

Katarzyna Maślanka

Katedra Przedsiębiorczości Akademii Ekonomicznej w Katowicach
Fundacja ING Dzieciom w Bielsku-Białej

Rozwój przedsiębiorczości w ocenie wskaźnika TEA

Celem poniższego opracowania jest ustalenie, jakie kwestie wpływają na rozwój przedsiębiorczości. W ocenie rozwoju przedsiębiorczości pomoże wskaźnik przedsiębiorczości ogółem (Total Entrepreneurial Activity, TEA), mierzący ogólną aktywność w podejmowaniu przedsięwzięć gospodarczych. Wyniki analizy pozwolą na ogólną ocenę przedsiębiorczości w Polsce oraz porównanie jej ze stanem przedsiębiorczości w 37 państwach.

Przedsiębiorczość jest związana bezpośrednio z osobą przedsiębiorcy oraz przedsiębiorstwem.¹ Można ją określić jako: „cechę przedsiębiorcy i przedsiębiorstwa, pod którą rozumie się gotowość i zdolność do podejmowania i rozwiązywania w sposób twórczy i nowatorski nowych problemów, umiejętność wykorzystywania pojawiających się szans i okazji oraz elastycznego przystosowywania się do zmieniających się warunków”.² Przedsiębiorczość stanowi również pewną umiejętność tworzenia przedsiębiorstwa oraz prowadzenia działań w kierunku jego rozwoju, głównie poprzez wykorzystywanie istniejących warunków, odpowiednią organizację, zarządzanie, wdrażanie nowych technologii. Zrozumienie zasad przedsiębiorczości może pomóc w podejmowaniu właściwych decyzji. Wiedza powinna się opierać na faktach – jednak badania i fachowa analiza przedsiębiorczości były dotychczas ograniczone. Zauważając tę istotną lukę, London Business School i Babson College, współpracując z grupami badawczymi, zainicjowali program Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Celem projektu jest badanie i porównanie czynników kształtujących przedsiębiorczość w poszczególnych krajach i przedstawienie wyników decydentom i politykom³. W ramach GEM badania skupiają się na poszukiwaniu odpowiedzi na następujące pytania: a) jak dalece różnią się poszczególne kraje pod względem przedsiębiorczości? b) jakie są przyczyny różnic między nimi w poziomie i charakterze przedsiębiorczości i jakie są tego konsekwencje? c) jak polityka publiczna może pobudzać aktywność związaną z zakładaniem i rozwijaniem firm?

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

¹ M. Bratnicki, *Przedsiębiorczość i przedsiębiorcy współczesnych organizacji*, AE, Katowice 2001, s. 67.

² P.F. Drucker, *Innowacje i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady*, PWE, Warszawa 1992, s. 34 i 35 [za:] S. Sudoł, *Przedsiębiorstwo. Podstawy nauki o przedsiębiorstwie. Teorie i praktyka zarządzania*, Towarzystwo Naukowe Organizacji i Kierownictwa „Dom Organizatora”, Toruń 1999, s. 29.

³ M. Minniti, *Characteristics of the Entrepreneur*, Babson College, London 2005.

gospodarce – od otoczenia instytucjonalnego po uwarunkowania społeczne, zarówno w najbardziej uprzemysłowionych krajach świata, jak i w krajach rozwijających się (*emerging markets*) – w badaniach GEM mocno jest akcentowane znaczenie indywidualnej inicjatywy i gospodarczej aktywności jednostek dla dobrobytu całego społeczeństwa. GEM stanowi przełom w gromadzeniu danych dotyczących osób zaangażowanych w proces zakładania i rozwijania nowych firm. Wyraźną korzyścią prowadzonych w ramach GEM pomiarów są bezpośrednie wskaźniki aktywności gospodarczej.

GEM zajmuje się dziewięcioma wymiarami przedsiębiorczości. Nazywamy je warunkami planu przedsiębiorczości (Entrepreneurship Framework Conditions, EFC). Należą do nich: a) wsparcie finansowe, b) polityka rządu, c) programy rządowe, d) edukacja i szkolenia, e) badania i postęp, f) infrastruktura ekonomiczna i zawodowa, g) otwartość rynku/utrudnienia na początku działalności, h) dostęp do infrastruktury fizycznej, i) normy społeczno-kulturowe. W projekcie GEM wyliczone są różnego rodzaju wskaźniki umożliwiające dokonanie wymiernej charakterystyki przedsiębiorczości w poszczególnych krajach, a także ustalenie ich pozycji rankingowej. Do tych wskaźników należą⁴:

- **Rodzący się przedsiębiorcy (*nascent entrepreneurs*)** – za pomocą tego wskaźnika mierzony jest udział procentowy „rodzących się” przedsiębiorców w całej populacji osób w wieku 18–64 lat, tj. w wieku produkcyjnym. *Nascent entrepreneurs* to osoby, które: a) w momencie sondażu usiłują samodzielnie lub z partnerami założyć własną firmę (dotyczy to każdego rodzaju działalności); b) w ciągu ostatnich dwunastu miesięcy podjęły jakiegokolwiek kroki w celu utworzenia nowej firmy (np. poszukiwanie wyposażenia lub lokalizacji, organizacja grupy inicjatywnej, opracowywanie planu przedsięwzięcia, poszukiwanie kapitału); c) dążą do objęcia pozycji właścicielskich w jakimś przedsiębiorstwie; d) w ciągu ostatnich trzech miesięcy nie wypłacały jeszcze pełnoetatowego wynagrodzenia pracownikom.
- **Nowi przedsiębiorcy (*new entrepreneurs*)** – wskaźnik ten mierzy udział procentowy nowych przedsiębiorców, tj. osób w wieku 18–64 lat, które są: a) właścicielami lub współwłaścicielami istniejącego już przedsiębiorstwa i uczestniczą w zarządzaniu tym przedsiębiorstwem; b) nie otrzymują wynagrodzenia, udziału w zyskach i świadczeń rzeczowych dłużej niż 3,5 roku.
- **Przedsiębiorczość ogółem (*total entrepreneurial activity, TEA*)** – ten podstawowy dla GEM indeks, mierzący ogólną aktywność w podejmowaniu przedsięwzięć gospodarczych, wyliczany jest sumarycznie z obydwu wyżej wymienionych wskaźników, przy czym osoby, które mogą być traktowane zarówno jako *nascent entrepreneurs*, jak i *young entrepreneurs* uwzględniane są tylko raz. W powiązaniu z indeksem TEA od 2001 r. wyliczane są dwa wskaźniki dodatkowe, uwzględniające motywy podejmowania działalności gospodarczej.
- **Przedsiębiorczość z wyboru (*TEA opportunity entrepreneurship*)** – indeks ten oznacza procentowy udział osób w wieku 18–64 lat, które rozpoczęły lub chcą rozpocząć działalność gospodarczą, dokonując wyboru lepszej możliwości zarobkowania (*opportunity entrepreneurship*).
- **Przedsiębiorczość z konieczności (*TEA necessity entrepreneurship*)** – jest to procentowy udział osób w wieku 18–64 lat, które rozpoczęły lub zamierzają rozpocząć działalność gospodarczą z konieczności (*necessity entrepreneurship*), ponieważ nie mają żadnej innej możliwości zarobkowania (*no better choices for work*). Ponieważ niektóre z ankietowanych osób nie podały wyraźnie żadnego motywu (albo też podały oba), przez co nie mogły być przyporządkowane jednoznacznie do jednej z grup, suma obu kwot nie odpowiada dokładnie wartości TEA.

