

Raport z badania przedsiębiorczości



Global Entrepreneurship Monitor
Polska 2026

Raport z badania przedsiębiorczości

**Global Entrepreneurship
Monitor**

Polska 2026

Warszawa 2026

Raport z badania *Global Entrepreneurship Monitor* Polska 2026

Redakcja

Anna Tarnawa, Iwona Krysińska (PARP)

Autorzy

Iwona Krysińska, PARP – rozdział 1

Melania Nieć, PARP – rozdziały: 3, 4

Anna Skowrońska, PARP – rozdział 1

Anna Tarnawa, PARP – rozdział 1, Aneks metodologiczny

Robert Zakrzewski, PARP – rozdział 2

prof. dr hab. Przemysław Zbierowski, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach – rozdział 1

Milena Gojny-Zbierowska, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach – rozdział 1

Copyright by Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości

Raport został opracowany na podstawie danych z badań GEM za lata 2011–2025, przeprowadzonych przez zespoły badawcze z poszczególnych państw świata we współpracy z Global Entrepreneurship Research Association.

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: 978-83-7633-522-3

Wydanie I

Nakład 50 egz.

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

Spis treści

Główne wnioski	6
1. Przedsiębiorczość w Polsce na tle Europy i świata	19
1.1. Przedsiębiorca w oczach społeczeństwa	19
1.2. Polacy o otoczeniu, własnych umiejętnościach i planach dotyczących założenia firmy	24
1.3. Poziom przedsiębiorczości	30
1.4. Powody, dla których ludzie zostają przedsiębiorcami	37
1.5. Przedsiębiorczość kobiet i mężczyzn	41
1.6. Przedsiębiorczość w grupach wiekowych	50
1.7. Stosunek przedsiębiorców do zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialności społecznej	55
1.8. Ucyfrowienie przedsiębiorstw	61
1.9. AI w firmach – nadzieje i obawy	66
2. Ekspercka ocena warunków funkcjonowania i rozwoju firm w Polsce	73
2.1. Szanse na start	77
2.2. Polityka i wsparcie publiczne	86
2.3. Badania i rozwój, transfer wiedzy i technologii	90
2.4. Normy kulturowe i społeczne	92
2.5. Krajowy Wskaźnik Uwarunkowań Przedsiębiorczości (NECI – <i>National Entrepreneurship Context Index</i>)	93
2.6. Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ	95
2.7. Przedsiębiorczość kobiet	101
2.8. Sztuczna inteligencja a przedsiębiorczość	103
2.9. Podsumowanie	109
3. Startupy w Polsce	114
3.1. Rozumienie pojęcia startup przez właścicieli startupów oraz pozostałych biznesów	115
3.2. Charakterystyka osób oraz ich przedsięwzięć	118
3.3. Ekspercka ocena uwarunkowań rozwoju startupów w Polsce	136
3.4. Podsumowanie	139
4. Gospodarka o obiegu zamkniętym (GOZ) w świadomości przedsiębiorców	142
Aneks metodologiczny	152
Prowadzenie badań w GEM	153
Państwa uczestniczące w GEM w 2025 r.	154
Założenia teoretyczne GEM	156
Wybrane wskaźniki GEM	160

Szanowni Państwo,

oddajemy w Państwa ręce piętnastą edycję raportu „**Przedsiębiorczość w Polsce – GEM Polska 2026**”, przygotowaną na podstawie badań zrealizowanych w połowie ubiegłego roku w ramach międzynarodowego projektu Global Entrepreneurship Monitor. Publikacja przedstawia obraz przedsiębiorczości w Polsce zarówno w perspektywie międzynarodowej – na tle ponad 50 gospodarek uczestniczących w badaniu, jak i w ujęciu długookresowym – obejmującym ostatnie 15 lat.

Tegoroczna edycja, podobnie jak poprzednie, prezentuje aktualne dane dotyczące społecznego postrzegania przedsiębiorczości, poziomu aktywności przedsiębiorczej Polaków, motywów podejmowania działalności gospodarczej oraz przyczyn rezygnacji z jej prowadzenia. Stałym elementem raportu pozostaje analiza przedsiębiorczości kobiet oraz działalności startupów. Istotną część opracowania stanowi również ocena warunków prowadzenia działalności gospodarczej – zarówno z perspektywy społeczeństwa, jak i ekspertów. Obejmuje ona m.in. dostęp do finansowania, rozwój infrastruktury, jakość otoczenia instytucjonalnego, uwarunkowania regulacyjne i podatkowe oraz rolę edukacji w rozwijaniu kompetencji przedsiębiorczych. Raport przedstawia także zagadnienia związane z cyfryzacją przedsiębiorstw, wykorzystaniem narzędzi sztucznej inteligencji oraz gotowością przedsiębiorców do wdrażania rozwiązań sprzyjających zrównoważonemu rozwojowi i odpowiedzialności społecznej. Po raz pierwszy opisuje też temat specjalny, jakim są postawy i działania przedsiębiorców wobec gospodarki o obiegu zamkniętym (GOZ).

Wyniki najnowszej edycji badania ukazują niejednoznaczny obraz polskiej przedsiębiorczości. Z jednej strony, przedsiębiorcy cieszą się społecznym uznaniem, warunki w otoczeniu do prowadzenia działalności są oceniane pozytywnie, a założenie własnej firmy postrzegane jest jako łatwe. Polacy deklarują również przekonanie o posiadaniu kompetencji niezbędnych do prowadzenia biznesu. Z drugiej strony, wielu dostrzega możliwości biznesowe w swoim otoczeniu, ale nie podejmuje działalności z obawy przed niepowodzeniem. Chęć założenia własnej firmy deklaruje zaledwie 3% dorosłych Polaków – jest to najniższy odsetek spośród wszystkich państw uczestniczących w badaniu GEM. Szczególnie niepokojąco przedstawia się również poziom przedsiębiorczości osób młodych. Ci, którzy decydują się na rozpoczęcie działalności, kierowani są najczęściej koniecznością zapewnienia sobie źródła utrzymania wynikającą z ograniczonych możliwości zatrudnienia. W efekcie strukturę polskiej przedsiębiorczości nadal tworzą przede wszystkim firmy funkcjonujące na rynku dłużej niż trzy i pół roku.

Jednocześnie – w porównaniu z poprzednią edycją badania z 2024 roku – widoczne są pozytywne zmiany. Wzrosła atrakcyjność prowadzenia własnej działalności gospodarczej oraz samoocena kompetencji przedsiębiorczych, zmniejszył się poziom obaw przed porażką, a udział młodych firm wzrósł. Przybyło też dojrzałych podmiotów, które przedkładają społeczne i środowiskowe konsekwencje prowadzonej działalności nad cele ekonomiczne. Niezależnie od stażu rynkowego przedsiębiorcy coraz częściej wykorzystują rozwiązania cyfrowe oraz narzędzia oparte na sztucznej inteligencji.

Jako Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości wykorzystujemy wiedzę z GEM, innych badań i ewaluacji na co dzień. Stanowi ona podstawę do projektowania i dostosowywania instrumentów wsparcia, aby były dopasowane do potrzeb przedsiębiorców i pomagały im odpowiadać na nowe wymagania otoczenia.

Mamy nadzieję, że raport stanie się cennym źródłem informacji dla decydentów, instytucji wspierających biznes, środowisk naukowych i wszystkich zainteresowanych rozwojem przedsiębiorczości w Polsce.

Dziękujemy Ekspertkom i Ekspertom, którzy zgodzili się wziąć udział w badaniu uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości, prezentowanym w niniejszym raporcie.

Zespół badawczy

Główne wnioski

Od 27 lat projekt Global Entrepreneurship Monitor (GEM) dostarcza porównywalnych danych na temat przedsiębiorczości na świecie, ze szczególnym uwzględnieniem przedsiębiorczości we wczesnej fazie rozwoju (tj. firm funkcjonujących na rynku nie dłużej niż 3,5 roku). Mimo że liczba i skład państw objętych badaniami zmieniają się nieznacznie z roku na rok ze względu na dobrowolny charakter uczestnictwa w projekcie, umożliwia on analizę różnic między krajami oraz śledzenie długookresowych trendów.

Raport GEM Polska 2026 prezentuje wyniki badań przeprowadzonych w 2025 r. Łącznie zebrano 150 722 wywiady z osobami w wieku 18–64 l. w 48 państwach oraz 2230 wywiadów z ekspertami w 53 państwach. Kraje uczestniczące w badaniu reprezentują łącznie 43% światowej populacji oraz 57% światowego PKB¹.

W niniejszym rozdziale przedstawiono kluczowe wyniki dotyczące Polski, zestawiając je ze średnimi wartościami dla państw europejskich oraz wskazując zmiany w porównaniu z poprzednią edycją badania. Szczegółowe analizy i porównania międzynarodowe zaprezentowano w kolejnych rozdziałach raportu.

Szacunek dla przedsiębiorców jest wciąż relatywnie wysoki, atrakcyjność biznesu nieznacznie wzrosła – wciąż jednak odstawiamy od Europy

Polacy wciąż doceniają wysiłki przedsiębiorców – 62% badanych uważa, że osoby odnoszące sukces w biznesie zasługują na uznanie (spadek o 1 p.p. r/r). Rzadziej jednak zgadzają się ze stwierdzeniem, że prowadzenie firmy jest dobrym sposobem na życie (47%). Warto jednak odnotować, że w 2025 r. wskaźnik ten po raz pierwszy od siedmiu lat wzrósł (o 4 p.p.), co może być początkiem poprawy nastrojów wobec przedsiębiorczości.

¹ Więcej w Aneksie metodologicznym do niniejszego raportu.

Z perspektywy 15 lat badań GEM w Polsce, mimo okresowych wahań, poziom szacunku dla przedsiębiorców pozostaje stabilny. Jednocześnie wyraźnie spadła atrakcyjność „bycia na swoim” – odsetek osób postrzegających prowadzenie własnej działalności jako dobrą drogę życiową zmniejszył się z 73% w 2011 r. do 47% w 2025 r., podczas gdy poziom uznania dla przedsiębiorców obniżył się jedynie nieznacznie (z 64% do 62%).

Poprawie sytuacji nie sprzyja niewielkie zaangażowanie mediów w kształtowanie pozytywnego wizerunku przedsiębiorczości. W 2025 r. jedynie 37% Polaków dostrzeżało w mediach i Internecie pozytywne treści dotyczące przedsiębiorców. Wskaźnik ten utrzymuje się na wyjątkowo niskim poziomie od pięciu lat, a od 2023 r. plasuje Polskę na ostatnim miejscu zarówno wśród krajów europejskich, jak i w całej grupie państw objętych badaniem GEM.

Sposób, w jaki polskie społeczeństwo postrzega obecnie przedsiębiorczość, jest mniej korzystny niż przeciętnie w Europie. Średnio 72% Europejczyków uważa, że przedsiębiorcy odnoszący sukces zasługują na uznanie, 60% postrzega prowadzenie działalności gospodarczej jako atrakcyjną ścieżkę kariery, a 64% dostrzega w mediach i Internecie pozytywne treści dotyczące przedsiębiorczości.

W Polsce dominuje opinia, że założenie firmy jest proste, a warunki biznesowe w otoczeniu są korzystne. Jednak niewiele osób planuje otworzyć własny biznes. Wielu nie decyduje się na ten krok z powodu obawy przed niepowodzeniem

W porównaniu z poprzednią edycją wzrósł odsetek dorosłych Polaków znających przynajmniej jedną osobę, która w ciągu ostatnich dwóch lat założyła działalność gospodarczą (50%, wzrost o 3 p.p.). Mimo poprawy wynik ten jest obecnie niższy od średniej europejskiej (54%).

W Polsce nadal dominuje przekonanie, że założenie firmy jest proste, ale odsetek osób podzielających tę opinię zmniejszył się względem 2024 r. (77% wobec 83%). Mimo to Polska utrzymuje 4. miejsce na świecie i 1. miejsce w Europie pod względem postrzeganej łatwości zakładania działalności gospodarczej. Korzystnie oceniane są również warunki do prowadzenia biznesu. Ponad dwie trzecie Polaków wobec połowy Europejczyków, uważa, że w ciągu najbliższych sześciu miesięcy w ich otoczeniu pojawią się dobre okazje

do rozpoczęcia działalności gospodarczej. Jednocześnie warto odnotować, że obecnie ocena otoczenia jest nieco bardziej pesymistyczna niż w 2024 r. (–3 p.p.).

Polacy wysoko oceniają także własne przygotowanie do prowadzenia działalności gospodarczej. Ponad połowa dorosłych (53%) deklaruje, że ma wystarczającą wiedzę i umiejętności do założenia firmy, co jest wynikiem zbliżonym do średniej europejskiej (52%). W 2025 r. nastąpiła poprawa samooceny kompetencji przedsiębiorczych, po trzech latach utrzymywania się tego wskaźnika na niższym poziomie (48%).

Pomimo korzystnych ocen otoczenia i własnych kompetencji intencje przedsiębiorcze Polaków pozostają bardzo niskie. W 2025 r. jedynie 3% dorosłych nieprowadzących działalności gospodarczej zadeklarowało zamiar założenia firmy w ciągu najbliższych trzech lat. Jest to wynik zbliżony do odnotowanego rok wcześniej (3,1%) i nieco wyższy niż w latach 2022–2023 (odpowiednio 2,5% i 2,6%). Mimo to Polska po raz kolejny zajmuje ostatnie miejsce wśród wszystkich gospodarek objętych badaniem GEM pod względem odsetka osób planujących rozpoczęcie działalności gospodarczej. Średnia europejska jest niemal pięciokrotnie wyższa i wynosi 14%.

Jedną z głównych barier pozostaje strach przed niepowodzeniem. W Polsce 49% osób dostrzegających szanse biznesowe w swoim otoczeniu rezygnuje z założenia firmy z obawy przed porażką, podczas gdy średnia europejska wynosi 46%. Jednocześnie w 2025 r. odnotowano poprawę – po trzech latach utrzymywania się tego wskaźnika na poziomie 52–53% jego wartość spadła.

Porównanie obecnych wyników z wartościami sprzed 15 lat wskazuje na zmiany dwukierunkowe, jeśli chodzi o postrzeganie otoczenia i własnych możliwości biznesowych. Znacząco poprawiła się ocena warunków do zakładania działalności gospodarczej – odsetek osób postrzegających je jako korzystne wzrósł o 38 p.p., a samoocena przygotowania do roli przedsiębiorcy pozostała praktycznie niezmienną (+1 p.p.). Jednocześnie odsetek osób planujących rozpoczęcie działalności gospodarczej zmniejszył się aż o 20 p.p. Zjawiska tego nie można w pełni wyjaśnić wzrostem obaw przed niepowodzeniem, ponieważ wskaźnik strachu przed porażką zwiększył się w tym samym okresie jedynie o 6 p.p.

W przeciwieństwie do większości państw, przedsiębiorczość w Polsce opiera się przede wszystkim na dojrzałych podmiotach, ale udział młodych powoli rośnie

Wśród osób dorosłych (18-64 l.) 2,9% prowadzi młode przedsiębiorstwa (funkcjonujące na rynku nie dłużej niż 3,5 roku²), **natomiast 12,3% – firmy dojrzałe** (działające ponad 3,5 roku). W wartościach bezwzględnych oznacza to ok. 632 tys.³ osób prowadzących młode przedsiębiorstwa oraz 2,7 mln prowadzących firmy dojrzałe. Warto przy tym zaznaczyć, że wśród osób prowadzących młode firmy około 261 tys. znajduje się na początkowym etapie działalności, tj. organizacji swojego przedsięwzięcia lub prowadzenia go maksymalnie 3 miesiące. Należy również pamiętać, że jedna osoba może prowadzić więcej niż jedno przedsiębiorstwo o różnym stażu funkcjonowania na rynku.

Na tle 48 gospodarek objętych badaniem ludności GEM Polska zajmuje 46. miejsce pod względem udziału osób prowadzących młode przedsiębiorstwa oraz 7. – jeśli chodzi o firmy dojrzałe. Dla porównania, w Europie średnio 10,3% dorosłych prowadzi młode przedsiębiorstwa, a 7% – przedsiębiorstwa dojrzałe.

W 2025 r. odnotowano niewielkie zmiany w strukturze przedsiębiorczości w stosunku do poprzedniej edycji. Udział osób prowadzących młode firmy wzrósł o 0,4 p.p., natomiast udział prowadzących przedsiębiorstwa dojrzałe zmniejszył się o 0,5 p.p. W długim okresie, tj. w odniesieniu do 2011 r., udział dorosłych Polaków prowadzących młode firmy zmniejszył się ponad trzykrotnie (z 9% do 2,9%), a dojrzałych wzrósł ponad dwukrotnie (z 5% do 12,3%).

W Europie średni poziom rezygnacji z prowadzenia biznesu jest wyższy niż w Polsce.

W połowie 2025 r. 5,2% Europejczyków zadeklarowało, że w ciągu ostatnich 12 miesięcy zakończyło prowadzenie działalności gospodarczej vs. 3% Polaków. To nieco mniej niż rok wcześniej (3,3%) czy nawet w 2011 r. (4,2%).

² Czas funkcjonowania na rynku mierzony jest w GEM przez deklarowany przez respondentów czas realizowania wypłat z tytułu prowadzonej działalności. Szczegółowa definicja w Aneksie metodologicznym do niniejszego raportu.

³ Liczba osób dorosłych 18–59/64, stan w dniu 30 czerwca 2025 – 21 780 tys., źródło: Ludność. Stan i struktura oraz ruch naturalny w przekroju terytorialnym w 2025 r. Stan w dniu 30 czerwca., GUS, 2025.

Polacy zakładają firmy z konieczności. Rezygnują przez niekorzystne przepisy i brak zysków

Najczęstszym powodem zakładania działalności przez Polaków jest obecnie chęć zapewnienia sobie utrzymania, z uwagi na zbyt małą liczbę ofert na rynku pracy (75% wskazań osób prowadzących młode firmy), a kolejnym – chęć wzbogacenia się/osiągania wysokich dochodów (30%). Znacznie mniej osób prowadzących młode firmy założyło je z powodów ideowych, bo chciało zmienić świat (15%), a jeszcze mniej – by kontynuować rodzinną tradycję (12%). W Europie hierarchia motywacji jest podobna, przy czym stosunkowo mniejsze znaczenie ma konieczność, a większe: wzbogacenie się, potrzeba zmiany świata i wsparcie rodzinnego biznesu (odpowiednio: 58%, 51%, 44%, 26%).

Nie zawsze jednak struktura motywacji tak wyglądała. Zmiana zaszła w 2020 r. (roku pandemii COVID-19). Znacząco spadła wtedy chęć zmieniania świata i pomocy rodzinnemu biznesowi, natomiast wzrosła motywacja finansowa i etatowa. Od 2022 r. systematycznie ubywa właścicieli młodych firm wskazujących na bogacenie się, a przybywa tych, którzy założyli firmę, bo musieli zapewnić sobie utrzymanie w obliczu niedostatku ofert na rynku pracy. Także w 2025. r. rzadziej wskazywano na czynnik finansowy (o 8 p.p.), a częściej na kwestię utrzymania się (+ 4 p.p.). Pozostałe motywacje były wskazywane równie rzadko jak w 2024 r.

Najczęstszymi przyczynami rezygnacji z prowadzenia biznesu wskazywanymi przez byłych przedsiębiorców (czyli osoby, które wycofały się z prowadzenia biznesu w ciągu 12 miesięcy od realizacji badania w połowie 2025 r.) **są przede wszystkim brak rentowności biznesu (32% w Polsce, 26% w Europie) oraz polityka rządu/podatki/biurokracja (26% vs. 10%).** **Obie przyczyny wydają się być większym wyzwaniem w Polsce,** podobnie jak przejście na emeryturę (które wskazało 11% byłych przedsiębiorców w Polsce i 5% w Europie). W porównaniu z mieszkańcami Europy Polacy znacznie rzadziej wycofują się z prowadzenia biznesu z powodu okazji do sprzedaży firmy (3% vs. 10%), kwestii rodzinnych i osobistych (9% vs. 15%) oraz innej okazji biznesowej (0,3% do 6%). Znaczenie dwóch najczęściej wskazywanych czynników rośnie w Polsce w latach 2022–2024, ale w 2025 r. nieco osłabło. Nieco częściej za to wskazywano na pozostałe powody.

Kobiety i mężczyźni podobnie postrzegają swoje możliwości i otoczenie, jeśli chodzi o aktywność biznesową, ale nieco częściej podejmują ją mężczyźni

Wśród kobiet w wieku 18–64 l. 2,8% prowadzi młode firmy, a 12,1% – dojrzałe. Aktywność przedsiębiorcza mężczyzn jest wyższa, ale tylko nieznacznie – 3,0% jest właścicielami młodych firm, a 12,6% – dojrzałych. Luka płci w 2025 r. jest więc luką na korzyść mężczyzn, niemniej jest ona nieduża – w przypadku młodych firm wynosi 0,2%, a w przypadku dojrzałych – 0,6%.

Kobiety i mężczyźni w Polsce nie różnią się też znacząco, jeśli chodzi o ocenę warunków biznesowych w otoczeniu (dostrzega je 72% kobiet i 69% mężczyzn) oraz własnych umiejętności i doświadczenia niezbędnego do założenia firmy (52% kobiet i 53% mężczyzn jest przekonanych o ich posiadaniu) czy niechęci do zakładania firmy z powodu strachu przed porażką (deklaruje ją 51% kobiet i 52% mężczyzn). Również **niemal tyle samo kobiet i mężczyzn (50% vs. 49%) ma wśród znajomych przedsiębiorców, którzy rozpoczęli działalność w ciągu ostatnich dwóch lat**, dzięki którym mogą bliżej poznać blaski i cienie przedsiębiorczości.

W 2025 r. zarówno kobiety, jak i mężczyźni częściej czuli się przygotowani do prowadzenia biznesu, rzadziej obawiali się porażki, co należy zapisać po stronie plusów. Jednocześnie mniej pozytywnie oceniali warunki biznesowe w otoczeniu. Warto zaznaczyć, że w przypadku kobiet wszystkie zmiany były bardziej korzystne.

W porównaniu z mieszkankami i mieszkańcami Europy znacznie więcej Polek i Polaków uważa, 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 wyższym (w przypadku kobiet) lub niższym (w przypadku mężczyzn) udziale osób przekonanych o odpowiednim przygotowaniu do prowadzenia tego typu działalności. Polki rzadziej niż Europejki odczuwają strach przed poniesieniem porażki, czego nie można powiedzieć o mężczyznach.

Motywy skłaniające kobiety i mężczyzn w Polsce do podejmowania działalności gospodarczej są podobne. Przy tym panowie nieznacznie częściej zakładają biznes z powodu chęci zmiany świata oraz zapewnienia sobie i swojej rodzinie utrzymania w obliczu niedostatku ofert pracy. Natomiast panie nieznacznie częściej decydują się na ten krok by kontynuować tradycję rodzinną.

Wiek a przedsiębiorczość – młodzi Polacy rzadko decydują się na prowadzenie własnej działalności

Rośnie średni wiek właściciela firmy w Polsce. **Dodatkowo, 2025 r. przyniósł pogorszenie obserwowanej od kilku lat niekorzystnej sytuacji w zakresie wczesnej przedsiębiorczości** (tj. młodych firm) w niektórych grupach wiekowych. W szczególności dotyczy to osób młodych do 24 roku życia – w 2024 r. 1,2% z nich prowadziło młode firmy, w 2025 r. już tylko 0,6%.

Poziom dojrzałej przedsiębiorczości także zmniejszył się mocno w najmłodszej grupie (z 0,9% w 2024 r. do 0,1% w 2025 r.) i nieco mniej w grupie 25–34 l. (z 9,1% do 6%). Jednocześnie przybyło dojrzałych firm w najstarszej grupie wiekowej (55–64 l.).

Poziom wczesnej przedsiębiorczości we wszystkich grupach wiekowych w Polsce jest obecnie najniższy w Europie. Z kolei – jeśli chodzi o poziom własności dojrzałych firm – jesteśmy w czołówce Europy, szczególnie wśród osób po 35. roku życia.

Zrównoważony rozwój i odpowiedzialność społeczna: wysoka świadomość, zwiększenie aktywności, ograniczone poświęcenia

Około 90% polskich przedsiębiorców deklaruje rozważanie skutków społecznych i/lub środowiskowych w decyzjach biznesowych, co wyróżnia Polskę na tle Europy. Dostrzegalna jest jednak luka między świadomością i rozważaniem a praktyką. Jest ona mniej popularna wśród przedsiębiorców.

Dojrzały przedsiębiorcy zarówno częściej podejmują konkretne działania prospołeczne, jak i prośrodowiskowe niż młodzi. Większe różnice między tymi grupami dostrzec można w obszarze społecznym niż środowiskowym. Jest to poniekąd efekt odwrotnych zachowań: dojrzały częściej stawiają na maksymalizację wpływu społecznego niż na minimalizację środowiskowego, a młodzi – odwrotnie. W zakresie deklaracji podejmowania aktywności maksymalizujących oddziaływanie społeczne lub minimalizujących oddziaływanie środowiskowe w 2025 r. odnotowano wzrost w porównaniu do poprzedniego roku. W przypadku dojrzałych przedsiębiorców odsetek deklarujących działania społeczne przekroczył 80%, a wśród młodych przedsiębiorców działania środowiskowe osiągnęły 60% – są to najwyższe wyniki od początku pomiaru (2021 r.).

Mimo ogólnie rosnącego w Polsce udziału firm podejmujących działania prospołeczne i/lub prośrodowiskowe, a także przedsiębiorców znających cele zrównoważonego rozwoju, **gotowość do przedkładania tych celów nad zysk jest mniej popularna** (niemal 30% młodych firm i prawie 45% dojrzałych). Nie tylko w odniesieniu do innych parametrów krajowych, ale też – co stanowi wyjątek w temacie zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialności społecznej – w odniesieniu do średniej europejskiej.

W Polsce znajomość 17 Celów Zrównoważonego Rozwoju deklaruje mniej więcej co drugi młody przedsiębiorca i trzech na czterech dojrzałych przedsiębiorców. Jest to wynik znacznie wyższy niż średnia europejska, gdzie jedynie co trzeci przedsiębiorca zna te cele.

Ucyfrowienie przedsiębiorstw w Polsce: wciąż przewidywane zmiany „in plus” w niedalekiej przyszłości. Narzędzia AI wciąż mało powszechne

Polscy przedsiębiorcy, niezależnie od czasu funkcjonowania na rynku, **coraz częściej spodziewają się zwiększonego wykorzystania technologii cyfrowych w sprzedaży produktów i/lub usług w bliskiej przyszłości** (wyniki dla młodych i dojrzałych firm plasują się w okolicach 50%). Wyraźny trend wzrostowy w kontekście otwartości na digitalizację, wskazujący na dynamiczny rozwój, widać zwłaszcza wśród przedsiębiorców dłużej działających na rynku. Zajmują oni także relatywnie wysokie, bo trzecie miejsce w rankingu krajów Europy, w których realizowane były badania.

Kwestia ucyfrowienia przedsiębiorstw to także użytkowanie w codziennej pracy różnego rodzaju form komunikacji czy narzędzi cyfrowych. Badanie pokazuje przede wszystkim, że:

- Polscy przedsiębiorcy, szczególnie wyraźnie dłużej działający na rynku, preferują tradycyjne formy komunikacji z klientami i/lub pracownikami jak e-mail.
- Młodzi przedsiębiorcy – obecni na rynku co najwyżej 3,5 roku – wskazują z niemal taką samą częstością media społecznościowe tj. Facebook, Instagram czy X/Twitter oraz firmową stronę internetową jako bardzo ważne narzędzia komunikacji (kolejno: 38% i 37%).
- Korzystanie z usług przetwarzania w chmurze oraz posiadanie strony internetowej pozwalającej na e-handel mają większe znaczenie dla realizowania strategii firmy niż narzędzia do analizy danych czy AI.

Wykorzystanie narzędzi sztucznej inteligencji jako istotnego elementu modelu

biznesowego i strategii przedsiębiorstwa nadal nie jest w Polsce powszechne. W 2025 r. takie podejście deklarowało 21% przedsiębiorców, przy czym częściej dotyczyło ono firm dojrzałych niż młodych (8% wobec 13% dojrzałych). W porównaniu z poprzednią edycją badania odnotowano niewielki wzrost znaczenia AI, głównie za sprawą przedsiębiorstw funkcjonujących na rynku krócej niż 3,5 roku.

Na tle pozostałych państw uczestniczących w badaniu GEM Polska wypada jednak bardzo słabo – młode przedsiębiorstwa zajmują ostatnie miejsce pod względem znaczenia przypisywanego sztucznej inteligencji w modelu biznesowym, a firmy dojrzałe plasują się na trzeciej pozycji od końca.

Charakterystyczną cechą Polski jest również to, że większe znaczenie AI przypisują przedsiębiorstwa dojrzałe, podczas gdy w większości badanych krajów to właśnie młode firmy częściej traktują sztuczną inteligencję jako kluczowy element swojej strategii rozwoju.

Przeciętna ocena krajowych uwarunkowań rozwoju przedsiębiorstw

Analiza opinii ekspertów pozyskanych w badaniu NES-GEM pokazuje, że **w 2025 r. warunki dla rozwoju przedsiębiorczości w Polsce nie były korzystne, ale poprawiły się w odniesieniu do 2024 r.** Wskaźnik NECI, będący syntetyczną oceną 13 obszarów⁴ składających się na otoczenie przedsiębiorstw i monitorowanych w GEM od lat, osiągnął poziom 4,3 pkt na 10 możliwych, co plasuje Polskę na 17. miejscu wśród 22 państw Europy uczestniczących w badaniu i 34. wśród 53 państw świata.

