

KRZYSZTOF ZIĘBA
Politechnika Gdańska

OBRAZ PRZEDSIĘBIORCZOŚCI W POLSCE W BADANIACH GEM

Streszczenie

Wraz ze stale rosnącą popularnością badań nad przedsiębiorczością rośnie też zainteresowanie i skala wykorzystywania danych pochodzących z raportów *Global Entrepreneurship Monitor*. W niniejszym artykule wykorzystano te dane do nakreślenia ogólnego obrazu przedsiębiorczości w Polsce, a w końcowej części przybliżono pewne problemy wynikające z metodyki prowadzenia tych badań. Ta krytyczna analiza ma na celu przyczynienie się do bardziej świadomego korzystania ze zgromadzonych danych GEM, tak by nie dochodziło do ich błędnej interpretacji lub nadinterpretacji pojawiających się przy ich wykorzystywaniu.

Słowa kluczowe: Przedsiębiorczość, preprzedsiębiorczość, *Global Entrepreneurship Monitor*

Wprowadzenie

Przedsiębiorczość we współczesnej gospodarce zyskuje coraz większe uznanie. Niegdyś nieobecna, z rzadka wspominana, dziś staje się motywem przewodnim wielu konferencji i licznych czasopism naukowych; jest też często wymienianym elementem polityki gospodarczej państw wysokorozwiniętych. Miarą tego, jak bardzo ważnym zasobem w dzisiejszej gospodarce stała się przedsiębiorczość, jest m.in. szeroko komentowana koncepcja tzw. gospodarki przedsiębiorczej¹.

Historycznie rzecz ujmując, przedsiębiorczość jako pojęcie narodziła się w obszarze ekonomii. Późniejszy rozwój ekonomii, a w szczególności szkoły neoklasycznej, przyczynił się do marginalizacji pojęcia „przedsiębiorca”, co sprowokowało Baumola do wygłoszenia w 1968 roku słynnej opinii o Hamlecie². Dodatkowo, pierwsza połowa XX wieku nie tworzyła sprzyjającego klimatu dla badań nad przedsiębiorczością. Rozwój wielkich firm i narastająca dominacja produkcji masowej zmniejszały znaczenie tradycyjnie pojmowanej przedsiębiorczości. Renesans

¹ Por. D.B. Audretsch, A.R. Thurik, *A Model of the Entrepreneurial Economy*, „International Journal of Entrepreneurship Education” 2004, nr 2 (2), s. 143–166.

² Baumol o roli przedsiębiorcy w teorii ekonomii: „Książę Danii został wymazany z dyskusji o Hamlecie” – por. W.J. Baumol, *Entrepreneurship in economic theory*, „American Economic Review” 1968, nr 58 (2) s. 66.

sektora MSP, który dokonał się w latach siedemdziesiątych XX wieku, przywrócił zainteresowanie postacią przedsiębiorcy i przedsiębiorczością, głównie jednak w kontekście tworzenia firm i późniejszego nimi zarządzania.

W zachodniej literaturze emancypacja nauki o przedsiębiorczości w znacznej mierze się już dokonała. W Polsce zazwyczaj przedsiębiorczość bywa przypisywana do nauk o zarządzaniu³, choć jest to dyskusyjne. W najnowszej publikacji S. Sudoła, mającej na celu nakreślenie granic między ekonomią a naukami o zarządzaniu, przedsiębiorczość jako taka w ogóle się nie pojawia⁴.

Przez kilka dekad badania nad przedsiębiorczością były prowadzone w odniesieniu do poszczególnych krajów; niekiedy wspólnym wysiłkiem badaczy udawało się przeprowadzić skoordynowane badania w kilku krajach, umożliwiając w ten sposób analizy porównawcze. Sytuacja zmieniła się w znaczący sposób wraz z pojawieniem się inicjatywy *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM). To pierwszy tak szeroko zakrojony, długofalowy program badawczy, który dzięki zharmonizowanym danym umożliwia badania przedsiębiorczości w ujęciu międzynarodowym.

Celem niniejszego artykułu jest pokazanie obrazu polskiej przedsiębiorczości, jaki został nakreślony w dotychczasowych raportach GEM, jak również zwrócenie uwagi na pewne problemy metodyczne. Ich niezajomość prowadzi bowiem do niewłaściwego wykorzystywania lub interpretowania danych z raportów GEM, co wobec rosnącej popularności tych raportów nabiera szczególnego znaczenia.

