienne istotne. Jest to tzw. metoda selekcji wstecznej.

## Wyniki modelu<sup>75</sup>

Z analizy modelu wynika, że spośród 55 zmiennych 17 miało statystycznie istotny wpływ na fakt, czy mamy do czynienia ze startupem, czy też z tradycyjnym biznesem. Kierunek wpływu zmiennych sprzyjających klasyfikacji działalności jako startupy vs. tradycyjne firmy był zgodny z przewidywanym.

W Tabeli 4.3 prezentujemy wyniki estymacji (z wykorzystaniem wyłącznie zmiennych istotnych statystycznie), a w Tabeli 4.4 wnioski z tej analizy.

---

<sup>75</sup> Wyniki testów i wartość logarytmu wiarygodności oraz pseudo-R2 dla modelu:

- Model ten charakteryzuje się dość wysokimi współczynnikami R2. Wynoszą one 0,16 dla R2 Coxa Snella oraz 0,246 dla R2 Nagelkerkego. Oznacza to, że model jest dość dobrze dopasowany do danych;
- Za pomocą testu Hosmera-Lemeshowa sprawdzono, czy model jest jednakowo dobrze dopasowany do całego zbioru danych, P-value w teście było większe od 0,05, więc nie było podstaw do odrzucenia H0. Jest to pozytywny wniosek, wskazujący na poprawność modelu.
- Wyniki testu Hosmera-Lemeshowa: Chi-kwadrat = 13,57; df = 8; Istotność = 0,094.
- Na podstawie tabeli klasyfikacji – model poprawnie zaklasyfikował 80,2% obserwacji.

Tabela 4.3. Wyniki estymacji

Lp.	Opis zmiennych	B	Exp(B)	Większa szansa wystąpienia danego zdarzenia w grupie startupów/ pozostałych firm
1.	Skąd wziął się pomysł na Pana/Pani firmę/przedsięwzięcie biznesowe? – Inspiracja wyniesiona z konferencji, szkolenia, artykułu, Internetu itp.	0,356	1,428	startupy
2.	Skąd wziął się pomysł na Pana/Pani firmę/przedsięwzięcie biznesowe? – Rozmowy z rodziną/przyjaciółmi	-0,586	0,557	pozostałe
3.	Skąd wziął się pomysł na Pana/Pani firmę/przedsięwzięcie biznesowe? – Inspiracja podobnym pomysłem realizowanym w innym kraju	0,32	1,377	startupy
4.	Skąd wziął się pomysł na Pana/Pani firmę/przedsięwzięcie biznesowe? – Inspiracja podczas współpracy z uczelnią/ośrodkiem badawczym	-1,376	0,253	pozostałe
5.	Wstępna koncepcja produktu/usługi i tworzenie założeń modelu biznesowego	1	2,718	startupy
6.	Etap przedsięwzięcia biznesowego – praca nad produktem/usługą – prototypowanie	0,815	2,259	startupy
7.	Etap przedsięwzięcia biznesowego – umacnianie pozycji na rynku	-1,055	0,348	pozostałe
8.	Etap przedsięwzięcia biznesowego – stabilizacja firmy i przyjętego modelu biznesowego	-1,14	0,32	pozostałe
9.	Etap przedsięwzięcia biznesowego – dalszy rozwój i ekspansja na rynku	-0,745	0,475	pozostałe
10.	Czym wyróżnia się Pana(i) firma na tle konkurencji? – Ma unikalne przewagi konkurencyjne	-0,395	0,674	pozostałe
11.	Czym wyróżnia się Pana(i) firma na tle konkurencji? – Rewolucjonizuje dotychczasowe zasady w branży	0,269	1,308	startupy
12.	Typ – działalność, która nie zakłada szybkiego wzrostu, a dochody z niej pozwalają na bieżące funkcjonowanie firmy	-0,505	0,604	pozostałe
13.	Atuty – działamy w oparciu o powiązania i transfer wiedzy między różnymi podmiotami na rynku	0,416	1,516	startupy
14.	Atuty – mamy w firmie ludzi z wcześniejszym doświadczeniem biznesowo/startupowym	0,463	1,589	startupy
15.	Atuty – ogromna wiedza i umiejętności założycieli/właścicieli firmy	-0,57	0,565	pozostałe
16.	TEC2 – stosowane technologie czy procedury w działalności są dostępne na rynku dłużej niż 5 lat	-0,81	0,445	pozostałe
17.	Oferowane produkty są nowością – w skali kraju	1,872	6,503	startupy
	Stała	0,464	1,59	

Źródło: opracowanie własne (z wykorzystaniem pakietu SPSS) na podstawie danych GEM.

**Tabela 4.4.** Wnioski

1.	Osoby, które czerpią inspirację z konferencji, szkoleń, artykułów czy Internetu mają o 43% większe szanse na założenie startupu.
2.	Wpływ zmiennej na założenie startupu jest ujemny. Osoby inspirowane rozmowami z rodziną i przyjaciółmi mają o 43,2% mniejsze szanse na założenie startupu.
3.	Osoby, inspirujące się podobnymi pomysłami realizowanymi za granicą mają o 40% większe szanse na założenie startupu.
4.	Osoby inspirujące się współpracą z uczelnia/ami mają o 75% mniejsze szanse na założenie startupu.
5.	Mamy 2,7 raza większą szansę, że wśród firm, które są na etapie wstępnej koncepcji produktu/usługi czy tworzenia modelu biznesowego będą startupy.
6.	Mamy 2,3 raza większą szansę, że wśród firm, które są na etapie prototypowania będą startupy.
7.	Mamy 35% większe szanse, że pozostałe firmy wskażą, że są na etapie umacniania pozycji na rynku.
8.	Mamy 32% większe szanse, że pozostałe firmy wskażą, że są na etapie stabilizacji firmy i przyjętego modelu biznesowego.
9.	Mamy 47% większe szanse, że pozostałe firmy wskażą, że są na etapie rozwoju i ekspansji na rynku.
10.	Mamy 67% większą szansę, że pozostałe firmy wskażą, że ich biznes ma unikalne przewagi konkurencyjne.
11.	Mamy 1,3 raza większą szansę na to, że startupy wyróżniają się na tle konkurencji tym, że chcą rewolucjonizować dotychczasowe zasady w branży.
12.	Mamy 60% większą szansę, że charakterystyka: „działalność, która nie zakłada szybkiego wzrostu, a dochody z niej pozwalają na bieżące funkcjonowanie firmy” dotyczy pozostałych firm.
13.	Mamy 1,5 raza większą szansę, że charakterystyka: „startupy działają w oparciu o powiązania i transfer wiedzy między różnymi podmiotami na rynku” dotyczy startupów.
14.	Mamy 1,6 raza większą szansę, na to że atutem startupu będzie posiadanie w firmie ludzi z wcześniejszym doświadczeniem biznesowo-startupowym.
15.	Mamy 56% większe szanse, że atutem pozostałych firm jest wiedza i umiejętności założycieli/właścicieli firmy.
16.	Mamy 45% większe szanse, że stosowane technologie czy procedury, które dostępne są na rynku dłużej niż 5 lat, są wprowadzane przez pozostałe firmy.
17.	Mamy 6,5 raza większą szansę, że produkty nowe na skalę kraju są oferowane przez startupy.