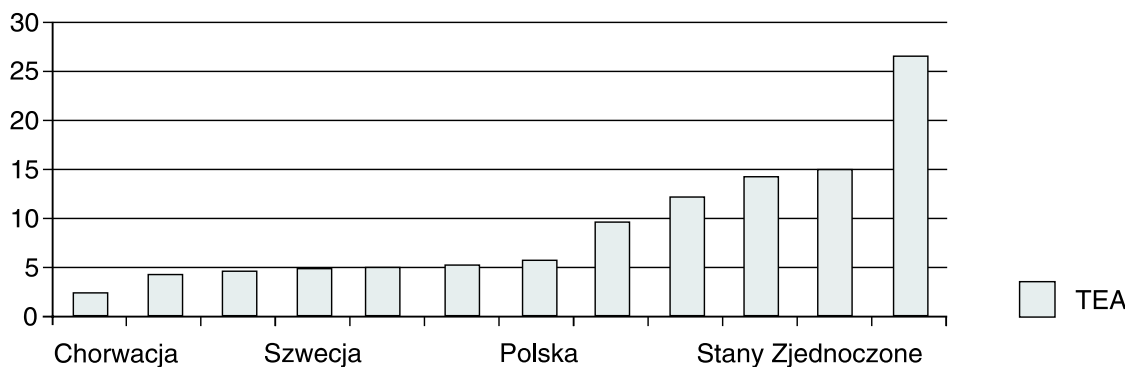
⁴ K. Baclawski, M. Koczerga, P. Zbierowski, *Studium przedsiębiorczości w Polsce w roku 2004, Raport GEM Polska*, Fundacja Edukacyjna Bachalski, Poznań 2005.

- **Przedsiębiorczość firm (*firm entrepreneurial activity, FEA*)** – wskaźnik ten, wprowadzony po raz pierwszy w edycji GEM 2003, tak został skonstruowany, aby odzwierciedlał podejmowanie cechujących się przedsiębiorczością działań przez istniejące firmy („*entrepreneurial lite*” activity in existing firms). Firmy traktowane są jako przedsiębiorcze, gdy rozwijają działalność poprzez wprowadzanie na rynek nowych produktów lub usług, stanowiących innowacje w wymiarze lokalnym lub regionalnym, a czasem nawet globalnym. W indeksie FEA uwzględniona jest także wielkość zatrudnienia w przedsiębiorstwach wprowadzających nowatorskie rozwiązania.

Charakterystyka przedsiębiorczości na podstawie wskaźnika TEA

Działalność przedsiębiorcza odgrywa decydującą rolę w tworzeniu dynamicznej ekonomii. Wartość wskaźnika TEA posłuży za źródło wskazania, że mamy do czynienia ze znacznym wzrostem przedsiębiorczości nie tylko na świecie, ale także w Polsce. Poziom aktywności przedsiębiorczej wśród 37 krajów objętych GEM przedstawia ryc. 1.

Ryc. 1. Przedsiębiorczość ogółem (TEA) (średnia w roku 2004)



Źródło: Z.P. Arenius, M. Minniti, *Global Entrepreneurship Monitor: 2004 Executive Report*, Babson College and London Business School, London 2005.

Jeśli posługujemy się wskaźnikiem TEA, stopa przedsiębiorczości ogółem wyliczana jest jako liczba osób podejmujących przedsiębiorcze działania, przypadających na 100 osób w wieku produkcyjnym. Wskaźnik ten przybiera wartości od 3,1% (3 osoby na 100) w Chorwacji do 29,3% (3 osoby na 10) w Wenezueli. Wartość wskaźnika 7,2% sytuuje Polskę w środku grupy badanych krajów i nie różni się statystycznie istotnie od średniej indeksu TEA uzyskanej dla wszystkich państw. Oznacza to, że zakres aktywności związanej z podejmowaniem i rozwijaniem działalności gospodarczej kształtuje się na poziomie zbliżonym do zakresu średniego w badanej grupie państw. Spośród uwzględnionych w badaniu istotnie niżej szacowane jest nasilenie przedsiębiorczości w Chorwacji, Słowenii i Rosji. Różnice we wskaźniku TEA wynikają głównie z nieco lepszej sytuacji ekonomicznej poszczególnych krajów, ponieważ w dużym stopniu przeważają tam przedsięwzięcia gospodarcze lepszej jakości, tzn. cechujące się wyższą innowacyjnością i dłuższym okresem funkcjonowania. Wśród 37 państw uczestniczących w badaniu w 2001 r., Polska zajęła 13 miejsce. Miarą przedsiębiorczości jest procentowy udział osób prowadzących własną działalność gospodarczą lub zarządzających firmą w ogólnej liczbie osób w wieku produkcyjnym, przy uwzględnieniu podmiotów stosunkowo młodych, czyli działających nie dłużej niż 3,5 roku. Niestety, tym, co odróżniało przedsiębiorców w Polsce od przedsiębiorców z innych krajów uczestniczących w badaniu, był wyjątkowo wysoki odsetek odpowiedzi wiążących rozpoczęcie działalności gospodarczej tylko z koniecznością stworzenia

sobie warunków do zarobkowania. W Polsce w końcu czerwca 2003 r. Krajowy Rejestr Urzędowy Podmiotów Gospodarki Narodowej REGON liczył 3514 tys. małych i średnich przedsiębiorstw, co stanowiło 99,8% wszystkich zarejestrowanych przedsiębiorstw (por. tab. 1).

Tab. 1. Liczba przedsiębiorstw w Polsce według REGON-u w latach 1991–2003

Rok	Przedsiębiorstwa ogółem	MSP	0–5 (mikro)	6–50	51–250
1991	502 275	494 211	375 560	496 436	24 775
1993	1 988 079	1 980 705	1 812 347	1 957 209	23 496
1994	2 099 577	2 093 148	1 921 151	2 069 930	23 218
1995	2 301 972	2 294 665	2 109 589	2 270 191	24 474
1996	2 379 949	2 373 484	2 191 892	2 349 422	24 062
1997	2 552 649	2 546 405	2 359 624	2 521 802	24 603
1998	2 792 697	2 786 462	2 591 499	2 761 010	25 452
Rok	Przedsiębiorstwa ogółem	MSP	0–9 (mikro)	10–49	50–249
1999	3 013 876	3 007 444	2 865 517	2 978 574	28 870
2000	3 182 577	3 176 161	3 029 859	3 147 059	29 102
2001	3 374 956	3 368 366	3 206 452	3 337 557	30 809
2002	3 468 218	3 462 775	3 602 411	3 462 775	28 884
2003	3 518 372	3 513 221	3 350 350	3 484 758	28 463

Źródło: dane za lata 1994–2001, pochodzące z PARP: *MSP w statystykach*, uzupełniono o opracowanie własne danych z okresu 2002–2003 według GUS: *Zmiany strukturalne grup podmiotów gospodarki narodowej w I półroczu 2003 r.*, GUS, Warszawa 2003, s. 34, a dla okresu 1991–1993 według CUP: *MSP w statystykach*.

Głównie małe i średnie przedsiębiorstwa tworzą nowe miejsca pracy i zatrudniają już więcej osób niż przedsiębiorstwa państwowe; w większym również stopniu niż przedsiębiorstwa państwowe decydują o wielkości produktu narodowego brutto⁵. Sektor MSP jest największym pracodawcą w Polsce; w 1999 r. zatrudniał 65,5% ogółu pracujących, w 2000 r. aż 66,9%, w roku 2001 wskaźnik ten był bliski 63%. W sektorze prywatnym w 2000 r. zatrudnionych było 8473 tys. osób, z czego 47% w przedsiębiorstwach małych, 19,9% w średnich, a 33,1% w dużych. Od 1998 r. spada liczba zatrudnionych w sektorze rynkowym. Podczas gdy liczba miejsc pracy w dużych przedsiębiorstwach spada, nadal tworzone są miejsca pracy w sektorze MSP (por. tab. 2).