Historia badań GEM i ich polskie edycje

Za powstanie projektu GEM w jego początkowym kształcie odpowiadają dwie instytucje naukowe – London Business School oraz Babson College. W sierpniu 1997 roku przedstawiciele tych instytucji rozpoczęli planowanie badań, które miały objąć reprezentatywne próby liczące nie mniej niż 1000 osób w 10 różnych krajach świata⁵. Badania te przeprowadzono na początku 1999 roku. Na bazie wyników tych badań opracowano liczne publikacje naukowe, a same badania dość zgodnie uznano za znaczący sukces.

W pięć lat po pierwszych badaniach GEM inicjatywa ta została sformalizowana przez powołanie *Global Entrepreneurship Research Association*, które jest obecnie odpowiedzialne za kontynuację i dalszy rozwój projektu GEM na świecie. O ile pierwsze badania GEM zostały przeprowadzone w grupie 10 krajów, to już do 2013 roku łączna liczba zespołów narodowych wyniosła niemal 100⁶. W poszczególnych edycjach GEM liczba ta jest różna, niektóre kraje regularnie biorą udział w GEM, inne

³ M. Bratnicki, *Kontekstualne rozwiązanie problemu budowania teorii przedsiębiorczości*, „Przegląd Organizacji” 2008, nr 5, s. 16–19.

⁴ S. Sudoł, *Podstawowe problemy metodologiczne nauk o zarządzaniu*, „Organizacja i Kierowanie” 2014, nr 1 (161), s. 11–36.

⁵ P.D. Reynolds, M. Hay, S.M. Camp, *Global Entrepreneurship Monitor 1999 Executive Report*, Babson College, Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership and London Business School 1999.

⁶ Poniższe dane pochodzą z oficjalnej strony internetowej projektu: What is GEM?; www.gemconsortium.org/What-is-GEM (12.12.2014).



– jak m.in. Polska – raczej epizodycznie. Badania GEM prowadzone są głównie w krajach wysokorozwiniętych, a to z dwóch powodów. Po pierwsze, w ten sposób udaje się przebadac te populacje, które mają największy udział w globalnej gospodarce i w tworzeniu światowego PKB. GEM 2013 został przeprowadzony w krajach, których ludność stanowiła trzy czwarte ludności na świecie. Kraje te generują niemal 90% światowego PKB. Po drugie, metodyka realizacji badań GEM polega między innymi na prowadzeniu wywiadów telefonicznych z losowo wybranymi osobami dorosłymi (tzw. *Adult Population Survey* – APS). W krajach rozwijających się metoda ta jest problematyczna – w przypadku niewielkiej dostępności telefonów, która skutkować może niereprezentatywnością próby badawczej, konieczna jest zmiana metodyki badania, a to z kolei może zaburzać porównywalność otrzymanych wyników.

Głównym celem GEM jest określenie roli, jaką odgrywa przedsiębiorczość w osiągnięciu wzrostu gospodarczego w krajach biorących udział w badaniach. Przeprowadzenie tych badań umożliwia porównywanie poziomu działalności przedsiębiorczej między krajami, a ponadto umożliwia identyfikację determinant kształtujących właściwy poziom przedsiębiorczości. Dzięki temu możliwe jest opracowanie odpowiedniej polityki gospodarczej wspierającej przedsiębiorczość w danym kraju.

Definicja przedsiębiorczości przyjęta na potrzeby GEM jest pochodną przekonania W.B. Gartnera, że emanacją przedsiębiorczości jest tworzenie nowych firm⁷. Kluczowym miernikiem przedsiębiorczości w GEM dlatego jest tzw. TEA (*Total early-stage Entrepreneurial Activity*)⁸, który obejmuje preprzedsiębiorców oraz właścicieli-menedżerów firm młodych (do 3,5 roku).

Historia badań GEM w Polsce jest o tyle skomplikowana, że choć badania APS przeprowadzono w Polsce już w 2001 roku (a więc zaledwie dwa lata po uruchomieniu całego projektu), to pierwszy raport GEM ukazał się dopiero w 2005 roku i opisywał badania przeprowadzone w 2004 roku. Zasadniczym problemem w realizacji badań GEM okazał się brak finansowania. Moduły badań APS zrealizowano zarówno w 2001, jak i w 2002 roku. Brak środków na przeprowadzenie towarzyszących im wywiadów (tzw. *National Experts Interviews* – NEI) uniemożliwił ukończenie badań i opublikowanie raportów za te lata.