Jeżeli  $\text{Exp}(B) > 1$ , to w pierwszej grupie zajście zdarzenia jest bardziej prawdopodobne.

Jeżeli  $\text{Exp}(B) < 1$ , to w drugiej grupie zajście zdarzenia jest bardziej prawdopodobne. Jeżeli  $\text{Exp}(B) = 1$ ,

to w obu klasach obserwacji zdarzenie jest tak samo prawdopodobne

Źródło: opracowanie własne (z wykorzystaniem pakietu SPSS) na podstawie danych GEM.

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

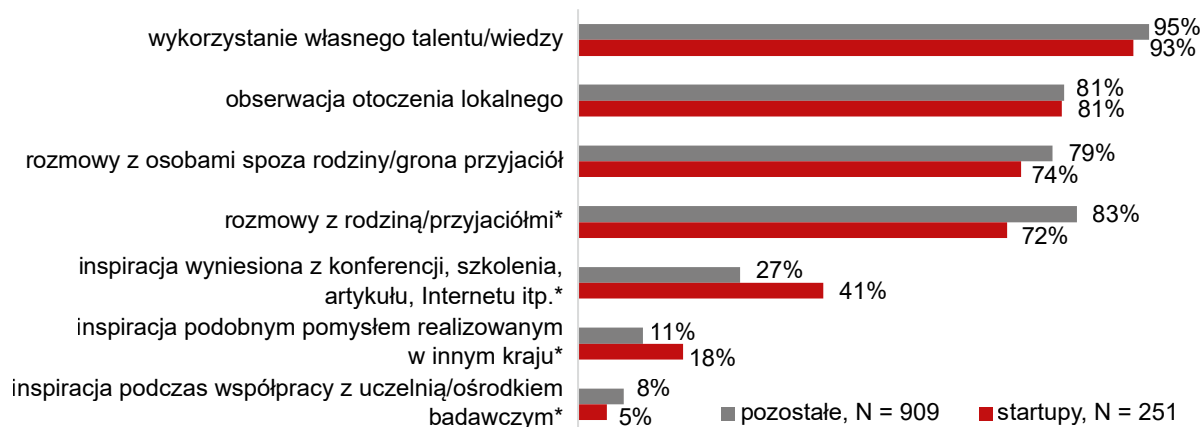
### Źródła inspiracji na przedsięwzięcie biznesowe

W poszukiwaniu czynników różnicujących startupy vs. pozostałe firmy kluczowa wydaje się inspiracja czy też sam pomysł na przedsięwzięcie biznesowe. Wśród możliwych źródeł pomysłów na tworzenie biznesu dostępne w narzędziu były następujące opcje: (1) inspiracja wyniesiona z konferencji, szkolenia, artykułu, Internetu itp., (2) obserwacja otoczenia lokalnego, (3) wykorzystanie własnego talentu/wiedzy, (4) rozmowy z osobami spoza rodziny/grona przyjaciół, (5) rozmowy z rodziną/przyjaciółmi, (6) inspiracja podobnym pomysłem realizowanym w innym kraju, (7) inspiracja podczas współpracy z uczelnią/ośrodkiem badawczym. W zaprezentowanym wcześniej modelu znalazły się cztery (na wykresie oznaczone \*) z siedmiu pomysłów, przy czym dwa z nich miały wpływ stymulujący wystąpienie badanego zjawiska, a dwa – ograniczający. **Wyniki modelu wskazały, że mamy 1,4 raza większe szanse na to, że inspiracje czerpane z konferencji, szkoleń, Internetu czy podobnych pomysłów realizowanych w innych krajach przyczynią się do powstania startupu. Z kolei osoby inspirowane rozmową z rodziną czy z przyjaciółmi lub współpracujące z uczelnią czy ośrodkiem badawczym mają większą szansę na rozpoczęcie działalności biznesowej o charakterze bardziej tradycyjnym.**

Na podstawie tych dwóch par przytoczonych źródeł inspiracji jasno wynika, że pomysły na startupy powstają z nieograniczonej wiedzy – Internetu, pomysłów zagranicznych, najnowszej wiedzy prezentowanej podczas szkoleń i konferencji. Z kolei pozostałe biznesy biorą swój początek z bliższego otoczenia – rodziny, znajomych czy uczelni.

Pozostałe kategorie pomysłów na biznes nie miały statystycznie istotnego wpływu różnicującego omawiane grupy. Jednocześnie wyraźnie widać na wykresie, że **najczęstszymi źródłami inspiracji biznesowych, wskazywanymi równie często przez właścicieli startupów i pozostałych firm są: wykorzystanie własnego talentu, obserwacja otoczenia lokalnego i rozmowy z osobami spoza rodziny/przyjaciół.**

**Wykres 4.7.** Źródła inspiracji na pomysł biznesowy – opinia właścicieli startupów vs. pozostałych firm



\*zmienna statystycznie istotna.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM,  $N_s = 251$ ,  $N_p = 909$ .

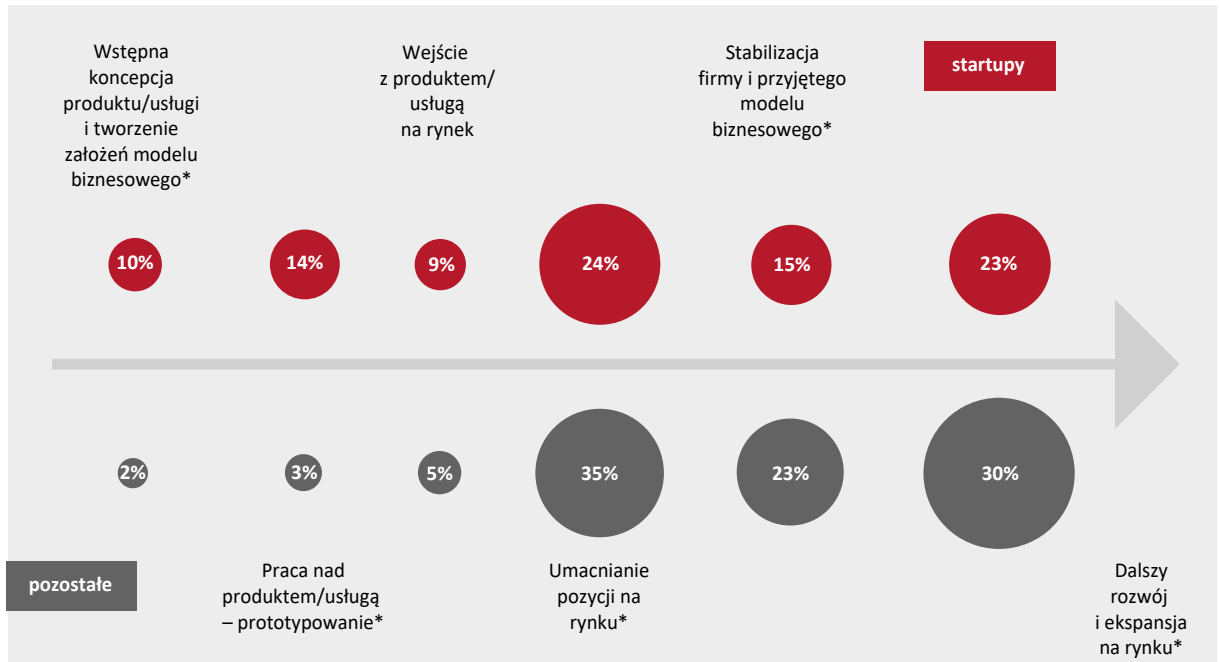
### Etapy rozwoju przedsięwzięcia biznesowego

Rozkład firm w podziale na etapy rozwoju przedsięwzięcia biznesowego startupów vs. pozostałych firm jest bardzo podobny choć widać nieznacznie większą koncentrację startupów w pierwszych trzech etapach, a tradycyjnych firm w kolejnych trzech.