⁵ B. Korkozowicz, *Małe i średnie przedsiębiorstwa na świecie [w:] Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw na Polsce w latach 1998–1999*, Polska Fundacja Promocji i Rozwoju MSP, Warszawa 2002.

Tab. 2. Procentowy udział aktywnych przedsiębiorstw w ogóle zarejestrowanych przedsiębiorstw MSP w latach 1994–2001

Rok	Udział aktywnych przedsiębiorstw w ogóle zarejestrowanych przedsiębiorstw sektora MSP	Rok	Udział aktywnych przedsiębiorstw w ogóle zarejestrowanych przedsiębiorstw sektora MSP
1994	48,4%	1998	62,8%
1995	54,3%	1999	60,4%
1996	56,5%	2000	55,5%
1997	62,1%	2001	49,1%

Źródło: dane za lata 1994–2001, pochodzące z PARP: *MSP w statystykach*, uzupełniono o opracowanie własne danych dla okresu 2002–2003 według GUS: *Zmiany strukturalne grup podmiotów gospodarki narodowej w I półroczu 2003 r.*, GUS, Warszawa 2003, s. 34, dla okresu 1991–1993 według CUP: *MSP w statystykach*.

Jednak małe przedsiębiorstwa nawet w okresie recesji mogą tworzyć nowe miejsca pracy przy minimalnych kosztach, są bowiem w stanie absorbować nadwyżki niewykwalifikowanej siły roboczej na rynku. Reagują znacznie lepiej na sygnały rynkowe niż duże firmy, co sprawia, że są bardziej elastyczne w działaniu. Najbardziej liczną grupą przedsiębiorstw na polskim rynku są drobne przedsiębiorstwa, zatrudniające do 9 osób. Mała przedsiębiorczość jest różna w różnych częściach Polski. Wskaźnik małej przedsiębiorczości wynosi w Polsce 44,5%. Rola sektora drobnych, małych i średnich przedsiębiorstw nabiera znaczenia zwłaszcza w okresie dekonunktury gospodarczej oraz rosnącego bezrobocia. Małe i średnie przedsiębiorstwa mają duże znaczenie w tworzeniu produktu krajowego brutto.

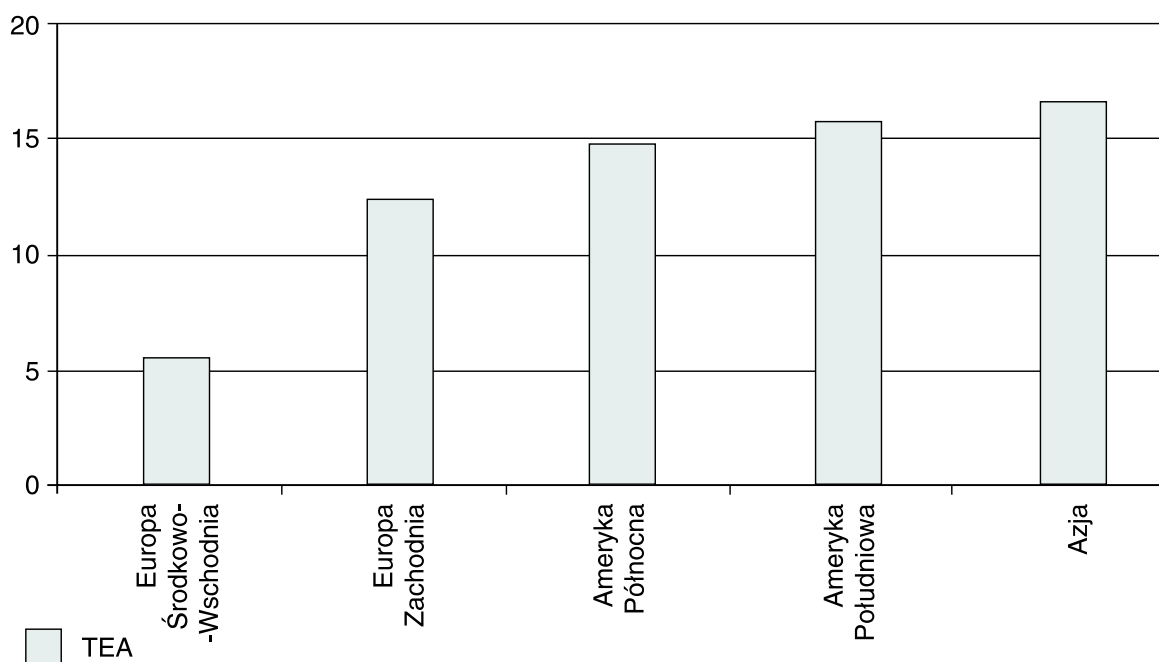
Tab. 3. Wielkość i struktura PKB w latach 2000 i 2001

Wyszczególnienie	W mln zł		PKB ogółem = 100%		Wartość dodana wytworzona przez przedsiębiorstwa = 100%	
	2000	2001	2000	2001	2000	2001
PKB ogółem	712 321,5	749 311,0	100,0	100,0	X	X
w tym						
Wartość dodana brutto wytworzona przez przedsiębiorstwa (oprócz sekcji A i B)	494 228,4	511 075,2	69,3	68,3	100,0	100,0
w tym						
Przedsiębiorstwa małe	277 818,8	294 744,8	39,0	39,4	56,3	57,6
Przedsiębiorstwa średnie	68 168,9	67 295,3	9,5	9,0	13,8	13,2
Przedsiębiorstwa duże	148 240,7	149 035,1	20,8	19,9	29,9	29,9

Źródło: *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2001–2002*, PARP, Warszawa 2003, s. 24.

Sektor MSP ma znaczący udział w procesie zmian struktury sektorowej kraju, zwłaszcza struktury przemysłowej. Drobne i małe firmy absorbują również nadwyżki siły roboczej z restrukturyzowanych działów przemysłu poprzez kreowanie rozwoju nowych dziedzin produkcji przy efektywnym gospodarowaniu zasobami oraz wyszukiwaniu nisz rynkowych. Poszukując przykładów przedsiębiorczości na świecie, należy zwrócić uwagę na Stany Zjednoczone, gdzie odnotowuje się widoczne efekty rozwoju przedsiębiorczości w postaci dynamicznego przyrostu liczby małych i średnich firm⁶. Poniższy wykres przedstawia znaczenie przedsiębiorczości na podstawie wskaźnika TEA w zależności od stopnia rozwoju gospodarczego. Istnieje silna zależność między poziomem rozwoju poszczególnych krajów a wskaźnikiem TEA.

Ryc. 2. Przedsiębiorczość ogółem (TEA) w roku 2004



Źródło: na podstawie Z.P. Arenius, M. Minniti, *Global Entrepreneurship Monitor: 2004 Executive Report*, Babson College and London Business School, London 2005.

Motywy podejmowania działalności gospodarczej

Firmy zakładane są z różnych powodów. W projekcie GEM wprowadzono proste rozróżnienie dwóch typów motywów podejmowania działalności gospodarczej w zależności od tego, czy istnieje możliwość wyboru między pracą najemną a działalnością gospodarczą, czy też takiej możliwości brak⁷:

- szansa-przyciąganie (*opportunity-pull*);
- konieczność-wypychanie (*necessity-push*).