Na początku bieżącej dekady do projektu przystąpiła Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości i dzięki temu ukazały się trzy kolejne raporty: GEM 2012, GEM 2013 i GEM 2014. Pozwala to mieć nadzieję, że Polska będzie brać udział także w kolejnych edycjach tych badań.

Choć główne miary przedsiębiorczości i logika prowadzenia badań pozostają niezmiennie, to zakres tematyczny poszczególnych raportów jest nieco zróżnicowany. W pewnej mierze wynika to z ewolucji, jakiej ulega projekt GEM. Widać to wyraźnie na przykładzie modelu procesów przedsiębiorczych i wzrostu gospodarczego, który przez lata uległ istotnym zmianom. W odniesieniu do Polski, niewątpliwie dużą stratą jest brak dostępu do wyników badań przeprowadzonych

⁷ W.B. Gartner, *Some Suggestions for Research on Entrepreneurial Traits and Characteristics*, „Entrepreneurship Theory & Practice” 1989, nr 14 (1), s. 27–37.

⁸ J.E. Amoros, N. Bosma, *GEM 2013 Global Report*, GEM Consortium 2014.



w latach 2001–2002. Pewne szacunkowe informacje z tego okresu znajdują się w raporcie GEM 2005.

Przedsiębiorczość w Polsce w raportach GEM

Spoglądając na przedsiębiorczość w Polsce przez pryzmat głównego miernika poziomu działalności przedsiębiorczej w badaniach GEM, można zauważyć, że w pierwszej dekadzie obecnego wieku jego wartość podlegała stałemu, choć niezbyt intensywnemu wzrostowi. Jak zaprezentowano na rysunku 1, TEA rośnie z poziomu 7,2% w latach 2001–2002⁹ do 9,3%–9,4% w najnowszych edycjach badań. Ten wzrost trudno jest jednoznacznie skomentować. Z jednej strony – tradycyjnie – zwykło się uważać, że wzrost poziomu przedsiębiorczości jest zjawiskiem korzystnym dla gospodarki (przyczynia się nie tylko do wzrostu PKB, ale i do tworzenia nowych miejsc pracy). Z drugiej strony niektórzy ekonomiści przestrzegają przed zbyt wysokim poziomem przedsiębiorczości, wskazując na mankamenty zbyt powszechnego rozpoczynania własnej działalności gospodarczej¹⁰. Na tle innych krajów ze swojej grupy¹¹ Polska charakteryzuje się dość niską wartością TEA, co wydaje się być zgodne z aktualnym poziomem rozwoju naszego kraju. W bieżącym rankingu konkurencyjności polska gospodarka jest sytuowana na pograniczu grupy gospodarek opartych na efektywności i na innowacjach. Ze względu na rodzaj zależności między poziomem rozwoju gospodarczego a poziomem aktywności przedsiębiorczej wyrażanej wskaźnikiem TEA¹², nie należy raczej oczekiwać, że w kolejnych latach będzie on nadal rósł.

Nie tylko poziom wskaźnika TEA sugeruje, że polska gospodarka zbliża się do awansu do grupy gospodarek zorientowanych na innowacje – podobne spostrzeżenie nasuwa się, gdy spojrzeć na badane w ramach GEM miary percepcji przedsiębiorczości i postaw przedsiębiorczych. Wartość wskaźnika TEA jest pośrednio powiązana ze skalą rozpowszechnienia intencji przedsiębiorczych w danym społeczeństwie. Jest tak, ponieważ działania związane z przedsiębiorczością na wczesnym etapie (których miernikiem jest TEA) mają charakter celowy. Działania prowadzące do założenia własnej firmy są podejmowane intencjonalnie, dlatego też wskaźnik TEA jest skorelowany z występującymi w społeczeństwie intencjami przedsiębiorczymi. Dane przedstawione w tabeli 1 – odsetek osób planujących założenie własnej firmy w latach 2011–2013 zmalał z niemal 27% do 21%. W 2011 roku Polska plasowała się w połowie stawki w grupie gospodarek zorientowanych na efektywność,

⁹ Wartości TEA dla tych lat pochodzą z Raportu GEM 2005.