**Największy odsetek podmiotów w obu grupach jest na etapie umacniania pozycji na rynku (24% i 35%).** Na kolejnych etapach stabilizacja firmy i przyjętego modelu biznesowego oraz dalszy rozwój i ekspansja na rynku są w największym stopniu zarówno w grupie startupów, jak i pozostałych firm. Najmniej jest firm na początkowym etapie wstępnej koncepcji produktu/usługi, tworzenia założeń modelu biznesowego czy wejścia z produktem/usługą na rynek, ale – jak wspomniano wcześniej – w tych początkowych etapach częściej występują startupy niż pozostałe firmy. Taki obraz wskazuje z jednej strony na pewną dojrzałość rynkową analizowanych firm (kilka lat obecności na rynku), a z drugiej, że niewielki odsetek nowych podmiotów pracuje nad nowym produktem i mierzy się z wejściem na rynek. Biorąc pod uwagę wyniki badania z 2022 roku w tym zakresie, w grupie startupów nastąpił wzrost o kilka p.p. udziału podmiotów na 3 pierwszych etapach (firmy tradycyjne niemal bez zmian), co można interpretować jako pewnego rodzaju ożywienie po niestabilnej sytuacji spowodowanej najpierw pandemią, a potem wojną w Ukrainie.



### Schemat 4.3. Etapy rozwoju przedsięwzięcia biznesowego – opinia właścicieli startupów vs. pozostałych firm



\*zmienna statystycznie istotna.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM,  $N_s = 251$ ,  $N_p = 909$ .

### Cechy wyróżniające działalność na tle konkurencji

Wskazania dotyczące etapu rozwoju firm sugerują, że zarówno startupy, jak i pozostałe firmy w większości mają świadomość swoich atutów. Właściciele wskazują najczęściej na **potencjał do wzrostu swojego podmiotu** (odpowiednio 78%; 79%), co niewątpliwie – szczególnie w przypadku pozostałych biznesów – może być związane z **posiadaniem unikalnych przewag konkurencyjnych** (63%; 74%). Warto podkreślić, że cecha: „ma unikalne przewagi konkurencyjne” z mniejszym prawdopodobieństwem wystąpi wśród startupów niż wśród pozostałych firm. Z kolei **startupy istotnie wyróżniają się na tle konkurencji tym, że ich działalność rewolucjonizuje dotychczasowe zasady w branży**. Innowacyjność na skalę kraju częściej dotyczy startupów, a ta na skalę światową – w niewielkim stopniu dotyczy obu grup i jednocześnie nie jest istotną cechą różnicującą podmioty.

**Tabela 4.5.** Czym wyróżnia się firma na tle konkurencji? – opinia właścicieli startupów vs. pozostałych firm

Wyróżnik	Startupy	Pozostałe
ma potencjał wzrostu	78%; n = 251	79%; n = 906
ma unikalne przewagi konkurencyjne*	63%; n = 251	74%; n = 906
jest liderem w swojej branży	18%; n = 251	18%; n = 906
rewolucjonizuje dotychczasowe zasady w branży*	24%; n = 251	15%; n = 906
jest innowacyjna w skali kraju	30%; n = 251	1%; n = 906
jest innowacyjna w skali świata	2%; n = 251	1%; n = 906

\*zmienna statystycznie istotna.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

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

Pozostałe firmy wyraźnie częściej niż startupy (odpowiednio 74% vs. 53%) funkcjonują w oparciu o dochody, które pozwalają im na bieżące funkcjonowanie, ale nie zakładają szybkiego wzrostu. W przypadku startupów jest to również najczęściej wskazywane stwierdzenie, jednak jak opisuje model logistyczny, różnice są na tyle istotne, że różnicuje grupę startupów i tradycyjnych firm – co powoduje, że mamy o 60% większe szanse na to, że ta charakterystyka dotyczy pozostałych firm.

**Tabela 4.6.** Stwierdzenie, które najlepiej opisuje działalność – opinia właścicieli startupów vs. pozostałych firm

Opis działalności	Startupy	Pozostałe	Różnica (p.p.)
zakłada szybki wzrost	12%	10%	2
tworzy nowe produkty i usługi w warunkach skrajnej niepewności	13%	7%	6
szuka sposobu, aby zrewolucjonizować rynek/branżę	9%	2%	2
nie zakłada szybkiego wzrostu, a dochody z niej pozwalają na bieżące funkcjonowanie firmy*	53%	74%	21
żaden z powyższych/nie wiem/odmowa	13%	7%	6

\*zmienna statystycznie istotna.

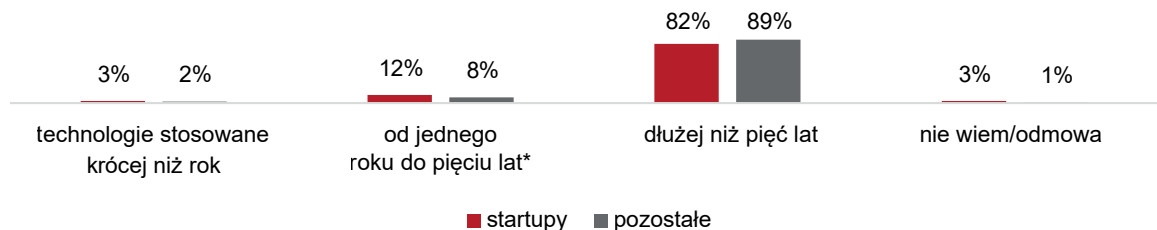
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Podobny odsetek właścicieli startupów co właścicieli pozostałych firm wskazuje, że prowadzona działalność zakłada szybki wzrost. Przedstawiciele startupów nieznacznie częściej (różnica 6 p.p.) wskazują, że tworzą produkty i usługi w warunkach skrajnej niepewności. Również częściej wskazują, że przez swoją działalność szukają sposobu, aby zrewolucjonizować branżę.

### Nowość stosowanych technologii w działalności biznesowej

Wyniki w zakresie stosowanych technologii przez startupy i pozostałe firmy wskazują, że startupy są nieco bardziej aktywne we wdrażaniu nowszych technologii, podczas gdy pozostałe firmy stosują częściej stabilne rozwiązania. Jednak wysoki odsetek startupów (82%) stosujących technologie dostępne na rynku dłużej niż 5 lat sugeruje, że i one sięgają po sprawdzone rozwiązania.