U podstaw wyróżnienia pierwszego typu leży założenie, że podjęcie działalności gospodarczej wynika ze świadomego wyboru lepszej możliwości, poprzedzonego wewnętrznym impulsem. Ten wybór może wynikać z poczucia niezależności lub potrzeby sukcesu albo też np. z pragnienia zrealizowania własnych idei (*opportunity entrepreneurship*). Drugi typ opiera się

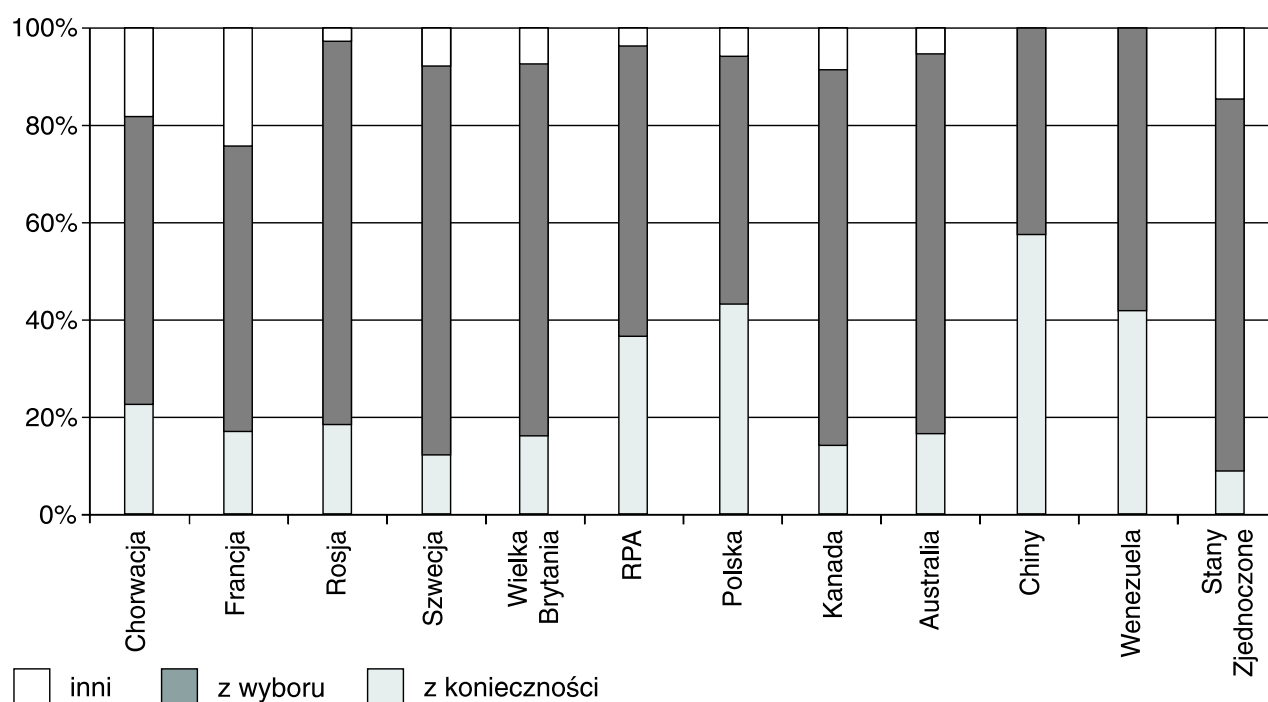
⁶ J. Schumpeter, *Teoria rozwoju gospodarczego*, PWN, Warszawa 1960, s. 118

⁷ I. Verheul, R. Thurik, *Start-Up Capital: Does gender matter?*, Small Business Economics, Dordrecht 2001, s. 329–345.

na założeniu, że długo utrzymujące się wysokie bezrobocie wielu ludzi stymuluje dążenie do samodzielności gospodarczej (zawodowej). Tworzenie przedsiębiorstw jest wobec tego reakcją na socjalnie trudną sytuację lub małe szanse na rynku pracy (*necessity entrepreneurship*) – nie ma innego wyjścia niż spróbować na własną rękę (*no better options for work*). Przedsiębiorczość typu *opportunity* i *necessity* identyfikowana jest we wszystkich krajach GEM od 2001 r. Podczas wywiadu na jedno z pytań średnio dla wszystkich krajów 66% respondentów podało chęć skorzystania z lepszej możliwości, 27% wskazało na konieczność, a około 7% podało kilka motywów lub inne czynniki, np. zaangażowanie w biznes rodzinny⁸.

Wyniki w poszczególnych krajach z lat 2001–2003 zaprezentowane są na ryc. 3 jako wartości średnie.

Ryc. 3. Własna firma z wyboru czy z konieczności (średnia w roku 2004)



Źródło: Z.P. Arenius, M. Minniti, *Global Entrepreneurship Monitor: 2004 Executive Report*, Babson College and London Business School, London 2005.

Można zauważyć prawidłowość: przedsiębiorczość z konieczności jest niska w krajach rozwiniętych – zarówno w wartościach absolutnych, jak i względnych – wysoka zaś w krajach rozwijających się. Wyniki dla Polski nie są w tym kontekście szczególnie budujące. Z jednej strony sytuacja rynkowa nie zachęcała do podejmowania ryzyka zakładania firm, aby realizować własne idee, ale z drugiej strony stały i znaczny wzrost bezrobocia postawił wiele osób przed koniecznością rozpoczęcia działalności gospodarczej, nawet przy tak niekorzystnej koniunkturze.

Z pewnością nie bez znaczenia jest wymuszony rosnącym fiskalizmem proces zastępowania umów o pracę umowami cywilnoprawnymi, np. umowami zlecenia i o dzieło, co wymaga formalnego rozpoczęcia indywidualnej działalności gospodarczej przez dotychczasowych pracowników.

⁸ M. Minniti, *Characteristics of the Entrepreneur*, Babson College, London 2005.

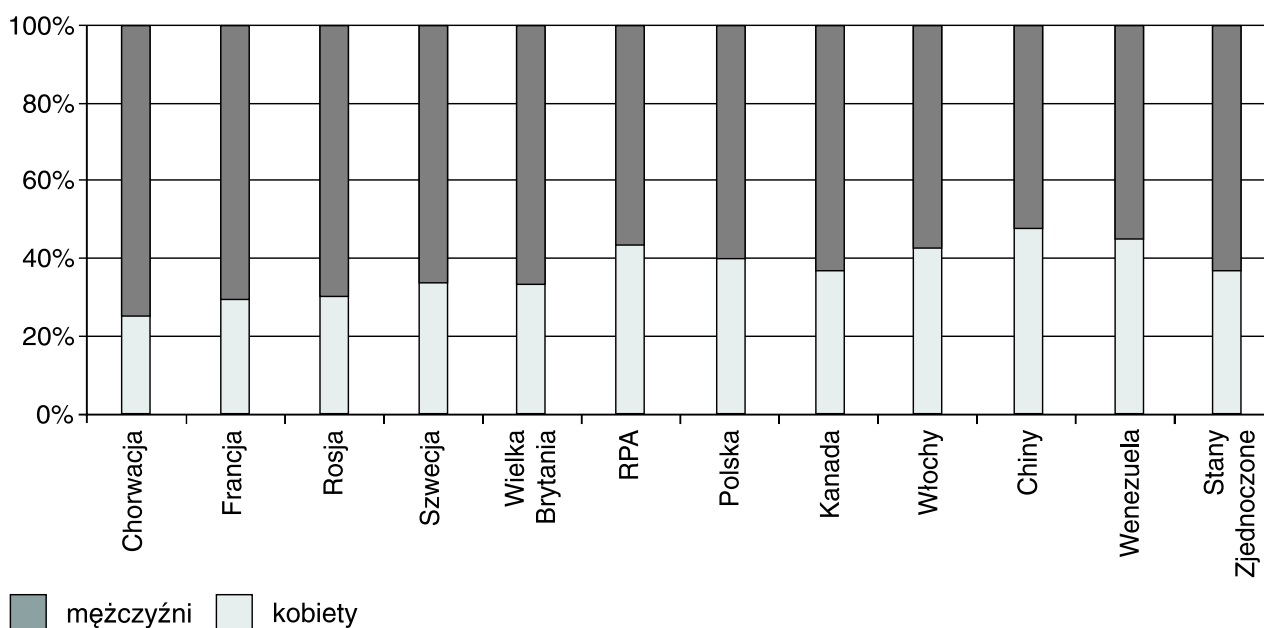
Można również przedstawić pozytywną interpretację tego zjawiska: trudna sytuacja ekonomiczna zmusza ludzi względnie często do zakładania firm i przez to rzadziej źródłem ich utrzymania są środki z zasobów państwa. Tak czy inaczej, aktywność gospodarcza, nawet podejmowana z konieczności, w trudnych realiach ekonomicznych jest pożądana.