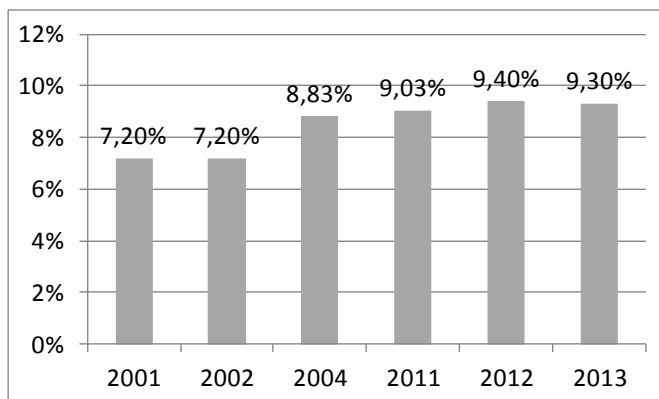
¹⁰ S. Shane, *Prior Knowledge and the Discovery of Entrepreneurial Opportunities*, „Organisation Science” 2000, nr 11(4), s. 448–469.

¹¹ W badaniach GEM Polska jest sytuowana w grupie gospodarek zorientowanych na efektywność, zgodnie z podejściem przyjętym w raportach Global Competitiveness Report, a opartym na Global Competitiveness Index (GCI).

¹² TEA jest relatywnie wysokie w krajach słabiej rozwiniętych i niższe w krajach wysokorozwiniętych. Średni poziom TEA w 2013 r. wnosił odpowiednio: 21,1 w krajach zorientowanych na czynniki produkcji, 15,1 w krajach zorientowanych na efektywność i jedynie 7,9 w krajach zorientowanych na innowacje.



dwa lata później wyraźnie przesunęła się w stronę grupy gospodarek zorientowanych na innowacje, w których przeciętna wartość wskaźnika intencji przedsiębiorczych wynosi ok. 12–13%.



Rysunek 1. Wskaźnik TEA dla Polski w latach 2001–2013

Źródło: dane z raportów GEM.

Tabela 1

Wskaźniki postaw przedsiębiorczych i percepcji przedsiębiorczości w Polsce

Lata	Intencje przedsiębiorcze	Rozpoznawanie szansy	Zdolności przedsiębiorcze	Strach przed porażką
2011	26,94	33,1	51,99	54,05
2012	24,20	20,4	53,90	58,70
2013	21,40	26,1	51,80	56,30

Źródło: dane z raportów GEM.

Tym, co wyraźnie wyróżnia Polskę w badaniach nad postawami przedsiębiorczymi i percepcją przedsiębiorczości, jest niska zdolność rozpoznawania szansy, mocno akcentowany strach przed porażką, relatywnie niska ocena statusu społecznego przedsiębiorców oraz dominacja tzw. przedsiębiorczości z konieczności. Wszystkie te wyróżniki mają charakter jednoznacznie negatywny – nie przyczyniają się bowiem do rozwoju przedsiębiorczości w naszym kraju.

Na pytanie, czy w ich okolicy w ciągu najbliższych 6 miesięcy będą dobre okazje, by założyć własną firmę, twierdząco odpowiadała jedna trzecia respondentów w 2011 roku, co piąty respondent w roku 2012 i co czwarty w 2013 roku. Choć widać tu wyraźne fluktuacje, to poziom zdolności rozpoznawania okazji przedsiębiorczej należy ocenić jako generalnie niski. Odsetek ten maleje wraz z poziomem rozwoju gospodarki (z ok. 54% dla gospodarek zorientowanych na zasoby do ok. 35% w grupie gospodarek zorientowanych na innowacje), co wynika m.in. z tego, że w wysokorozwiniętych gospodarkach obiektywnie trudniej jest rozpoznać okazję

przedsiębiorczą¹³. Wynik dla Polski sytuuje ją jednak poniżej średniej dla krajów najbardziej rozwiniętych, co sugeruje, że niska zdolność do rozpoznawania okazji przedsiębiorczych nie wynika jedynie z ich obiektywnego braku, ale także ze specyficznego dla naszego społeczeństwa, mało przedsiębiorczego nastawienia.