**Wykres 4.8.** Dostępność na rynku technologii lub procedur stosowanych przez firmy – opinia właścicieli startupów vs. pozostałych firm



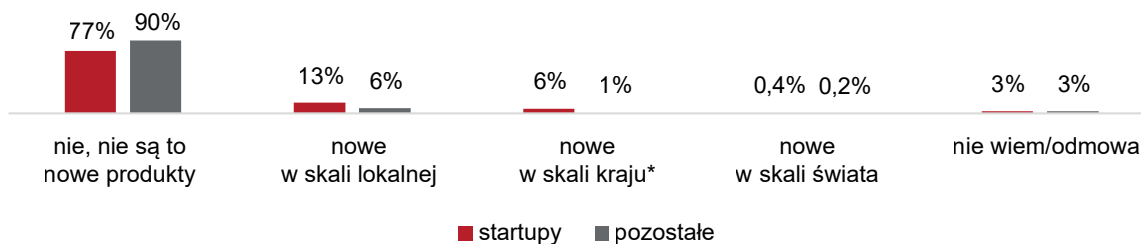
\* zmienna statystycznie istotna.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM,  $N_s = 251$ ,  $N_p = 909$ .

Stosowane technologie do wytwarzania produktów czy usług mają przełożenie na oferowane przez firmę produkty/usługi. Można zauważyć, że wykorzystywanie technologii znanych na rynku dłużej niż 5 lat implikuje oferowanie produktów, które są określane jako „nie są nowe” (77% startupów i 90% pozostałych firm przyznaje, że oferuje produkty/usługi, które nie są nowe na rynku). Tylko 13% właścicieli startupów i 6% pozostałych firm uważa, że ich wyroby/usługi są nowe w skali lokalnej. Znacznie rzadziej (6% i 1%), choć wciąż widać przewagę startupów, firmy oferują produkty czy usługi nowe na skalę Polski.

Można więc podsumować, że wyniki w zakresie innowacyjności oferowanych produktów/usług zarówno w przypadku startupów, jak i pozostałych firm przedstawiają się bardzo niekorzystnie.

**Wykres 4.9.** Innowacyjność oferowanych produktów/usług – opinia właścicieli startupów vs. pozostałych firm



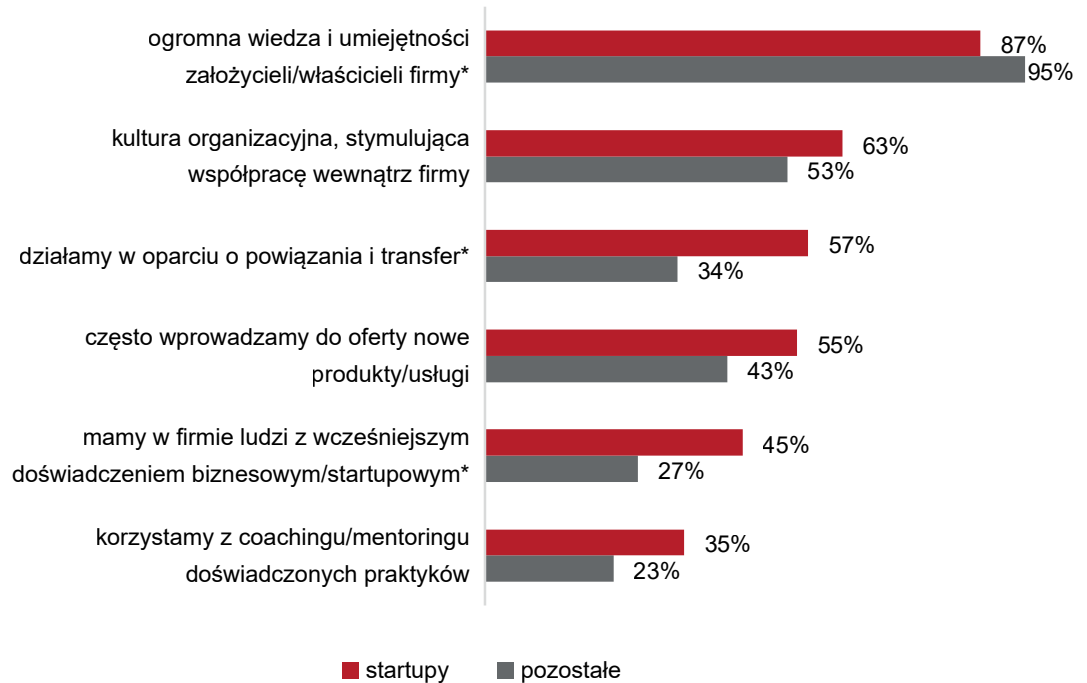
\*zmienna statystycznie istotna.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM,  $N_s = 251$ ,  $N_p = 909$ .

### Atuty startupów vs. pozostałych firm

Analiza odpowiedzi dotyczących mocnych stron firmy wskazuje na większą siłę właścicieli startupów niż pozostałych firm w niemal wszystkich obszarach. **Startupy na podstawie zaprezentowanych mocnych stron prezentują się jako podmioty dynamiczne, z kulturą nastawioną na współpracę, z kontaktami, korzystające z mentoringu, a także charakteryzujące się tym, że mają w firmie ludzi z wcześniejszym doświadczeniem biznesowym czy startupowym.**

Pozostałe firmy mają niejako przewagę nad startupami w zakresie wiedzy i umiejętności założycieli/właścicieli firm (95% wskazań na tę cechę w przypadku właścicieli pozostałych firm vs. 87% startupów). Taki wynik nie jest zaskakujący, tym bardziej że nierzadko respondenci z pozostałych firm wyróżniają się większym stażem i doświadczeniem niż osoby reprezentujące zadeklarowane startupy.