⁴ 1. Finansowanie przedsiębiorczości: czy jest wystarczająco dużo środków dla firm? 2. Łatwość dostępu do finansowania: czy są one łatwo dostępne? 3. Polityka rządu – wsparcie i znaczenie przedsiębiorczości: czy polityka promuje i wspiera powstawanie i rozwój firm? 4. Polityka rządu – podatki i biurokracja: czy nowe firmy nie są nadmiernie obciążone? 5. Rządowe programy przedsiębiorczości: czy dostępne są odpowiednie programy wsparcia? 6. Edukacja przedsiębiorcza w szkole: czy szkoły wprowadzają wiedzę nt. przedsiębiorczości, rozwijają umiejętności w tym kierunku? 7. Edukacja przedsiębiorcza po szkole: czy uczelnie i inne podmioty dostarczają wiedzy nt. przedsiębiorczości, dostępne są kursy i szkolenia? 8. Transfer badań i rozwoju: czy wyniki badań są łatwo wdrażane w biznesie? 9. Infrastruktura komercyjna: czy dostępne są wysokiej jakości i przystępne cenowo usługi (np. prawne, księgowe)? 10. Łatwość wejścia na rynek – dynamika rynku: czy rynek jest wolny, otwarty na nowe przedsięwzięcia i rozwija się? 11. Łatwość wejścia na rynek – regulacje: czy przepisy zachęcają a nie ograniczają przedsiębiorczość? 12. Infrastruktura fizyczna: czy jest dobrej jakości, dostępna i przystępna cenowo dla firm? 13. Normy społeczne i kulturowe: czy zachęcają do przedsiębiorczości i ją promują?

W 2025 r., podobnie jak w poprzednim roku, tylko dwa obszary – otwartość rynku wewnętrznego na nowe przedsięwzięcia i jego ciągły rozwój oraz normy społeczno-kulturowe – zostały ocenione w Polsce lepiej niż średnio w Europie. Relatywnie wysoko oceniono też dostęp do infrastruktury technicznej, ale była to ocena nieco niższa od średniej europejskiej.

Najsłabiej wypadły elementy kluczowe dla długofalowego rozwoju przedsiębiorczości: **edukacja przedsiębiorczości** (zarówno na poziomie podstawowym i średnim, jak i na etapie uczelni i kształcenia zawodowego), **obszary związane z B+R i transferem wiedzy czy łatwością uzyskania finansowania** (jeśli chodzi o ilość dostępnego finansowania oceny są wyższe), a także **polityka rządu względem przedsiębiorczości, biurokracja i podatki oraz dostępność i efektywność programów publicznych wspierających rozwój firm.**

Opinii ekspertów poddano też uwarunkowania w zakresie zrównoważonego rozwoju, przedsiębiorczości kobiet oraz stosowania narzędzi sztucznej inteligencji (AI). W zakresie **zrównoważonego rozwoju**, eksperci ocenili sytuację nieco słabiej niż rok wcześniej, ale lepiej niż w 2022 r. W szczególności brakuje skutecznego wsparcia dla firm działających w duchu *sustainability*, choć ocena tego elementu była w 2025 r. wyższa niż w poprzednich latach.

Wyniki badania NES pokazują też, że niezbędne jest silniejsze wsparcie **przedsiębiorczości kobiet**, zwłaszcza poprzez poprawę dostępności i przystępności cenowej usług (takich jak opieka nad dziećmi czy seniorami) czy uproszczenie przepisów prawnych dotyczących prowadzenia działalności gospodarczej. Według ekspertów rynek w Polsce jest nieco bardziej otwarty na przedsiębiorców niż przedsiębiorczyźnie.

Powinno się też podjąć odpowiednie działania, aby zwiększyć konkurencyjność Polski związaną z **rozwojem sztucznej inteligencji**. Oceny wszystkich uwarunkowań tego obszaru (kompetencje, edukacja, dostępność szkoleń, promocja rozwiązań AI) są wyższe niż w poprzedniej edycji, ale większość wypada niżej na tle średniej oceny dla Europy. W szczególności konieczne jest wsparcie pracowników w rozwijaniu kompetencji z obszaru oraz zwiększenie dostępności edukacji pozaformalnej i szkoleń, jak również zaangażowanie instytucji publicznych w promowanie rozwiązań opartych na AI i zapewnienie wsparcia ich rozwoju na rynku.

Startupy – jak są postrzegane, czym się charakteryzują oraz czy ekosystem wspiera ich rozwój

Analiza danych nt. startupów, pozyskanych w ramach badania GEM zrealizowanego w 2025 r. na reprezentatywnej próbie 10 tys. dorosłych Polaków, pozwala przyjrzeć się tej grupie firm z kilku perspektyw – społecznego postrzegania startupów, cech specyficznych dla tej grupy w porównaniu do przedsiębiorstw, które nie są startupami⁵, a także uwarunkowań rozwoju startupów w Polsce.

Polacy najczęściej kojarzą startup z firmą: działającą w obszarze IT (73%), technologiczną (67%), nastawioną na innowacje (66%), młodą (61%), korzystającą z finansowania zewnętrznego (50%). Właściciele startupów definiują startupy nieco inaczej, kładąc większy nacisk na innowacje (88%) i wiek podmiotu (87%). Przy tym, mimo iż wśród startupów znajdują się również firmy funkcjonujące na rynku od ponad 10 lat, wiek przedsiębiorstwa pozostaje istotnym czynnikiem różnicującym startupy od pozostałych podmiotów. Również obszary działalności startupów są różnicowane – nie są to tylko firmy technologiczne skoncentrowane na IT i innowacjach.

Wśród dorosłych zaangażowanych w prowadzenie startupu nieco więcej jest mężczyzn niż kobiet (51% vs. 49%). Większość (83%) właścicieli startupów ma ponad 35 lat. Ogólnie jednak, dane z 2025 r. wskazują, że zarówno wiek, jak i płeć właścicieli startupów vs. pozostałych firm nie jest kryterium istotnie różnicującym te grupy.

Najczęściej w działalność typu startup zaangażowane są osoby z 3-, 4-, 5-osobowych gospodarstw domowych, działające w jednoosobowej działalności gospodarczej. Wśród pozostałych firm tendencja jest podobna, jednak właściciele startupów pochodzą nieco częściej (42% vs. 38%) z 4-osobowych gospodarstw domowych.

Jednym z istotnych czynników odróżniających startupy od pozostałych przedsiębiorstw jest etap ich rozwoju. **Większość startupów znajduje się na etapie rozwoju i ekspansji (39%) lub umacniania pozycji na rynku (30%).** Pozostałe firmy podobnie, ale z większą koncentracją na ostatnim etapie, tj. dalszym rozwoju i ekspansji na rynku (43%). Dane te wskazują

⁵ Jako startupy traktuje się w analizie podmioty, które odpowiedziały twierdząco na pytanie Czy uważa Pan/Pani swoją firmę/przedsięwzięcie biznesowe za startup?

na niedostateczną liczbę podmiotów rozpoczynających działalność, będących na etapach wstępnych koncepcji tworzenia modelu biznesowego czy prototypowania.

Startupy charakteryzują się większą skłonnością niż pozostałe firmy do wykorzystywania najnowszych technologii (zarówno dostępnych krócej niż rok – 6% vs. 1%, jak i dostępnych od roku do 5 lat – 9% vs. 3%). Wypadają także korzystniej, jeśli chodzi o innowacyjność – częściej oferują produkty nowe w skali świata (0,4% vs. 0,1%) czy produkty nowe w skali lokalnej (10% vs. 7%).

Niemal 90% startupów, jak i przedstawicieli pozostałych firm, podejmując decyzje dotyczące przyszłości firmy uwzględnia ich społeczne i środowiskowe skutki. Zdecydowanie rzadziej przedkładają społeczny i/lub środowiskowy wpływ działania swojej firmy ponad jej zyskowność i wzrost (wybór ten deklaruje 39% startupów i 40% pozostałych), połowa właścicieli firm zajmuje w tym aspekcie pozycję neutralną (ani się zgadza, ani się nie zgadza z tym stwierdzeniem).

Największą barierą w zakładaniu startupów, wskazywaną przez ich właścicieli (w połowie 2025 r.), jest niepewność gospodarcza (98%), brak kapitału na rozpoczęcie działalności (98%) oraz brak umiejętności związanych z organizacją i zarządzaniem firmą, niezbędnych do rozpoczęcia działalności (97%). Istnieje także szereg uwarunkowań typowych dla danej grupy: w przypadku startupów są to brak wiedzy specjalistycznej niezbędnej do rozpoczęcia działalności i brak umiejętności związanych z zarządzaniem firmą, a w przypadku pozostałych firm – brak wsparcia ze strony rodziny przyjaciół i obawy jak inni zareagują.

Z kolei **głównymi utrudnieniami prowadzenia działalności, zarówno w opinii startupów, jak i innych firm, są obciążenia podatkowe, biurokracja i nadmierne formalności.** W dalszej kolejności wskazywano na zmienność prawa oraz przepisy prawa pracy (w tym wzrost pensji minimalnej, ograniczoną elastyczność tych przepisów i wysokie koszty obowiązkowych składek), które nie sprzyjają rozwojowi firm w sytuacji i tak już ograniczonej dostępności pracowników o odpowiednich kwalifikacjach.

Eksperska ocena ekosystemu startupów w Polsce potwierdza, że już od siedmiu edycji badania postrzegane są one jako istotny czynnik rozwoju gospodarki. Jednocześnie akcentowana jest potrzeba intensyfikacji działań szkoleniowo-doradczych, zwłaszcza w zakresie budowania efektywnej współpracy między startupami a firmami średnimi

i dużymi. Oceny ekspertów w roku 2025 uległy pewnej poprawie względem poprzedniej edycji – szczególnie w obszarach takich jak dostępność przestrzeni coworkingowych, platform networkingowych, wsparcia mentorskiego czy dostępności finansowania (seed/venture capital oraz kredyty i pożyczki).

Przedsiębiorcy i GOZ

Świadomość przedsiębiorców w zakresie gospodarki o obiegu zamkniętym (GOZ) według deklaracji ich właścicieli – jest bardzo dobra. **W 2025 r. trzy czwarte osób prowadzących działalność gospodarczą deklarowało znajomość koncepcji GOZ, a ponad 80% uważało, że w społeczeństwie promowane są działania zgodne z jej założeniami.** W porównaniu z 2024 r. znacząco wzrosło przekonanie o zaangażowaniu liderów biznesu i kadry kierowniczej w działania na rzecz GOZ (z 34% do 79%), przybyło też przedsiębiorców uznających gospodarkę o obiegu zamkniętym za właściwą odpowiedź na współczesne wyzwania środowiskowe (z 62% do 82%). Więcej właścicieli firm deklarowało także znajomość rozwiązań pozwalających ograniczać wpływ przedsiębiorstwa na środowisko.

Jednocześnie wzrost świadomości nie przełożył się w pełni na deklarowaną gotowość do wdrażania rozwiązań GOZ, która nieznacznie spadła w porównaniu z 2024 r. (z 69% do 66%). Mimo to zwiększył się odsetek przedsiębiorców przyznających, że realizują działania w tym obszarze – z 47% w 2024 r. do 53% w 2025 r. Z kolei odsetek osób planujących wdrożenie takich rozwiązań w przyszłości utrzymał się na zbliżonym poziomie i wyniósł około 50%. Wyniki te sugerują, że gospodarka o obiegu zamkniętym stopniowo zyskuje na znaczeniu w praktyce prowadzenia działalności gospodarczej, choć nadal istnieje przestrzeń do zwiększania skłonności przedsiębiorców do wdrażania tego typu rozwiązań.

1. Przedsiębiorczość w Polsce na tle Europy i świata

Niniejszy rozdział przedstawia obraz przedsiębiorczości w Polsce na tle 48 państw świata (w tym 21 – Europy) w 2025 r. oraz opisuje zmiany zachodzące w tym obszarze w naszym kraju na przestrzeni ostatnich piętnastu lat. Źródłem danych są wyniki reprezentatywnych badań ludności w wieku 18–64 l. (APS), przeprowadzonych w każdym z państw, a monitorowanych przez GEM⁶.

Na potrzeby analiz wszystkie państwa uczestniczące w badaniu zostały zaklasyfikowane do dwóch grup określonych przez poziom dochodu na mieszkańca: grupy zamożnej (wysokiego dochodu) (25 państw, w tym Polska i 14 innych państw europejskich) i grupy średniozamożnej (średniego dochodu) (23, w tym 6 z Europy)⁷.

1.1. Przedsiębiorca w oczach społeczeństwa

Przedsiębiorczość nie rozwija się w próżni. Zawsze odnosi się do konkretnej osoby dorastającej i funkcjonującej w określonym otoczeniu społecznym. To, czy przedsiębiorca jest postrzegany jako wzór sukcesu czy osoba podejmująca ryzykowne decyzje, w jakim stopniu ceniona jest wytrwałość w dążeniu do celu oraz jaki poziom akceptacji panuje wobec popełniania błędów, może przesądzać o podjęciu lub zaniechaniu decyzji o założeniu własnej działalności gospodarczej. Dlatego tak istotne jest przyjrzenie się społecznym postawom wobec przedsiębiorców.

Jak zatem jest w Polsce? Według najnowszych danych z połowy 2025 r. Polacy doceniają wysiłki przedsiębiorców (62% dorosłych uważa, że przedsiębiorcom, którzy odnieśli sukces, należy się uznanie), ale dużo rzadziej traktują możliwość bycia na swoim jako dobrą opcję

⁶ Szczegóły patrz Aneks metodologiczny.

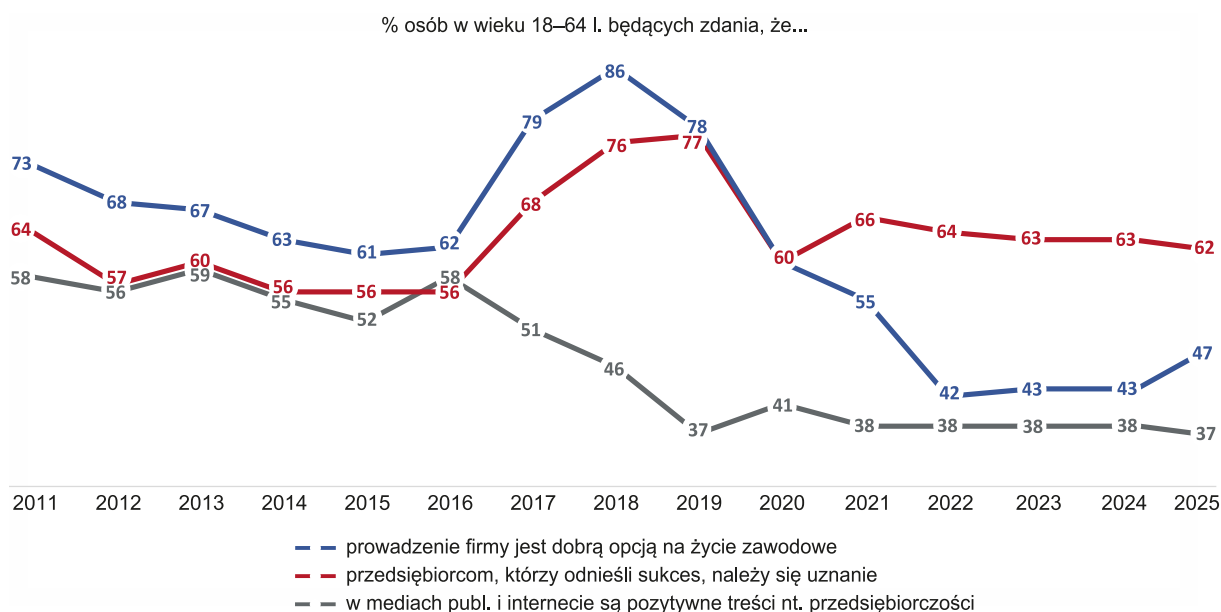
⁷ Tabela A.1 w Aneksie metodologicznym.

na życie (47%). Niewiele, bo jedynie 37% dorosłych, dostrzega treści promujące sukcesy przedsiębiorców w mediach i Internecie.

Warto odnotować, że w 2025 r. nastąpił wzrost wskaźnika atrakcyjności prowadzenia biznesu jako sposobu na życie (o 4 p.p. r/r), co stanowi pewien powód do optymizmu z uwagi na utrzymywanie się tego wskaźnika przez ostatnie trzy edycje na najniższym poziomie (42–43%) od początku systematycznych badań GEM, tj. od 2011 r. Jeśli chodzi o skłonność Polaków do doceniania wysiłków przedsiębiorców oraz zaangażowanie mediów – nie nastąpiły istotne zmiany w porównaniu z 2024 r. (spadek o 1 p.p. w przypadku każdego ze wskaźników).

W długim okresie 15 lat widać pogłębienie negatywnego trendu roli mediów w budowaniu pozytywnego wizerunku przedsiębiorcy (spadek o 21 p.p.), stabilność wskaźnika wizerunku przedsiębiorcy (różnica -2 p.p) oraz – pomimo zdecydowanie niższej atrakcyjności „bycia na swoim” niż w 2011 r. (73% wówczas, 47% obecnie) – odwrócenie negatywnego trendu w ostatnim roku.

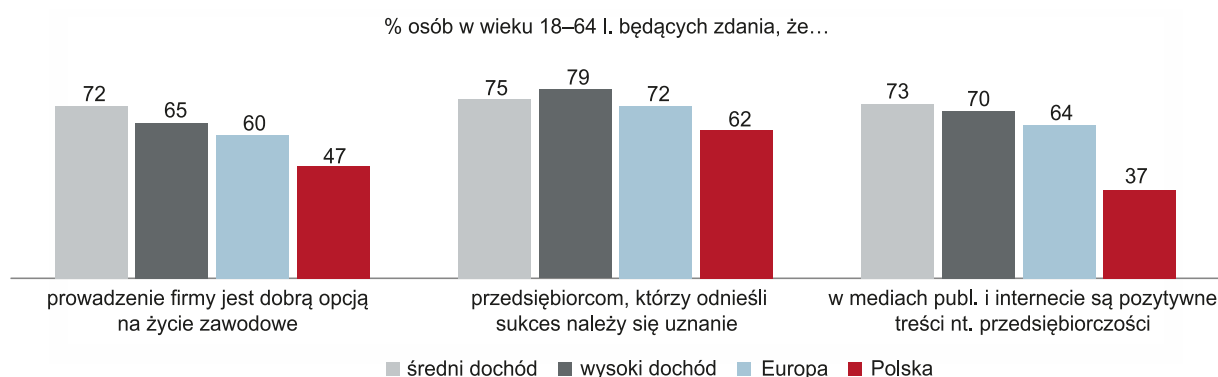
Wykres 1.1. Percepcja przedsiębiorczości w polskim społeczeństwie w latach 2011–2025



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Porównanie wyników Europy czy grup krajów⁸ o średnim i wysokim poziomie zamożności pokazuje pewną zależność – wraz ze wzrostem zamożności maleje atrakcyjność wyboru, jakim jest prowadzenie firmy. Przyczyn tego stanu rzeczy można upatrywać w większej dostępności wysoko płatnych miejsc pracy, wyższym średnim poziomie wykształcenia i kompetencji w bogatszych krajach, a także większej konkurencyjności rynku, w wyniku czego praca najemna staje się równie lub bardziej atrakcyjną formą utrzymania. **Wyniki Polski są niższe w porównaniu ze średnimi dla grup odniesienia.** Szczególnie dużo do nadrobienia Polska ma w zakresie wskaźnika zaangażowania mediów w promowanie przedsiębiorczości (od średniej dla Europy Polskę dzieli 27 p.p., a od średniej dla grupy państw o średnim dochodzie 36 p.p.).

Wykres 1.2. Społeczna percepcja przedsiębiorczości w Polsce na tle średniej dla Europy* oraz grup państw według poziomu dochodu w 2025 r.



*Mniejsza liczba państw – patrz przypis 8.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Należy zauważyć, że wartości wskaźników odnoszących się do społecznego postrzegania przedsiębiorczości znacząco różnią się między poszczególnymi państwami⁹. Podobnie jak w poprzedniej edycji badania, najbardziej proprzedsiębiorczym społeczeństwem może pochwalić się Arabia Saudyjska – 98% jej mieszkańców jest zdania, że prowadzenie biznesu jest atrakcyjnym sposobem na życie, 95% deklaruje szacunek dla przedsiębiorców, którzy

⁸ Blok pytań nt. społecznego postrzegania przedsiębiorczości jest nieobowiązkowy w GEM, w 2025 r. uwzględniło go 40 państw. Brak danych dla: Argentyny, Brazylii, Francji, Holandii, Luksemburga (w zakresie wizerunku przedsiębiorcy), Portoryko, Szwecji i Wenezueli.

⁹ 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>

odnieśli sukces, 93% dostrzega w mediach proprzedsiębiorcze treści. W czołówce rankingu znajdują się również Tajlandia¹⁰ oraz Zjednoczone Emiraty Arabskie¹¹.

Na drugim biegunie plasuje się Finlandia, gdzie tylko 29% mieszkańców traktuje pomysł prowadzenia firmy jako realną opcję na życie zawodowe. Z kolei najniższy poziom uznania dla przedsiębiorców odnotowano w Ekwadorze, gdzie szacunek dla osób odnoszących sukces w biznesie deklaruje 60% respondentów.

Polska, z wynikiem 47%, zajmuje 38. miejsce wśród 41 państw pod względem odsetka osób uznających prowadzenie działalności gospodarczej za atrakcyjny sposób na życie¹² oraz 36. miejsce wśród 40 państw w zakresie społecznego szacunku wobec przedsiębiorców. W zakresie wskaźnika osób dostrzegających pozytywne treści nt. przedsiębiorczości w mediach nasz kraj zajmuje ostatnie miejsce wśród 41 państw, o czym od lat informujemy w niniejszym raporcie.

Europejczycy¹³ są dość przychylnie nastawieni do przedsiębiorczości, ale mniej niż mieszkańcy grupy państw o wysokim dochodzie i jeszcze mniej niż osoby zamieszkujące państwa średniozamożne. Średnio 60% Europejczyków uważa, że założenie firmy może być opcją na życie zawodowe, a 72% docenia wysiłki osób, którym udało się to zrobić. Jednocześnie 64% dostrzega pozytywne treści nt. przedsiębiorczości w mediach i Internecie. W zakresie każdej z miar proprzedsiębiorczego nastawienia obywateli poszczególnych państw występują różnice, największe dotyczą aspektu traktowania możliwości założenia firmy jako sposobu na życie (57 p.p. między otwierającą wynikiem 87% ranking Rumunią a Finlandią). Z kolei dość zgodnie poszczególne nacje podchodzą do kwestii docenienia wysiłków przedsiębiorców, przy czym relatywnie najrzadziej szacunek wobec przedsiębiorców deklarują Węgrzy i Łotysze (60%), a najczęściej – wspomniani Rumuni (89%). **Warto też podkreślić, że mieszkańcy Rumunii i Wielkiej Brytanii wyróżniają się jako społeczeństwa najbardziej sprzyjające przedsiębiorczości.** Interesującym przypadkiem są Finowie i Szwajcarzy, którym daleka jest myśl o tym, że prowadzenie działalności może

¹⁰ Wszystkie wskaźniki ponad 90%.

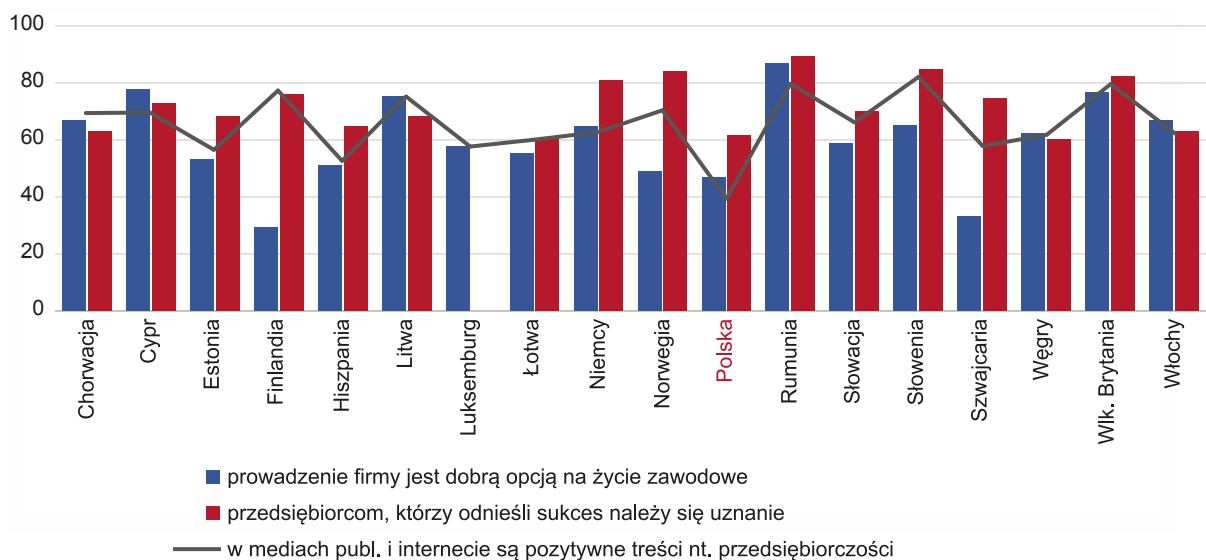
¹¹ 94% – zaangażowanie mediów – 1. miejsce w rankingu, 92% pod względem wizerunku przedsiębiorców i 89% – atrakcyjności prowadzenia firmy.

¹² Za nami są: Tajwan 46,6%, Szwajcaria 33% i Finlandia 29%; przed nami Norwegia 49%.

¹³ Blok pytań dotyczący społecznego postrzegania przedsiębiorcy jest nieobowiązkowy. W 2025 r. nie uwzględnili go trzy państwa Europy, które zrealizowały badanie ludności: Holandia, Francja i Szwecja.

być dobrą opcją na życie, ale bardzo cenią sobie przedsiębiorców i mają sprzyjające przedsiębiorczości media.

Wykres 1.3. Społeczna percepcja przedsiębiorczości w państwach Europy w 2025 r. (% osób w wieku 18–64 l.)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Podsumowując, najnowsze dane za rok 2025 przyniosły niewielką poprawę, jeśli chodzi o nastawienie polskiego społeczeństwa do przedsiębiorczości. Nieco więcej osób postrzega możliwość założenia firmy jako atrakcyjny sposób na życie. Wizerunek przedsiębiorcy jest wciąż dość pozytywny, ale odnotowano nieznaczne pogorszenie. Nadal istotnym wyzwaniem pozostaje niewykorzystany potencjał mediów w kształtowaniu postaw sprzyjających przedsiębiorczości.

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

W 2025 r., podobnie jak w latach poprzednich¹⁴, **co drugi mieszkaniec Polski (50%) przyznał, że zna przynajmniej jedną osobą, która założyła działalność gospodarczą w ciągu ostatnich dwóch lat.** Z takim wynikiem nasz kraj znalazł się na 14. miejscu w całym rankingu i na 7. wśród państw europejskich biorących udział w tej edycji badania.

Odsetek osób znających kogoś, kto w ciągu ostatnich dwóch lat założył firmę – waha się od 23% w Egipcie do 93% w Arabii Saudyjskiej, która podobnie jak rok wcześniej znalazła się na czele rankingu. Tuż za liderem uplasowały się Angola i Peru (81%¹⁵), Ekwador (76%) i Gwatemala (73%). Najniższe wyniki uzyskały – oprócz wspomnianego już Egiptu – Tajlandia (27%), Korea Południowa (39%), Katar (40%) i Tajwan (41%). Wśród państw europejskich najwyższe wyniki należą do: Chorwacji (73%), Litwy (71%) i Słowacji (68%). Najstabilniej wypadły: Estonia (42%), Łotwa (43%) i Rumunia (44%).

Ta swojego rodzaju ekspozycja społeczeństwa na przedsiębiorczość nie jest zależna od stopnia rozwoju gospodarki. Uśrednione dane dla grup państw o średnim i wysokim dochodzie nie różnią się znacząco między sobą (odpowiednio 58% i 57%). **Wynik uzyskany przez Polskę jest najbliższy średniej europejskiej (54%).**

O czym można wnioskować na podstawie tych informacji? Obecność w najbliższym otoczeniu osób, które niedawno założyły działalność, stwarza możliwość wymiany informacji i doświadczeń, a to ułatwia start i późniejsze funkcjonowanie firmy. To też widomy dowód, że młoda przedsiębiorczość stanowi część codziennych doświadczeń społecznych, a zaistnienie jako przedsiębiorca jest realne i ma szansę powodzenia. Niemniej trzeba mieć na uwadze również miejscowe uwarunkowania. Weźmy przykład Egiptu, kraju z kręgu kulturowego ceniącego przedsiębiorczość, który mimo to zajął w rankingu ostatnie miejsce. Około 50%

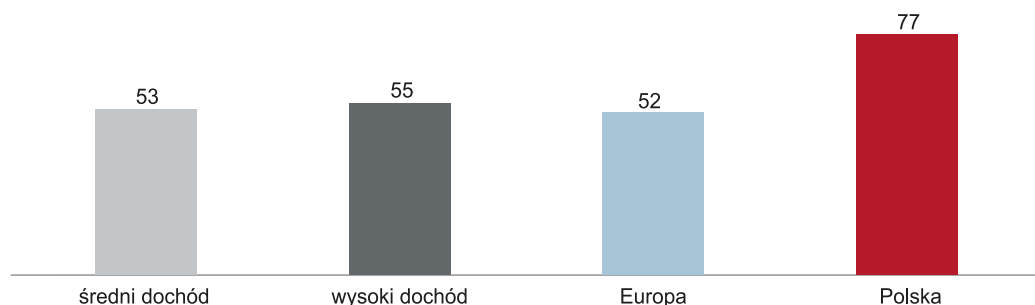
¹⁴ Dla porównania wyniki z lat ubiegłych: 47% w 2024 r., 46% w 2023 r., 47% w 2022 r., 54% w 2021 r.

¹⁵ Angola 81,45%, Peru 80,95%.

tamtejszej gospodarki stanowi sektor nieformalny¹⁶. Świadomi tego faktu respondenci mogli mieć wątpliwości, czy ludzi działających w „szarej strefie” określać mianem przedsiębiorców.