Pośrednimi dowodami na to, że polskie społeczeństwo nie jest bardzo przedsiębiorcze, są inne wskaźniki badane w ramach GEM. Przede wszystkim na stale wysokim poziomie utrzymuje się strach przed porażką. Powstrzymuje on przed założeniem własnej firmy niemal 60% Polaków. To bardzo wysoki odsetek – wyższy prawie o połowę od średniej wartości notowanej w grupie gospodarek zorientowanych na innowacje¹⁴.

Skoro Polacy *in gremio* raczej nie dostrzegają okazji przedsiębiorczych i bardzo boją się porażki, to nasuwa się pytanie dlaczego nie znajduje to odzwierciedlenia w niskiej stopie przedsiębiorczości i dlaczego wskaźnik TEA w Polsce nie odbiega znacząco swoją wartością od innych, porównywalnych gospodarek. Wydaje się, że odpowiedzią jest struktura motywacji przedsiębiorczych. W nawiązaniu do czynników typu *pull* i *push*, badania GEM wprowadzają rozróżnienie między przedsiębiorczością z wyboru i przedsiębiorczością z konieczności¹⁵. Jest rzeczą zrozumiałą, że w krajach o niskim stopniu rozwoju gospodarczego i słabo rozwiniętym systemie pomocy społecznej odsetek osób, które decydują się na założenie własnej firmy ze względu na brak alternatywnego źródła dochodu jest wyższy niż w krajach wysokorozwiniętych. W tych ostatnich średni odsetek przedsiębiorców z konieczności sięgał w 2013 roku 18%. W krajach rozwijających się, należących do grupy gospodarek zorientowanych na czynniki produkcji, odsetek ten wynosił 30%. W Polsce zaś był o ponad połowę wyższy i wyniósł 47% (sic!). To świadczy o bardzo niekorzystnej strukturze motywacji przedsiębiorczych. Dane z raportów GEM nie pozwalają na podjęcie próby wyjaśnienia tak wysokiego odsetka motywacji negatywnych. W pewnej części może on zapewne wynikać z wymuszonego samozatrudnienia, które z kolei jest wynikiem dążenia do uniknięcia nadmiernych pozapłacowych kosztów pracy.

Skala przedsiębiorczości z konieczności może też tłumaczyć, dlaczego w ogólnym odbiorze społeczny status przedsiębiorczości w Polsce jest niezbyt korzystny. W latach 2011–2013 odsetek osób twierdzących, że przedsiębiorczość wiąże się z wysokim statusem społecznym, oscylował wokół 60%. To mało, jeśli porównać ze średnimi dla gospodarek zorientowanych na efektywność i innowacje (w obu przypadkach ok. 70%). W krajach zorientowanych na czynniki produkcji odsetek ten przekracza 80%.

Interesujące obserwacje można poczynić analizując branżowy układ nowo tworzonych firm, który zaprezentowano w tabeli 2. Waga poszczególnych branż gospo-

¹³ W gospodarkach krajów rozwijających się łatwiej o tzw. okazje arbitrażowe, polegające na skopiowaniu pomysłu na biznes pochodzącego z kraju o wyższym poziomie rozwoju.

¹⁴ W tej grupie gospodarek strach przed porażką jest najwyższy.

¹⁵ W ostatnich latach w badaniach GEM motywacje przedsiębiorcze nie są traktowane wyłącznie w kategoriach wspomnianej dychotomii. Pozwala to na bardziej wnikliwe badanie powodów, dla których ludzie zakładają własne firmy. Tym niemniej należy pamiętać, że podstawowy podział motywacji bazuje na motywacjach pozytywnych (przedsiębiorczość z wyboru) i negatywnych (przedsiębiorczość z konieczności).



darki zmienia się wraz z rozwojem gospodarczym, wraz z tym zmienia się branżowy rozkład nowo tworzonych firm. Widać to wyraźnie porównując średnie wartości z tabeli 2 dla wyszczególnionych trzech grup gospodarek. Wraz z rozwojem maleje rola branży wydobywczej oraz usług dla ludności (B2C – *business to consumer*), rośnie zaś rola usług dla firm (B2B – *business to business*). W branży produkcyjnej operuje mniej więcej co czwarta nowo zakładana firma. Porównując to z danymi dla Polski można zauważyć, że w odniesieniu do branży wydobywczej i usług dla firm, dane te sytuują Polskę pomiędzy wartościami typowymi dla gospodarek zorientowanych na efektywność i na innowacje, co jest zgodne z obecną pozycją Polski w rankingu GCI. Tym, co znacząco różni gospodarkę Polski od gospodarek innych krajów, jest niezwykle duży udział branży produkcyjnej i jednocześnie dość niski udział branży B2C.