**Wykres 4.10.** Atuty właścicieli startupów vs. pozostałych firm – samoocena

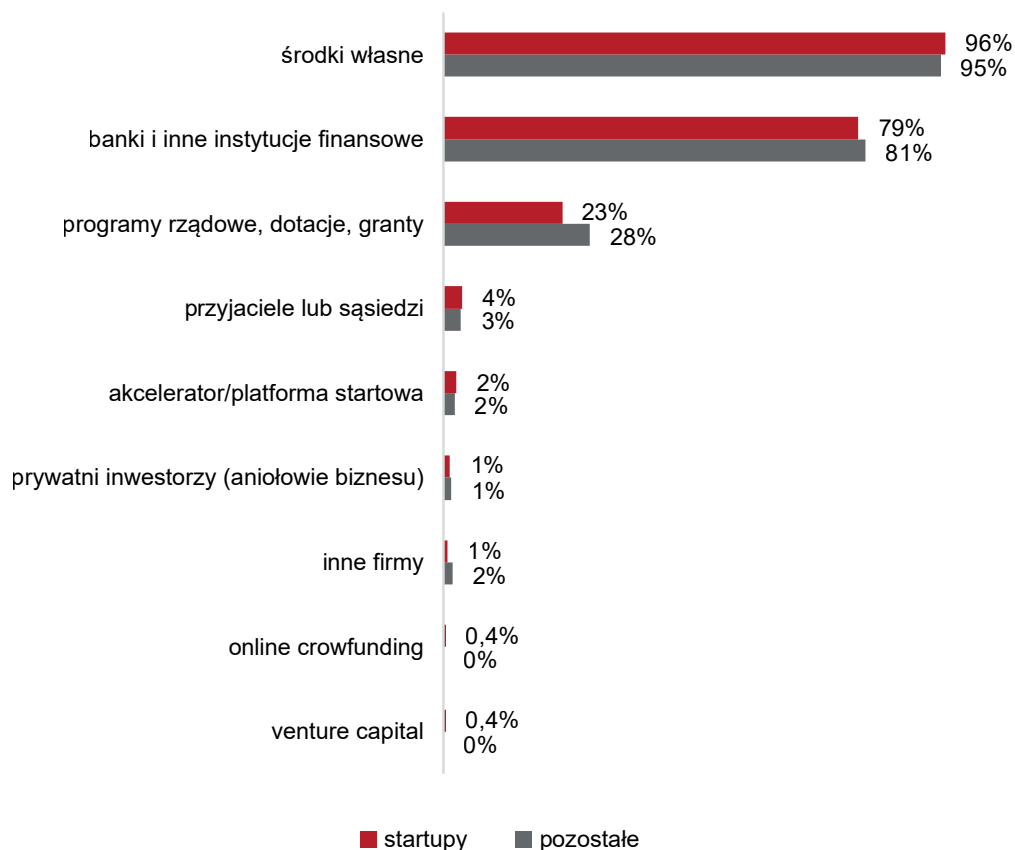
\*zmienna statystycznie istotna.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM 2023,  $N_s = 251$ ,  $N_p = 909$ .

### Źródła finansowania działalności gospodarczej

Wyniki badania wskazują, że zarówno startupy, jak też pozostałe biznesy finansowały działalność (jej założenie lub prowadzenie) przede wszystkim ze środków własnych (odpowiednio 96% i 95% wskazań). Pozyskanie środków z banku w obu grupach podmiotów znajduje się na drugim miejscu i również w tym zakresie nie ma większych różnic (79% vs. 81%). **23% zadeklarowanych startupów i 28% pozostałych firm korzystało z finansowania z programów rządowych lub dotacji.** Wyniki w zakresie finansowania zbieżne są z opinią na temat tego, czym jest startup – w opinii zarówno społeczeństwa, jak i osób zaangażowanych w jakąkolwiek działalność biznesową – cecha startupu „korzystanie z finansowania zewnętrznego” nie jest kluczową cechą startupu, a zatem nie odróżnia ich od innych biznesów.

**Wykres 4.11.** Źródła finansowania podczas zakładania/prowadzenia firmy – opinia właścicieli startupów vs. pozostałych firm



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM,  $N_s = 251$ ,  $N_p = 908$ .

## Czynniki i bariery rozwoju startupów

Zarówno właściciele zadeklarowanych startupów, jak pozostałych firm wyróżnili w 2023 r. **dwa kluczowe czynniki utrudniające rozwój ich firm: wysokie obciążenia podatkowe oraz nadmiar biurokracji i formalności**. Na trzecim miejscu, jako bariera utrudniająca rozwój firmy, wskazywana była zmienność prawa.

**Wykres 4.12.** Czynniki utrudniające rozwój firm – średnia ocen właścicieli startupów vs. pozostałych firm



Możliwe odpowiedzi: 1 – nie utrudniają, 2 – średnio utrudniają, 3 – bardzo utrudniają.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

## 4.3. Ekspercka ocena uwarunkowań rozwoju startupów

W ramach prowadzonego – jako element projektu GEM – badania jakościowego NES (ang. *National Experts Survey*), co najmniej 36 ekspertów z Polski zajmujących się różnymi dziedzinami powiązanych bezpośrednio lub pośrednio z przedsiębiorczością<sup>76</sup>, jest pytanych o zdanie na temat uwarunkowań powstawania startupów i warunków ich rozwoju. Respondenci oceniają poszczególne stwierdzenia na 11-sto stopniowej skali, na której: 0 oznacza „zdecydowanie się nie zgadzam”, a 10 – „zdecydowanie się zgadzam”.

Poniżej prezentowane są wyniki badania NES w kontekście rozwoju startupów na przestrzeni ostatnich czterech lat: od 2020 r. do 2023 r. Szersze opracowanie w zakresie ogólnej oceny uwarunkowań rozwoju firm w Polsce w roku 2023 zamieszczone jest w rozdziale 3.

**Zdaniem polskich ekspertów generalnie startupy odgrywają kluczową rolę w gospodarce**, co obrazuje średnia ocen dla tego stwierdzenia wahająca się w ostatnich czterech latach od poziomu 6,43 pkt do 6,62 pkt. Przy tym w 2023 r. stwierdzenie to otrzymało najwyższą ocenę. Eksperci są przekonani, że **potrzebne są przede wszystkim działania szkoleniowo-doradcze dla dużych i średnich firm z obszaru budowania i rozwoju współpracy ze startupami** (średnia ocen dla tego stwierdzenia wzrosła z poziomu 7,00 pkt w roku 2020 do poziomu 7,68 pkt w 2023 r.).

**Eksperci pozytywnie ocenili dostępność infrastruktury dla startupów w postaci przestrzeni coworkingowej**. Zaobserwowano wzrost średniej oceny dla tego obszaru z poziomu 5,68 pkt (w 2022 r.) do 6,42 pkt w 2023 r.

**W kwestii dostępu do platform umożliwiających networking oraz wsparcie mentorskie**, w porównaniu z oceną z roku 2022, nastąpiło odbicie i **średnia ocena w 2023 r. osiągnęła niemal 6 pkt**, co może oznaczać, że zostały uruchomione nowe formy wsparcia.

Rynek funduszy dla startupów w Polsce wciąż się rozwija, jednak **eksperci nadal raczej nie zgadzają się ze stwierdzeniem, że „startupy mają zapewnione finansowanie ze strony**

<sup>76</sup> Dziedziny te to: finansowanie, polityka rządu, programy rządowe, otwartość i dynamika rynku krajowego, normy kulturowe i społeczne, edukacja, B+R, infrastruktura usługowa, infrastruktura techniczna.