Zważywszy na faktycznie coraz większą prostotę procedur¹⁷, brak kosztów i wiele zachęt dla rejestrujących działalność – notabene dość szeroko komunikowane w przestrzeni publicznej (prasa, strona rządowa) – nie dziwi, że **zdecydowana większość dorosłych uważa, że założenie firmy w Polsce jest proste. Wynik 77% daje Polsce czwarte miejsce w rankingu światowym** za Arabią Saudyjską (94%), ZEA (87%) i Indiami (83%) **oraz pierwsze miejsce wśród państw europejskich**, przed Szwecją (76%, 5. pozycja w rankingu 48 państw) i Holandią (75%, 6. pozycja). Jest to wynik bez porównania lepszy zarówno od średniej dla Europy, jak i obu analizowanych grup państw. Najniższe odsetki respondentów oceniających, że założenie firmy w ich kraju jest proste zanotowano w Izraelu (18%), we Włoszech (20%), Portoryko (28%), Słowacji (29%) i Łotwie (30%).

Wykres 1.4. Odsetek osób w wieku 18–64 l., którzy w badaniu przeprowadzonym w 2025 r. wyrazili opinię, że założenie firmy w ich kraju jest proste



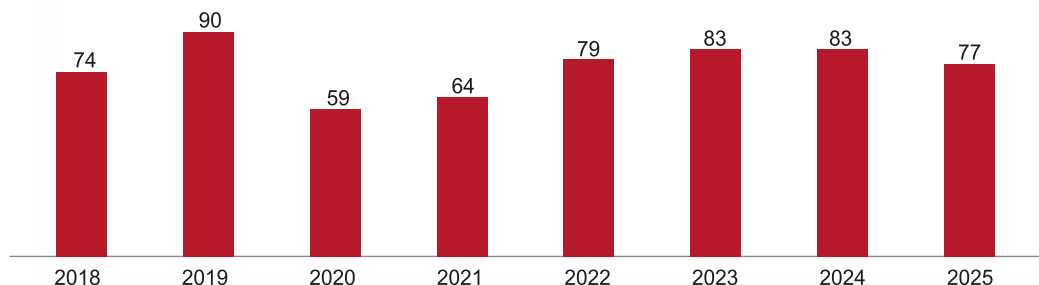
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Wynik Polski z 2025 r., choć wysoki, w porównaniu z latami 2023–2024 jest niższy o 6 p.p. Biorąc jednak pod uwagę działania rządu idące w stronę upraszczania i ułatwiania zakładania działalności, spadek wydaje się raczej wyrazem coraz większych oczekiwań społecznych niż faktycznego pogorszenia warunków związanych z rejestracją firm.

¹⁶ <https://www.gov.pl/web/egipt/ie>, dostęp: 18.05.2026.

¹⁷ Od kwietnia 2026 r. możliwa jest rejestracja online <https://www.gov.pl/web/cyfryzacja/firma-w-mobywatelu--zaloz-dzialalnosc-gospodarcza-przez-aplikacje>, dostęp: 23.04.2026.

Wykres 1.5. Odsetek osób w wieku 18–64 l. oceniających, że założenie w Polsce firmy jest proste



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

W dłuższej perspektywie i w odniesieniu do konkretnej sytuacji respondenci już nieco ostrożniej, ale wciąż pozytywnie, oceniali warunki biznesowe. W połowie 2025 r. **71% mieszkańców Polski było zdania, że w ciągu kolejnych 6 miesięcy warunki do założenia działalności w okolicy ich miejsca zamieszkania będą korzystne**. Jest to wynik nieznacznie niższy niż rok czy nawet trzy lata wcześniej (74% w 2024 r. i w 2023 r. vs. 72% w 2022 r.) i wyraźnie niższy niż w ostatnim roku przed pandemią (87%).

W rankingu wszystkich państw biorących udział w badaniu Polska znalazła się na 12. miejscu i na 2. w Europie, oddając Chorwacji (72%) zajmowane przez dwa lata 1. miejsce. Wśród 48 badanych krajów najwyższe wyniki zanotowano ponownie w Arabii Saudyjskiej, która od lat plasuje się w czołówce (97% w 2025 r. vs. 95% w 2024 r. vs. 93% w 2023 r.) oraz ZEA (86%), Peru (84%), Indiach (78%) i w Tajlandii (77%), najniższe – na Węgrzech (24%), we Włoszech (33%), w Łotwie (36%).

Patrząc na dane zagregowane, korzystna ocena najbliższego otoczenia częściej podzielana jest przez mieszkańców państw o średnich dochodach (61%). W pozostałych grupach odsetek pozytywnych odpowiedzi wyniósł: 55% (grupa o wysokich dochodach) i 50% (Europa). Wcześniejsza faza rozwoju gospodarczego wydaje się stwarzać więcej możliwości, a europejska przedsiębiorczość pada ofiarą m.in. nadmiernych regulacji, co stwierdza sama Komisja Europejska¹⁸.

¹⁸ Patrz np. commission.europa.eu, dostęp: 28.04.2026; <https://www.europarl.europa.eu/legislative-train/theme-a-new-plan-for-europe-s-sustainable-prosperity-and-competitiveness/file-communication-on-better-regulation>, dostęp: 20.04.2026.

Warunki do założenia firmy i jej rejestracja to jedna kwestia, ale na ile Polacy czują się przygotowani do bycia przedsiębiorcą? **Według danych z 2025 r. co drugi dorosły (53%; +5 p.p. r/r) twierdzi, że dysponuje wystarczającą wiedzą i umiejętnościami do prowadzenia firmy.** Z tym wynikiem Polska znajduje się na 33. miejscu w globalnym zestawieniu i na 9. pozycji – w europejskim. Najniższe odsetki wskazań należą do: Tajwanu (36%), Izraela, Węgier i Finlandii (po 37%¹⁹) oraz Szwajcarii (43%). Najwyżej swoją wiedzę i umiejętności potrzebne do założenia działalności gospodarczej oceniają mieszkańcy Arabii Saudyjskiej (90%), Angoli (87%) i Indii (83%). Najlepsze europejskie wyniki należą do Chorwacji (71%, 13. pozycja w rankingu), Słowenii (67%) i Wielkiej Brytanii (62%).

Porównanie analizowanych grup wskazuje na wyższą samoocenę zdolności przedsiębiorczych wśród mieszkańców państw mniej zamożnych (66% – w grupie państw o średnim dochodzie vs. 56% o wysokim vs. 52% w przypadku Europy²⁰). Podobną zależność obserwowano również w latach wcześniejszych.

Ważnym elementem postaw przedsiębiorczych, monitorowanym w GEM, są intencje przedsiębiorcze, czyli deklarowane plany rozpoczęcia własnej działalności w ciągu 3 lat. **W przypadku Polski są one zaskakująco niskie – w 2025 r. udział osób niebędących przedsiębiorcami, które odpowiedziały twierdząco na pytanie o ich plany na najbliższe 3 lata dotyczące założenia własnej działalności wyniósł jedynie 3%.** I był to najniższy odsetek wśród 48 badanych państw.

Generalnie państwa europejskie cechuje niski poziom intencji przedsiębiorczych – w pierwszej dwudziestce globalnego rankingu Europę reprezentuje tylko Litwa (27%, 14. miejsce). W ostatniej dwudziestce znalazło się 17 europejskich państw. Globalny ranking zamykają: Polska (3%), będąca za Rumunią, Finlandią, Węgrami (po 6%²¹) i Norwegią (9%).

Dane dla grup państw (29% w grupie o średnich dochodach, 20% – o wysokich i 14% dla Europy) wskazują, że chęć do zakładania firm – podobnie jak w poprzednich edycjach badania – maleje odwrotnie proporcjonalnie do dochodu. Jednak analiza na poziomie poszczególnych krajów nie daje tak jednoznacznej odpowiedzi. Dość powiedzieć, że rozstęp

¹⁹ Izrael 36,57%; Węgry 36,77%, Finlandia 36,85%.

²⁰ W której dominują państwa o wysokim dochodzie – na 21 państw uczestniczących w badaniach GEM w 2025 r. jest ich 14, pozostałe to państwa o średnim dochodzie.

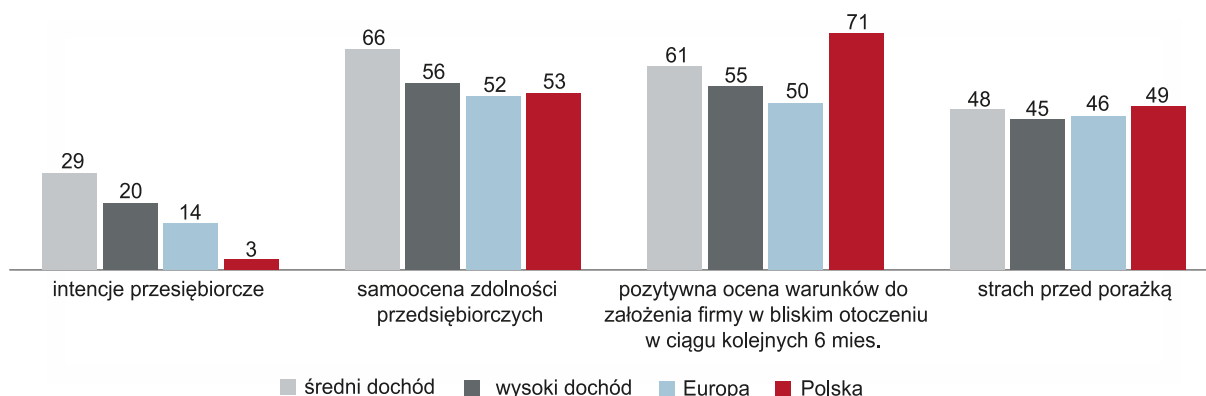
²¹ Rumunia (6,17%), Finlandia (6,48%), Węgry (6,49%).

między państwami wynosi aż 85 p.p. Co prawda najwyższym odsetkiem osób planujących założenie działalności wykazała się Angola (88%, grupa średnich dochodów), lecz już na kolejnych miejscach znalazły się państwa Bliskiego Wschodu, głównie z grupy państw o wysokich dochodach – ZEA (56%), Oman (52%), Arabia Saudyjska (49%), Bahrajn (48%) – co sugerowałoby znaczenie i innych czynników, w tym kulturowych.

Jedną z determinant aktywności proprzedsiębiorczej respondentów jest strach przed porażką. **W 2025 r., spośród Polaków dostrzegających szanse biznesowe w swoim otoczeniu, 49% przyznało, że ryzyko nieosiągnięcia sukcesu zniechęca ich do założenia firmy. Jest to wynik bardziej zbliżony do wyniku grupy o średnich (48%) niż wysokich dochodach (45%) – do której należy Polska – i daje naszemu krajowi 18. miejsce w rankingu globalnym i 7. pozycję wśród państw europejskich uczestniczących w badaniu.**

Wyniki między grupami są bardzo wyrównane. Rozstęp między uczestnikami rankingu globalnego wynosi 40 p.p. Państwami, których mieszkańcy najbardziej obawiają się porażki, są: Słowacja (67%), Argentyna (62%), Arabia Saudyjska (61%), Egipt (60%). Najrzadziej obawy wyrażali respondenci z Korei Południowej (27%), Szwajcarii (31%), Wenezueli (32%), Węgier (37%) i Omanu (39%).

Wykres 1.6. Postawy przedsiębiorcze w Polsce na tle średniej dla badanych państw Europy oraz grup gospodarek według poziomu dochodu w 2025 r. (% osób w wieku 18–64 l.)

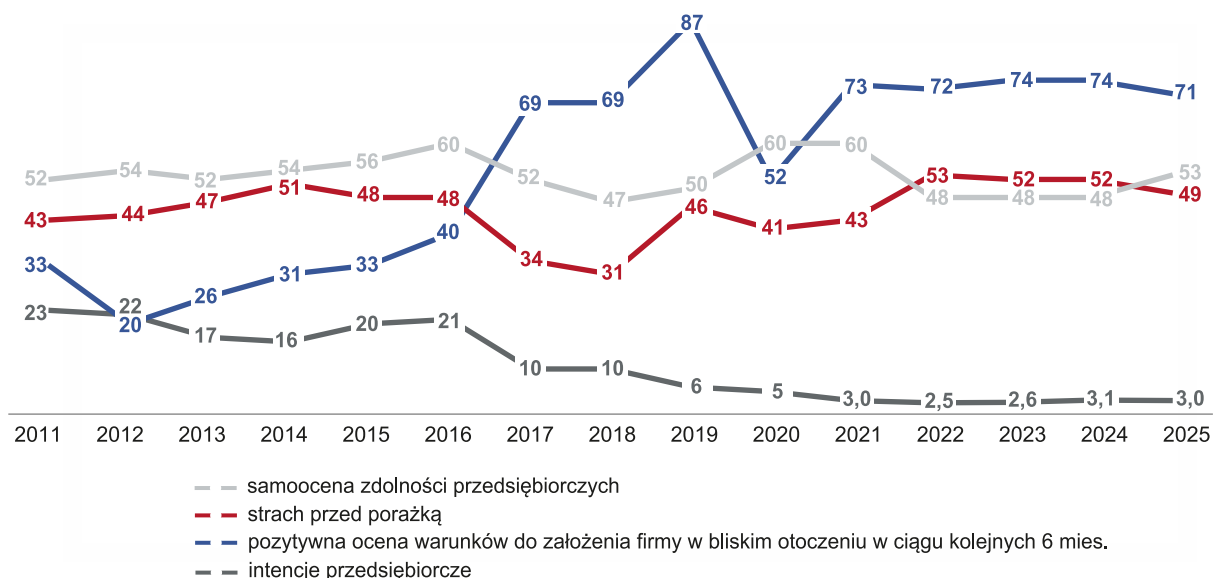


Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Zestawienie wyników badania GEM dla Polski za lata 2011–2025 w zakresie oceny otoczenia i własnych skłonności przedsiębiorczych dowodzi stagnacji młodej przedsiębiorczości

i znikomej szansy na zmianę tego stanu rzeczy. **Polacy znacznie korzystniej niż 15 lat wcześniej (+38 p.p.) oceniają warunki do założenia działalności w najbliższym otoczeniu. W tym okresie ich samoocena przygotowania do roli przedsiębiorcy niewiele się zmieniła** (odsetek osób dobrze oceniających swoje zdolności przedsiębiorcze wzrósł w tym okresie zaledwie o 1 p.p.), **choć bardziej obawiają się niepowodzenia w biznesie** (wzrost o 6 p.p. odsetka osób odczuwających strach przed porażką pomimo dostrzegania szans biznesowych). **Powyższe niestety nie tłumaczy, dlaczego odsetek chętnych do założenia i prowadzenia działalności gospodarczej w 15. edycji badania jest niższy o 20 p.p. niż w 1. edycji.**

Wykres 1.7. Postawy przedsiębiorcze w Polsce w latach 2011–2025 (% osób w wieku 18–64 l.)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Jak widać, intencje proprzedsiębiorcze są bardzo złożoną kwestią. Nie wystarczy obniżenie progu wejścia. Zważywszy, że najczęstszym motywem podejmowania decyzji o rozpoczęciu działalności jest za mała liczba ofert na rynku pracy²², braku chęci do zakładania własnej działalności przez Polaków można upatrywać m.in. w niskiej stopie bezrobocia w Polsce (w lipcu 2011 r. wynosiła ona 11,8%, w lipcu 2025 r. 5,4%²³). Także coroczne wzrosty płacy minimalnej w naszym kraju nie skłaniały do podejmowania ryzyka związanego z prowadzeniem działalności. Powszechna debata na temat barier, z jakimi borykają się

²² Patrz rozdział 1.4. Powody, dla których ludzie zostają przedsiębiorcami.

²³ Źródło: GUS, Stopa bezrobocia rejestrowanego w latach 1990–2026, dostęp: 15.05.2026.

przedsiębiorcy, w szczególności nadmiernych regulacji, też może wielu zniechęcać, bo przecież szansa sukcesu i stabilność (wysokich) dochodów jest ważnym motywatorem działania. A akceptacja ryzyka jest u nas niska, czego dowodzi m.in. niewielka skłonność Polaków do inwestowania²⁴. Tak czy inaczej, intencje proprzedsiębiorcze powinny być przedmiotem pogłębionych badań.

1.3. Poziom przedsiębiorczości

Zgodnie z podejściem GEM²⁵ miarą poziomu przedsiębiorczości danego kraju jest udział jego dorosłych mieszkańców, którzy zaangażowani są w organizowanie lub prowadzenie przedsięwzięć gospodarczych znajdujących się na różnych etapach rozwoju. Podejście to oznacza, że proces przedsiębiorczy rozpoczyna się jeszcze przed formalnym założeniem firmy.

Zaczynający i prowadzący działalność gospodarczą

Zgodnie z najnowszymi danymi z 2025 r., 2,9% Polaków w wieku 18–64 l. jest właścicielami młodych firm (działających na rynku krócej niż 3,5 roku²⁶), **a 12,3% prowadzi przedsiębiorstwa uznawane przez GEM za dojrzałe** (utrzymujące się na rynku ponad 3,5 roku). Jednocześnie 1,2% dorosłych znajduje się na etapie organizowania firmy (do 3 miesięcy na rynku), a 1,7% prowadzi nowe firmy (działające od 3 do 42 miesięcy). W przeliczeniu na liczbę dorosłych²⁷ oznacza to około 631,6 tys. osób prowadzących młode firmy i 2 679 tys. osób – firmy dojrzałe. Warto jednak pamiętać, że wśród 632 tys. właścicieli młodych firm prawie 261 tys. to osoby na bardzo początkowym etapie działalności, z których nie wszystkie zarejestrowały swoją działalność oraz że jedna osoba może prowadzić więcej niż jedną firmę o różnym stażu na rynku.

²⁴ Patrz przykładowo badanie Tavex Polaków nie stać na oszczędzanie? Także: <https://wszystkoconajwazniejsze.pl/pepites/oszczednosci-i-inwestycje-polakow-badania-tavex/>, dostęp: 18.03.2026.

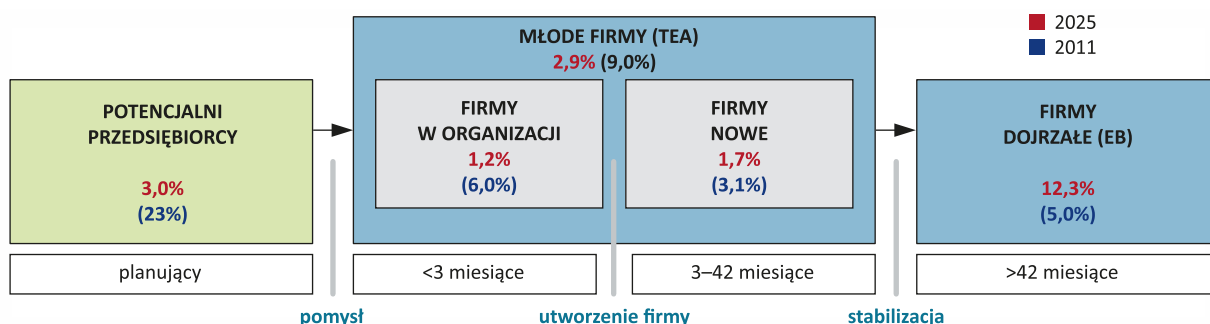
²⁵ Patrz Aneks metodologiczny.

²⁶ Czas funkcjonowania na rynku mierzony jest w GEM przez deklarowany przez respondentów czas realizowania wypłat z tytułu prowadzonej działalności.

²⁷ Liczba osób dorosłych 18–59/64, stan w dniu 30 czerwca 2025 – 21 780 045, źródło: Ludność. Stan i struktura oraz ruch naturalny w przekroju terytorialnym w 2025 r. Stan w dniu 30 czerwca, GUS, 2026.

Od 2017 r. w Polsce obserwuje się przewagę firm dojrzałych nad młodymi, podczas gdy we wcześniejszych latach dominowała tendencja odwrotna. **Obecnie na jednego właściciela młodej firmy przypada czterech przedsiębiorców prowadzących dojrzałe firmy.** W 2024 r. relacja ta wynosiła 1/5, a w najślabszym 2022 r. – 1/6. Dla porównania, w początkowym 2011 r. na jednego właściciela dojrzałej firmy przypadały dwie osoby prowadzące młode przedsiębiorstwa.

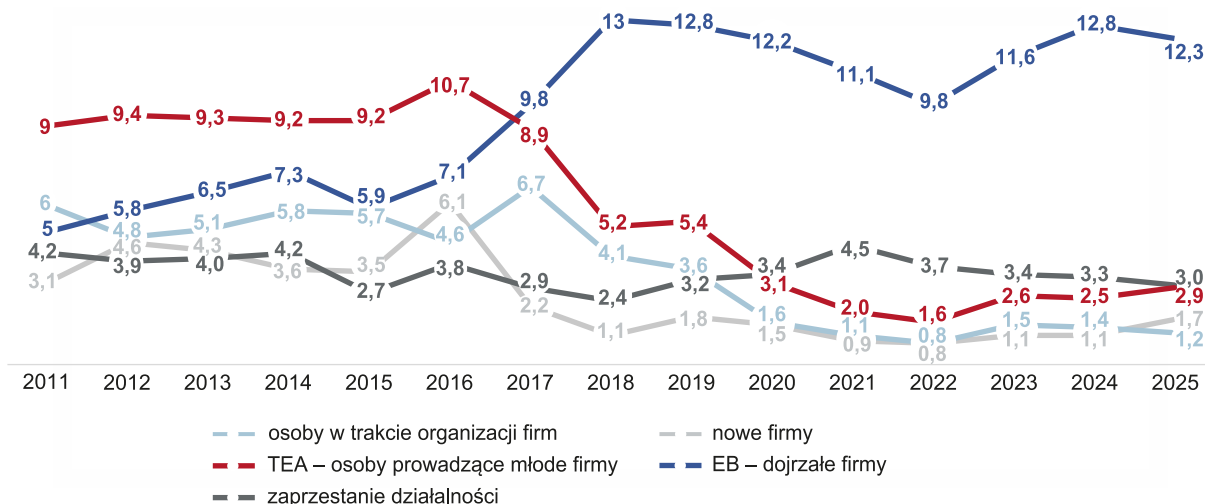
Rysunek 1.1. Model procesu przedsiębiorczego GEM w Polsce wraz ze wskaźnikami za 2025 r. vs. 2011 r. dot. udziałów osób planujących założyć działalność gospodarczą lub prowadzących ją określony czas w populacji osób w wieku 18–64 l.



Źródło: dane GEM 2011 i 2025 r., schemat na podstawie N. Bosma, D. Kelley, *Global Entrepreneurship Monitor 2018/2019 Global Report*, GERA 2019, s. 16.

W ciągu ostatnich 15 lat odsetek dorosłych Polaków prowadzących młode firmy zmniejszył się ponad trzykrotnie – z 9,0% do 2,9%. Jednocześnie udział osób prowadzących dojrzałe firmy wzrósł ponad dwukrotnie – z 5% do 12,3%. W porównaniu z poprzednią edycją z 2024 r., udział dojrzałych firm spadł, a młodych – zwiększył się, w obu przypadkach o mało znaczącą wartość ok. pół p.p., bo mieszczącą się w granicach błędu statystycznego i choć chciałoby się wiązać z tym pewne nadzieje, rozsądek nakazuje zachować cierpliwość do kolejnych edycji.

Wykres 1.8. Aktywność przedsiębiorcza w Polsce w latach 2011–2025 (% osób w wieku 18–64 l.)



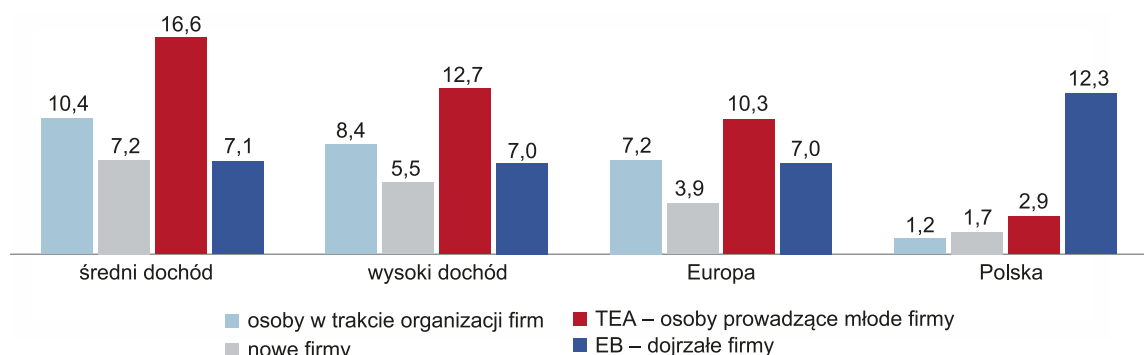
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Przeciętnie w Europie i grupach państw o wysokim i średnim dochodzie na mieszkańca więcej jest młodych firm niż dojrzałych. Więcej jest też osób dopiero rozpoczynających organizowanie swojego biznesu niż prowadzących go krótko (od 3 do 42 mies.). Co więcej, najwyższa skłonność do zakładania firm zmniejsza się wraz z zamożnością gospodarek – według najnowszych danych w grupie państw średnio zamożnych jest najwięcej młodych firm i jest ich ponad dwa razy więcej niż dojrzałych. **Z wynikiem 2,9% mieszkańców prowadzących młode firmy Polska zajmuje obecnie trzecie miejsce od końca wśród 48 państw objętych badaniem GEM**, przed Katar (2,4%) oraz Egiptem (2,8%). Państwa znajdujące się przed nami to Rumunia (3,7%)²⁸ oraz Finlandia (6,1%) i Oman (6,4%). Najwięcej młodych firm jest w Angoli (53%), Ekwadorze (30%) i Chile (29%). **Znacznie lepiej wypadamy za to pod względem poziomu dojrzałej przedsiębiorczości – wskaźnik 12,3% osób prowadzących firmy dłużej niż 3,5 roku daje Polsce 7. miejsce w globalnym zestawieniu**, którego liderami są Salwador (18,2%), Korea Pd. (16,2%)²⁹ i Tajlandia (15,6%). Na drugim końcu zestawienia znajdują się Katar (1,2%), Egipt (1,4%) i Wenezuela (1,9%).

²⁸ 5,0% w 2024 r.

²⁹ 22,3 w 2024 r.

Wykres 1.9. Poziom aktywności przedsiębiorczej w Polsce na tle średniej dla Europy oraz grup państw według poziomu dochodu w 2025 r. (% osób w wieku 18–64 l.)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Spośród 21 europejskich państw objętych badaniami GEM w 2025 r. tylko w dwóch – Polsce i Słowenii³⁰ – więcej osób prowadzi dojrzałe firmy niż młode. W czterech krajach – na Węgrzech, w Rumunii, Hiszpanii i Finlandii – udziały młodych i dojrzałych firm są podobne. W pozostałych 15 dominują osoby prowadzące młode firmy.

Analiza aktywności przedsiębiorczej mieszkańców 19 państw Europy³¹, które przeprowadziły badania w 2023, 2024 i 2025 r. wskazuje na systematyczny i wysoki (bo dwukrotny) wzrost udziału młodych oraz dojrzałych firm w Wielkiej Brytanii³² oraz – o znacznie niższej dynamice – w Hiszpanii³³. W odniesieniu do poprzedniej edycji, w 2025 r. przybyło młodych firm w 11 państwach³⁴, dojrzałych zaś w dziewięciu³⁵.

³⁰ W 2024 r. udziały firm młodych i dojrzałych w Słowenii były zbliżone.

³¹ Wielka Brytania, Litwa, Niemcy, Francja, Włochy, Łotwa, Szwecja, Hiszpania, Węgry, Polska, Szwajcaria.

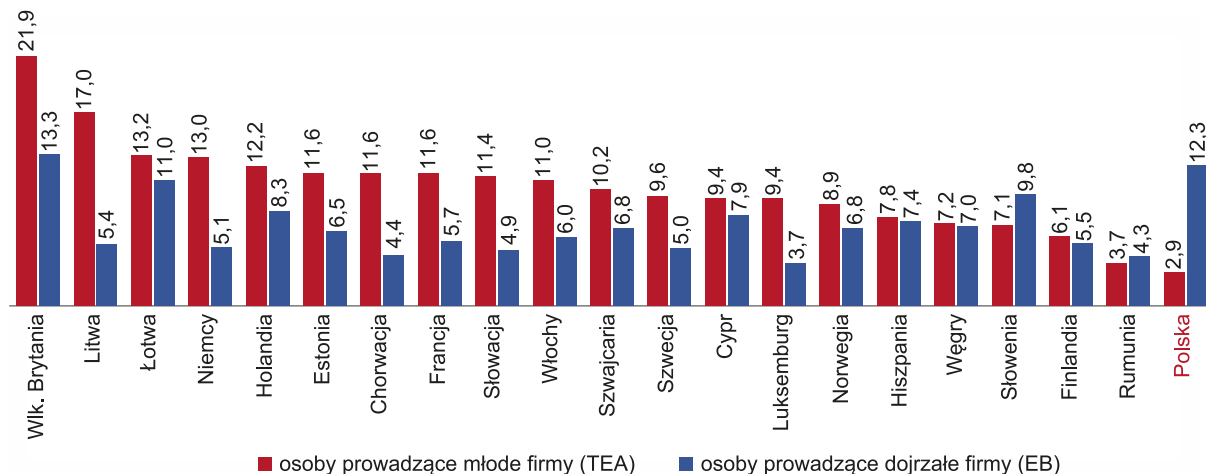
³² TEA młode firmy: 11,8% w 2023, 14,2% w 2024 i 21,9% w 2025; EB dojrzałe firmy: 6,3% w 2023, 9,8% w 2024 i 13,3% w 2025.

³³ TEA młode firmy: 6,8% w 2023, 7,2% w 2024 i 7,8% w 2025; EB dojrzałe firmy: 6,7% w 2023, 6,8% w 2024 i 7,4% w 2025.

³⁴ Wielka Brytania, Litwa, Niemcy, Francja, Hiszpania, Łotwa, Włochy, Szwecja, Polska, Szwajcaria, Węgry.