Kim są początkujący przedsiębiorcy w Polsce?

Przedsiębiorczość jest zjawiskiem społecznym. Za każdą decyzją o założeniu firmy, stworzeniu nowego produktu czy usługi lub zastosowaniu nowej technologii zawsze stoi człowiek. Dlatego warto przyjrzeć się strukturze społecznej ludzi zaangażowanych w powstawanie firm w Polsce i na świecie. Takich danych dostarczają badania ankietowe przeprowadzone w 37 krajach uczestniczących w projekcie GEM.

Zgodnie z uzyskanymi wynikami, spośród osób, które w trakcie badania zgłosiły fakt podejmowania działań przedsiębiorczych, 64% to mężczyźni, a 36% to kobiety (ryc. 4).

Ryc. 4. Udział kobiet i mężczyzn w ogóle osób zakładających nowe przedsiębiorstw – udział płci w TEA (średnia w roku 2004)



Źródło: Z.P. Arenius, M. Minniti, *Global Entrepreneurship Monitor: 2004 Executive Report*, Babson College and London Business School, London 2005.

Przedsiębiorczych mężczyzn jest więc niemal dwukrotnie więcej niż przedsiębiorczych kobiet. W Polsce struktura pod względem płci kształtuje się nieco bardziej na korzyść kobiet, gdyż 40% osób deklarujących podejmowanie przedsięwzięć gospodarczych to kobiety. Na dwie przedsiębiorcze Polki przypada więc trzech przedsiębiorczych Polaków. Tylko w 6 spośród uczestniczących krajów odsetek przedsiębiorczych kobiet był wyższy niż w Polsce (Meksyk, Włochy, Republika Południowej Afryki, Chiny, Wenezuela i Tajlandia). Z wyjątkiem Włoch, wszystkie państwa Unii Europejskiej charakteryzują się niższym od średniej udziałem kobiet w powstawaniu nowych firm, a w większości z nich odsetek ten jest niższy od 30%. Najniższy poziom tego wskaźnika zanotowano w Izraelu i Japonii oraz w Słowenii i Chorwacji. W krajach rozwijających się udział obu płci relatywnie częściej jest zrównoważony. Według

danych statystycznych, mężczyzn pracujących na własny rachunek było 1 746 469 (w tym pracodawców 348 164), a kobiet 868 574 (w tym pracodawców 168 390), co oznacza, że na dwóch mężczyzn pracujących na własny rachunek przypada jedna kobieta⁹. Oprócz płci, przedmiotem analizy GEM jest również wiek osób wykazujących aktywność w zakładaniu i rozwijaniu firm. Najmocniej w przedsiębiorstwa gospodarcze angażują się osoby w wieku 25–44 lat. W grupie badanych państw otrzymano następujące wartości średnie dla lat 2000–2003: 18–24 lata – 16%, 25–34 lata – 32%, 35–44 lata – 27,5%, 45–54 lata – 19%, 55 i więcej lat – 8%. Największy udział najmłodszej grupy wiekowej (18–24 lata) stwierdzono w Indiach i Ugandzie (po ok. 31%) oraz w Meksyku (27%), co raczej w większym stopniu odzwierciedla duży udział młodych ludzi w całej populacji, niż wyższy poziom zainteresowania przedsiębiorczością jako wyborem kariery zawodowej. Analogicznie, struktura wiekowa społeczeństwa japońskiego odpowiada za zdecydowanie największy odsetek osób zakładających nowe firmy z najstarszej grupy wiekowej (23,5%)¹⁰. Wyniki uzyskane dla Polski nie różnią się znacząco od średniej światowej w przypadku trzech pierwszych grup wiekowych (odpowiednio 12%, 31% i 29%), a w dwóch pozostałych grupach – najstarszych – różnice te są wyraźne. Prawie 24% spośród zakładających nowe firmy było w wieku 45–54 lat, a tylko 4% miało 55 lat lub więcej. Na tle innych krajów najstarsza grupa była jedną z najmniej aktywnych gospodarczo, a grupa 45–54 lat jedną z najbardziej aktywnych. Prawdopodobną przyczyną tego zjawiska jest szczodrość polskiego systemu ubezpieczeń społecznych, dającego obywatelom możliwość bezpiecznego przejścia na utrzymanie państwa już w wieku 55–60 lat, co nie motywuje tych osób do rozpoczynania działalności gospodarczej. Z kolei osoby w wieku 45–54 lat, które utraciły pracę w wyniku przekształceń strukturalnych i nie mogą znaleźć nowej, relatywnie częściej decydują się na podjęcie własnej działalności, aby zapewnić sobie i rodzinie dochody i podstawę uzyskania przyszłej emerytury. Wpływ wieku i płci na gotowość do podejmowania przedsiębiorczych inicjatyw jest znaczny. Istotną rolę odgrywa osoba właściciela, który najczęściej jest także menedżerem odpowiedzialnym za zarządzanie firmą. Właściciele małych przedsiębiorstw, odpowiedzialni za ich losy, podejmują wszystkie decyzje. W większości przypadków są jedynymi osobami, które podejmują decyzje w swojej firmie. Przedsiębiorca to kluczowa postać w przedsiębiorstwie; jest w nim głównym czynnikiem sprawczym i motorem postępu ekonomicznego¹¹. Analizując zachowania marketingowe małych i średnich firm, można powiedzieć, że na podejmowanie decyzji w firmie mają wpływ czynniki związane z osobą właściciela¹²: wiek, wykształcenie, poprzednie miejsce pracy i zatrudnienie, ogólna filozofia biznesu, zarządzanie czasem.

Młodych ludzi cechuje największy dynamizm w działaniu oraz otwartość na nowe idee i rozwiązania. To oni będą w firmie autorami nowych pomysłów, to oni będą bardziej skłonni wprowadzać skuteczne narzędzia oddziaływania na konsumenta i rynek.

⁹ *Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej 2003*, GUS, Warszawa 2003, tab. 4 (151), s. 129.

¹⁰ B. Balcerzak-Paradowska, *Kobiety i mężczyźni na rynku pracy – rzeczywistość lat 1990–1999*, IPiPP, Warszawa 2001, s. 138.

¹¹ S. Sudoł, *Przedsiębiorstwo. Podstawy nauki o przedsiębiorstwie. Teoria i praktyka zarządzania*, Towarzystwo Naukowe Organizacji i Kierownictwa „Dom Organizatora”, Toruń 1999, s. 27.

¹² B. Mróz, *Uwarunkowania, przejawy i wymiary przedsiębiorczości – wprowadzenie do dyskusji nad referatami w III bloku tematycznym sympozjum Kolegium Zarządzania i Finansów SGH pt. Ekonomiczne instrumenty ożywienia gospodarki w Polsce*, „Zeszyty Naukowe: Studia i Prace KZiF”, 37, s. 42–51.