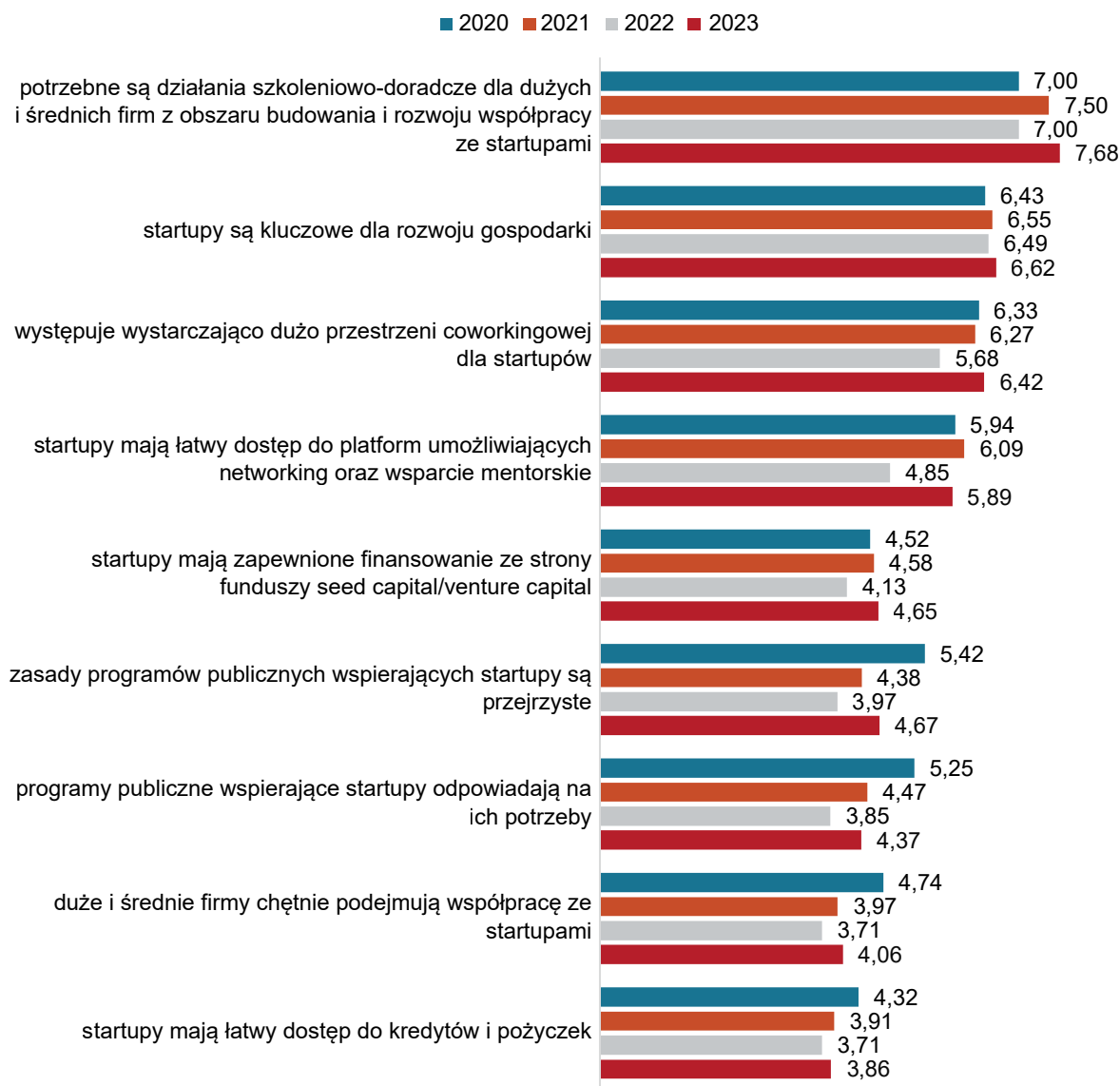


**funduszy seed capital/venture capital”**. Mimo wciąż negatywnego odbioru, po rekordowo niskiej ocenie w 2022 r. (4,13 pkt.) nastąpiła drobna poprawa – ekspercka ocena kwestii finansowania startupów przez fundusze seed capital/venture capital w 2023 r. wyniosła ok. 4,65 pkt.

Badani **eksperci** na przestrzeni ostatnich czterech lat **przeciętnie oceniali przejrzystość zasad programów publicznych, wspierających startupy, podobnie jak dostosowanie tej oferty do potrzeb młodych firm**. W roku 2023 średnia ocena tych aspektów zanotowała lekki wzrost z 3,97 pkt. (w 2022 r.) do 4,67 pkt. Relatywnie **nisko oceniono również dostęp startupów do kredytów i pożyczek**. Średnia ocena tego obszaru jest na poziomie 3,86 pkt.

Warto zwrócić uwagę, że w latach 2020–2023 eksperckie oceny poszczególnych aspektów opisujących ekosystem startupowy w Polsce były generalnie ze sobą zbieżne. Startupy niezmiennie uznawano za bardzo istotne dla rozwoju polskiej gospodarki. Panowało przekonanie co do potrzeby realizowania działań szkoleniowo-doradczych w zakresie umiejętności budowania współpracy między dużym i średnimi firmami a startupami.

**Wykres 4.13.** Średnie oceny poszczególnych stwierdzeń opisujących ekosystem startupów w latach 2020–2023



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM, N2020min = 31, N2021min = 32, N2022min = 31, N2023min = 34.

Rok 2023 przyniósł wzrost średnich ocen w zakresie wszystkich ocenianych wymiarów. Być może to dobry znak, że w obszarze większego zainteresowania i wsparcia znajdują się startupy (między innymi dzięki nowym programom wsparcia), a czas turbulencji w gospodarce – spowodowanej najpierw pandemią COVID-19, a później skutkami wojny w Ukrainie – mamy już częściowo za sobą.

## 4.4 Podsumowanie

Wyniki badania na reprezentatywnej próbie dorosłych Polaków w zakresie rozumienia pojęcia startupów wskazują, że około 17% dorosłych Polaków nie potrafi jednoznacznie określić cech startupu. Pozostali, którzy mieli zdanie, bez większego problemu wskazywali, że startup to firma działająca w obszarze IT/ICT, technologiczna oraz młoda. Większość społeczeństwa uważa również, że startupy to podmioty nastawione na innowacje (56,4%). Według dość licznej grupy badanych (32,4%) startupy nie są podmiotami, które nie zarabiają na własne utrzymanie i muszą korzystać z finansowania zewnętrznego. Zapytani o definicję startupu właściciele firm nieco inaczej niż społeczeństwo akcentowali kluczowe cechy startupu – według właścicieli startupów i pozostałych firm – kluczowa cecha startupu to innowacyjność i młodość, tzn. krótki czas funkcjonowania na rynku.

Analiza pozwala stwierdzić, że startupy to firmy prowadzone przez osoby w średnim wieku (średnia to 41 lat). 68% startupów jest reprezentowana przez osoby po 35. roku życia.

Głównym źródłem pomysłów na założenie tego typu podmiotu jest wykorzystanie własnego talentu/wiedzy, obserwacja otoczenia lokalnego oraz rozmowy z osobami spoza rodziny/grona przyjaciół. W odróżnieniu od pozostałych biznesów startupowcy oprócz predyspozycji osobistych czerpią inspiracje z konferencji, szkoleń, Internetu, ale też innych biznesów realizowanych za granicą. Osoby działające w formule startup znacznie częściej niż właściciele pozostałych firm szukają sposobu na zrewolucjonizowanie branży, a ich produkty częściej charakteryzują się innowacyjnością choćby na skalę kraju. Najczęściej w działalność startupową zaangażowane są osoby z 3–4-osobowych gospodarstw domowych, z wykształceniem co najmniej wyższym magisterskim. Zdeklarowane startupy w swoich szeregach mają ludzi z wcześniejszym doświadczeniem biznesowym czy startupowym, działają w oparciu o powiązania i transfer wiedzy między różnymi podmiotami, co z pewnością sprzyja ich rozwojowi.