³⁵ Wielka Brytania, Litwa, Łotwa, Słowenia, Hiszpania, Francja, Norwegia, Węgry, Rumunia.

Wykres 1.10. Poziom aktywności przedsiębiorczej w Europie w 2025 r. – osoby prowadzące młode i dojrzałe firmy (% osób w wieku 18–64 l.)

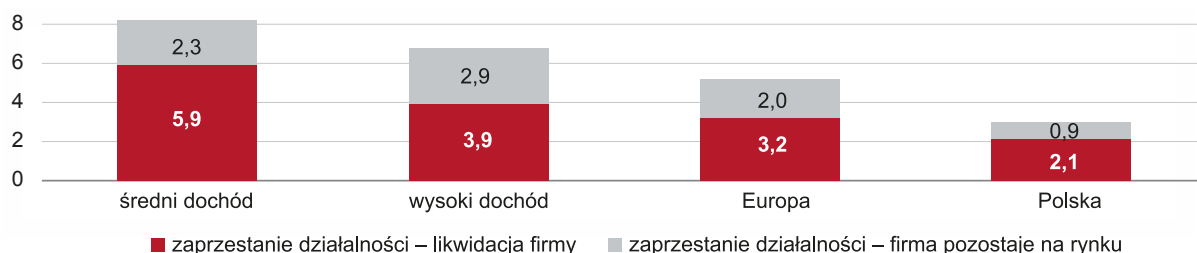


Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Rezygnacja z prowadzenia działalności gospodarczej i jej przyczyny

Ważnym aspektem badań prowadzonych w ramach GEM, obok śledzenia rozpoczynania działalności gospodarczej jest analiza zaprzestawiania działalności. W GEM analizowane są różne przyczyny, dla których przedsiębiorcy odchodzą z biznesu. **W Polsce w 2025 roku odchodzenie od prowadzenia działalności gospodarczej było na poziomie niższym niż na świecie i w Europie. Z działalności gospodarczej w Polsce w 2025 roku wycofało się 3,0% respondentów w porównaniu ze średnią dla krajów europejskich na poziomie 5,2%.** Co jeszcze ważniejsze, w Polsce 2,1% respondentów deklaruje, że po ich odejściu z firmy, została ona zlikwidowana, w porównaniu ze średnią europejską na poziomie 3,2%. Stosunkowo niewielu przedsiębiorców odchodzi w Polsce z biznesu pozostawiając firmę działającą na rynku (0,9% w porównaniu z 2% w Europie).

Wykres 1.11. Rezygnacja z prowadzenia biznesu w Polsce na tle średniej dla Europy oraz grup państw według poziomu dochodu – osoby, które w badaniu w 2025 r. zadeklarowały, że w ciągu ostatnich 12 miesięcy wycofały się z prowadzenia biznesu (% osób w wieku 18–64 l.)



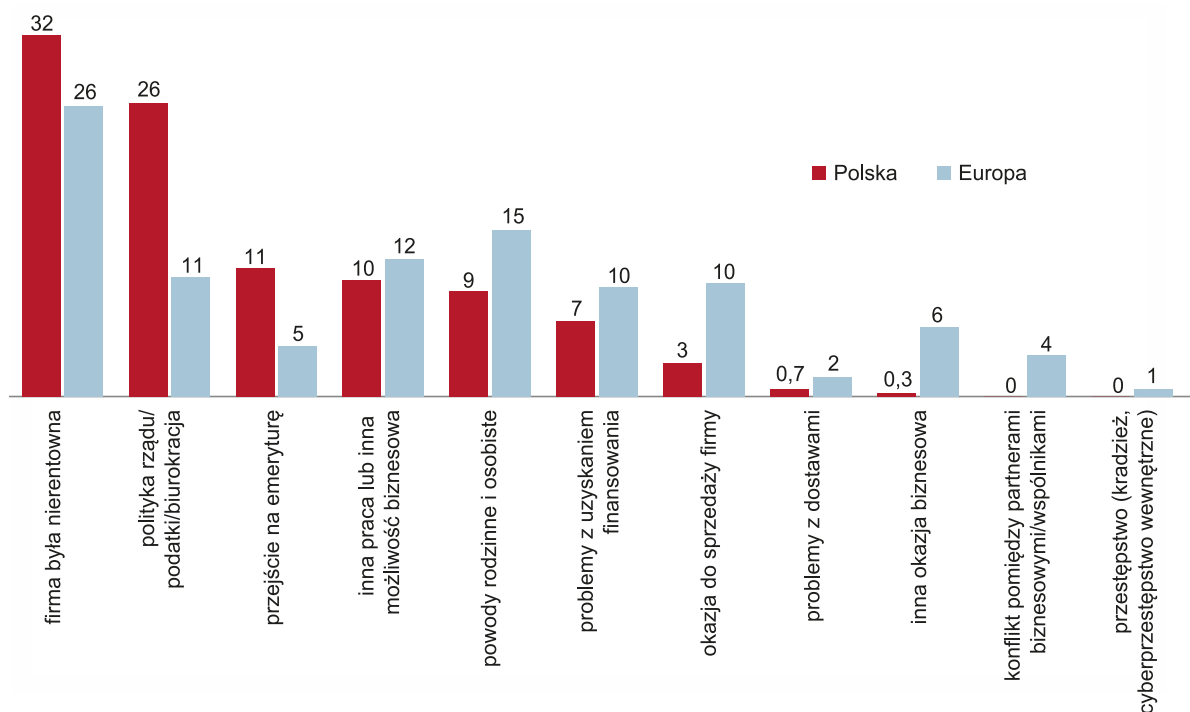
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

W ciągu ostatnich lat odsetek odchodzenia z biznesu spadł z poziomu 4,5% w roku 2021 do poziomu 3,0% w roku 2025. Wzrósł przy tym poziom wczesnej przedsiębiorczości z 1,6% w roku 2022 do 2,9% w roku 2025. Oznacza to, że poziom odejść z biznesu w sytuacji likwidacji firmy (2,1%) spadł poniżej poziomu wczesnej przedsiębiorczości TEA (2,9%) (Wykres 1.8). Należy przy tym zauważyć, że wskaźnik odejść z działalności dotyczy ostatnich 12 miesięcy, a wskaźnik TEA – ostatnich 42 miesięcy, nie należy zatem porównywać ich w prosty sposób. Niemniej jednak **w ostatnich kilku latach zauważyć należy trend dalszej stabilizacji, którego symptomem jest spadek likwidacji firm.** Nie jest to zjawisko jednoznacznie pozytywne. **W zestawieniu z bardzo niskim poziomem wskaźnika TEA oraz wysokim poziomem wskaźnika dojrzałych firm oznacza to pewnego rodzaju ‘petryfikację’ działalności biznesowej w Polsce** – nie następuje zdrowa dla gospodarki w długim okresie rotacja firm, mniej efektywne firmy nie są zastępowane nowymi, bardziej efektywnymi. W powiązaniu z wciąż dość wysokim wzrostem PKB w Polsce można skonkludować, że z jednej strony jest on wytwarzany w dużej części przez dojrzałe firmy, a z drugiej strony jest przez nie przejmowany, a w niewielkim stopniu otwiera szanse na powstawanie nowych podmiotów.

Przedsiębiorcy odchodzą z biznesu z różnych powodów. Na wykresie 1.12 przedstawiono porównanie Polski i średniej krajów europejskich w zakresie udziału poszczególnych motywów w całości odejść. Należy przy tym pamiętać, że **średni poziom rezygnacji z biznesu w Europie (5% respondentów) jest wyższy niż w Polsce (3%).**

W Polsce częstsze są odejścia z powodu polityki rządu, podatków i biurokracji (26% w porównaniu do 11%), z powodu braku rentowności firmy (32% w porównaniu do 26%) oraz z powodu przejścia na emeryturę (11% w porównaniu do 4,5%). Z kolei rzadszymi w Polsce motywami są: okazja do sprzedaży firmy (3% do 10%), problemy z uzyskaniem finansowania (7% do 10%), inna praca lub inna możliwość biznesowa (10% do 12%), powody rodzinne i osobiste (9% do 15%), inna okazja biznesowa (0,3% do 6%), problemy z dostawami (0,7% do 2%) oraz konflikt pomiędzy partnerami biznesowymi (0% do 4%). **Biorąc pod uwagę ogólny wyższy poziom odejść w Europie niż w Polsce trzeba stwierdzić, że jedynym motywem częściej podawanym w Polsce niż w Europie jest polityka rządu, podatki i biurokracja. Szczególnie przy tym niepokojący jest bardzo niski poziom okazji do sprzedaży firmy oraz rezygnacji z powodu innej szansy biznesowej. Pewnym powodem do optymizmu jest za to praktyczny brak odejść z biznesu w Polsce z powodu problemów z dostawami. Warto też zauważyć, że motywacje do odejścia z biznesu są w Polsce w miarę stabilne i nie zmieniły się znacząco w porównaniu z poprzednim rokiem.**

Wykres 1.12. Przyczyny rezygnacji z prowadzenia biznesu w Polsce na tle średniej dla Europy w roku 2025 (% osób, które zaprzestały prowadzenia biznesu w okresie ok. II poł. 2024 r. – I poł. 2025 r.)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Brak rentowności firmy oraz niesprzyjająca polityka rządu, w tym kwestie podatkowe i biurokratyczne, to wciąż główne powody rezygnacji z prowadzenia działalności gospodarczej wskazywane przez 6 na 10 byłych przedsiębiorców w Polsce. Ich znaczenie gwałtownie wzrosło w latach 2022–2024, jednak w 2025 r. nieco osłabło. W porównaniu z poprzednią edycją, w 2025 r. przybyło osób, które wycofały się z prowadzenia biznesu z powodu znalezienia innej pracy lub okazji biznesowej, a także z powodu przejścia na emeryturę.

Tabela 1.1. Przyczyny wycofania się z działalności gospodarczej w Polsce w latach 2019–2025 (% osób, które zaprzestały prowadzenia działalności w okresie 12 mies. poprzedzających realizację badania)

Rok	Okazja do sprzedaży firmy	Firma była nierentowna	Problemy z uzyskaniem finansowania	Inna praca lub inna okazja biznesowa	Przejście na emeryturę	Powody rodzinne i osobiste	Polityka rządu/podatki/biurokracja	Problemy z dostawami	Konflikt między partnerami biznesowymi/wspólnikami	Przestępstwo (kradzież, cyberprzestępstwo, wewnętrzne)
2019	5,6	21,1	9,6	10,0	6,8	13,6	13,2	–	–	–
2020	0,8	9,9	4,5	8,8	6,3	4,6	5,7	–	–	–
2021	1,7	4,7	2,0	6,4	14,9	11,2	2,8	–	–	–
2022	0,4	3,3	2,0	7,8	11,4	7,9	5,0	–	–	–
2023	1,8	17,9	5,9	7,3	11,7	8,1	10,6	0,4	–	–
2024	2,6	35,1	5,3	8,7	10,2	9,4	27,9	0,4	0,0	–
2025	3,0	32,1	6,7	10,4	11,4	9,4	26,1	0,7	0,0	0,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

1.4. Powody, dla których ludzie zostają przedsiębiorcami

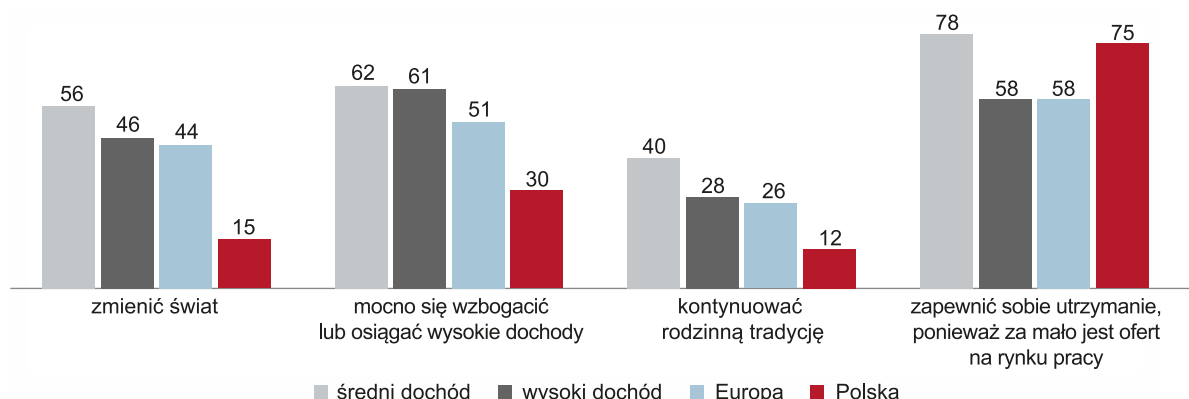
Przedsiębiorcy różnią się między sobą w zakresie powodów, ze względu na które rozpoczynają działalność gospodarczą. GEM wyróżnia cztery takie motywy: chęć zmieniania świata, osiąganie wysokich dochodów i wzbogacenie się, kontynuację rodzinnej tradycji oraz zapewnienie sobie utrzymania w sytuacji niedostatku ofert na rynku pracy. Przy tym

respondenci oceniają każdą motywację, wskazując w jakim stopniu była ona powodem założenia przez nich działalności³⁶.

W Polsce szczególnie mało popularne w porównaniu z innymi krajami jest rozpoczynanie biznesu z potrzeby zmieniania świata (15% w porównaniu ze średnią dla krajów europejskich 44%) **oraz kontynuowanie tradycji rodzinnej** (12% w porównaniu ze średnią europejską na poziomie 26%). W Polsce brakuje zatem motywacji altruistycznej oraz wzorowania się na starszych pokoleniach w rozpoczynaniu działalności gospodarczej. Drugie zjawisko może być spowodowane luką w prowadzeniu prywatnej działalności gospodarczej w czasach PRL. Może to być częściowo również przyczyna pierwszego zjawiska – prowadzenie działalności gospodarczej wciąż jest postrzegane jako sposób na zapewnienie bezpieczeństwa ekonomicznego sobie i swojej rodzinie, a nie jako aktywność, która prowadzi do samospelnienia i poprawy świata. **Motywacja polegająca na osiągnięciu wysokich dochodów i bogaceniu się jest jednak również mniej powszechna niż w pozostałych krajach europejskich** (Polska – 30%, Europa – 51%). Dodatkowo, w tym zakresie nastąpił znaczący spadek w Polsce w porównaniu z poprzednim rokiem (z 38% do 30%). Wydaje się zatem, że przedsiębiorczość w mniejszym niż wcześniej stopniu kojarzona jest z osiągnięciem wysokich dochodów. **W tym samym czasie wzrosła z 71% do 75% motywacja – najczęściej wskazywana przez osoby prowadzące młode firmy – polegająca na zapewnieniu sobie utrzymania w obliczu niedostatku ofert na rynku pracy, jest ona również znacznie wyższa niż średnia europejska (58%).**

³⁶ Z użyciem skali: zdecydowanie się zgadzam, raczej się zgadzam, ani się zgadzam ani nie zgadzam, raczej się nie zgadzam, zdecydowanie się nie zgadzam.

Wykres 1.13. Motywacje do zakładania działalności gospodarczej w Polsce na tle średniej dla Europy oraz grup państw według poziomu dochodu w 2025 r. (% osób prowadzących młode firmy – TEA)



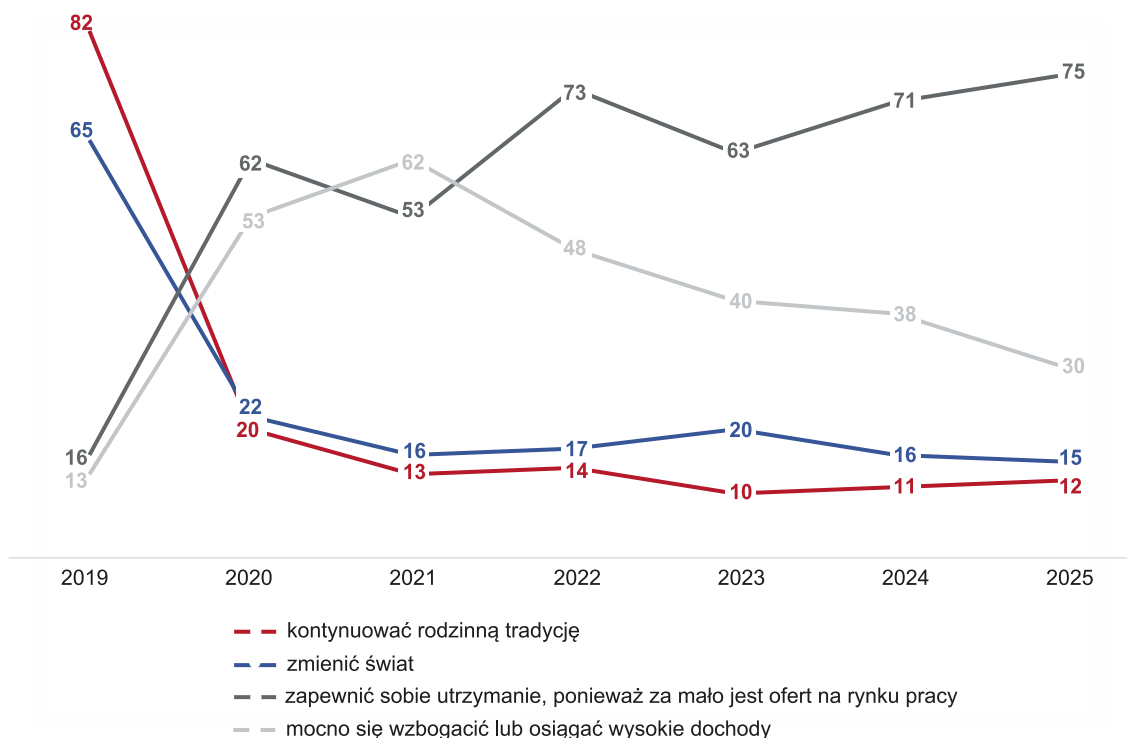
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

W zmianie motywacji Polaków do zakładania własnego biznesu decydujący był rok 2020, co powiązane jest z pandemią COVID-19. Znacząco spadła wtedy motywacja do zmieniania świata oraz kontynuacji tradycji rodzinnej, natomiast mocno wzrosła motywacja związana z bogaceniem się i zapewnieniem sobie utrzymania. Od roku 2022 dwie ostatnie motywacje, które do tej pory były na podobnym poziomie, zaczęły się różnicować – coraz rzadziej właściciele młodych firm wskazują na bogacenie się, a coraz częściej na zapewnienie sobie utrzymania w obliczu niedostatku ofert na rynku pracy. **W roku 2025 trend ten był kontynuowany – różnica między tymi motywacjami staje się coraz większa, dwuipółkrotnie więcej przedsiębiorców wskazuje na zapewnianie sobie utrzymania jako motyw niż na bogacenie się.**

Bardzo interesujące jest przy tym zestawienie tych wyników z niskim bezrobociem w Polsce, według Eurostatu najniższym w Unii Europejskiej obok Bułgarii³⁷. Decydujący może tu być czynnik psychologiczny – Polacy, którzy ogólnie charakteryzują się wysokim stopniem unikania niepewności, mogą mieć obawę przed potencjalnym i przyszłym kryzysem na rynku pracy i mogą postrzegać zakładanie własnej firmy jako czynność wyprzedzającą i zapobiegawczą. Może to być również czynnik wzmacniający przedsiębiorczość hybrydową, czyli prowadzenie własnej firmy równoległe z zatrudnieniem etatowym, albo zróżnicowanie źródła dochodu między małżonkami i związaną z takim zabiegiem dywersyfikację i mitygację ryzyka.

³⁷ W kwietniu 2026: 2,8% Bułgaria, 3% Polska, 6% UE.

Wykres 1.14. Zmiany motywów zakładania działalności gospodarczej w Polsce w latach 2019–2025 (% osób prowadzących młode firmy – TEA)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Motywacje właścicieli młodych firm w państwach Europy są silnie zróżnicowane. Najwięcej podmiotów założonych z powodu **chęci zmiany świata** jest w Wielkiej Brytanii i na Węgrzech (72–71%) oraz w Hiszpanii (57%); najmniej zaś – w Polsce (15%) i Francji (20%).

Chęć wzbogacenia się wyjątkowo często – na tle wszystkich 21 państw europejskich – skłania Cypryjczyków do zakładania działalności gospodarczej (92%), a w drugiej kolejności Brytyjczyków (78%). Najrzadziej na motywację finansową wskazują Węgrzy (26%) i Polacy (30%). **Kontynuacja rodzinnej tradycji** jest najsilniejszą motywacją w Wielkiej Brytanii i Słowacji (po 42%). Najrzadziej zaś wskazywana jest w Szwajcarii (11%), w Polsce (12%) i na Węgrzech (15%). **Zapewnienie sobie utrzymania** przeważa w Rumunii (86%), na Słowacji (76%) i w Polsce (75%), najmniej istotne jest w Norwegii (32%). Trzeba też powiedzieć, że w żadnym z państw struktura motywacji nie jest tak niekorzystna jak w Polsce.

Tabela 1.2. Motywacje do zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej w Europie w 2025 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
Cypr	44	92	27	61
Chorwacja	31	59	21	66
Estonia	34	44	19	59
Finlandia	39	48	25	66
Francja	20	42	20	49
Hiszpania	57	54	26	67
Holandia	45	41	30	39
Litwa	46	53	36	69
Luksemburg	47	52	21	36
Łotwa	40	50	29	60
Niemcy	50	65	37	62
Norwegia	33	32	25	33
Polska	15	30	12	75
Rumunia	51	53	28	86
Słowacja	51	54	42	76
Słowenia	51	54	20	51
Szwajcaria	58	42	11	45
Szwecja	41	46	23	30
Węgry	71	26	15	60
Wielka Brytania	72	78	42	63
Włochy	37	55	36	59

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

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

1.5. Przedsiębiorczość kobiet i mężczyzn

Według danych z 2025 r. aktywność przedsiębiorcza kobiet i mężczyzn mieszkających w Polsce jest podobna – 3 na 100 mężczyzn oraz niemal tyle samo kobiet prowadzi młode firmy (będące na rynku do 3,5 roku); prawie 13 na 100 mężczyzn i 12 na 100 kobiet jest właścicielami/kami dojrzałych przedsiębiorstw. Niezależnie od płci od 2018 r. na rynku dominują firmy ustabilizowane. Przy czym w 2025 r., w porównaniu z poprzednim pomiarem,

udział młodych firm prowadzonych przez kobiety i mężczyzn wzrósł, a ustabilizowanych – zmniejszył się (mocniej w przypadku kierowanych przez mężczyzn).

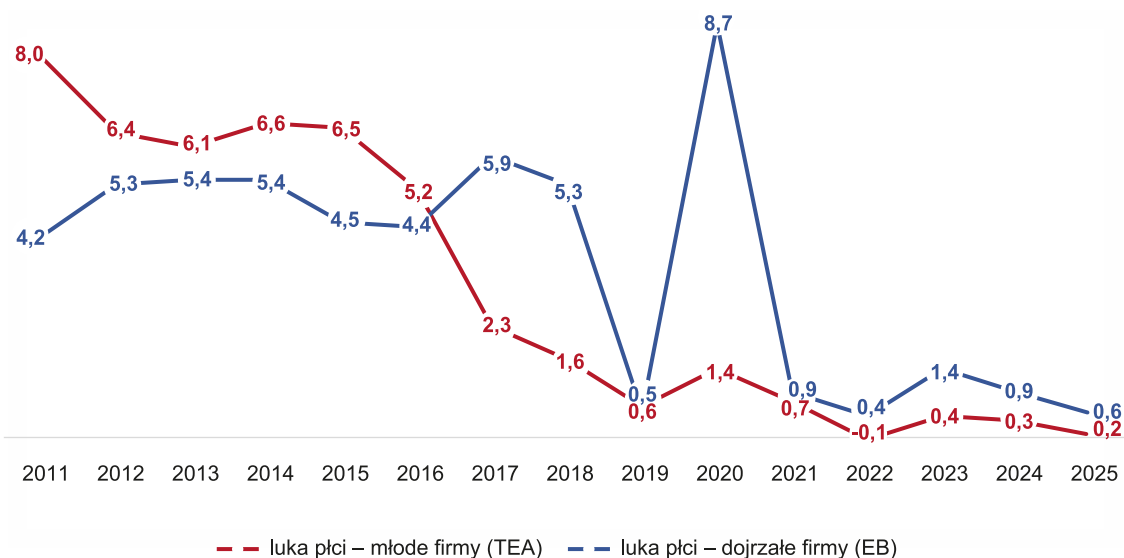
Tabela 1.3. Poziom aktywności przedsiębiorczej wśród kobiet i mężczyzn w Polsce w latach 2011–2025 (% osób prowadzących młode/dojrzałe firmy wśród kobiet/mężczyzn w wieku 18–64 l.)

Rok	Kobiety właścicielki młodych firm	Mężczyźni właściciele młodych firm	Kobiety właścicielki dojrzałych firm	Mężczyźni właściciele dojrzałych firm
2011	5,1	13,1	2,9	7,1
2012	6,2	12,6	3,2	8,5
2013	6,2	12,3	3,8	9,2
2014	5,9	12,5	4,6	10,0
2015	6,0	12,5	3,7	8,2
2016	8,1	13,3	4,9	9,3
2017	7,7	10,0	6,8	12,7`
2018	4,5	6,0	10,4	15,7
2019	5,1	5,7	12,5	13,0
2020	2,4	3,8	7,9	16,6
2021	1,7	2,4	10,6	11,5
2022	1,6	1,5	9,6	10,0`
2023	2,4	2,8	10,9	12,4
2024	2,3	2,6	12,4	13,3
2025	2,8	3,0	12,1	12,6

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Obecnie, podobnie jak w poprzednich latach, **w Polsce utrzymuje się bardzo niska luka płci** (czyli różnica w aktywności przedsiębiorczej mężczyzn względem kobiet) **wśród właścicieli młodych firm na korzyść mężczyzn**. W roku 2022 mieliśmy do czynienia z sytuacją, w której większość właścicieli młodych firm stanowiły kobiety (i luka przyjęła ujemną wartość), w kolejnym roku wytworzyła się minimalna luka płci na niekorzyść kobiet, która się utrzymuje. Podobnie sytuacja kształtuje się wśród właścicieli dojrzałych firm. Luka płci wprowadzie zawsze występowała w tej grupie na korzyść mężczyzn, ale prawie zamknęła się w roku 2022, aby ponownie się rozszerzyć w roku 2023. W roku 2025, drugi rok z rzędu, nastąpiło jej nieznacznie zwężenie i wynosi ona obecnie niewiele powyżej połowy punktu procentowego.

Wykres 1.15. Bezwzględna luka płci wśród właścicieli młodych i dojrzałych firm w Polsce w latach 2011–2025 (p.p.)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Wśród krajów europejskich najwyższa bezwzględna luka płci wśród właścicieli młodych firm występuje w Norwegii (7,3 p.p.), Szwecji (6,8 p.p.), Chorwacji (6,2 p.p.) i Wielkiej Brytanii (5,8 p.p.). Spośród krajów pozaeuropejskich jeszcze wyższa luka płci występuje w Argentynie (9,8 p.p.), Brazylii (9 p.p.), Kanadzie (7,5 p.p.) i Angoli (7,3 p.p.). W Szwecji³⁸, Norwegii, Egipcie i Finlandii mężczyźni dwukrotnie częściej niż kobiety są właścicielami młodych firm. Na drugim końcu spektrum znajdują się kraje, w których większość właścicieli młodych firm stanowią kobiety. W 2025 roku liczba tych krajów wzrosła do siedmiu, przy czym znaczące różnice występują w przypadku Ekwadoru, Kostaryki i Salwadoru³⁹. Przewaga kobiet we wczesnej przedsiębiorczości występuje również w Peru⁴⁰, co oznacza, że kraje Ameryki Łacińskiej przodują w przedsiębiorczości kobiet. Warto zauważyć, że wczesna przedsiębiorczość mężczyzn przeważa obecnie w Tajlandii⁴¹, która ze względu na istniejący tam model rodziny była zawsze w czołówce krajów o przewadze kobiet we własności młodych

³⁸ W Szwecji 12,9% mężczyzn vs. 6,1% kobiet w wieku 18–64 l. jest właścicielami/właścicielkami młodych firm (czyli będących w organizacji lub działających na rynku nie dłużej niż 3,5 roku). Pozostałe dane dla państw Europy przedstawiono na wykresie 1.16. Dane dla Egiptu: 4% mężczyzn, 1,6% kobiet.

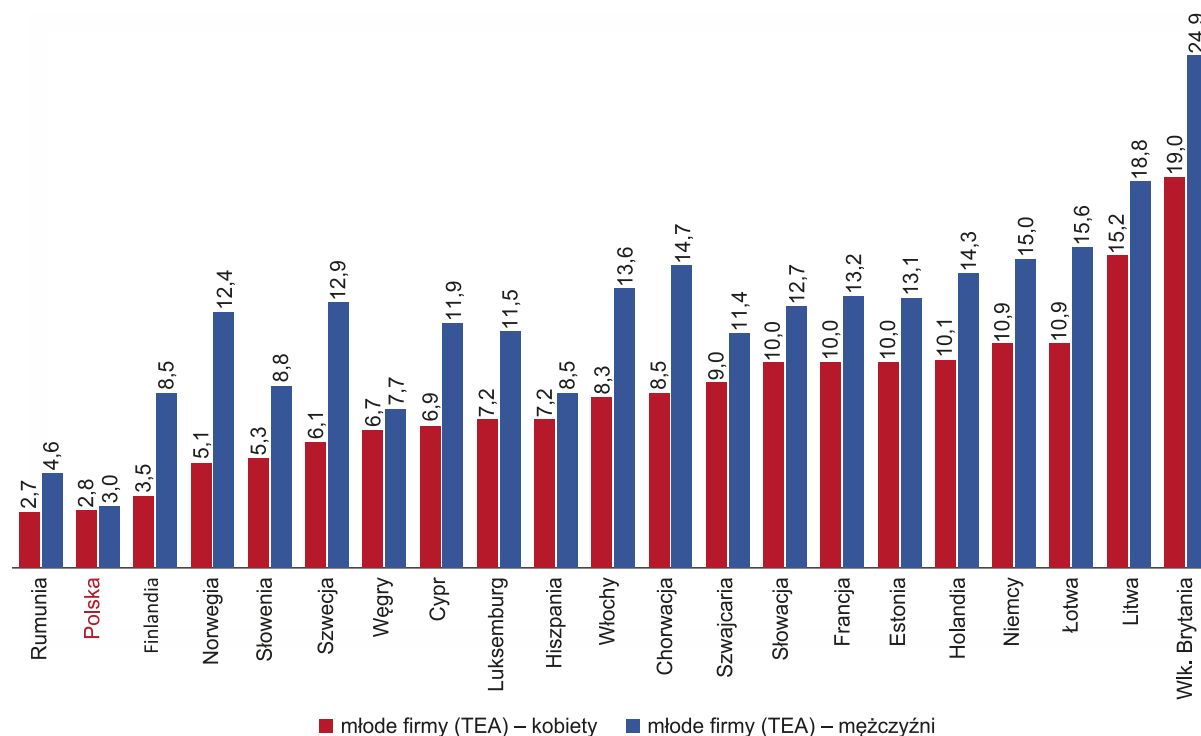
³⁹ Ekwador: 28,9% mężczyzn i 30,4% kobiet prowadzi młode firmy; Kostaryka: 13% mężczyzn i 14,9% kobiet; Salwador: 20,6% mężczyzn i 26,6% kobiet.