Tab. 4. Profil wiekowy właścicieli sektora MSP w Polsce i wybranych krajach nadbałtyckich (w %)

Grupa wiekowa	Polska	Estonia	Łotwa	Litwa
Poniżej 25 lat	1	3	3	5
26–35	10	27	25	28
36–45	48	33	34	39
46–55	30	29	23	22
Powyżej 55 lat	12	8	15	5
Liczba ankietowanych	300	100	100	94

Źródło: Raport: *The survival, Growth and Support Needs Manufacturing SMEs in Poland and the Baltic States*, D. Smallbone [za:] A. Sibińska, *Zachowania marketingowe małych i średnich firm*, „*Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa*”, 6/2001, s. 57–60.

Kolejną cechą wartą przeanalizowania jest wykształcenie przedsiębiorcy, które ma również istotny wpływ na rozwój firmy. Polscy przedsiębiorcy w sektorze MSP to w większości mężczyźni z wykształceniem technicznym, a prawie połowa z nich ukończyła studia techniczne i ma doświadczenie w branży. Szczególnie istotne jest to dla sektorów, których działalność opiera się na zaawansowanych technologiach. Właściele dobrze prosperujących, zaawansowanych technologicznie przedsiębiorstw, to osoby z wykształceniem wyższym i podyplomowym w naukach ścisłych i technicznych. Ze względu na kwalifikacje łatwiej im zarządzać produktem oraz osiągać przewagę technologiczną i innowacyjną. Niestety, mniej niż 10% badanych ma wykształcenie z dziedziny zarządzania lub ekonomiczne. Właściele przedsiębiorstw powinni zwracać uwagę na rolę kształcenia i dokształcania się, szczególnie wobec szybkiego rozwoju wiedzy specjalistycznej i nowoczesnych technologii teleinformatycznych⁴. Drogą do podnoszenia konkurencyjności przedsiębiorstw są szkolenia o najróżniejszym profilu i charakterze, w tym również takie, które mają służyć stymulowaniu kreatywności, innowacyjności i przedsiębiorczości pracowników. O sukcesie przedsiębiorcy w gospodarce wolnorynkowej decyduje wiedza, która musi być nieustannie poszerzana. Współczesne przedsiębiorstwa, działając w trudnych warunkach konkurencyjnych, muszą koncentrować wysiłki przede wszystkim na strukturze zasobów ludzkich ocenianych pod względem przedsiębiorczości, na nowoczesności stosowanych rozwiązań technicznych i technologicznych, na innowacyjności w zakresie rozwiązań organizacyjnych, na doskonaleniu systemu zarządzania oraz na ciągłym ulepszaniu systemów informacyjnych, będących podstawowym czynnikiem sprawnego i efektywnego ich funkcjonowania.

Uwarunkowania przedsiębiorczości

W ramach projektu GEM przeprowadzane są wywiady, których celem jest ustalenie czynników wspierających i hamujących rozwój przedsiębiorczości, czyli określenie, co sprawia, że dany kraj charakteryzuje się wysokim poziomem przedsiębiorczości. Efektem wywiadów jest bogaty zasób danych, pozwalający identyfikować i ocenić zasadnicze aspekty przedsiębiorczości w każdym z krajów GEM i dokonywać porównań międzynarodowych.

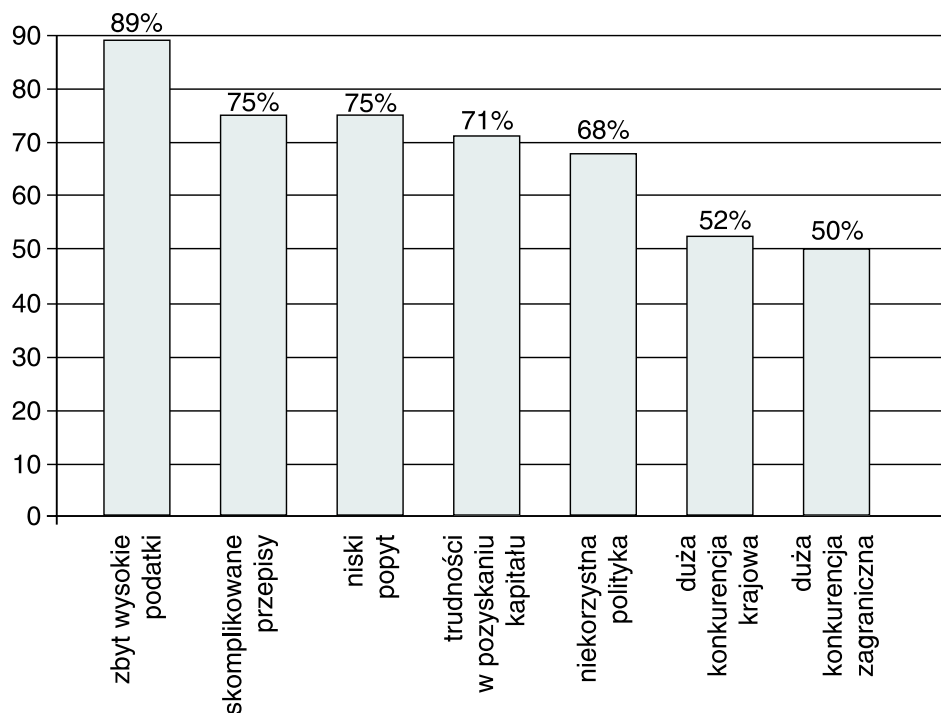
Uczestnicy byli zgodni, że do najważniejszych uwarunkowań przedsiębiorczości należą¹³: polityka rządu, regulacje prawne i podatkowe aspekty działalności gospodarczej jako elementy, które mają największe znaczenie dla rozwoju przedsiębiorczości. Za dodatkowe uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości uznano: dostępność kapitału – niezbędny w działalności gospodarczej

¹³ K. Baclawski, M. Koczerga, P. Zbierowski, *Studium przedsiębiorczości w Polsce w roku 2004, Raport GEM Polska*, Fundacja Edukacyjna Bachalski, Poznań 2005.

kapitał finansowy może pochodzić z różnych źródeł: z zasobów własnych założycieli przedsiębiorstwa, ze środków innych inwestorów, z kredytów i pożyczek, z emisji akcji, funduszy inwestycyjnych.

Ryc. 5 przedstawia bariery ekonomiczne spotykane przy zakładaniu działalności gospodarczej w Polsce.

Ryc. 5. Bariery ekonomiczne



Źródło: W. Kozek, P. Mielczarek, *Opinie przedsiębiorców sektora MSP o prowadzeniu działalności gospodarczej*, Polska Fundacja Promocji i Rozwoju Małych i Średnich Przedsiębiorstw, Warszawa 2000, s. 43.

Dostępność wszystkich wymienionych potencjalnych źródeł kapitału dla nowych i rozwijających się przedsiębiorstw w Polsce jest niedostateczna. Szczególnym problemem są mocno ograniczone własne zasoby kapitałowe przedsiębiorstw. W porównaniu z pozostałymi 36 krajami GEM Polska charakteryzuje się jednym z najniższych poziomów dostępności kapitału dla nowych i rozwijających się przedsiębiorstw. Aby skutecznie konkurować na rynkach międzynarodowych, polskie firmy muszą mieć większe możliwości pozyskania kapitału na inwestycje. Do kolejnych uwarunkowań należą¹⁴:

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

¹⁴ A.L. Anna, G.L. Chandler i inni, *Women Business Owners in Traditional and Non-traditional Industries*, „Journal of Business Venturing”, 1999, No 15, s. 279–303.