Tabela 2

Branżowy rozkład TEA (w %)

Kraje:	Branża			
	wydobycie	produkcja	B2B	B2C
Polska 2011	4,0	47,0	21,0	28,0
Polska 2012	7,0	41,0	18,0	34,0
Polska 2013	5,0	45,0	15,0	35,0
Średnia dla Polski (2011-2013)	5,0	45,0	18,0	32,0
Gospodarki zorientowane na:*				
Czynniki produkcji	8,5	21,0	6,5	64,0
Efektywność	7,0	27,0	14,0	52,0
Innowacje	4,0	22,0	28,0	46,0

*) Dla wymienionych grup gospodarek podano uśrednione wartości z lat 2011 i 2013.

Źródło: dane z raportów GEM.

Zdaniem autorów Raportu GEM 2013 taka struktura jest m.in. odpowiedzialna za wysoką odporność naszej gospodarki na zjawiska kryzysowe. Tak wysoki udział branży produkcyjnej każe jednak postawić pytanie o źródła niskiej innowacyjności polskiej gospodarki i niewysoką wartość dodaną, generowaną przez takie firmy.

Dyskusja i konkluzje

Badania GEM są prowadzone na bardzo dużą skalę. Próżno szukać w Polsce badań tej wielkości, które jednocześnie oferują taki zakres międzynarodowej porównywalności otrzymanych wyników. Bezsprzeczną wartością badań GEM jest także i to, że dostarczają one informacji na temat wczesnych etapów procesu przedsiębiorczego. Jest to szczególnie istotne w kontekście badań nad przedsiębiorcami, czyli osobami, które dopiero rozpoczynają proces założycielski. Użyteczność tych badań sprawia, że są często wykorzystywane przez naukowców, zajmujących się problematyką przedsiębiorczości, a liczba publikacji opartych na raportach GEM stale rośnie.

Rosnącej popularności badań GEM powinna towarzyszyć świadomość mankamentów i ograniczeń, jakie im towarzyszą. Na bazie analizy raportów GEM, jak



i niektórych publikacji wykorzystujących zamieszczone w tych raportach dane, można zidentyfikować dwa główne problemy: traktowanie danych z raportów GEM jako szeregów czasowych oraz niewłaściwa interpretacja (bądź nadinterpretacja) znaczenia niektórych danych.

Badania APS polegają na przeprowadzeniu wywiadów CATI na próbie co najmniej 2000 osób. W kolejnych edycjach nie powraca się jednak do tych samych respondentów; za każdym razem tworzona jest nowa próba badawcza. Ewentualne zmiany w rozkładzie odpowiedzi mogą wynikać nie tylko z faktycznie zachodzących zmian, np. w poziomie aktywności przedsiębiorczej, ale także mogą być skutkiem zmiany próby badawczej. Innymi słowy: „otrzymujemy inne odpowiedzi, bo pytamy inne osoby”. Wskazana jest więc ostrożność przy wysnuwaniu wniosków na temat poziomu zaobserwowanych wielkości, ich zmian oraz pojawiających się tendencji, zwłaszcza gdy wnioski te formułowane są na podstawie zaledwie kilku obserwacji. Tak jest w przypadku polskich badań GEM.

Dowodu na istotność tego problemu dostarcza m.in. analiza raportów dla 2011 i 2012 roku. W raporcie GEM 2012¹⁶ wskazano Chorwację, jako kraj o zaskakująco niskim udziale firm z branży B2C. W 2011 roku wyniósł on zaledwie 29,4%. Poziom rozwoju usług turystycznych w tym kraju sugeruje, że udział ten powinien być znacznie wyższy. Autorzy raportu starali się stworzyć jakieś wyjaśnienie dla tego fenomenu, ale rok później, w raporcie GEM 2013 udział ten wyniósł już ponad 42%, co jest wartością zbliżoną do średniej dla krajów europejskich. Jest rzeczą oczywistą, że w tak krótkim czasie nie zaszły tak fundamentalne zmiany – przyczyną zaobserwowanych różnic była zmiana próby badawczej.