⁴⁰ 12,4% mężczyzn i 13,3% kobiet.

⁴¹ 20,5% mężczyzn i 17,6% kobiet.

firm. Trzeba jednak przyznać, że poziom wczesnej przedsiębiorczości w Tajlandii jest ogólnie dość wysoki, nie oznacza to zatem znaczącego spadku zakładania nowych firm przez kobiety. Balans między kobietami i mężczyznami w rozpoczynaniu działalności gospodarczej pogorszył się natomiast znacznie w Meksyku i Zjednoczonych Emiratach Arabskich⁴².

Wykres 1.16. Udział osób prowadzących **młode firmy** w Europie w 2025 r. w podziale na płeć (% kobiet/mężczyzn w wieku 18–64 l.)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Nieco inaczej wygląda na świecie sytuacja w zakresie luki płci wśród właścicieli dojrzałych firm. Typowym zjawiskiem jest powiększanie się luki płci w krajach arabskich. Równowaga między płciami w okresie zakładania i rozwoju firmy nie przekłada się na podobne zrównoważenie w okresie dojrzałości firm. Skrajnym przypadkiem jest Oman, w którym więcej kobiet niż mężczyzn zakłada nowe firmy, ale wśród właścicieli dojrzałych firm kobiety są reprezentowane 3,5-krotnie rzadziej niż mężczyźni⁴³. W Katarze wskaźnik ten jest

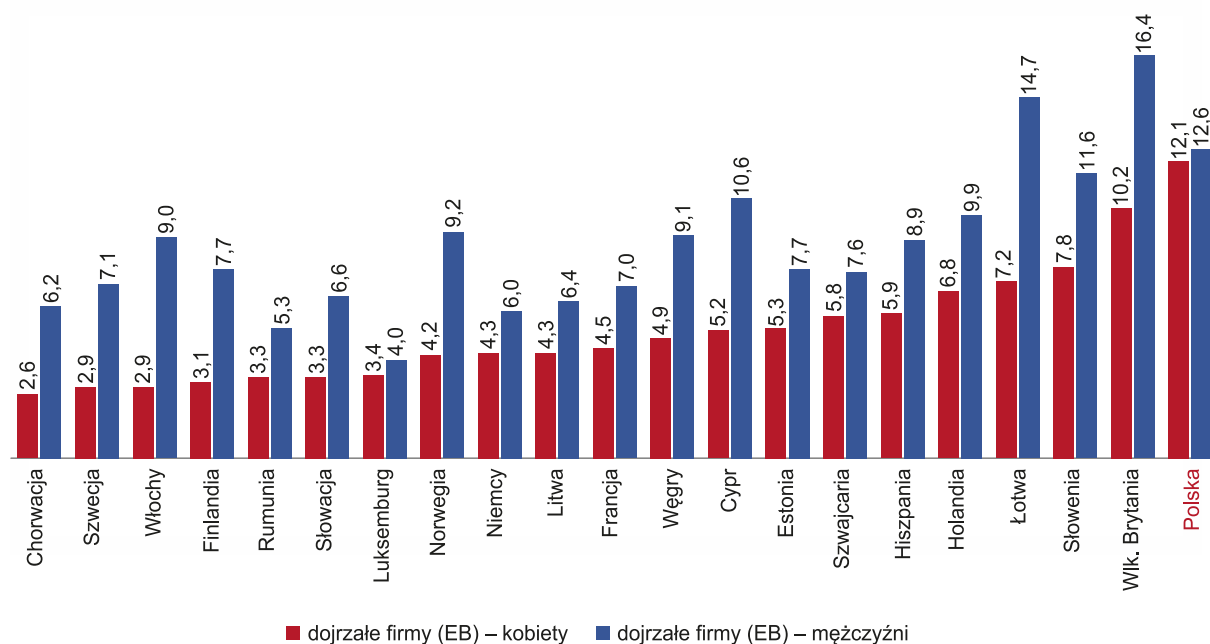
⁴² W 2025 r. Meksyk: 22,2% mężczyzn i 16,8% kobiet prowadzi młode firmy ; ZEA: 22,4% mężczyzn i 16% kobiet.

⁴³ 6,7% kobiet jest właścicielkami młodych firm vs. 6,1% mężczyzn; 2,1% kobiet prowadzi dojrzałe firmy vs. 7,1% mężczyzn.

jeszcze wyższy i mężczyźni są reprezentowani 8-krotnie częściej niż kobiety⁴⁴. Największa dysproporcja na korzyść mężczyzn występuje natomiast w wartościach bezwzględnych w Gwatemali i na Łotwie (odpowiednio 8,5 p.p. i 7,5 p.p.).

We wszystkich państwach europejskich objętych w 2025 r. badaniem GEM, udział kobiet prowadzących dojrzałe firmy jest niższy niż mężczyzn będących właścicielami tego typu podmiotów. Tylko w Polsce i Luksemburgu udziały są zbliżone (luka wynosi tylko 0,6 p.p.). Relatywnie niewielka przewaga mężczyzn przedsiębiorców nad kobietami występuje też w Niemczech i Szwajcarii (1,7–1,8 p.p.). Z kolei na Łotwie, w Wielkiej Brytanii i we Włoszech luka płci wśród dojrzałych firm jest największa – przedsiębiorczyń jest znacznie mniej niż przedsiębiorców (luka: 7,5 p.p. i po 6,1 p.p.).

Wykres 1.17. Udział osób prowadzących **dojrzałe firmy** w Europie w 2025 r. w podziale na płeć (% kobiet/mężczyzn w wieku 18–64 l.)



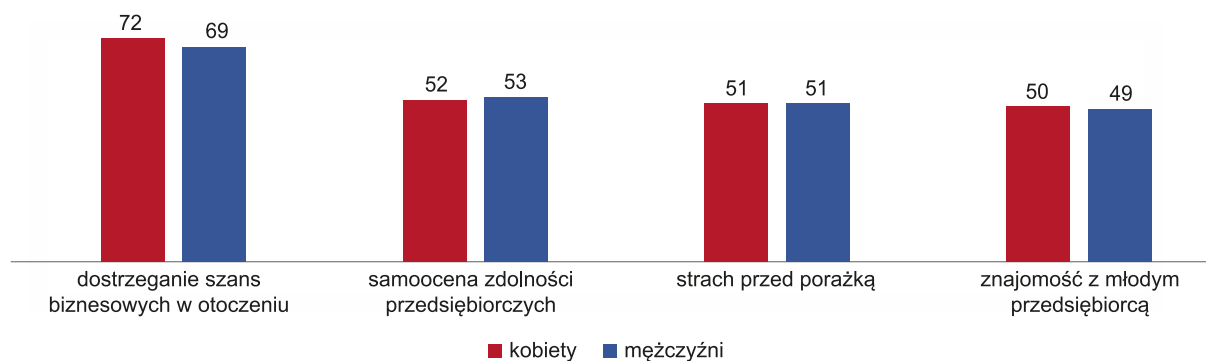
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

⁴⁴ 0,2% kobiet i 1,6% mężczyzn prowadzi dojrzałe firmy (będące na rynku przynajmniej 3,5 roku).

Postawy kobiet i mężczyzn wobec przedsiębiorczości

Niewielka luka płci w Polsce zarówno w zakresie przedsiębiorców będących na wczesnym etapie, jak i właścicieli dojrzałych firm jest również odzwierciedlona we właściwie identycznych wynikach wśród kobiet i mężczyzn w zakresie dostrzegania szans biznesowych, samooceny zdolności przedsiębiorczych, strachu przed potencjalnym niepowodzeniem, znajomości przedsiębiorcy, który rozpoczął biznes w ciągu ostatnich dwóch lat. We wszystkich tych postawach różnica między kobietami i mężczyznami w Polsce jest mniejsza od jednego punktu procentowego i mieści się w zakresie błędu statystycznego.

Wykres 1.18. Postawy Polek i Polaków względem przedsiębiorczości w 2025 r.
(% kobiet/mężczyzn w wieku 18–64 l.)⁴⁵



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

W 2025 r., w porównaniu z poprzednią edycją, wzrosło przekonanie kobiet i mężczyzn o dysponowaniu wystarczającymi umiejętnościami i doświadczeniem do rozpoczęcia własnej działalności gospodarczej (o 5,1 p.p. dla kobiet i 4,9 p.p. dla mężczyzn; co więcej w przypadku kobiet wzrost samooceny umiejętności biznesowych notowany jest już po raz drugi z rzędu⁴⁶). Drugą pozytywną zmianą jest spadek udziału osób obu płci przyznających, że nie założyłby firmy z powodu obawy przed niepowodzeniem, przy czym znów korzystniej wypadają kobiety (–4,3 p.p. dla kobiet i –3,4 p.p. dla mężczyzn, dodatkowo dla kobiet zmiana zachodzi po raz

⁴⁵ 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 1.2. – do osób w wieku 18–64 l., które dostrzegają szanse na rozpoczęcie biznesu w swoim otoczeniu.

⁴⁶ 45,2% w 2023 r.

trzeci z rzędu⁴⁷). Jednocześnie pogorszyła się ocena warunków biznesowych w najbliższym otoczeniu, przy czym także w tym przypadku sytuacja kobiet jest lepsza – udział kobiet dostrzegających okazje biznesowe zmniejszył się r/r o 1,5 p.p., zaś mężczyzn – o 4,4 p.p.

W długiej perspektywie 15 lat, tj. w odniesieniu do 2011 r., nastąpiły bardziej znaczące zmiany i w większości wskazują one na umocnienie się proprzedsiębiorczych postaw kobiet. Po pierwsze, choć w przypadku obu płci nastąpiła znacząca poprawa oceny otoczenia, większa zmiana dotyczy kobiet⁴⁸, co więcej – obecnie kobiety częściej niż mężczyźni są zdania, że ich otoczenie oferuje okazje biznesowe, podczas gdy 15 lat temu było odwrotnie. Po drugie, obecnie kobiety i mężczyźni nie różnią się, jeśli chodzi o samoocenę umiejętności biznesowych (ok. 53%), a stało się to za przyczyną zmniejszenia samooceny mężczyzn i jeszcze większego wzrostu samooceny kobiet (odpowiednio o: 11,1 p.p. i 12,4 p.p.). Można by powiedzieć, że kobiety uwierzyły w swoje biznesowe możliwości, gdyby nie niewielki wzrost obawy przed porażką w ich przypadku (o 3,8 p.p.), podczas gdy na mężczyzn ten czynnik wydaje się mieć obecnie bardziej ograniczony wpływ (spadek o 8,5 p.p.).

Analizując najnowsze dane Polski na tle Europy widać, że – podobnie jak w dwóch poprzednich edycjach – **znacznie więcej Polek i Polaków niż przeciętnie mieszkanki i mieszkańców Europy pozytywnie ocenia warunki do założenia biznesu (mniej więcej 3 na 4 Polki/Polaków vs. około 1 na 2 Europejki/Europejczyków)**⁴⁹, przy wyższym (w przypadku kobiet) lub niższym (w przypadku mężczyzn) udziale osób uważających, że posiadają odpowiednią wiedzę, umiejętności, kompetencje i/lub doświadczenie

⁴⁷ 2022 r.: 59%, 2023 r.: 57,3%.

⁴⁸ wzrost o 41,1 p.p. z 31% w 2011 r., dla mężczyzn wzrost o 34,3 p.p. z 35%.

⁴⁹ Na tle krajów europejskich biorących udział w tegorocznej edycji projektu, Polska plasuje razem z Chorwacją na 1. miejscu pod kątem dostrzegania szans biznesowych w otoczeniu (w Chorwacji wyższy jest odsetek dla mężczyzn 75%, ale niższy dla kobiet 68%). Na drugim biegunie jest Łotwa, gdzie taką możliwość widzi jedynie 37% mężczyzn i 35% kobiet. Dodatkowo, warto zauważyć, że w 2025 r. jedynie w Polsce i na Węgrzech odsetek kobiet dostrzegających możliwości biznesowe w otoczeniu był wyższy niż odsetek mężczyzn (przy czym różnica nie przekraczała 3 p.p. i najwyższa notowana była w Polsce). W Estonii kobiety i mężczyźni nie różnili się pod względem ocen otoczenia. W pozostałych państwach to mężczyźni nieco częściej dostrzegali okazje biznesowe (największa różnica na niekorzyść kobiet występuje w Szwajcarii (14 p.p.) i w Niemczech (12 p.p.).

do prowadzenia tego typu działalności⁵⁰. Polki – co warto podkreślić – rzadziej niż przeciętnie mieszkanki Europy odczuwają strach przed poniesieniem porażki, stanowiący barierę dla podjęcia decyzji o rozpoczęciu działalności biznesowej, czego nie można powiedzieć o Polakach⁵¹.

Tabela 1.4. Postawy przedsiębiorcze kobiet i mężczyzn w Polsce na tle średniej dla Europy oraz grup państw według poziomu dochodu w 2025 r. (% kobiet i mężczyzn w wieku 18–64 l.)

Postawa	Państwa o średnim dochodzie	Państwa o wysokim dochodzie	Europa	Polska
Dostrzeganie szans biznesowych – kobiety	60	53	47	72
– mężczyźni	62	58	52	69
Samoocena zdolności przedsiębiorczych – kobiety	63	49	45	52
– mężczyźni	69	62	58	53
Strach przed porażką – kobiety	49	51	53	51
– mężczyźni	45	45	46	52

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Motywy skłaniające kobiety i mężczyzn do zakładania firm

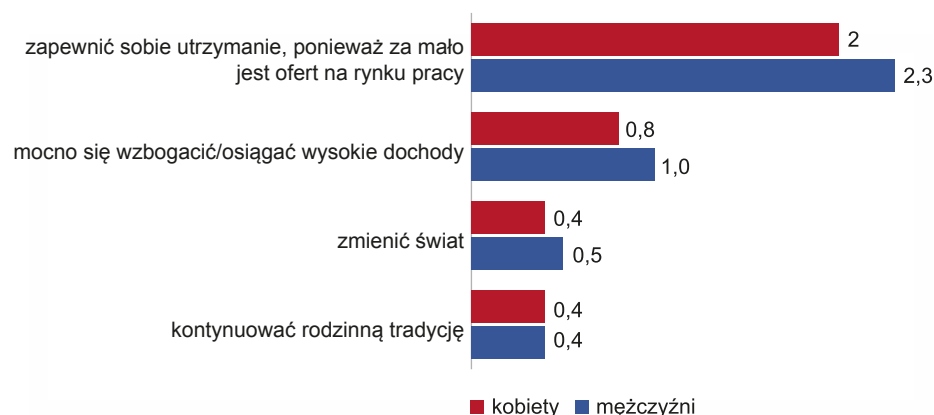
Wśród kobiet i mężczyzn w Polsce motywacje do podejmowania działalności są bardzo podobne. Zauważalne różnice w motywacjach spowodowane są ogólną, nieznaczną luką płci w Polsce. Mężczyźni nieznacznie częściej zakładają biznes z chęci zmieniania świata oraz

⁵⁰ Na uwagę wśród analizowanych krajów Europy zasługuje Chorwacja, w której 67% kobiet i 73% mężczyzn dostrzega u siebie zdolności przedsiębiorcze. We wszystkich krajach europejskich udział mężczyzn widzących swój potencjał przedsiębiorczy jest wyższy niż udział kobiet, przy czym w 16 krajach na 21 jest to różnica przekraczająca 10 p.p., a w dwóch (Norwegia, Niemcy) – na poziomie 20–22 p.p. Polska jest jedynym państwem w Europie, gdzie kobiety i mężczyźni nie różnią się pod kątem samooceny umiejętności przedsiębiorczych.

⁵¹ Krajami europejskimi z najniższymi udziałami osób, które przyznają, że nie założyłyby firmy z powodu obawy przed porażką, jest Holandia (46% kobiet i 36% mężczyzn). We wszystkich krajach Europy poza Polską, gdzie kobiety i mężczyźni równie często odczuwają strach przed niepowodzeniem, udział kobiet z obawami przedsiębiorczymi jest wyższy niż udział mężczyzn.

zapewnianie sobie i swojej rodzinie utrzymania w obliczu niedostatku ofert pracy, natomiast panie nieznacznie częściej zakładają biznes dla kontynuacji tradycji rodzinnej.

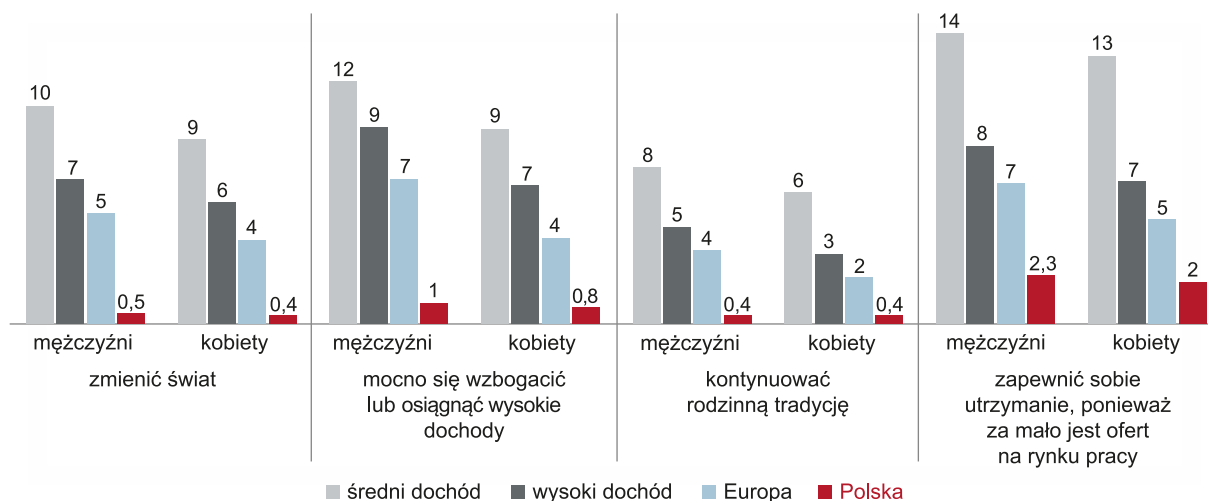
Wykres 1.19. Motywacje kobiet i mężczyzn do zakładania działalności gospodarczej w Polsce (% kobiet/mężczyzn prowadzących młode firmy – TEA)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Niezależnie od miejsca zamieszkania, najczęstszym powodem zakładania działalności gospodarczej wskazywanym w 2025 r. przez kobiety i mężczyzn była potrzeba zapewnienia sobie utrzymania z powodu braku ofert pracy, a w drugiej kolejności – chęć wzbogacenia się. Przy tym wskazania na te powody są najwyższe w grupie państw średniozamożnych oraz wśród mężczyzn. Rzadziej wskazywano na czynnik altruistyczny (chęć zmiany świata) czy kontynuowanie tradycji rodzinnej. Struktura motywacji wskazywanej przez Polki i Polaków nie odbiega od tego schematu, jednocześnie wskazania dla poszczególnych powodów, które skłoniły ich do założenia firmy, są podobne.

Wykres 1.20. Motywacje kobiet i mężczyzn do zakładania działalności gospodarczej w Polsce na tle średniej dla Europy oraz grup państw według poziomu dochodu w 2025 r. (% kobiet/mężczyzn w wieku 18–64 l.)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

1.6. Przedsiębiorczość w grupach wiekowych

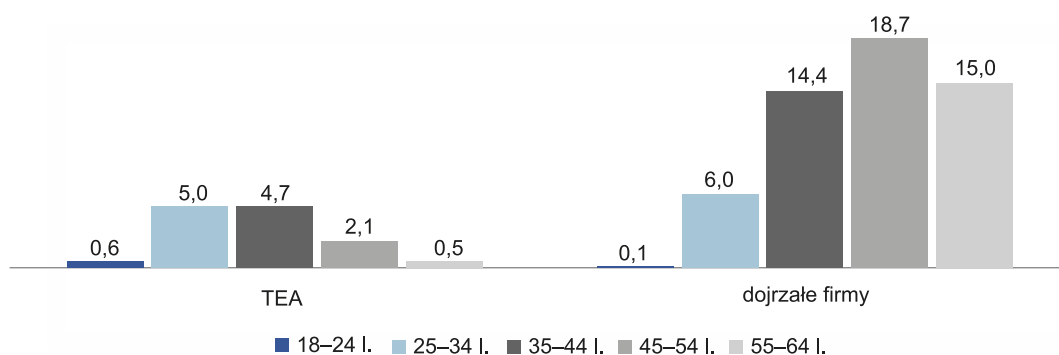
W Polsce w ostatnich latach występuje bardzo niekorzystna sytuacja w zakresie wczesnej przedsiębiorczości osób w niektórych grupach wiekowych. W 2025 roku sytuacja ta uległa dalszemu pogorszeniu. **W szczególności dotyczy to osób młodych, do 24. roku życia.** Odsetek wczesnej przedsiębiorczości w tej grupie spadł w porównaniu z rokiem 2024 z 1,16 do 0,55. W pozostałych grupach wiekowych wskaźniki wczesnej przedsiębiorczości kształtowały się podobnie do poprzedniego roku.

Gwałtownie spadł również poziom dojrzałej przedsiębiorczości w najmłodszej grupie wiekowej (z 0,9% w 2024 roku do 0,1% w 2025 roku). Spadek w tym zakresie dotyczy również starszej grupy wiekowej (25–34 l., z 9,1% do 6%), nastąpił natomiast wzrost dojrzałej przedsiębiorczości w najstarszej grupie wiekowej (55–64 l., z 13,3% do 15%).

Obserwujemy zatem trend ogólnego wzrostu średniego wieku właściciela firmy w Polsce, co niewątpliwie związane jest z procesem starzenia się społeczeństwa, ale wydaje się

być procesem postępującym jeszcze szybciej. Niski poziom wczesnej przedsiębiorczości w grupie najmłodszej i najstarszej powinien niewątpliwie być jednym z centralnych punktów zainteresowania polityki wspierania przedsiębiorczości. Działania, które mogą być podjęte w tym zakresie, potencjalnie mogą przynieść cenne wyniki przy niewielkim nakładzie środków.

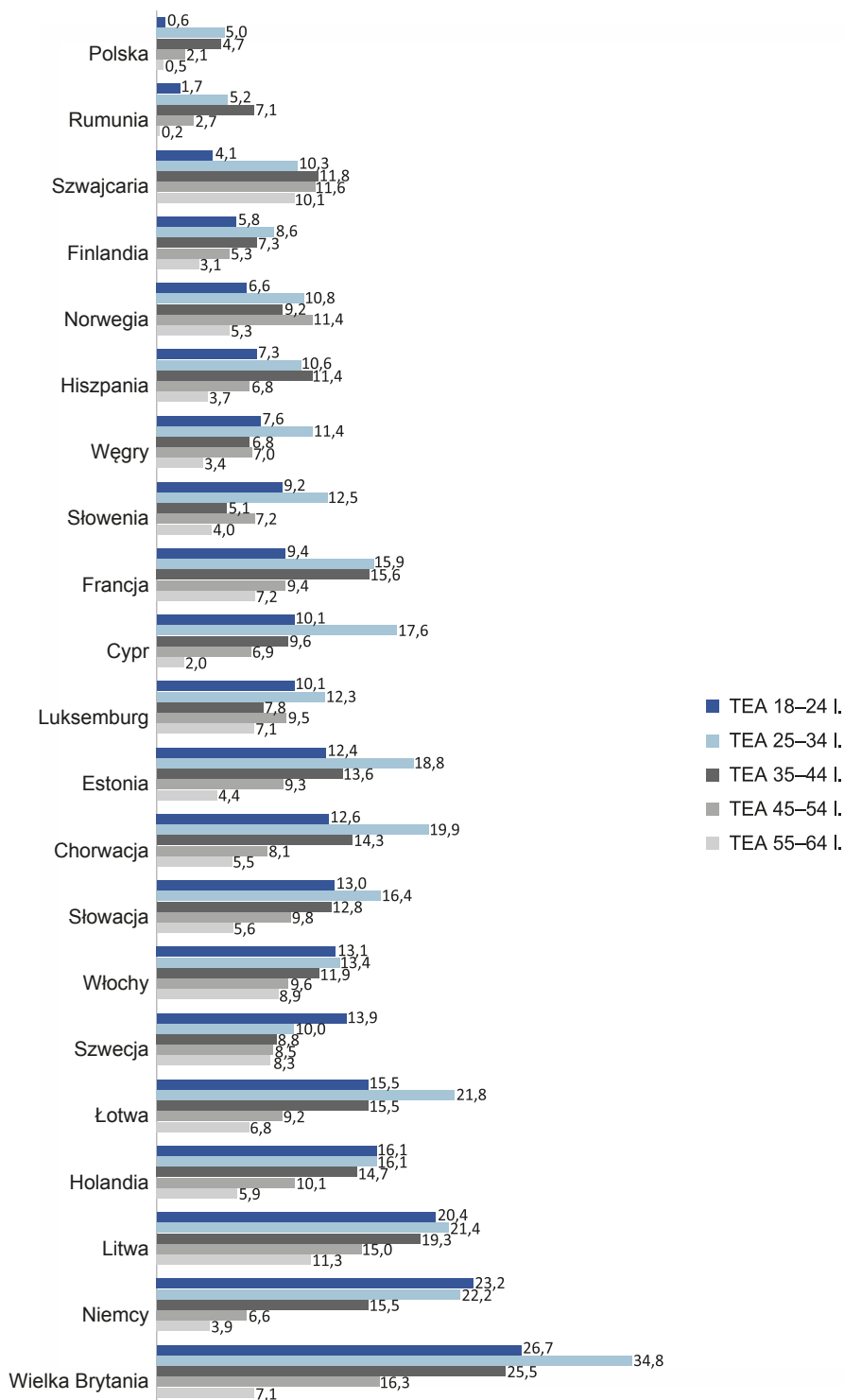
Wykres 1.21. Przedsiębiorczość w Polsce w grupach wiekowych w 2025 r. (% osób danej grupy wiekowej prowadzących młode (TEA) / dojrzałe firmy (EB))



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Spadek wczesnej przedsiębiorczości po 45. roku życia jest zjawiskiem powszechnym, ale rzadko osiąga takie rozmiary jak w Polsce. Poziom wczesnej przedsiębiorczości w Polsce we wszystkich grupach wiekowych jest najniższy w Europie, podobnie niskie wyniki osiąga jedynie Rumunia, i to jedynie w grupach wiekowych 25–34 l. i po 45 roku życia, w pozostałych grupach wskaźniki rumuńskie są wyraźnie wyższe. Poziom wczesnej przedsiębiorczości wśród młodych dorosłych w Rumunii jest trzykrotnie wyższy niż w Polsce, a w kolejnym kraju o niskim wskaźniku (Szwajcarii) jest już siedmiokrotnie wyższy. **Wskaźniki te są alarmujące i stanowią bardzo złą prognozę dla rozwoju przedsiębiorczości w Polsce.** Wiele w tym przypadku może zależeć od edukacji przedsiębiorczości. Analiza podstawy programowej przedmiotu „Biznes i zarządzanie” nauczanego w szkołach ponadpodstawowych, który zastąpił wcześniejszy przedmiot „Podstawy przedsiębiorczości” wskazuje, że treści odnoszące się do przedsiębiorczości nadal nie są dostatecznie rozwinięte. W szczególności w edukacji przedsiębiorczości na poziomie ponadpodstawowym nie kładzie się nacisku na bezpośredni kontakt młodzieży z przedsiębiorcami, który mógłby stanowić dla uczniów źródło inspiracji.