- **Publiczne programy wspierania nowych przedsiębiorstw.** Wsparcie programów publicznych w momencie zakładania firmy, budowania jej zdrowych prawnych i finansowych podstaw może być istotnym czynnikiem – jeśli nie warunkiem – udanego wejścia na rynek, a potem utrzymania się na nim w otoczeniu konkurencyjnym. Aby zapewnić spełnienie pokładanych w nich nadziei, programy te muszą się jednak cechować wysoką skutecznością i powszechnością informacji oraz dostępem wszystkich potencjalnie zainteresowanych osób i podmiotów.
- **Rynek – bariery wejścia.** Cechy rynku, na jakim działa przedsiębiorstwo, mają w sposób oczywisty znaczenie dla perspektyw jego sukcesu. Dla przedsiębiorstwa nową sytuacją rynkową jest o tyle jeszcze ważniejsza, że najpierw ma ono do pokonania bariery wejścia na rynek, a potem musi się na nim utrzymać. W ramach GEM stabilność rynku towarów i usług w Polsce dla konsumentów i odbiorców instytucjonalnych (firm) oceniona została neutralnie. Najstabilniejsze rynki mają: Kanada, Chile, Hiszpania i Belgia, a najmniej stabilne – Chiny, Tajlandia, Chorwacja i Hongkong.
- **Infrastruktura techniczna.** Istotnym elementem otoczenia firmy jest dostępna publiczna infrastruktura techniczna: drogi, woda, gaz, prąd, telefony, internet itd. Dobra sieć dróg i autostrad umożliwia szybkie przemieszczanie się przedsiębiorcy oraz transport jego towarów i usług. Dostępne i tanie usługi miejskie i telekomunikacyjne są podstawą sprawnego funkcjonowania przedsiębiorstwa od strony technicznej. Ocena stanu, dostępności i kosztów infrastruktury technicznej dla przedsiębiorstw w Polsce jest zróżnicowana. Pozytywnie ocenione zostały dostępność i koszty podstawowych usług miejskich (wody, prądu, gazu, kanalizacji) oraz dostępność usług telekomunikacyjnych mierzona czasem oczekiwania na podłączenie telefonu i internetu. Syntetyczny indeks podsumowujący oceny w tej dziedzinie wyniósł dla Polski $-0,36$, przy czym w pozostałych analizowanych krajach uzyskał wartości dodatnie, najwyższe w Hongkongu, Stanach Zjednoczonych, Kanadzie, Chile i Niemczech. Wśród krajów Unii Europejskiej zaznaczył się wyraźny podział na państwa o niskich (kraje południowe i z Wysp Brytyjskich) oraz o wysokich wartościach indeksu (kraje skandynawskie, Niemcy, Francja i Belgia).
- **Ochrona własności intelektualnej.** Skuteczny system ochrony wynalazków, patentów, znaków towarowych i innych praw autorskich stwarza podstawy bezpieczeństwa funkcjonowania przedsiębiorstw, dla których prawa te mają znaczenie ze względu na pozycję rynkową, zaawansowanie technologiczne, branżę lub specyfikę działalności itd. Na podstawie wyników badań można stwierdzić, że zdecydowanie najwyższy poziom ochrony własności intelektualnej jest w Kanadzie i Stanach Zjednoczonych, a także w Australii, Szwajcarii, Finlandii i Singapurze. Najmniejszą ochronę dają systemy prawne Ugandy, Wenezueli, Argentyny i Polski. Panująca wśród obywateli analizowanych państw świadomość potrzeby ochrony praw autorskich jest przynajmniej średnia, co w przyszłości powinno stopniowo wytworzyć presję na poprawę regulacji dotyczących tej dziedziny i ich skuteczności.
- **Systemy wartości i normy społeczne.** Badani stwierdzili zgodnie, że polska mentalność narodowa niekorzystnie wpływa na upowszechnianie się przedsiębiorczości. Według ich oceny Polskę można scharakteryzować jako kraj, w którym samodzielność, własna inicjatywa, innowacyjność, skłonność do podejmowania ryzyka zajmują raczej niskie miejsce w hierarchii wartości. Co ciekawe, sami badani nie wykazali awersji do ryzyka. Twierdzili, że obawa przed niepowodzeniem nie powstrzymałaby ich przed rozpoczęciem biznesu. W pomiarze wpływu uwarunkowań kulturowych na przedsiębiorczość pozytywnie wyróżniają się kraje anglosaskie (oprócz Stanów Zjednoczonych, także Kanada, Australia, Nowa Zelandia, Hongkong). Spośród krajów europejskich jedynie dla Islandii, Włoch i Irlandii indeks przybiera wartość dodatnią.

- **Dostrzeżenie możliwości rozpoczęcia własnego biznesu.** Oprócz sprecyzowania opisanych powyżej ramowych uwarunkowań przedsiębiorczości, wywiady dały możliwość uzupełnienia obrazu polskiej przedsiębiorczości poprzez ocenę możliwości udanego rozpoczęcia i prowadzenia działalności gospodarczej, umiejętności przedsiębiorczych oraz społecznego postrzegania przedsiębiorcy. Szczególnie istotnymi czynnikami podejmowania działalności gospodarczej okazały się dostrzeżenie okazji do założenia własnego biznesu oraz obawa przed niepowodzeniem (lęk przed ryzykiem). Dotychczasowe doświadczenia GEM potwierdzają instynktowne przekonanie, że osoby zaznajomione bezpośrednio z działalnością gospodarczą wyżej oceniają możliwości założenia własnego biznesu niż ogół populacji. Jak pokazuje szczegółowe zestawienie odpowiedzi na poszczególne pytania, wśród badanych przeważa opinia, że w Polsce jest więcej możliwości założenia własnego biznesu niż osób potrafiących z nich skorzystać.
- **Umiejętności przedsiębiorcze.** Ciekawą wymowę ma ocena umiejętności prowadzenia biznesu. Opinie badanych mogą świadczyć o swego rodzaju wyrobieniu Polaków w tym zakresie. Polacy mają większe doświadczenie w rozpoczynaniu i prowadzeniu działalności gospodarczej niż średnio obywatele wszystkich krajów GEM i potrafią szybciej reagować na nadarżające się okazje rozpoczęcia biznesu. Polska dość dobrze wypada w ocenie biznesowych umiejętności; zajmuje 9 miejsce wśród 37 krajów. Bardziej pewni swoich umiejętności i doświadczenia w biznesie są oczywiście Amerykanie, a także Irlandczycy, Włosi, Holendrzy, obywatele Hongkongu, Islandii, Finlandii oraz Argentyńcy.
- **Spoleczne postrzeżenie przedsiębiorcy.** Według ocen aktywności, nowatorstwa, samodzielnego dążenia do sukcesu – Polacy są przedsiębiorczy i gotowi podejmować ryzyko. Prawdopodobne jest jednak, że potocznie przypisywana Polakom przedsiębiorczość rozumiana jest raczej jako życiowa zaradność, a znaczenie tych terminów nie jest tożsame.