Dobrym przykładem błędnej interpretacji uzyskanych wyników jest jedna z kategorii używanych do opisywania percepcji i postaw przedsiębiorczych: „rozpoznanie szansy”. Jest to *de facto* odsetek osób, które odpowiedziały twierdząco na pytanie, czy ich zdaniem w ciągu najbliższych 6 miesięcy w ich okolicy będą dobre okazje do założenia własnej firmy. Tak zoperacjonalizowana zmienna nie opisuje obiektywnie identyfikacji okazji przedsiębiorczej, a jedynie bada subiektywną opinię na temat antycypowanych okazji. Co więcej, w streszczeniu raportu GEM 2013 można przeczytać: „Z drugiej strony w społeczeństwie brakuje umiejętności dostrzegania szansy biznesowej. Co więcej, odsetek osób, które potrafią ją dostrzec spadł na przestrzeni lat 2011–2012 o około 13 p.p.” Wydaje się, że w ciągu jednego roku „umiejętność dostrzegania szansy biznesowej” nie mogła się zmienić tak diametralnie (z 33,1% do 20,4% – tab. 1). Zmieniła się próba badawcza i okoliczności, które być może każą inaczej postrzegać przyszłe okazje, ale z pewnością nie zmieniły się umiejętności (i to w dodatku o 38% rok do roku!).

Podsumowanie

Rosnąca rola przedsiębiorczości we współczesnych gospodarkach przekłada się na wzrost zainteresowania tą problematyką wśród naukowców. Wyrazem tego są

¹⁶ Należy pamiętać, że raporty GEM noszą datę o rok późniejszą niż dane, do których się odnoszą. I tak np. GEM 2012 opisuje rok 2011.



kolejne inicjatywy badawcze. Wśród badań prowadzonych na skalę międzynarodową trudno znaleźć większy i bardziej kompleksowy program badawczy niż Global Entrepreneurship Monitor. Od momentu powstania tej inicjatywy w Polsce zrealizowano w pełni cztery edycje tego badania.

Raporty GEM Polska dają możliwość nakreślenia całościowego obrazu przedsiębiorczości w Polsce, zwłaszcza w odniesieniu do przedsiębiorczości na wczesnym etapie. Należy tu podkreślić, że badania GEM pozostają jak dotąd jedynymi ogólnopolskimi badaniami nad preprzedsiębiorczością. Należy jednak pamiętać, że badania te – jak zresztą każde inne – nie są wolne od pewnych mankamentów i ograniczeń. Ich znajomość może przyczynić się do poprawy jakości publikacji opartych na danych pozyskiwanych w ramach badań GEM.

Literatura

- Amoros J.E., Bosma N., *GEM 2013 Global Report*, GEM Consortium 2014.
- Audretsch D.B., Thurik A.R., *A Model of the Entrepreneurial Economy*, „International Journal of Entrepreneurship Education”, 2004, nr 2 (2).
- Baumol W.J., *Entrepreneurship in economic theory*, „American Economic Review” 1968, nr 58 (2).
- Bratnicki M., *Kontekstualne rozwiązanie problemu budowania teorii przedsiębiorczości*, „Przegląd Organizacji” 2008, nr 5.
- Gartner W.B., *Some Suggestions for Research on Entrepreneurial Traits and Characteristics*, „Entrepreneurship Theory & Practice” 1989, nr 14 (1).
- Raporty GEM Polska 2005, 2012, 2013, 2014.
- Reynolds P.D., Hay M., Camp S.M., *Global Entrepreneurship Monitor 1999 Executive Report*, Babson College, Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership and London Business School 1999.
- Shane S., *Prior Knowledge and the Discovery of Entrepreneurial Opportunities*, „Organisation Science” 2000, nr 11 (4).
- Sudoł S., *Podstawowe problemy metodologiczne nauk o zarządzaniu*, „Organizacja i Kierowanie” 2014, nr 1 (161).
- <http://www.gemconsortium.org/What-is-GEM> (12.12.2014).

ENTREPRENEURSHIP IN POLAND ACCORDING TO GEM REPORTS

Summary

Growing popularity of studies on entrepreneurship makes GEM reports more and more popular source of entrepreneurship data. In this paper GEM data is used to show the overall picture of entrepreneurship in Poland. Major problems encountered when handling GEM data are also discussed. This critical analysis should lead to a better usage of the above mentioned data and to elimination of its interpretation flaws.

Keywords: Entrepreneurship, Nascent Entrepreneurship, Global Entrepreneurship Monitor

Translated by Krzysztof Zięba