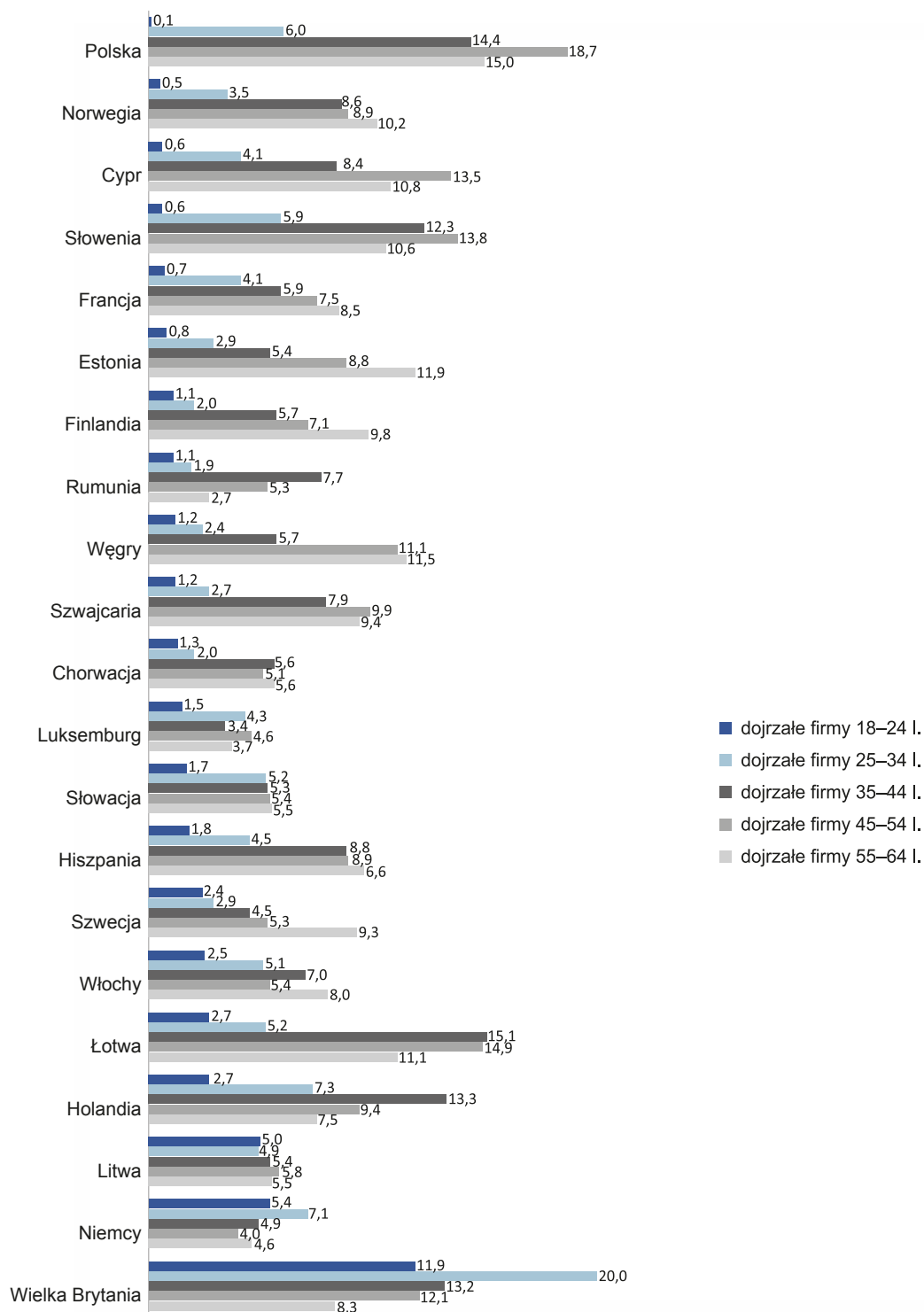
Wykres 1.22. Wczesna przedsiębiorczość w grupach wiekowych w państwach Europy w 2025 r. (% osób danej grupy wiekowej prowadzących młode firmy (TEA))



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Polska należy natomiast do krajów, w których poziom własności dojrzałych firm jest niemalże najwyższy w Europie, w szczególności wśród osób po 35. roku życia. W grupie wiekowej 25–34 l. wyższe wskaźniki osiągają Niemcy (7%), Holandia (7,3%) oraz Wielka Brytania z najwyższym wśród wszystkich krajów wynikiem 20%. Jak już wcześniej wspomniano, badanie w 2025 r. praktycznie nie odnotowało właścicieli dojrzałych firm w najmłodszej grupie wiekowej. Trzeba przy tym stwierdzić, że w tym roku badaniami nie była objęta Grecja, w której tradycyjnie obserwowane były wysokie wskaźniki dojrzałej przedsiębiorczości we wszystkich grupach wiekowych.

Wykres 1.23. Dojrzała przedsiębiorczość w grupach wiekowych w państwach Europy w 2025 r.
(% osób danej grupy wiekowej prowadzących dojrzałe firmy (EB))



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

1.7. Stosunek przedsiębiorców do zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialności społecznej

Poziom społecznej i środowiskowej odpowiedzialności polskich przedsiębiorców wydaje się **bardzo wysoki**. Niezależnie od czasu funkcjonowania na rynku, **około 9 na 10 przedstawicieli firm deklaruje, że przy podejmowaniu decyzji biznesowych każdorazowo bierze pod uwagę ich wpływ na społeczeństwo i/lub środowisko**⁵². W przypadku dojrzałych przedsiębiorców (działających na rynku co najmniej 3,5 roku) kolejny rok z rzędu (patrząc od 2022 r.) wyniki są niemal identyczne (na poziomie 90–92%) przy niewiele większej popularności społecznej troski. **W przypadku młodych przedsiębiorców** (na rynku co najwyżej 3,5 roku) jest – co prawda niewielka, ale jednak – różnica między podejściem do decyzji społecznych i środowiskowych (3–6% różnicy w ostatnich trzech latach, tj. od pomiaru w 2023 r.). **Częściej też troszczą się o kwestie środowiskowe niż społeczne przy podejmowaniu decyzji biznesowych** (co jest obserwowane również od 2023 r.).

W tym zakresie, polscy właściciele firm zdecydowanie wyróżniają się na tle przedsiębiorców z pozostałych krajów Europy biorących udział w badaniu⁵³ – w żadnym innym kraju Europy odsetek wskazań na te kwestie nie osiągnął 90%. Co więcej, w Europie są kraje, w których popularność tego podejścia jest znacznie mniejsza i jedynie mniej więcej co drugi przedsiębiorca deklarował branie pod uwagę kwestii środowiskowych i społecznych podczas podejmowania decyzji biznesowych⁵⁴.

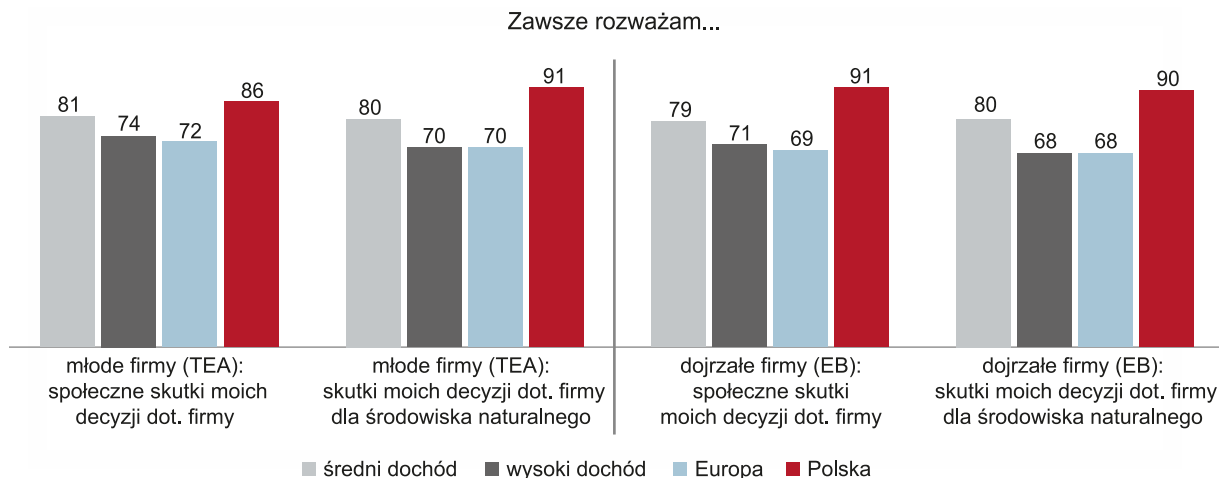
Biorąc pod uwagę klasyfikację wszystkich państw uczestniczących w badaniu ze względu na poziom dochodów, jednoznacznie można stwierdzić, że – niezależnie od długości funkcjonowania firmy na rynku – wzrost zamożności oznacza mniejszy udział przedsiębiorców rozważających skutki społeczne czy środowiskowe podejmowanych działań biznesowych.

⁵² Przez społeczne skutki rozumie się m.in. wpływ na zdrowie, bezpieczeństwo, jakość warunków pracy, otwarte i niewykluczające środowisko pracy, dostęp do edukacji, mieszkalnictwo czy transport, natomiast przez skutki dla środowiska m.in. wpływ na zachowanie obszarów zielonych, redukcję gazów cieplarnianych i toksycznych, selektywną zbiórkę odpadów, racjonalne zużycie wody, elektryczności i paliw.

⁵³ Wyjątek stanowi Słowenia, w której średni odsetek młodych przedsiębiorców zawsze rozważających kwestie społeczne przy podejmowaniu decyzji biznesowych jest wyższy o 2 p.p. niż dla analogicznej grupy w Polsce.

⁵⁴ Chodzi przede wszystkim o Holandię i Szwecję, w których odsetki wahały się w granicach 45–55% (w zależności od czasu funkcjonowania na rynku i wymiaru oddziaływania: środowiskowy/społeczny), ale także Norwegię, chociaż w tym kraju odsetki na poziomie ok. 50% dotyczyły rozważania skutków społecznych. Skutki środowiskowe rozważane są częściej – mniej więcej przez co trzeciego przedsiębiorcę z tego kraju.

Wykres 1.24. Rozważanie społecznych i środowiskowych skutków podejmowanych decyzji biznesowych (% młodych firm i % dojrzałych firm)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Aktywne podejmowanie działań prospołecznych lub prośrodowiskowych jest znacznie rzadsze niż zastanawianie się nad skutkami działań biznesowych w tych dwóch wymiarach.

Co ciekawe, w Polsce to dojrzały przedsiębiorcy częściej (w kwestii społecznego oddziaływania nawet znacznie częściej) niż młodzi deklarują podjęcie jakichkolwiek działań „pro” (82% vs. 52% przy kwestiach społecznych i 68% vs. 60% przy kwestiach środowiskowych).

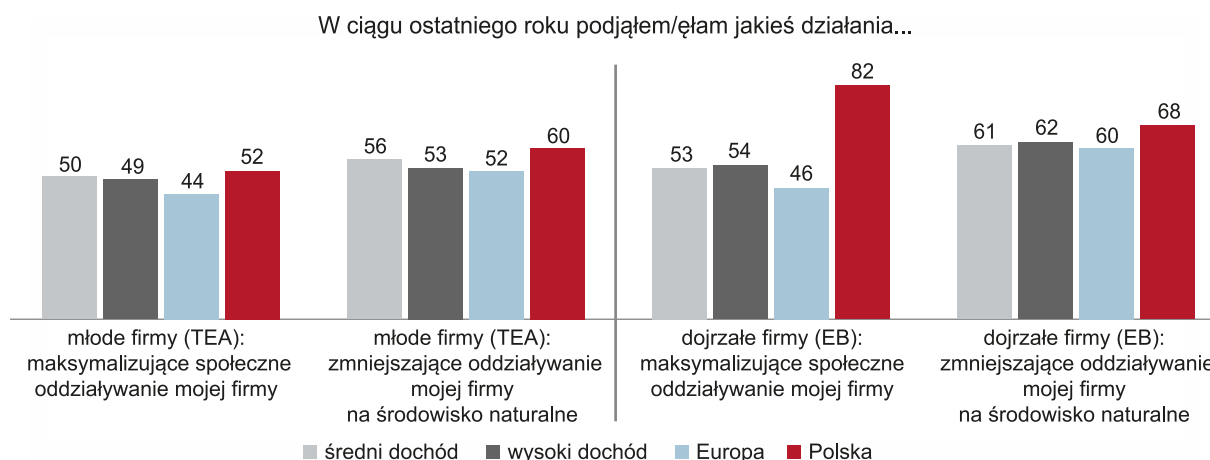
Patrząc na kraje Europy biorące udział w badaniu, przy działaniach minimalizujących środowiskowy wpływ firm można wskazać na następującą tendencję: dojrzały przedsiębiorcy częściej niż młodzi deklarowali podejmowanie w biznesowych działaniach aktywności prośrodowiskowych⁵⁵. Patrząc natomiast na działania maksymalizujące społeczny wpływ takiej tendencji, nie widać – w niektórych krajach Europy częściej taką aktywność deklarowali młodzi przedsiębiorcy, a w innych – dojrzały⁵⁶.

⁵⁵ Wyjątek stanowią: Rumunia, Litwa i Słowacja, w przypadku których takie zachowania były deklarowane częściej przez młodych niż dojrzałych przedsiębiorców.

⁵⁶ W 11 na 21 krajów Europy (kolejno wg odsetków: Polska, Wielka Brytania, Niemcy, Luksemburg, Chorwacja, Cypr, Holandia, Słowenia, Francja, Łotwa, Estonia), w których prowadzone było badanie w 2025 r., działania maksymalizujące społeczne oddziaływanie firmy częściej deklarowali dojrzały przedsiębiorcy niż młodzi.

Podobnie jak w przypadku rozważania społecznych i środowiskowych skutków działania firm, przy deklarowanej podejmowanej aktywności, wzrost zamożności oznacza mniejszy udział przedsiębiorców podejmujących aktywności prospołeczne lub prośrodowiskowe.

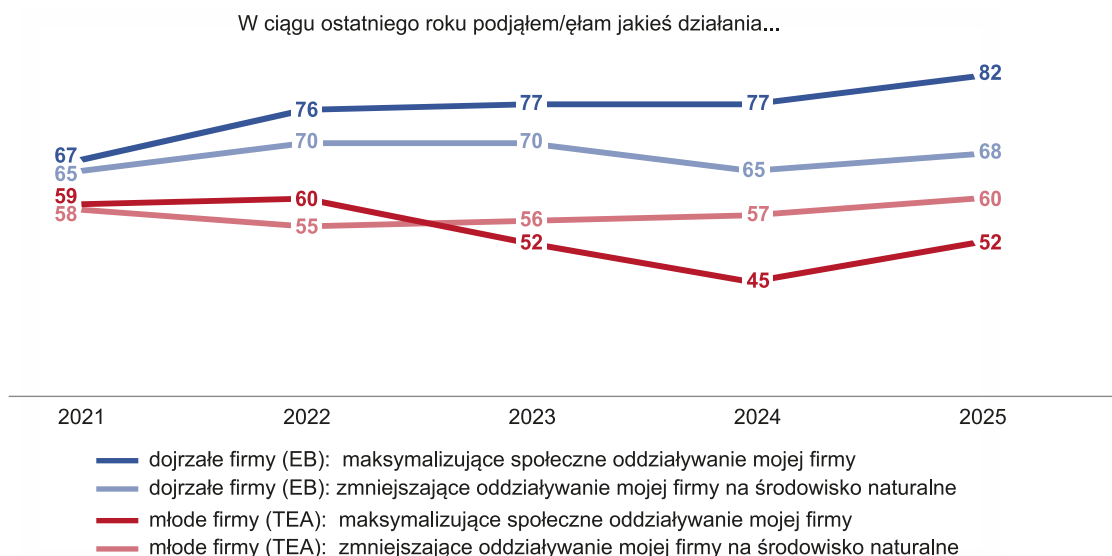
Wykres 1.25. Podejmowanie aktywności maksymalizujących oddziaływanie społeczne i minimalizujących oddziaływanie środowiskowe (% młodych firm i % dojrzałych firm)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Patrząc na zmianę deklaracji podejmowania aktywności maksymalizujących oddziaływanie społeczne lub minimalizujących oddziaływanie środowiskowe w czasie, można odnotować pozytywny zwrot w stosunku do wyników z poprzedniej edycji. Zarówno w przypadku przedsiębiorców działających na rynku co najwyżej 3,5 roku, jak i w przypadku przedsiębiorców działających co najmniej 3,5 roku w obu kwestiach udziały w 2025 roku są wyższe niż rok wcześniej. Warto jednak podkreślić, że te zmiany „in plus” to częściowo też powrót do wyników z lat, w których świadomość konieczności działania była wyższa – wśród młodych przedsiębiorców w kwestii społecznego oddziaływania w latach 2021 i 2022 czy wśród dojrzałych w kwestiach środowiskowych w latach 2022 i 2023. Co więcej, w przypadku dojrzałych przedsiębiorców odsetek deklarujących podejmowanie działań maksymalizujących społeczne oddziaływanie firmy przekroczył w 2025 r. po raz pierwszy 80%, a w przypadku młodych przedsiębiorców minimalizujących środowiskowy wpływ firmy – osiągnął 60%. Oba wyniki są najwyższymi od początku pomiaru tych kwestii, czyli od 2021 r.

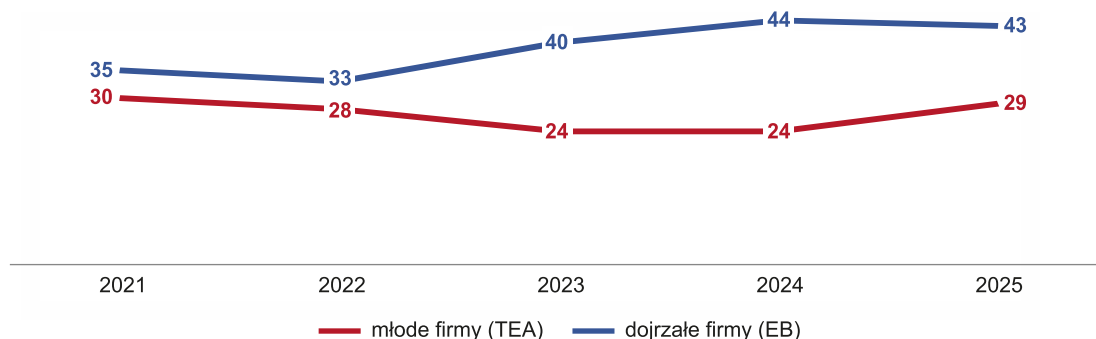
Wykres 1.26. Podejmowanie aktywności maksymalizujących oddziaływanie społeczne oraz podejmowanie aktywności minimalizujących oddziaływanie środowiskowe w latach 2021–2025 (% młodych firm i % dojrzałych firm)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Wydaje się, że jeszcze bardziej ekstremalną deklaracją „pro” jest deklaracja przedkładania wpływu społecznego czy środowiskowego ponad zyskowność i wzrost firmy. Ta idea zakłada rezygnację z profitu przedsiębiorcy na rzecz czegoś, co potencjalnie może dopiero w przyszłości przynieść korzyść przedsiębiorcy, choć niekoniecznie. **Deklarowaną skłonność do przedkładania celów społecznych i/lub środowiskowych ponad wzrost lub zyskowność własnej firmy odnotowano w przypadku niemal 30% młodych firm (działających co najwyżej 3,5 roku na rynku) i prawie 45% firm dojrzałych (co najmniej 3,5 roku działalności) przedsiębiorców z Polski.** W przypadku młodych firm, obserwowany jest wzrost odsetka przedsiębiorców gotowych do zrzeczenia się części własnych zysków w imię potrzeb społecznych/środowiskowych w 2025 r. do poziomu obserwowanego w latach 2021–2022, co jednocześnie oznacza wzrost w odniesieniu do dwóch minionych lat. Obserwowane zmiany zmniejszyły dystans między obiema grupami.

Wykres 1.27. Skłonność do przedkładania społecznego/środowiskowego wpływu działania firmy ponad jej zyskowność i wzrost w latach 2021–2025 (% młodych firm i % dojrzałych firm)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Wskaźnik zakładający przyjęcie zrównoważonego rozwoju za fundament długoterminowej strategii to kolejny raz jedyny wskaźnik spośród analizowanych w tym podrozdziale, w przypadku którego dane opisujące polskich przedsiębiorców prezentują się gorzej od uśrednionego wyniku dla przedsiębiorców z analizowanych krajów Europy⁵⁷. **Średnio mniej więcej co drugi przedsiębiorca w Europie stawia realizację celów społecznych i/lub środowiskowych ponad wzrost lub zyskowność własnej firmy (młode firmy: 53%, dojrzałe firmy: 50%).** Liderami, w obu analizowanych grupach, są przedsiębiorcy z Wielkiej Brytanii (kolejno: 78% i 72%). **Niezależnie od długości funkcjonowania na rynku, w krajach bardziej zamożnych przedsiębiorcy rzadziej wskazują na gotowość przedkładania działań środowiskowych/społecznych ponad zysk/rozwój firmy (55–57% w krajach o wysokim dochodzie vs. 66–68% w krajach o średnim dochodzie).**

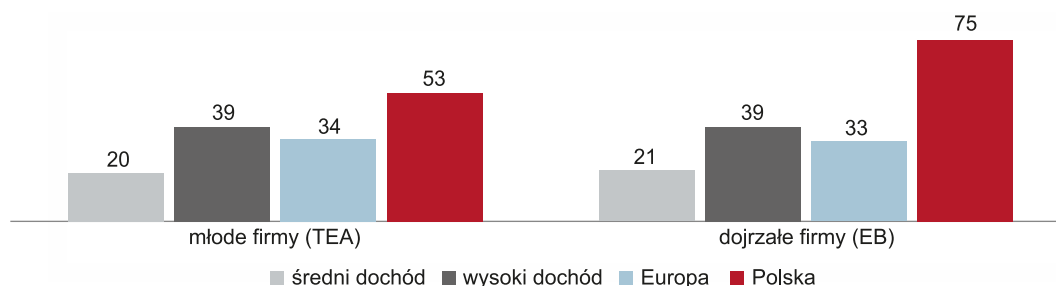
W badaniu GEM przedsiębiorcy pytani są o znajomość 17 Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ (tzw. SDGs – *Sustainable Development Goals*)⁵⁸. W Polsce, **znajomość celów z Agendy 2030 na rzecz zrównoważonego rozwoju deklaruje mniej więcej co drugi młody**

⁵⁷ Co więcej, Polska zajmuje ostatnie miejsce w rankingu krajów Europy biorących udział w badaniu w grupie młodych przedsiębiorców. W grupie dojrzałych przedsiębiorców, w której wynik dla Polski jest bliższy średniej dla Europy, zajmuje piąte miejsce od końca.

⁵⁸ Pytanie opcjonalne wskazujące na deklarowaną ogólną znajomość Agendy bez możliwości oceny stopnia zaznajomienia z zapisami. W roku 2025 pytanie zostało uwzględnione przez 16 z 21 krajów Europy, które wzięły udział w badaniu.

przedsiębiorca i trzech na czterech dojrzałych przedsiębiorców⁵⁹. Nieustająco, średnia dla Polski jest zdecydowanie wyższa niż średnia dla krajów europejskich pochylających się nad tą kwestią w badaniu – w Europie średnio co trzeci przedsiębiorca deklaruje znajomość SDGs⁶⁰. **Niezależnie od czasu działania firm na rynku, przedsiębiorcy z krajów o wysokich dochodach znacznie częściej niż z krajów o średnich dochodach deklarują znajomość SDGs.**

Wykres 1.28. Znajomość 17 Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ – Agenda 2030 na rzecz zrównoważonego rozwoju (% młodych firm i % dojrzałych firm)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Polscy przedsiębiorcy wciąż wypadają pozytywnie – na tle Europy – w zakresie odpowiedzialności społecznej i środowiskowej, na co wskazują deklaracje odnośnie do uwzględniania kwestii społeczno-środowiskowych w decyzjach biznesowych i zaangażowania „pro”, natomiast prawdziwa przewaga pojawi się, gdy te deklaracje zostaną przełożone na mierzalne działania. Dodatkowo, aby przedsiębiorcy rzeczywiście byli gotowi przedkładać działania prospołeczne czy prośrodowiskowe ponad swoje zyski, konieczne jest, aby włączyli te elementy do strategii działania, a nie traktowali jako swojego rodzaju dodatek wizerunkowy.

⁵⁹ W przypadku dojrzałych firm obserwuje się więc dalszy wzrost świadomości istnienia 17 Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ (kolejno: 60% w 2022 r., 67% w 2023 r. i 71% w 2024 r.), a w przypadku młodych firm – ponowny wzrost przewyższający wcześniejsze wyniki (kolejno: 43% w 2022 r., 47% w 2023 r. i 44% w 2024 r.).

⁶⁰ Wśród trzech krajów z Europy z największym udziałem świadomych celów SDGs przedsiębiorców (oprócz Polski) są: Norwegia (po 59% w grupie młodych i dojrzałych) i Hiszpania (młodzi: 56% i dojrzały: 51%).

1.8. Ucyfrowienie przedsiębiorstw

Temat digitalizacji przedsiębiorstw na dobre wpisał się w zakres badania GEM, choć obecnie zadawane pytania pozwalają jedynie go dotknąć⁶¹, a nieobligatoryjny charakter tej części badania powoduje, że nie we wszystkich aspektach możliwe jest porównanie ze wszystkimi krajami europejskimi biorącymi udział w danej edycji.

W Polsce, bardziej doświadczeni w prowadzeniu firmy przedsiębiorcy (działający na rynku co najmniej 3,5 roku) wydają się mieć wyraźniej sprecyzowane preferencje dotyczące form komunikacji biznesowej. **Najczęściej i zdecydowanie częściej niż młodzi przedsiębiorcy** (prowadzący biznes nie dłużej niż 3,5 roku) **w codziennych działaniach biznesowych stawiają na kontakt e-mailowy**. Wciąż⁶² niemal 3 na 5 z nich postrzega **wykorzystanie komunikacji mailowej** w kontakcie z klientami bądź pracownikami jako bardzo ważne dla codziennego działania (vs. 43% młodych przedsiębiorców; mimo że udział ten jest znacznie niższy, jest to najczęściej wskazywana forma komunikacji także w tej grupie)⁶³, a blisko co drugi (48%) uważa za bardzo ważny **e-mail marketing** skierowany do klientów⁶⁴ (narzędzie to – wymagające posiadanie chociażby podstawowej bazy klientów i pewnej strategii działania – wciąż jest najrzadziej postrzegane przez młodych przedsiębiorców jako bardzo ważne (28% wskazań)). **Krócej działający na rynku przedsiębiorcy, niemal równie często co na bardzo duże znaczenie mediów społecznościowych, tj. Facebook, Instagram**

⁶¹ Pierwotnie – w związku ze zmianami wywołanymi pandemią COVID-19 – do zakresu tematycznego badania przeprowadzonego w 2021 r. włączono jedynie pytanie o spodziewane wykorzystanie technologii cyfrowych w celu sprzedaży dóbr lub usług w nadchodzącym półroczu. W badaniu realizowanym w 2024 r. pogłębiono zagadnienie, pytając o znaczenie wykorzystania form komunikacji internetowej w codziennej działalności biznesowej i znaczenie wybranych narzędzi cyfrowych dla realizacji określonego modelu biznesowego i strategii firmy. Rozszerzenie zakresu jest stopniowe i wprowadzane na tyle, na ile możliwa jest jego implementacja w tak wieloaspektowym badaniu.

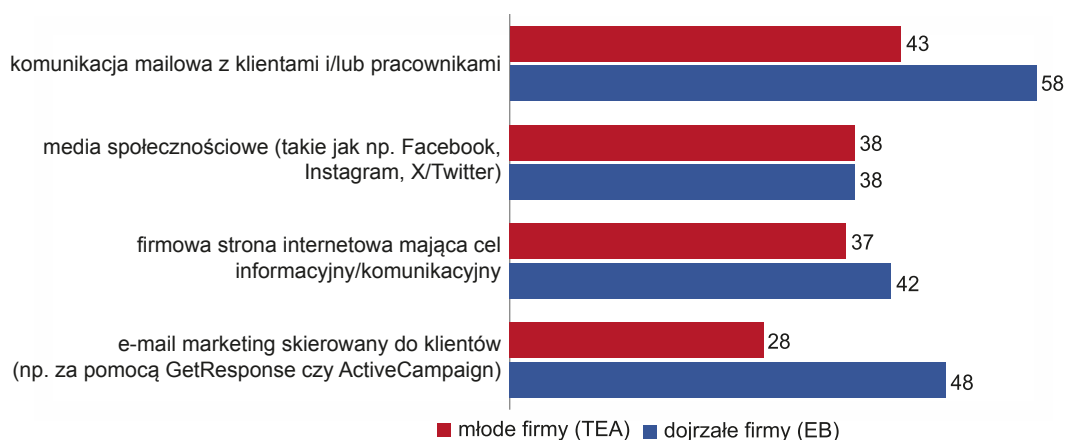
⁶² Wyniki dla grupy dojrzałych przedsiębiorców są zbliżone do obserwowanych w ubiegłym roku.

⁶³ Wśród młodych przedsiębiorców z Europy (w 14 na 21 uczestniczących w badaniu krajach Europy zadających to pytanie w badaniu w 2025 r.) najwyższy udział uważających mailowy kontakt z klientami bądź pracownikami za bardzo ważny odnotowano w Rumunii (73% wskazań), a w grupie dojrzałych przedsiębiorców – na Słowenii (75%).

⁶⁴ Wynik dla Polski, obok analogicznego wyniku obserwowanego w Rumunii, jest najwyższym wśród krajów Europy, dla których dostępne są dane. Co więcej, jedynie w Polsce przekonanie dot. bardzo dużego znaczenia e-mail marketingu jest bardziej popularne wśród przedstawicieli dojrzałych firm niż wśród młodych firm.

czy X/Twitter⁶⁵, wskazują na firmową stronę internetową (kolejno: 38% i 37%)⁶⁶. Tak więc, młodzi przedsiębiorcy z jednej strony cenią narzędzia (często w formie aplikacji) budujące relacje przez ciągłe zaangażowanie odbiorcy i umożliwiające szybką odpowiedź na trendy rynkowe, a z drugiej: podstawowe, niemal tradycyjne już w wirtualnym świecie, narzędzie komunikujące o działalności firmy, ale też umożliwiające składanie zamówień, a więc odbierające efekt oddziaływania social mediów.

Wykres 1.29. Znaczenie wybranych form komunikacji internetowej dla codziennej działalności biznesowej – postrzeganie danych form jako bardzo ważne w 2025 r. (% młodych firm i % dojrzałych firm)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Każda z wymienionych możliwości: **korzystanie z usług przetwarzania w chmurze (niebędących analityką danych) oraz posiadanie strony internetowej pozwalającej na e-handel jest postrzegana przez około 3 na 10 dojrzałych przedsiębiorców z Polski**

⁶⁵ W niemal wszystkich państwach Europy (w 15 na 21) odsetek postrzegających media społecznościowe za bardzo ważną formę komunikacji w codziennych działaniach firmy jest wyższy wśród młodych przedsiębiorców niż wśród dojrzałych (na Węgrzech nawet dwukrotnie wyższy: 64% vs. 30%). Wyjątek stanowi Polska (równe odsetki w obu grupach) i Niemcy (kolejno: 19% w przypadku młodych i 20% w przypadku dojrzałych przedsiębiorców).