Wnioski

Przedsiębiorczość postrzegamy wyłącznie w kategoriach pozytywnych. Potrzebne są systematyczne wysiłki, by rozwijać aktywność zawodową, przedsiębiorczość, planowanie własnej kariery. Jeśli młodzi ludzie będą wiedzieć, z czym wiąże się samodzielna działalność gospodarcza, w sposób bardziej świadomy będą oceniać swoje sukcesy i porażki. Przedsiębiorczość w Polsce według wyników GEM w bardzo wysokim stopniu wymuszona jest brakiem jakiegokolwiek możliwości zarobkowania; wybór działalności na własny rachunek jako bardziej atrakcyjny. Uwzględnienie rozwijania przedsiębiorczości w programach szkolnych jest oceniane pozytywnie, przy czym wskazane jest ustawiczne dostosowywanie edukacji do potrzeb praktyki i tendencji rynkowych. W ocenie uwarunkowań przedsiębiorczości optymistyczny wydźwięk ma pozytywna ocena umiejętności i doświadczeń polskich przedsiębiorców oraz powszechne dostrzeżenie w działalności na własny rachunek szansy na szybszy awans zawodowy i materialny. Niemal powszechnie ugruntowany jest pogląd, że przedsiębiorczość jest kluczem do rozwoju gospodarczego, ograniczenia bezrobocia, modernizacji społeczeństwa i wzrostu dobrobytu. Jednak sama świadomość znaczenia przedsiębiorczości, nawet jeśli nie jest powierzchowna, nie wystarczy, by polepszyć gospodarczą i społeczną rzeczywistość. Bardzo ważna na przyszłość jest dbałość o narodowy potencjał przedsiębiorczości, tzn. o to, by jak najwięcej osób pozyskało umiejętności i zdolności skutecznego podejmowania działalności gospodarczej i pomyslnego jej rozwijania z wykorzystaniem najnowszej wiedzy. W bliższej perspektywie ważne jest także doszkalanie osób dorosłych, najlepiej aktywnymi metodami, umożliwiające zdobycie bezpośredniego doświadczenia. Uwarunkowania zewnętrzne tworzą złożony obraz otoczenia, w którym egzystują przedsiębiorczość, przedsiębiorcy i przedsiębiorstwa. Mogą one w znacznym

stopniu decydować o rozwoju przedsiębiorczości. Ich korzystny układ może dynamizować przedsiębiorczość, stanowić szansę jej rozwoju. Przedsiębiorczość umożliwia sprawne funkcjonowanie gospodarki rynkowej, ułatwia jej rozwój i ekspansję na nowe rynki; sprawia, że przedsiębiorstwa stają się bardziej konkurencyjne. Podsumowując, można sformułować następujące wnioski:

- niezbędne jest tworzenie korzystnych warunków i klimatu rozwoju przedsiębiorczości (system podatkowy, uwarunkowania prawne, przyjazne urzędy);
- warunkiem rozkwitu przedsiębiorczości jest doskonalenie kompetencji przedsiębiorstw dzięki szkoleniom, warsztatom treningowym dla kadry kierowniczej itp.;
- konieczne jest ustawiczne podnoszenie jakości oferty dla klienta i doskonalenie metodyki jej pomiaru;
- finansowe wspieranie debiutów w biznesie oraz małych i średnich przedsiębiorstw powinno się dokonywać poprzez właściwe wykorzystanie dostępnych funduszy i źródeł finansowania.

Określając konkurencję jako zdolność kraju lub przedsiębiorstwa do tworzenia większego bogactwa niż konkurenci na rynku światowym¹⁵, należy przyjąć, że warunkiem przetrwania i rozwoju przedsiębiorstw w bardzo konkurencyjnym i zmiennym otoczeniu na początku XXI w. jest ustawiczne poszukiwanie nowych i doskonalenie starych źródeł przewagi konkurencyjnej. Powielanie starych, sprawdzonych receptur osiągania sukcesu, biurokratyczne skostnienie oraz uporczywe trzymanie się rutynowych korporacyjnych procedur to najczęstsze przyczyny utraty znaczenia lub wręcz upadku wielu firm. Aby sprostać nowym, trudnym wyzwaniom, właściciele i menedżerowie muszą być gotowi do błyskawicznego reagowania na sygnały rynkowe i wykazywać postawy innowacyjne, przedsiębiorcze. Przyjmowanie postawy przedsiębiorczości, aktywności rynkowej można uznać za podstawowy dla menedżerów i właścicieli przedsiębiorstw u progu XXI w.

Literatura

1. Arenius Z.P., Minniti M., *Global Entrepreneurship Monitor: 2004 Executive Report*, Babson College and London Business School, London 2005.
2. Balcerzak-Paradowska B., *Kobiety i mężczyźni na rynku pracy – rzeczywistość lat 1990–1999*, IPIPP, Warszawa 2001.
3. Bratnicki M., *Przedsiębiorczość i przedsiębiorcy współczesnych organizacji*, AE, Katowice 2001.
4. Drucker P.F., 1992, *Innowacje i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady*, PWE, Warszawa 1992.
5. Korkozowicz B., *Małe i średnie przedsiębiorstwa na świecie [w:] Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 1998–1999*, Polska Fundacja Promocji i Rozwoju MSP, Warszawa 2002.
6. Minniti M., *Characteristics of the Entrepreneur*, Babson College, London 2005.
7. Mróz B., *Uwarunkowania, przejawy i wymiary przedsiębiorczości – wprowadzenie do dyskusji nad referatami w III bloku tematycznym sympozjum Kolegium Zarządzania i Finansów SGH pt. Ekonomiczne instrumenty żywienia gospodarki w Polsce*, „Zeszyty Naukowe: Studia i Prace KZiF”, 37/2003.
8. Schumpeter J., *Teoria rozwoju gospodarczego*, PWN, Warszawa 1960.
9. Sudoł S., *Przedsiębiorstwo. Podstawy nauki o przedsiębiorstwie. Teoria i praktyka zarządzania*, Towarzystwo Naukowe Organizacji i Kierownictwa „Dom Organizatora”, Toruń 1999.
10. Verheul I., Thurik R., *Start-Up Capital: Does gender matter?*, Small Business Economics, Dordrecht 2001.

¹⁵ Por. *The World Competitiveness Report 1994*, World Economic Forum, Lausanne 1994, s. 18.

11. Baćłowski K., Koczerga M., Zbierowski P., *Studium przedsiębiorczości w Polsce w roku 2004. Raport GEM Polska*, Fundacja Edukacyjna Bachalski, Poznań 2005.
12. Kozek W., Mielczarek P., *Opinie przedsiębiorców sektora MSP o prowadzeniu działalności gospodarczej*, Polska Fundacja Promocji i Rozwoju Małych i Średnich Przedsiębiorstw, Warszawa 2000.
13. Anna A.L., Chandler G.N. i inni, *Women Business Owners In Traditional and Non-traditional Industries*, „Journal of Business Venturing”, 1999, No 15.

Inne

1. *Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej 2003*, GUS, Warszawa 2003, tab. 4 (151).
2. Dane z raportu: *The survival, Growth and Support Needs Manufacturing SMEs in Poland and the Baltic States*, D. Smallbone [za:] A. Sibińska, *Zachowania marketingowe małych i średnich firm*, „Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa”, 6/2001.
3. *MSP w statystykach*, PARP, Warszawa (dane za lata 1994–2001 uzupełnione zostały opracowaniem własnym danych za okres 2002–2003 według GUS: *Zmiany strukturalne grup podmiotów gospodarki narodowej w I półroczu 2003 r.*, GUS, Warszawa 2003, za okres 1991–1993 według CUP: *MSP w statystykach*).
4. *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2001–2002*, PARP, Warszawa 2003.
5. *The World Competitiveness Report 1994*, World Economic Forum, Lausanne 1994.

The Development of Entrepreneurship Measured by TEA Indicator

The introduction of the rules of free market economy caused changes in the structure of the economy. Unemployment grew on new job market. Private sector appeared in economy. There are favorable conditions for the development of entrepreneurship and self-employment. An important part of people in productive age has the advantage of such a situation.

One of the goals of this elaboration is to analyze what matters influence over the development of the enterprise. Total Entrepreneurial Activity (TEA) indicator help us to estimate the development of the enterprise. It measures general activity of economic undertakings. Thanks to it we can evaluate the general enterprise in Poland and compare it to the enterprise in 37 other states in the world. The enterprise is a social phenomenon. Behind every decision about starting the firm – to create new product or service, or to use new technology – always stands a man. Social structure of people who form the firms in Poland and over the world is worth to analyze. Such a research was conducted in 37 countries from GEM project. According to GEM results the enterprise in Poland is based on the lack of other ways to work. It is the key to economic development, to limitation of the unemployment, to modernization of society and to height of the welfare.