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

Ekspertka ocena ekosystemu startupów w Polsce w czterech ostatnich latach realizacji badania była generalnie ze sobą zbieżna. Startupy niezmiennie uznaje się za bardzo istotne dla rozwoju polskiej gospodarki. Panuje przekonanie co do potrzeby realizowania działań szkoleniowo-doradczych w zakresie umiejętności budowania współpracy między dużym i średnimi firmami a startupami. Rok 2023 przyniósł poprawę ocen w zakresie wszystkich ocenianych wymiarów. Znacznie lepiej został oceniony dostęp do przestrzeni coworkingowej, dostęp do finansowania ze strony funduszy seed/venture capital oraz dedykowane startupom programy publiczne .

## Spis tabel

<b>Tabela 1.1.</b> Klasyfikacja państw uczestniczących w GEM w 2023 r. według poziomu PKB w przeliczeniu na mieszkańca danego kraju . . . . .	22
<b>Tabela 2.1.</b> Społeczna percepcja przedsiębiorczości w państwach Europy w 2023 r. (% osób w wieku 18–64 l.) . . . . .	29
<b>Tabela 2.2.</b> Odsetek osób będących zdania, że łatwo jest założyć firmę w 2023 r. . . . .	32
<b>Tabela 2.3.</b> Przyczyny wycofania się z działalności gospodarczej w Polsce w latach 2019–2023 (% osób, które zaprzestały prowadzenia działalności w okresie 12 miesięcy poprzedzających realizację badania) . . . . .	41
<b>Tabela 2.4.</b> Motywacje do zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej w Europie w 2023 r. (% osób prowadzących młode firmy – TEA)* . . . . .	47
<b>Tabela 2.5.</b> Postawy przedsiębiorcze kobiet i mężczyzn w Polsce na tle średniej dla badanych państw Europy oraz grup gospodarek według poziomu dochodu w 2023 r. (% dorosłych kobiet i mężczyzn) . . . . .	52
<b>Tabela 2.6.</b> Poziom aktywności przedsiębiorczej wśród kobiet i mężczyzn w latach 2011–2023 (% osób prowadzących młode/dojrzałe firmy wśród kobiet/mężczyzn w wieku 18–64 l.) . . .	53
<b>Tabela 2.7.</b> Przedsiębiorcy, którzy w nawiązaniu do zmian technologicznych wywołanych pandemią COVID-19 zaczęli stosować technologie cyfrowe (TC) w celu sprzedaży produktów lub usług, lub nie zaczęli ich stosować (% młodych (mf) i % dojrzałych firm (df)) . . . . .	71
<b>Tabela 4.1.</b> Wiek właścicieli startupów vs. pozostałych biznesów w podziale na płeć . . . . .	112
<b>Tabela 4.2.</b> Średnia, min. i maks. wieku właścicieli startupów vs. pozostałych biznesów w podziale na płeć . . . . .	112
<b>Tabela 4.3.</b> Wyniki estymacji . . . . .	117
<b>Tabela 4.4.</b> Wnioski . . . . .	118
<b>Tabela 4.5.</b> Czym wyróżnia się firma na tle konkurencji? – opinia właścicieli startupów vs. pozostałych firm . . . . .	122
<b>Tabela 4.6.</b> Stwierdzenie, które najlepiej opisuje działalność – opinia właścicieli startupów vs. pozostałych firm . . . . .	122

## Spis wykresów

<b>Wykres 2.1.</b> Percepcja przedsiębiorczości w polskim społeczeństwie w latach 2011–2023 (% osób w wieku 18–64 l.) . . . . .	27
<b>Wykres 2.2.</b> Społeczna percepcja przedsiębiorczości w Polsce na tle średniej dla badanych państw Europy* oraz grup gospodarek według poziomu dochodu w 2023 r. (% osób w wieku 18–64 l.) . . . . .	28
<b>Wykres 2.3.</b> Odsetek osób dorosłych (18–64 l.) oceniających, że założenie w Polsce firmy jest proste . . . . .	31
<b>Wykres 2.4.</b> Postawy przedsiębiorcze w Polsce na tle średniej dla badanych państw Europy oraz grup gospodarek według poziomu dochodu w 2023 r. (% osób w wieku 18–64 l.) . . . .	33
<b>Wykres 2.5.</b> Postawy przedsiębiorcze w Polsce w latach 2011–2023 (% osób w wieku 18–64 l.) . . . . .	35
<b>Wykres 2.6.</b> Poziom przedsiębiorczości w Polsce w latach 2011–2023 (% osób w wieku 18–64 l.) . . . . .	38
<b>Wykres 2.7.</b> Poziom aktywności przedsiębiorczej w Polsce na tle średniej dla badanych państw Europy i grup gospodarek według poziomu dochodu w 2023 r. (% osób w wieku 18–64 l.) . . . . .	39
<b>Wykres 2.8.</b> Poziom aktywności przedsiębiorczej w Europie w 2023 r. – osoby prowadzące młode i dojrzałe firmy (% osób w wieku 18–64 l.) . . . . .	39
<b>Wykres 2.9.</b> Zaprzestanie działalności gospodarczej – osoby, które w badaniu w 2023 r. zadeklarowały, że w ciągu ostatnich 12 miesięcy wycofały się z prowadzenie biznesu (% osób w wieku 18–64 l.) . . . . .	42
<b>Wykres 2.10.</b> Motywacje do zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce, badanych państwach Europy i grupach państw według poziomu dochodu w 2023 r. (% osób prowadzących młode firmy – TEA) . . . . .	46
<b>Wykres 2.11.</b> Zmiany motywacji do zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce w latach 2019–2023 (% osób prowadzących młode firmy – TEA) . . . . .	49
<b>Wykres 2.12.</b> Postawy przedsiębiorcze wśród kobiet i mężczyzn w Polsce w 2023 r. (% dorosłych kobiet i mężczyzn) . . . . .	51