⁶⁶ Zrównanie odsetków w przypadku tych wskazań to efekt rzadszego – w porównaniu do poprzedniej edycji – wskazywania na media społecznościowe jako na narzędzia bardzo ważne i równocześnie częstszego wskazywania na istotę firmowej strony internetowej. Chociaż te ostatnie – mimo wzrostu popularności – nie są tak często wskazywane przez młodych przedsiębiorców z Polski jak w przypadku innych biorących udział w badaniu krajów Europy, w których zapytano o ten element w 2025 r.

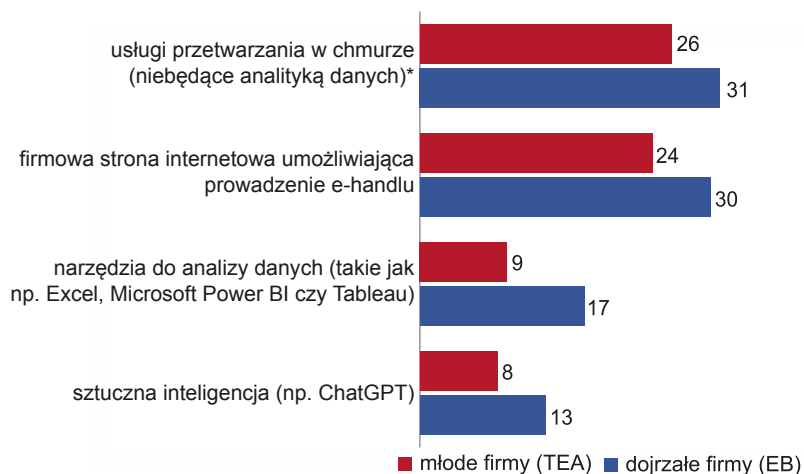
(prowadzących firmę co najmniej 3,5 roku) i **mniej więcej co czwartego młodego przedsiębiorcę** (będącego na rynku nie więcej niż 3,5 roku) **jako bardzo ważna dla realizacji celów strategicznych firmy**⁶⁷. Dojrzałym przedsiębiorcom wciąż dwukrotnie częściej niż młodzi wskazywali na bardzo duże – dla realizacji modelu biznesowego czy strategii firmy – znaczenie narzędzi do analizy danych (kolejno: 17% i 9%⁶⁸). Jest to odwrotna tendencja niż obserwowana w większości krajów europejskich, w których jednak młode przedsiębiorstwa częściej niż dojrzałe widzą istotność narzędzi analitycznych (Polska jest jednym z 5 na 21 krajów, w których jest inaczej). Dystans między obiema grupami w przypadku postrzeganej ważności narzędzi sztucznej inteligencji zmniejszył się (kolejno: 13% i 8%) za sprawą delikatnego otwarcia się młodych firm na AI⁶⁹. Znaczenie zaawansowanych technologii (analityki danych czy AI) jest wciąż niszowe.

⁶⁷ Jedynie w Polsce na bardzo dużą wagę firmowych stron internetowych umożliwiających e-handel częściej wskazują dojrzałym przedsiębiorcom niż młodzi. W przypadku „przetwarzania w chmurze” Polska nie jest odosobniona, ale jest w mniejszości krajów Europy, gdzie ta tendencja jest analogiczna. Również: na Słowenii, w Luksemburgu, w Wielkiej Brytanii i na Litwie udział dojrzałych przedsiębiorców postrzegających przetwarzanie w chmurze jako bardzo ważne narzędzie cyfrowe dla realizacji celów biznesowych i strategicznych jest wyższy niż firm młodych.

⁶⁸ Wynik młodych przedsiębiorstw jest zaskakująco niski na tle 20 pozostałych państw Europy biorących udział w badaniu. W żadnym innym kraju wartość nie jest jednocyfrowa – zakres waha się od 24% do 55%.

⁶⁹ Podobnie jak w przypadku ważności wykorzystania narzędzi do analizy danych, w przypadku narzędzi AI obserwowany wynik dla młodych przedsiębiorców z Polski również negatywnie wyróżnia się na tle krajów Europy uczestniczących w badaniu. Jednak zakres dla pozostałych krajów jest bardziej rozproszony – od 15% do 49%. Drugim krajem po Polsce, w którym najrzadziej narzędzia AI są postrzegane przez młodych i dojrzałych przedsiębiorców jako bardzo ważne jest Finlandia (kolejno: 15% i 10%).

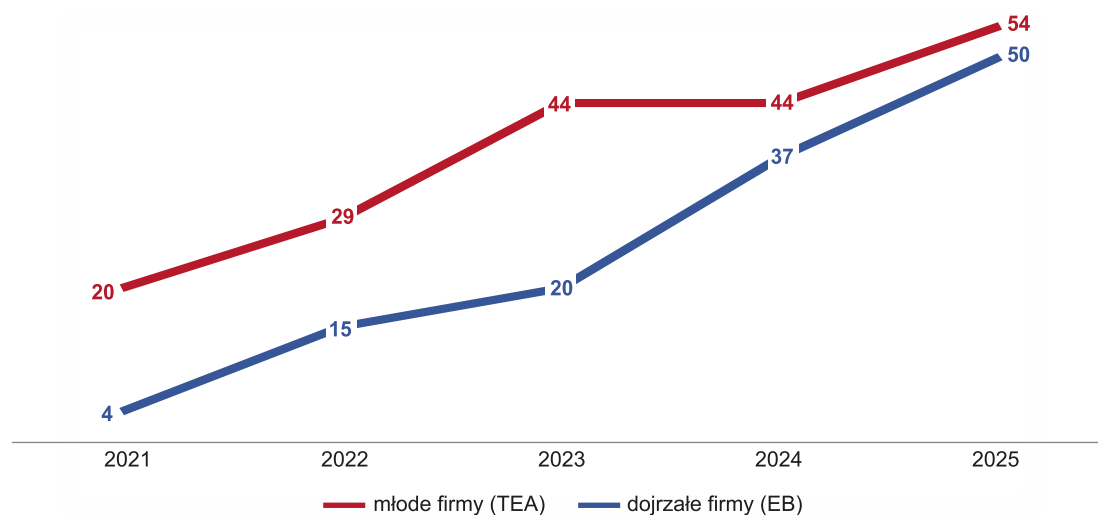
Wykres 1.30. Znaczenie wybranych narzędzi cyfrowych dla realizacji modelu biznesowego i strategii firmy – postrzeganie danych form jako bardzo ważne w 2025 r. (% młodych i % dojrzałych firm)



* tj. przechowywanie plików czy zarządzanie nimi (np. Dropbox), video konferencje (np. Zoom), zarządzanie pracą (np. Asana), księgowość (np. xero) czy zarządzanie relacjami z klientami (np. Salesforce)
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Analizując otwartość polskich przedsiębiorców na kwestię ucyfrowienia, należy zwrócić uwagę na spodziewane zwiększenie wykorzystania technologii cyfrowych w celach sprzedażowych w półroczu następującym po przeprowadzeniu badania. **Co drugi polski przedsiębiorca (niezależnie od czasu działania na rynku) jest otwarty na digitalizację w tym zakresie.** Niemal zrównanie udziałów w obu grupach to przede wszystkim efekt – obserwowanego od drugiego pomiaru tych przewidywań w badaniu GEM (tj. od 2022 r.) – konsekwentnie rosnącego trendu w przypadku dojrzałych przedsiębiorców (będących co najmniej 3,5 roku na rynku), w którym na przestrzeni ostatnich dwóch lat udział zwiększył się o 2,5 raza oraz startujących z wyższego pułapu przy równoczesnym wolniejszym przyrastaniu udziałów młodych przedsiębiorców.

Wykres 1.31. Przedsiębiorcy w Polsce, którzy spodziewają się zwiększonego wykorzystania technologii cyfrowych w celu sprzedaży produktów lub usług w firmie w ciągu kolejnych 6 miesięcy w latach 2021–2025 (% młodych firm i % dojrzałych firm)



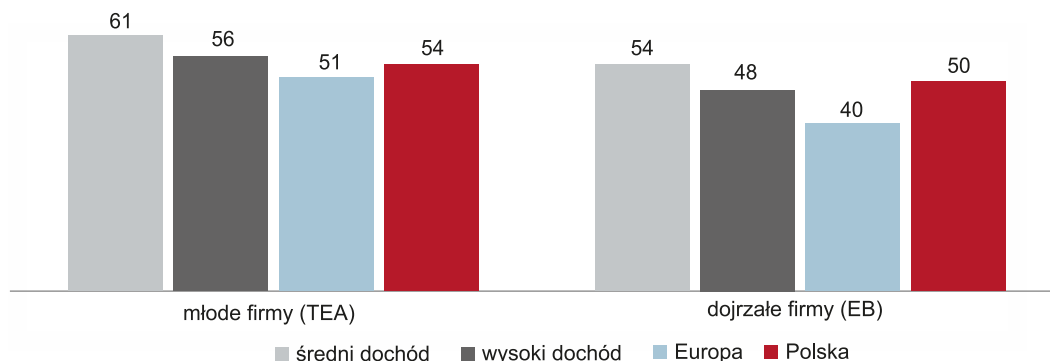
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Wzrost otwartości w Polsce na ucyfrowienie w celach sprzedażowych powoduje, że zarówno w przypadku właścicieli młodych firm, jak i w przypadku dojrzałych firm wynik dla Polski plasuje się powyżej średniej dla Europy. W przypadku firm działających powyżej 3,5 roku tylko w dwóch krajach Europy odsetek firm mających plany zwiększenia wykorzystania technologii cyfrowej jest wyższy niż w Polsce⁷⁰, a w przypadku firm działających mniej niż 3,5 roku – w 8 krajach⁷¹.

⁷⁰ Wielka Brytania: 69%; Niemcy 63%.

⁷¹ Wielka Brytania: 70%, Włochy: 63%, Łotwa: 59%, Niemcy: 57%, Cypr: 57%, Luksemburg: 54%, Słowacja: 54%, Hiszpania: 54%.

Wykres 1.32. Przedsiębiorcy w Polsce na tle średniej dla Europy oraz grup gospodarek według poziomu dochodu, 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.

Tegoroczne wyniki dla Polski – zarówno trendy dotyczące młodych i dojrzałych przedsiębiorców, jak i porównanie do średniej europejskiej – wskazują na zdecydowany rozwój, jeżeli chodzi o stosowanie technologii cyfrowych w sprzedaży produktów i/lub usług i jednocześnie pozostawiają z refleksją na temat tendencji i tempa zmian w przyszłości.

1.9. AI w firmach – nadzieje i obawy

Według deklaracji właścicieli młodych i dojrzałych przedsiębiorstw w Polsce **narzędzia sztucznej inteligencji są ważnym elementem realizacji modelu biznesowego i strategii dla 21%⁷² z nich (twierdzi tak 8% właścicieli młodych firm, będących na rynku do 3,5 roku i 13,3% – dojrzałych, operujących dłużej). W porównaniu z poprzednią edycją w 2025 r. przybyło przedsiębiorstw traktujących AI jako istotny filar ich działalności i rozwoju (o 2,3 p.p., przede wszystkim za sprawą młodych podmiotów, dla których wskaźnik w 2024 r. wyniósł 6%, a dla dojrzałych – 13%).**

Na tle wszystkich 48 państw świata, które wzięły udział w badaniach GEM w 2025 r., wyniki dla Polski są znacząco różne. **Po pierwsze, zainteresowanie technologiami AI ze strony**

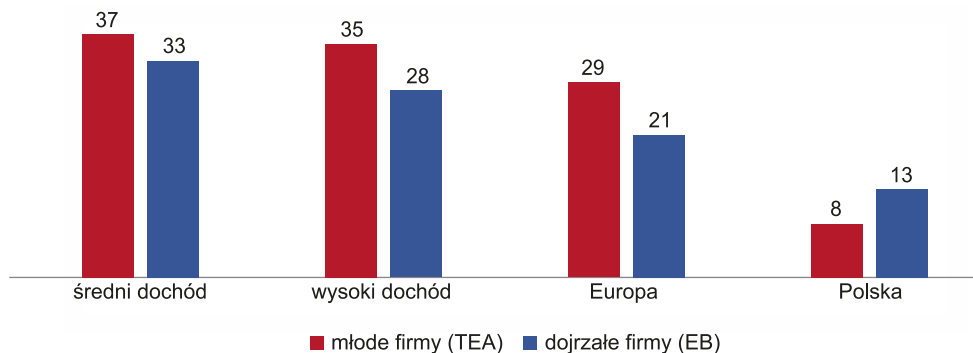
⁷² Trzeba pamiętać, że ta sama osoba może być właścicielem dwóch lub więcej firm, w tym firmy młodej (działającej do 3,5 roku) i dojrzałej (ponad 3,5 roku na rynku).

rodzimych przedsiębiorców, szczególnie tych krócej aktywnych na rynku, jest relatywnie rzadkie. Wynik uzyskany przez młode firmy plasuje Polskę na ostatnim miejscu, natomiast wynik osiągnięty przez firmy dojrzałe lokuje ją na miejscu 3. od końca – przed Szwecją (7,5%) i Finlandią (10%). Najwyższe odsetki młodych przedsiębiorców, którzy przyznają, że AI jest bardzo ważna w ich modelu biznesowym i strategii, notowane są w Katarze (66%) i Zjednoczonych Emiratach Arabskich (61%) oraz w Brazylii (55%). Ten sam wskaźnik dla dojrzałych firm mieści się w podobnym zakresie jak w przypadku młodych podmiotów – od 7,5% (dla Szwecji) do 67% (Zjednoczone Emiraty Arabskie). **Po drugie, w Polsce dojrzałe firmy są znacznie bardziej otwarte na uwzględnianie AI w swoich modelach biznesowych niż młode.** W większości państw jest odwrotnie⁷³, to młode firmy częściej stawiają na AI niż dojrzałe. Największa dysproporcja między młodymi a dojrzałymi podmiotami w tym obszarze występuje na Tajwanie (47,1% – młode, 25,5% – dojrzałe).

Wyniki dla Polski odbiegają od średniej europejskiej, ale także od uśrednionych wyników państw najbogatszych, do których należy nasz kraj i średniozamożnych – zarówno pod względem poziomu deklarowanej integracji AI z modelem działania, jak i zainteresowania podmiotów relatywnie nowych na rynku vs. doświadczonych. Ogólnie widać też, że w grupie państw średniozamożnych zainteresowanie tą technologią jest wyższe wśród dojrzałych firm w porównaniu do pozostałych grup, a przez to bliższe poziomowi deklarowanemu przez firmy młode.

⁷³ Tylko w 10 (w tym tylko w dwóch europejskich) na 48 państw to dojrzałe firmy częściej niż młode uwzględniają AI w swoich modelach biznesowych i strategiach. Zaczynając od państw z największą różnicą, są to: Indie (8,4 p.p. przewagi), Angola (8,3 p.p.), Wenezuela (7,6 p.p.), Zjednoczone Emiraty Arabskie (6,6 p.p.), Meksyk (5,5 p.p.), Polska (5,3 p.p.), Portoryko (4,9 p.p.), Oman (4,3 p.p.), Bahrajn (1,5 p.p.) i Holandia (1 p.p.).

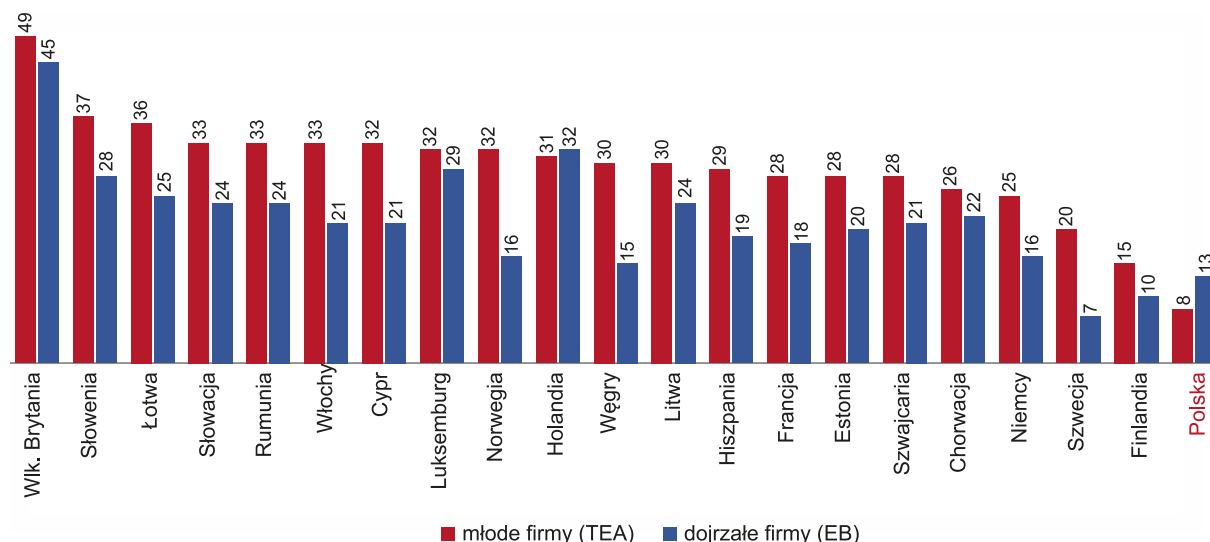
Wykres 1.33. Przedsiębiorcy w Polsce na tle średniej dla Europy oraz grup państw według poziomu dochodu, uznających narzędzia AI za bardzo ważne w realizacji ich modelu biznesowego i strategii w 2025 r. (% młodych firm i % dojrzałych firm)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Dane dla 19 z 21 państw Europy potwierdzają wyżej odnotowany schemat większej otwartości młodych firm na AI niż dojrzałych. Najmocniej jest to widoczne w Norwegii i na Węgrzech, gdzie na jedną dojrzałą firmę, uznającą narzędzia AI za bardzo ważne dla jej modelu biznesowego i strategii, przypadają dwie młode. Jedynie w Polsce i Holandii częściej na AI stawiają dojrzałe podmioty (przy czym w Holandii różnica jest nieznaczna – 1 p.p.). Liderem Europy pod względem właścicieli przedsiębiorstw traktujących AI jako kluczowy element rozwoju ich działalności (niezależnie od czasu aktywności na rynku) jest Wielka Brytania. Ranking dla grupy młodych firm zamyka wspomniana już Polska, a dojrzałych – Szwecja. Będąc jeszcze przy Polsce trzeba zauważyć, że choć wyraźnie odstajemy od innych państw pod względem wskaźnika młodych firm uznających AI za bardzo ważne dla ich rozwoju (wynik następującej po nas Finlandii jest 2 razy wyższy, a trzecich w kolejności Niemiec – 3 razy), to sytuacja nasza wygląda korzystniej jeśli chodzi o udział firm dojrzałych i ich angażowanie nowej technologii. Relatywnie bliskie polskim wyniki mają Węgry, Niemcy i Norwegia.

Wykres 1.34. Udział firm w państwach Europy, uznających AI za bardzo ważne w realizacji ich modelu biznesowego i strategii w 2025 r. (% młodych firm i % dojrzałych firm)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Choć właściciele polskich przedsiębiorstw przyjmują obecnie dość zachowawcze podejście do AI w porównaniu z przedsiębiorcami z innych państw Europy i świata, widać niewielką zmianę tego nastawienia. Tak jak wspomniano, przybyło właścicieli przedsiębiorstw, szczególnie młodych, traktujących narzędzia AI jako element ich strategii biznesowej (o 2 p.p.), zwiększył się też udział przekonanych o ważności tych narzędzi w bliskiej przyszłości. **Obecnie 11% właścicieli młodych firm i 16% dojrzałych jest zdania, że narzędzia sztucznej inteligencji będą bardzo ważne dla realizacji modelu biznesowego i strategii ich firmy w ciągu najbliższych trzech lat (wzrost o odpowiednio 3 p.p. i 1 p.p.).**

W analizie przyczyn tego zjawiska pomocne są informacje na temat oczekiwań ogółu przedsiębiorców⁷⁴ co do pozytywnych i negatywnych skutków, jakie mogłyby wystąpić przy wdrażaniu AI w ich firmach. **Polscy przedsiębiorcy (młodzi i dojrzały) po stronie wyzwań wskazują najczęściej: opór pracowników (po 15%) oraz dylematy etyczne związane ze stosowaniem AI w procesach podejmowania decyzji (15%, 14%).** Rządziej spodziewają się wzrostu kosztów i wyzwań związanych z samych wdrożeniem, niechęci ze strony klientów czy wyzwań związanych z bezpieczeństwem danych i ochroną prywatności. Przy tym warto odnotować, że dojrzałe firmy znacznie częściej niż młode wskazują na problem

⁷⁴ Ogółu, również tych, którzy nie uznają AI za kluczowy element swojego modelu biznesowego/strategii.

odpowiedniego zabezpieczenia danych, a także nieco częściej – na obawy o niechęć klientów do nowej technologii.

Wykres 1.35. Oczekiwania przedsiębiorców w Polsce dotyczące pozytywnych i negatywnych efektów, jakie mogłyby wystąpić przy wdrażaniu AI w ich firmach (% młodych/dojrzałych firm)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Jeśli chodzi o oczekiwane korzyści, właściciele młodych firm w Polsce wskazują na kwestie ekonomiczne: usprawnienie zarządzania ryzykiem (13%), lepsza personalizacja oferty i wzrost przychodów (po 11%). Dojrzałe firmy wskazują na te same aspekty, przy czym w pierwszej kolejności na poprawę personalizacji oferty (13%). Mniej przedsiębiorców (młodych i dojrzałych) widzi w AI wsparcie w zakresie działalności innowacyjnej czy zwiększenia produktywności i wydajności procesów w firmie.

W porównaniu z wynikami z 2024 r. w 2025 r. nastąpiły niewielkie zmiany w zakresie oczekiwań polskich przedsiębiorców wobec AI. Nieco częściej (przy czym jest to zmiana o maks. 1–2 p.p.) zarówno na trzy podstawowe wyzwania i korzyści wskazują właściciele młodych firm. Z kolei wskazania osób prowadzących dojrzałe podmioty nie zmieniły się bądź w większości są śladowo rzadsze (różnice ok. 1 p.p.). Jedyne większe zmiany (po 2 p.p.) dotyczą: wzrostu liczby odpowiedzi na oczekiwany wzrost przychodów za sprawą AI, a po stronie negatywów na: opór klientów, wzrost kosztów i wyzwania przy wdrożeniu.

W Europie struktura oczekiwanych wyzwań związanych z wdrażaniem AI w firmach jest nieco inna, dodatkowo poziom wskazań na każdy z nich jest wielokrotnie wyższy niż w Polsce. **Europejscy przedsiębiorcy obawiają się przede wszystkim wyzwań związanych z bezpieczeństwem danych** (średnio po 42% młodych firm i dojrzałych wskazało na ten aspekt), konieczność rozwiązania dylematów etycznych związanych z wykorzystaniem AI w procesach decyzyjnych oraz wzrostu kosztów i wyzwań wdrożeniowych.

Trzeba zauważyć, że konieczność zapewnienia bezpieczeństwa danych i prywatności przy stosowaniu AI jest wyzwaniem najczęściej wskazywanym przez przedsiębiorców we wszystkich grupach państw, przede wszystkim w grupie państw średniozamożnych. Relatywnie często dostrzega się też problem finansowy oraz kwestie etyczne.

Tabela 1.5. Oczekiwania przedsiębiorców w Polsce na tle średniej dla Europy oraz grup państw według poziomu dochodu dotyczące **negatywnych efektów**, jakie mogłyby wystąpić przy wdrażaniu AI w ich firmach (% młodych/dojrzałych firm)

Grupa państw	Obawy dotyczące bezpieczeństwa danych i prywatności	Wzrost kosztów i wyzwania wdrożeniowe	Opór pracowników	Dylematy etyczne dot. używania AI do podejmowania decyzji	Nieufność klientów
MŁODE FIRMY					
Państwa o średnim dochodzie	47	39	31	35	35
Państwa o wysokim dochodzie	44	33	25	33	30
Europa	41	30	23	30	28
Polska	2	10	15	15	7
DOJRZAŁE FIRMY					
Państwa o średnim dochodzie	46	38	28	34	32
Państwa o wysokim dochodzie	45	33	26	32	29
Europa	42	30	23	30	24
Polska	6	10	15	14	10

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Polscy przedsiębiorcy różnią się także od europejskich i należących do pozostałych grup w zakresie oczekiwanych korzyści z wdrożenia AI. Po pierwsze dlatego, że przedsiębiorcy z innych państw zdecydowanie częściej je wskazują. Po drugie, upatrują ich w poprawie produktywności i wydajności oraz rozwoju innowacyjnych produktów (obu elementach rzadko w Polsce wskazywanych) oraz poprawie personalizacji oferty skierowanej do klientów.

Tabela 1.6. Oczekiwania przedsiębiorców w Polsce na tle średniej dla Europy i grup państw według dochodu, dotyczące **pozytywnych efektów**, jakie mogłyby wystąpić przy wdrażaniu AI w ich firmach (% młodych/dojrzałych firm)

Grupa państw	Poprawa personalizacji oferty skierowanej do klientów	Wzrost produktywności i wydajności procesów bizn.	Rozwój innowacyjnych produktów i usług	Lepsze zarządzanie ryzykiem	Wzrost przychodów i rozwój biznesu
MŁODE FIRMY					
Państwa o średnim dochodzie	58	59	57	52	58
Państwa o wysokim dochodzie	48	52	47	40	43
Europa	43	49	43	36	37
Polska	11	2	5	13	11
DOJRZAŁE FIRMY					
Państwa o średnim dochodzie	51	53	51	46	51
Państwa o wysokim dochodzie	40	44	41	35	37
Europa	33	41	36	30	30
Polska	13	5	8	9	10

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Podsumowując, polskie firmy, zwłaszcza młode (obecne na rynku do 3,5 roku), rzadziej niż europejskie opierają swoje modele biznesowe na narzędziach AI, co po części wynika z potrzeb ekonomicznych i obaw o czynniki wewnętrzne niż technologiczne. Wydaje się też, że świadomość korzyści polskich firm nt. możliwości, jakie daje AI, wciąż jest niewystarczająca, choć widać pewne zmiany. Najnowsze wyniki pokazują pewną zmianę w postrzeganiu AI – nieco więcej właścicieli firm, szczególnie młodych, chce wokół niej budować swój byt i przyszłość. Tym bardziej warto obserwować zmiany w kolejnych latach w ramach badania GEM, a także śledzić inne źródła.

2. Ekspercka ocena warunków funkcjonowania i rozwoju firm w Polsce

Istotnym elementem projektu GEM jest ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości. Dokonywana jest ona w badaniu jakościowym (ang. *National Expert Survey – NES*), w ramach którego przynajmniej 36 ekspertów z każdego z państw⁷⁵ uczestniczących w danym cyklu badań, analizuje 16 obszarów⁷⁶ wpływających na funkcjonowania nowych i rozwijających się przedsiębiorstw. Wśród nich jest 13 obszarów monitorowanych na stałe w GEM (Tabela 2.1) oraz tematy relatywnie nowe:

- **zrównoważony rozwój** (od 2022 r.),
- **przedsiębiorczość kobiet** (na stałe od 2023 r.)⁷⁷,
- **sztuczna inteligencja** (od 2024 r.).

⁷⁵ Zestawienie państw biorących udział w badaniu GEM przedstawiono w Aneksie metodologicznym do niniejszego raportu, w tabeli A.1.

⁷⁶ W każdym z obszarów znajduje się 3–8 stwierdzeń, ocenianych przez każdego z ekspertów przy użyciu skali od 0 do 10, gdzie 0 oznacza zdecydowanie się nie zgadzam, a 10 – zdecydowanie się zgadzam. Wszystkie stwierdzenia mają wydźwięk pozytywny tzn. stwierdzają, że dany aspekt ma w Polsce korzystny wpływ na przedsiębiorczość, zatem im więcej punktów przyznano w danym obszarze, tym lepiej oceniono sytuację. Następnie, dla danych stwierdzeń policzono średnie dla odpowiedzi wszystkich ekspertów. Im wyższa wartość średniej, tym lepiej oceniono dany aspekt. W dalszej kolejności poszczególne stwierdzenia zagregowano do obszarów, dla których policzono średnie. W analizie zastosowano zarówno średnie wyniki dla poszczególnych stwierdzeń, jak też średnie dla obszarów.

⁷⁷ Obszar dotyczący przedsiębiorczości kobiet był też uwzględniany we wcześniejszych edycjach badania NES (np. w 2021 r.). Wówczas nie było to badanie cykliczne i obejmowało inne stwierdzenia niż włączone w 2023 r.

Tabela 2.1. Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości monitorowane systematycznie w NES

A1	Finansowanie przedsiębiorczości: czy jest wystarczająco dużo środków dla firm?
A2	Łatwość dostępu do finansowania: czy środki są łatwo dostępne?
B1	Polityka rządu — wsparcie i znaczenie przedsiębiorczości: czy polityka promuje i wspiera powstawanie i rozwój firm?
B2	Polityka rządu — podatki i biurokracja: czy nowe firmy nie są nadmiernie obciążone?
C	Rządowe programy przedsiębiorczości: czy dostępne są odpowiednie programy wsparcia?
D1	Edukacja przedsiębiorcza w szkole: czy szkoły wprowadzają wiedzę nt. przedsiębiorczości, rozwijają umiejętności w tym kierunku?
D2	Edukacja przedsiębiorcza po szkole: czy uczelnie i inne podmioty dostarczają wiedzy nt. przedsiębiorczości, dostępne są kursy i szkolenia?
E	Transfer badań i rozwoju: czy wyniki badań są łatwo wdrażane w biznesie?
F	Infrastruktura komercyjna: czy dostępne są wysokiej jakości i przystępne cenowo usługi (np. prawne, księgowe)?
G1	Łatwość wejścia na rynek – dynamika rynku: czy rynek jest wolny, otwarty na nowe przedsięwzięcia i rozwija się?
G2	Łatwość wejścia na rynek – regulacje: czy przepisy zachęcają do przedsiębiorczości, a nie ograniczają jej?
H	Infrastruktura fizyczna: czy jest dobrej jakości, dostępna i przystępna cenowo?
I	Normy społeczne i kulturowe: czy zachęcają do przedsiębiorczości i ją promują?