<b>Wykres 2.13.</b> Luka płci dla młodych firm i firm dojrzałych w Polsce w latach 2011–2023 (p.p.) . . . . .	54
<b>Wykres 2.14.</b> Udział osób prowadzących młode firmy w Europie w 2023 r. w podziale na płeć (% osób dorosłych 18–64 l.) . . . . .	55
<b>Wykres 2.15.</b> Udział osób prowadzących <b>dojrzałe firmy</b> w Europie w 2023 r. w podziale na płeć (% osób dorosłych 18–64 l.) . . . . .	56
<b>Wykres 2.16.</b> Udział odsetka kobiet prowadzących firmy w analogicznym odsetku mężczyzn wśród właścicieli młodych i dojrzałych firm w Europie w 2023 r. . . . .	57
<b>Wykres 2.17.</b> Motywacje kobiet i mężczyzn do zakładania firm w 2023 r. (% kobiet/mężczyzn prowadzących młode firmy w populacji kobiet/mężczyzn) . . . . .	59
<b>Wykres 2.18.</b> Właściciele młodych firm w grupach wiekowych w Europie (% osób dorosłych) . . . . .	60
<b>Wykres 2.19.</b> Właściciele dojrzałych firm w grupach wiekowych w Europie (% osób dorosłych) . . . . .	61
<b>Wykres 2.20.</b> Społeczna i środowiskowa odpowiedzialność w działaniach i przekonaniach osób prowadzących młode firmy (% młodych firm TEA) . . . . .	65
<b>Wykres 2.21.</b> Społeczna i środowiskowa odpowiedzialność w działaniach i przekonaniach osób prowadzących dojrzałe firmy (% dojrzałych firm) . . . . .	66
<b>Wykres 2.22.</b> Znajomość 17 Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ – Agenda 2030 na rzecz zrównoważonego rozwoju (% młodych firm i % dojrzałych firm) . . . . .	67
<b>Wykres 2.23.</b> Przedsiębiorcy, którzy spodziewają się zwiększonego wykorzystania technologii cyfrowych w celu sprzedaży produktów lub usług w firmie w ciągu kolejnych 6 miesięcy (% młodych firm i % dojrzałych firm) . . . . .	72
<b>Wykres 3.1.</b> Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości (2023 r.): Polska w porównaniu z gospodarkami o wysokich dochodach (poziom A) i krajami europejskimi (średnie oceny dla poszczególnych obszarów) . . . . .	75
<b>Wykres 3.2.</b> Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – Edukacja i szkolenia w zakresie przedsiębiorczości. Zmiany w latach 2020–2023 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2023 r.	78
<b>Wykres 3.3.</b> Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – Poziom otwartości rynku. Zmiany w latach 2020–2023 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2023 r. . . . .	79

<b>Wykres 3.4.</b> Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – Finansowanie (wystarczająca ilość). Zmiany w latach 2020–2023 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2023 r. ....	81
<b>Wykres 3.5.</b> Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – Finansowanie (łatwość uzyskania). Zmiany w latach 2021–2023 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2023 r. ....	82
<b>Wykres 3.6.</b> Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – Infrastruktura techniczna. Zmiany w latach 2020–2023 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2023 r. ...	84
<b>Wykres 3.7.</b> Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – Infrastruktura komercyjna i usługowa. Zmiany w latach 2020–2021 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2023 r. ....	85
<b>Wykres 3.8.</b> Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – Polityka rządu (obszar I i II). Zmiany w latach 2020–2023 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2023 r. ...	87
<b>Wykres 3.9.</b> Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – Programy rządowe (publiczne) wspierające przedsiębiorczość (obszar III). Zmiany w latach 2020–2023 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2023 r. ....	88
<b>Wykres 3.10.</b> Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – Badania i rozwój, transfer wiedzy i technologii. Zmiany w latach 2020–2023 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2023 r. ....	90
<b>Wykres 3.11.</b> Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – Normy kulturowe i społeczne. Zmiany w latach 2020–2023 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2023 r. ...	92
<b>Wykres 3.12.</b> Krajowy Wskaźnik Uwarunkowań Przedsiębiorczości w Polsce i w krajach Europy objętych badaniem NES w 2023 r. ....	94
<b>Wykres 3.13.</b> Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – realizacja Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ – średnie oceny dla poszczególnych bloków pytań. Zmiany w latach 2022–2023 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2023 r. ....	95
<b>Wykres 3.14.</b> Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – realizacja Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ: Blok I – priorytety związane z odpowiedzialnością społeczną. Zmiany w latach 2022–2023 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2023 r. ....	96
<b>Wykres 3.15.</b> Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – realizacja Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ: Blok II – priorytety związane z wynikami finansowymi firm. Zmiany w latach 2022–2023 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2023 r. ....	97



<b>Wykres 3.16.</b> Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – realizacja Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ: Blok III – priorytety związane z wdrażaniem dobrych praktyk środowiskowych. Zmiany w latach 2022–2023 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2023 r. ....	98
<b>Wykres 3.17.</b> Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – realizacja Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ: Blok IV – priorytety związane ze zrównoważonym rozwojem, Blok V – priorytety związane ze wsparciem rządowym firm zorientowanych na zrównoważony rozwój. Zmiany w latach 2022–2023 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2023 r. ....	99
<b>Wykres 3.18.</b> Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – przedsiębiorczość kobiet – postrzeganie poziomu wsparcia przedsiębiorczości kobiet w aspekcie usług, regulacji i norm kulturowych. Polska w porównaniu z gospodarkami o wysokich dochodach (poziom A) i krajami europejskimi w 2023 r. ....	100
<b>Wykres 3.19.</b> Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – przedsiębiorczość kobiet – postrzeganie dostępności zasobów (takich jak dostęp do finansowania i rynku) dla kobiet w porównaniu z mężczyznami w rozwijaniu działalności przedsiębiorczej. Polska w porównaniu z gospodarkami o wysokich dochodach (poziom A) i krajami europejskimi w 2023 r. ....	101
<b>Wykres 4.1.</b> Cechy startupów według dorosłych Polaków, startup to firma....	105
<b>Wykres 4.2.</b> Co to znaczy młoda firma? – opinia Polaków, którzy wskazali na tą cechę. ...	107
<b>Wykres 4.3.</b> Co to znaczy młoda firma? – opinia przedstawicieli startupów i pozostałych firm .....	109
<b>Wykres 4.4.</b> Co to jest startup? – opinia przedstawicieli startupów i pozostałych firm (w %) .....	110
<b>Wykres 4.5.</b> Wielkość gospodarstwa domowego właścicieli startupów vs. pozostałych firm według liczby osób w gospodarstwie .....	113
<b>Wykres 4.6.</b> Wykształcenie właścicieli startupów vs. pozostałych firm .....	114
<b>Wykres 4.7.</b> Źródła inspiracji na pomysł biznesowy – opinia właścicieli startupów vs. pozostałych firm .....	120
<b>Wykres 4.8.</b> Dostępność na rynku technologii lub procedur stosowanych przez firmy – opinia właścicieli startupów vs. pozostałych firm .....	123

<b>Wykres 4.9.</b> Innowacyjność oferowanych produktów/usług – opinia właścicieli startupów vs. pozostałych firm .....	124
<b>Wykres 4.10.</b> Atuty właścicieli startupów vs. pozostałych firm – samoocena.....	125
<b>Wykres 4.11.</b> Źródła finansowania podczas zakładania/prowadzenia firmy – opinia właścicieli startupów vs. pozostałych firm .....	126
<b>Wykres 4.12.</b> Czynniki utrudniające rozwój firm – średnia ocen właścicieli startupów vs. pozostałych firm .....	127
<b>Wykres 4.13.</b> Średnie oceny poszczególnych stwierdzeń opisujących ekosystem startupów w latach 2020–2023 .....	130

## Spis rysunków

<b>Rysunek 1.1.</b> Model procesu przedsiębiorczego według GEM .....	18
<b>Rysunek 1.2.</b> Model koncepcyjny GEM .....	21

## Spis schematów

<b>Schemat 4.1.</b> Najczęstsze zestawy odpowiedzi – ogół społeczeństwa .....	106
<b>Schemat 4.2.</b> Zestawy cech startupu – opinia przedstawicieli startupów i pozostałych firm .....	111
<b>Schemat 4.3.</b> Etapy rozwoju przedsięwzięcia biznesowego – opinia właścicieli startupów vs. pozostałych firm .....	121