W niniejszym rozdziale przedstawiono wnioski z analizy wyników badania przeprowadzonego w połowie 2025 r. w 53 państwach świata⁷⁸, w tym w Polsce (z udziałem 41 ekspertów). Na jej potrzeby dane dla Polski zostały zestawione ze średnimi grupy 27 gospodarek o wysokich dochodach⁷⁹ oraz grupy 22 krajów europejskich⁸⁰ uczestniczących w badaniu, a ww. obszary zostały pogrupowane w cztery bloki reprezentujące szersze kategorie:

- **Szanse na start:** edukacja i szkolenia w zakresie przedsiębiorczości, otwartość rynku, finansowanie, infrastruktura komercyjna, usługowa i techniczna.
- **Polityka i wsparcie publiczne:** priorytety polityki publicznej w zakresie przedsiębiorczości, obciążenia związane z podatkami i regulacjami administracyjnymi, wsparcie publiczne dla przedsiębiorstw.

⁷⁸ Zestawienie państw biorących udział w badaniu GEM przedstawiono w Aneksie metodologicznym do niniejszego raportu, w tabeli A.1.

⁷⁹ Zgodnie z klasyfikacją GEM – gospodarki z poziomem PKB na mieszkańca przekraczającym 50 000 USD. W 2025 r. były to: Arabia Saudyjska, Austria, Bahrajn, Cypr, Finlandia, Francja, Hiszpania, Holandia, Izrael, Japonia, Kanada, Katar, Korea Południowa, Litwa, Luksemburg, Niemcy, Norwegia, Polska, Puerto Rico, Słowenia, Stany Zjednoczone, Szwajcaria, Szwecja, Tajwan, Wielka Brytania, Włochy, Zjednoczone Emiraty Arabskie.

⁸⁰ W 2025 r. – Austria, Chorwacja, Cypr, Estonia, Finlandia, Francja, Hiszpania, Holandia, Litwa, Luksemburg, Łotwa, Niemcy, Norwegia, Polska, Rumunia, Słowacja, Słowenia, Szwajcaria, Szwecja, Węgry, Wielka Brytania, Włochy.

- **Badania i rozwój:** badania i rozwój, transfer wiedzy i technologii.
- **Normy społeczno-kulturowe:** systemy wartości i normy społeczne.

Następnie przedstawiono wynik Polski na tle pozostałych państw mierzony syntetycznym wskaźnikiem przedsiębiorczości (NECI).

Ogólnie można powiedzieć, że – w opinii ekspertów – **w 2025 r. warunki do powstawania i rozwoju firm w Polsce nie były korzystne⁸¹, chociaż nieznacznie lepsze niż rok wcześniej.** Wskazuje na to wyższa ocena 11 z 13 analizowanych obszarów.

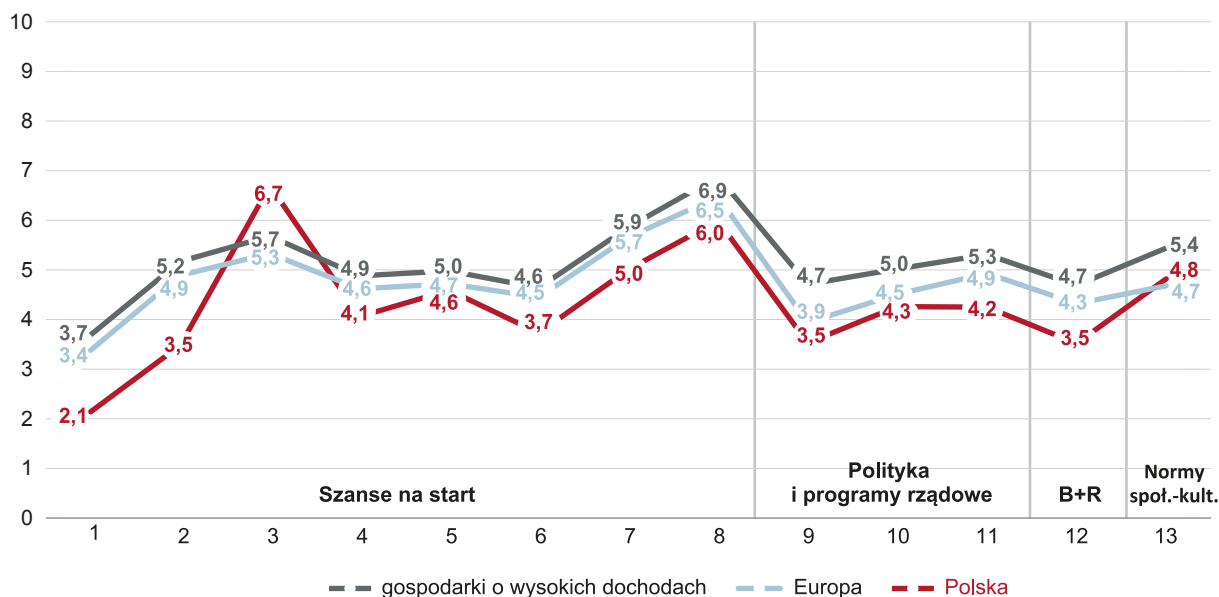
W przypadku dwóch obszarów, oceny pozostały jednak na zbliżonym poziomie do ubiegłorocznego (Polityka rządu: priorytety i polityka wsparcia przedsiębiorczości oraz Poziom otwartości rynku: obciążenia). **Na tle 13 obszarów najlepiej wypadły: Dynamika rynku (rozumiana jako otwartość na nowe firmy) oraz Dostęp do infrastruktury technicznej (Wykres 2.1)⁸².** Można więc stwierdzić, że te dwa obszary dobrze funkcjonują i sprzyjają rozwojowi przedsiębiorczości w Polsce. **Najślabiej oceniono Edukację przedsiębiorczości i jest to wynik obserwowany od 5 lat oraz Transfer wiedzy i B+R.**

Warunki rozwoju przedsiębiorczości w Polsce są mniej pomyślne niż średnio w Europie czy grupie krajów o wysokich dochodach. **Tylko w jednym obszarze wypadamy lepiej – jest nim Dynamika rynku.** Także jeśli chodzi o **Normy społeczne i kulturowe – wynik dla Polski jest wyższy niż średnia dla Europy**, ale niższy niż średnia dla państw najbardziej zamożnych. Pozostałe obszary uzyskały oceny niższe niż średnia w grupach krajów będących punktami odniesienia, a wśród nich **część można uznać wręcz za ograniczające rozwój przedsiębiorczości. To przede wszystkim: edukacja przedsiębiorczości (zarówno na poziomie podstawowym i szkoły średniej, jak i wyższym) i szkolenia; uwarunkowania w obszarze badań, rozwoju i transferu wiedzy; łatwość uzyskania finansowania, a także priorytety i polityka wsparcia przedsiębiorczości.**

⁸¹ Aż dziesięć z trzynastu obszarów uzyskało ocenę niższą niż 5 na skali od 0 do 10, jeden – oceniono na 5, a tylko dwa – powyżej 5.

⁸² Tendencja obserwowana w latach 2020–2024.

Wykres 2.1. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości (2025 r.): Polska w porównaniu z gospodarkami o wysokich dochodach i krajami europejskimi (średnie oceny dla poszczególnych obszarów)



1 – Edukacja przedsiębiorczości: poziom podstawowy i średni; 2 – Edukacja przedsiębiorczości: szkoły wyższe, szkolenia zawodowe; 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.

Gdy oceny z 2025 r. porównamy z tymi z 2021 r., to są one obecnie nieco wyższe w przypadku siedmiu obszarów: Polityka rządu: przewidywalność i spójność stosowania podatków, przepisy, licencje oraz wymogi biurokratyczne; Edukacja przedsiębiorczości: poziom podstawowy i szkoła średnia; Edukacja przedsiębiorczości: szkolenia i kursy zawodowe, szkoły wyższe; Badania i rozwój, transfer wiedzy; Poziom otwartości rynku: dynamika; Poziom otwartości rynku: obciążenia oraz Normy kulturowe i społeczne. W pozostałych obszarach ocena ekspertów była niższa.

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

2.1. 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.

Edukacja i szkolenia w zakresie przedsiębiorczości

Blok pytań dotyczących edukacji i szkoleń składa się z dwóch obszarów. Pierwszy obejmuje stwierdzenia odnoszące się do nauczania przedsiębiorczości w szkołach podstawowych i średnich, drugi – pozyskanie niezbędnej wiedzy i przygotowania do założenia i prowadzenia własnej firmy podczas studiów oraz kształcenia ustawicznego.

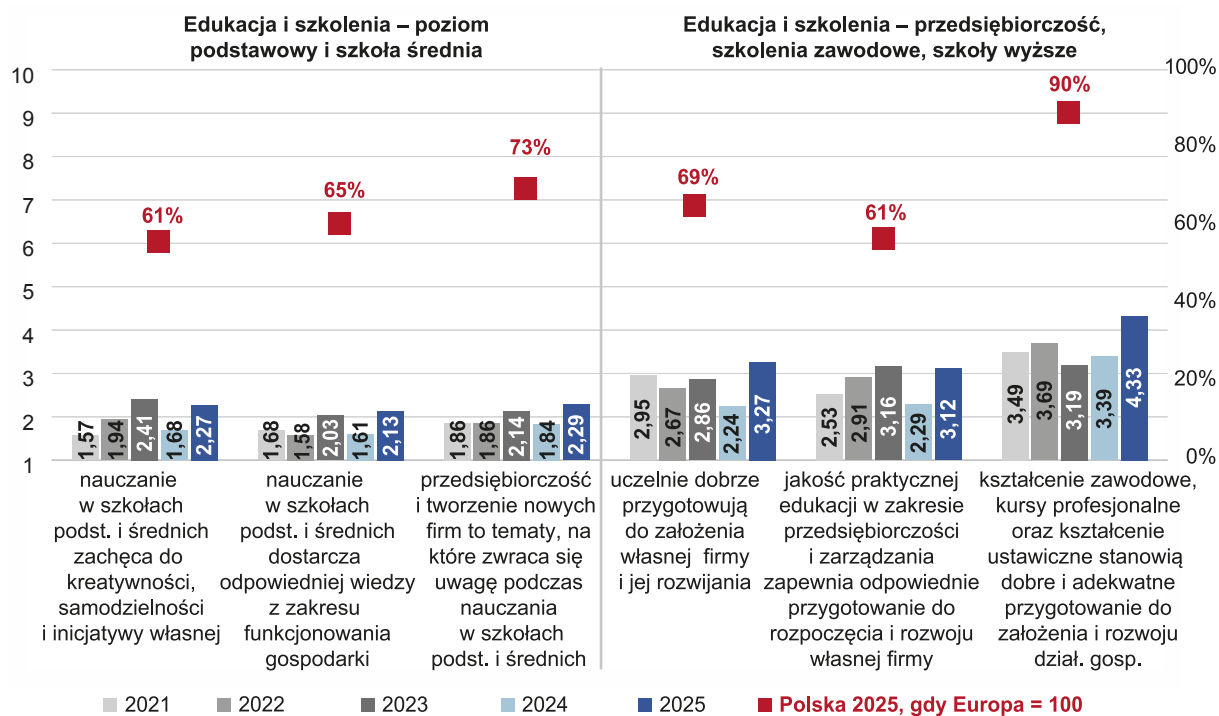
Całościowo obszar Edukacji przedsiębiorczości na poziomie podstawowym i średnim został w 2025 r. oceniony na 2,1 pkt – nieco wyżej niż w 2024 r. (1,7 pkt). Jednak była to ocena znacznie niższa niż przeciętnie w krajach Europy (63% oceny tych krajów) czy w gospodarkach o wysokich dochodach (58%). Trzeba zauważyć, że niezadowolenie z nauczania przedsiębiorczości na poziomie podstawowym i średnim jako czynnika kształtującego postawy przedsiębiorcze jest dość powszechne – aspekt ten jest relatywnie najniżej oceniany w porównaniu z innymi obszarami stanowiącymi determinanty rozwoju przedsiębiorczości (Wykres 2.1). Jednak wynik dla Polski jest najślabszy ze wszystkich krajów Europy uczestniczących w badaniu. W Europie najbardziej pozytywnie stan edukacji przedsiębiorczości oceniają eksperci z Litwy (5,7 pkt) oraz Estonii (5,4 pkt).

Polscy eksperci bardzo krytycznie postrzegają wszystkie analizowane aspekty edukacji na wczesnym etapie: dostarczanie wiedzy z zakresu funkcjonowania gospodarki, zachęcanie do kreatywności, samodzielności i inicjatywy własnej, a także zwracanie uwagi na przedsiębiorczość i tworzenie jej nowych form. Ocena tych uwarunkowań jest też wyraźnie niższa niż przeciętnie w krajach europejskich, 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.

Nieco korzystniej przedstawia się ocena Edukacji przedsiębiorczości na poziomie szkół wyższych i kształcenia ustawicznego – 3,5 pkt (71% średniego wyniku badanych krajów europejskich i 67% oceny gospodarek o wysokich dochodach) (Wykres 2.1). W tym aspekcie nastąpiła poprawa względem 2024 r. (2,6 pkt), 2023 i 2022 r. – po 3,1 pkt oraz 2021 r. – 2,9 pkt. Jednak wciąż jest to bardzo niska ocena, a w 2025 r. obszar ten znalazł się wśród najgorzej ocenianych spośród wszystkich krajów uczestniczących w badaniu NES⁸³. W uwzględnionych w badaniu państwach Europy najlepiej ten aspekt jest oceniany na Litwie (6,6 pkt), w Holandii oraz Finlandii (po 6,0 pkt).

Wykres 2.2. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – **Edukacja przedsiębiorczości**. Zmiany w latach 2021–2025 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2025 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

⁸³ Niżej ten obszar oceniono tylko w Angoli (3,3 pkt).

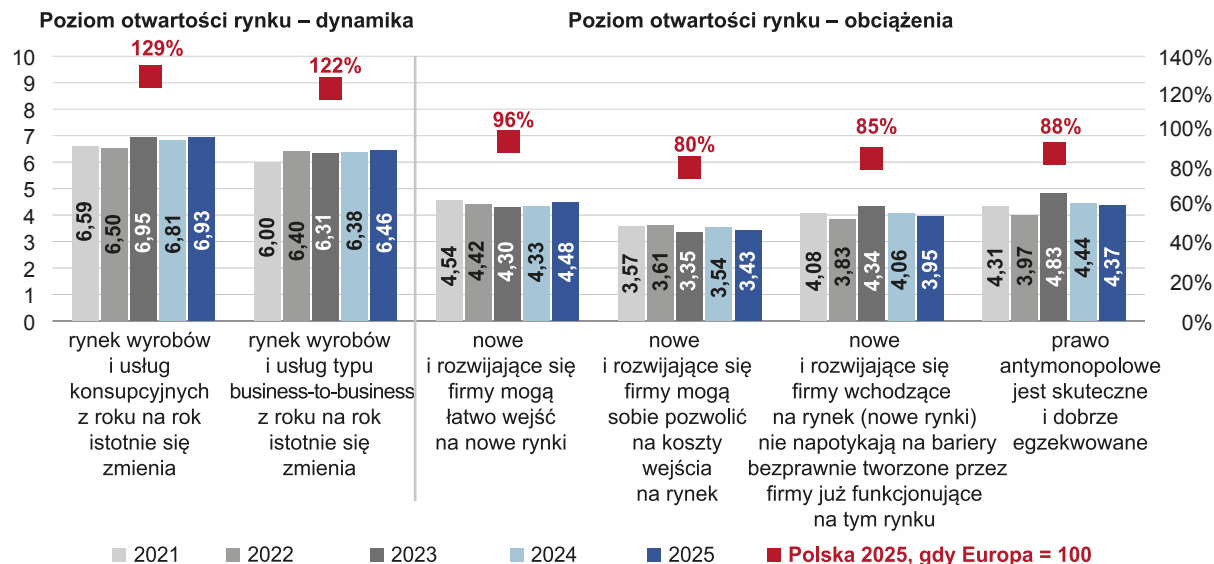
Mimo że wszystkie składające się na ten obszar stwierdzenia są nisko oceniane przez polskich ekspertów i stanowią ograniczenie w rozwoju przedsiębiorczości, to w 2025 r. uzyskały one nieco wyższe oceny niż w poprzednim roku. Najlepiej ocenili oni stwierdzenie mówiące, że kształcenie zawodowe, kursy profesjonalne oraz kształcenie ustawiczne zapewniają odpowiednie przygotowanie do założenia i rozwoju działalności gospodarczej – 4,3 pkt (w 2024 r. – 3,4 pkt).

Otwartość rynku – dynamika i obciążenia

Otwartość rynku wewnętrznego to jeden z najlepiej (od 2011 r.) ocenianych przez ekspertów obszarów składających się na uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości w Polsce. W 2025 r. otwartość naszego rynku została oceniona średnio na 6,7 pkt – jest to wynik lepszy zarówno w porównaniu z badanymi państwami europejskimi (126% przeciętnej wartości dla tych krajów), jak i gospodarkami o wysokich dochodach (118%) (Wykres 2.1). Eksperci ocenili ten obszar na podobnym poziomie co w latach poprzednich. Była to też ocena najwyższa wśród badanych krajów Europy i jedna z najwyższych wśród wszystkich krajów objętych badaniem GEM. Liderami w tym aspekcie są Korea Południowa (7,9 pkt), Zjednoczone Emiraty Arabskie (7,6) oraz Tajwan i Indie (po 7,3 pkt).

Oba stwierdzenia składające się na obszar otwartości rynku zostały w 2025 r. ocenione przez polskich ekspertów podobnie jak w latach poprzednich.

Wykres 2.3. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – **Poziom otwartości rynku**. Zmiany w latach 2021–2025 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2025 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

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 2025 r. średnią ocenę 4,1 pkt, tylko nieznacznie niższą niż w latach 2023–2024 (4,2 pkt). Jest to też wynik niższy w porównaniu ze średnią ocen dla badanych krajów europejskich (88% tego wyniku) i gospodarek o wysokich dochodach (83%) (Wykres 2.1). Warto też dodać, że Polska w tym obszarze uzyskała podobny wynik jak Stany Zjednoczone i wyższy niż Hiszpania (3,8).

Analiza wyników oceny poszczególnych stwierdzeń składających się na ten obszar pokazuje, że **przeszkodą dla nowych firm mogą być koszty wejścia na rynek** (3,4 pkt – 80% oceny krajów europejskich) (Wykres 2.3).

Finansowanie

Uwarunkowanie jakim jest Finansowanie, analizowane jest w GEM z dwóch perspektyw: wystarczającej ilości środków finansowych dla nowych i rozwijających się firm oraz łatwości ich pozyskania⁸⁴.

Blok zagadnień dotyczący wystarczającej ilości środków został oceniony na 4,6 pkt, podobnie jak w gospodarkach o wysokich dochodach i państwach Europy (92% średniego wyniku gospodarek najzamożniejszych i 97% europejskich) (Wykres 2.1). Była to też ocena nieco wyższa niż w latach 2022–2024 i nieznacznie niższa niż w 2021 r⁸⁵. Krajami Europy, w których eksperci najwyżej ocenili ten obszar są Holandia, Litwa (po 6,0 pkt) i Szwajcaria (5,6 pkt). Natomiast niższe niż w Polsce oceny dotyczą m.in. Austrii (4,4 pkt), Wielkiej Brytanii (4,2 pkt), Hiszpanii (4,1 pkt), Norwegii (4,0 pkt) oraz Słowacji (3,7 pkt).

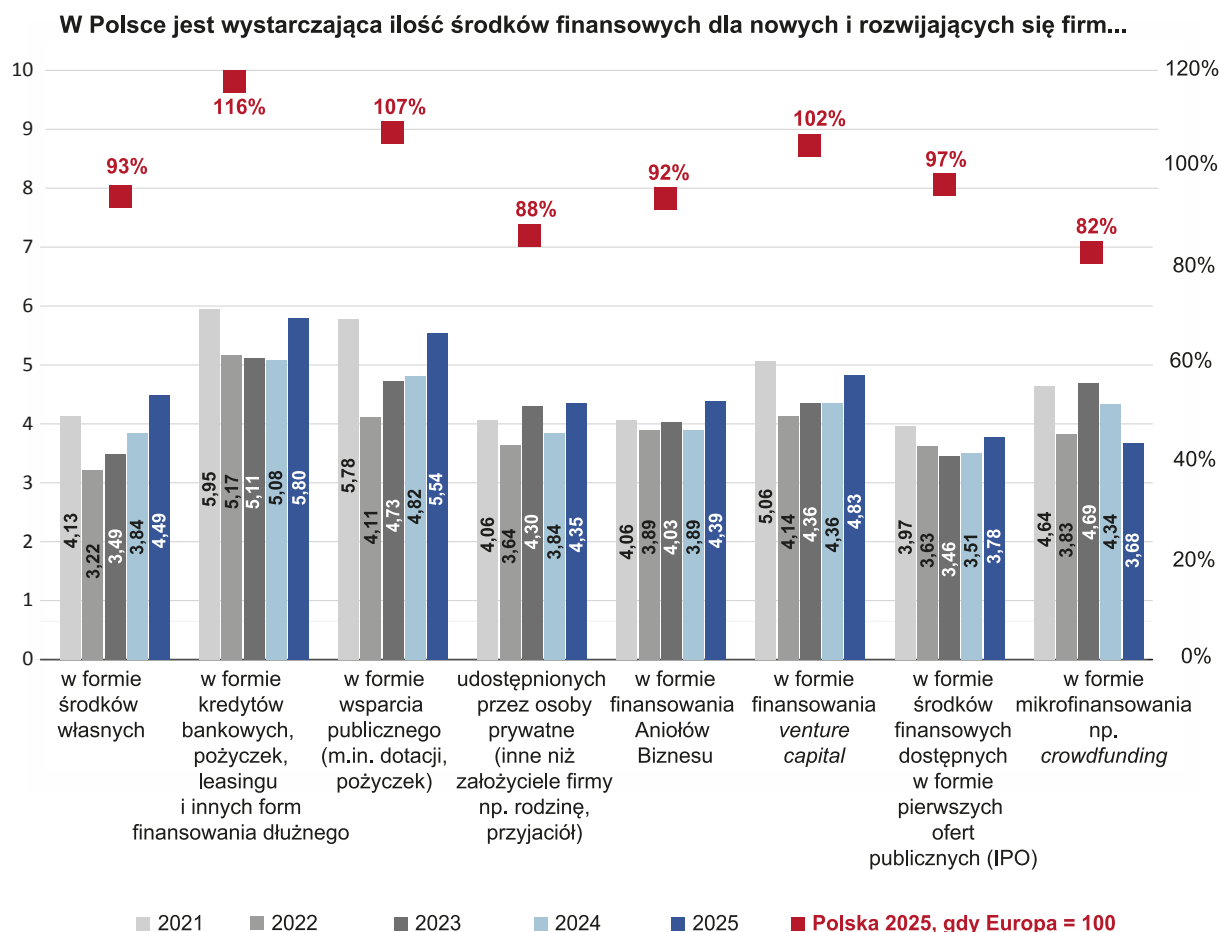
Biorąc pod uwagę dostępność ośmiu źródeł finansowania uwzględnionych w tym bloku, tj.: środki własne; pożyczki od znajomych; kredyty/pożyczki bankowe, leasing; wsparcie publiczne (dotacje, pożyczki); finansowanie Aniołów Biznesu; funduszy venture capital; crowdfunding oraz pozyskanie środków z giełdy (IPO), **eksperti w największym stopniu zgodzili się co do tego, że jest wystarczająco dużo finansowania bankowego oraz wsparcia publicznego, a stosunkowo najmniej możliwości pozyskania środków przez crowdfunding.**

W porównaniu do średniej ocen europejskich ekspertów w Polsce występuje lepsza sytuacja, jeśli chodzi o dostępność finansowania dłużnego (112% wyniku Europy), środków w formie wsparcia publicznego (107%) oraz równie dobra, jeśli chodzi o finansowanie venture capital (102%). Należy jednak dodać, że oceny te oscylują blisko środka skali (5), co oznacza, że eksperci zarówno z Polski, jak i Europy oceniają dostępność tych typów finansowania jako przeciętną.

⁸⁴ Blok ten został włączony do badania GEM w 2021 r.

⁸⁵ 2024 r. – 4,1 pkt, 2023 r. – 4,4 pkt, 2022 r. – 3,9 pkt, 2021 r. – 4,7 pkt

Wykres 2.4. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – **Finansowanie**
(wystarczająca ilość). Zmiany w latach 2021–2025 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2025 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Ograniczeniem dla nowych i rozwijających się firm może być niewystarczająca ilość środków finansowych dostępnych w formie pierwszych ofert publicznych (3,8 pkt).

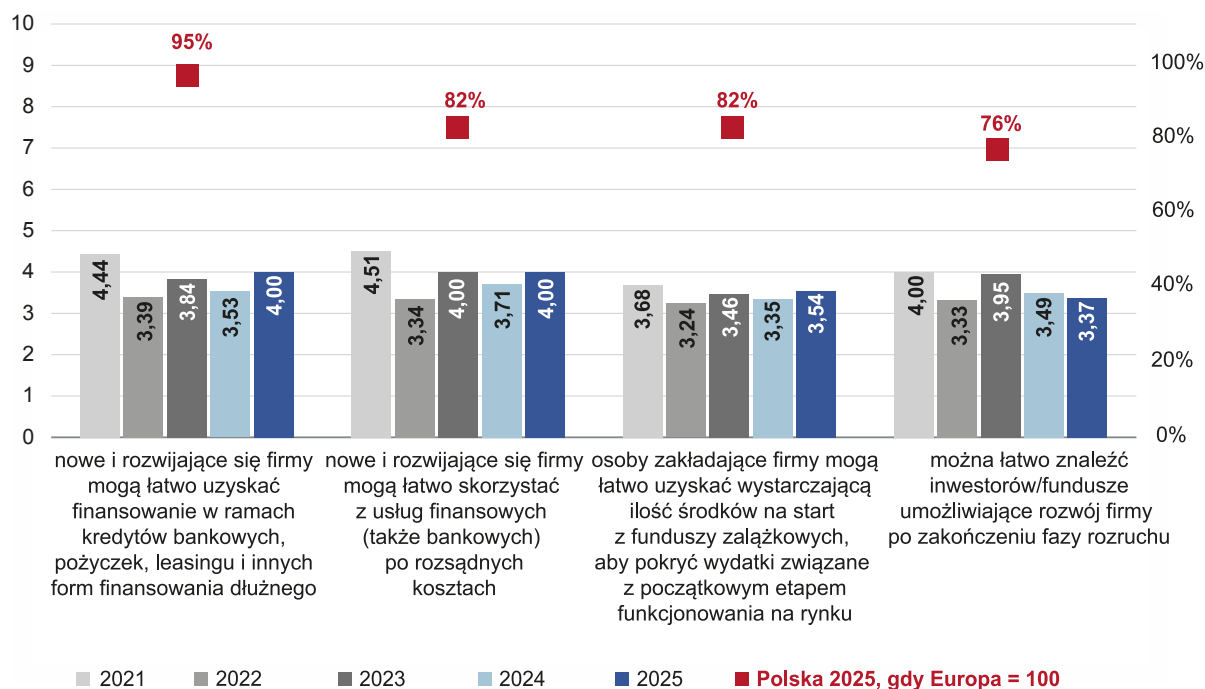
Przy tym nie jest to wyłącznie problem Polski – nasz wynik jest na poziomie 97% średniej europejskiej. Także dostępność mikrofinansowania nie jest zadowalająca (3,7 pkt, 82%). To ostatnie stwierdzenie uzyskało niższe oceny niż w latach 2021–2023.

Okazuje się, że jeśli chodzi o problem powszechnego 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 2025 r. na 3,7 pkt (80% oceny gospodarek o wysokich dochodach

i 84% europejskich) (Wykres 2.1) **wobec 4,6 pkt dla ilości tych środków**. Przy tym postrzeganie łatwości pozyskania środków finansowych zmienia się jedynie nieznacznie co dwa lata – w 2025 r. była ona wyższa niż w 2024 r. (3,5 pkt) i 2022 r. (3,4 pkt), jednak niższa niż w 2023 r. (3,8 pkt) oraz 2021 r. (4,1 pkt). Ocena Polski, w porównaniu do krajów Europy uczestniczących w badaniu, była w tym obszarze taka sama jak Włoch i Słowenii (po 3,7 pkt) i nieco wyższa niż Norwegii czy Wielkiej Brytanii (po 3,6 pkt). W tej grupie państw najwyższe oceny dotyczyły Litwy (6,0 pkt), Finlandii (5,8 pkt) i Holandii (5,6 pkt).

Biorąc pod uwagę cztery źródła finansowania uwzględnione w tym bloku, osoby rozpoczynające działalność relatywnie najłatwiej uzyskają wsparcie bankowe (kredyt, pożyczkę, leasing i usługi finansowe po rozsądnych kosztach) (po 4,0 pkt). Mogą mieć natomiast trudności ze znalezieniem inwestorów umożliwiających rozwój po zakończeniu fazy rozruchu czy pozyskaniem środków na start z funduszy załączkowych (ok. 3,5 pkt).

Wykres 2.5. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – **Finansowanie (łatwość uzyskania)**. Zmiany w latach 2021–2025 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2025 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Infrastruktura

W ramach tego obszaru eksperci w poszczególnych państwach oceniali efektywność infrastruktury technicznej oraz infrastruktury komercyjnej i usługowej.

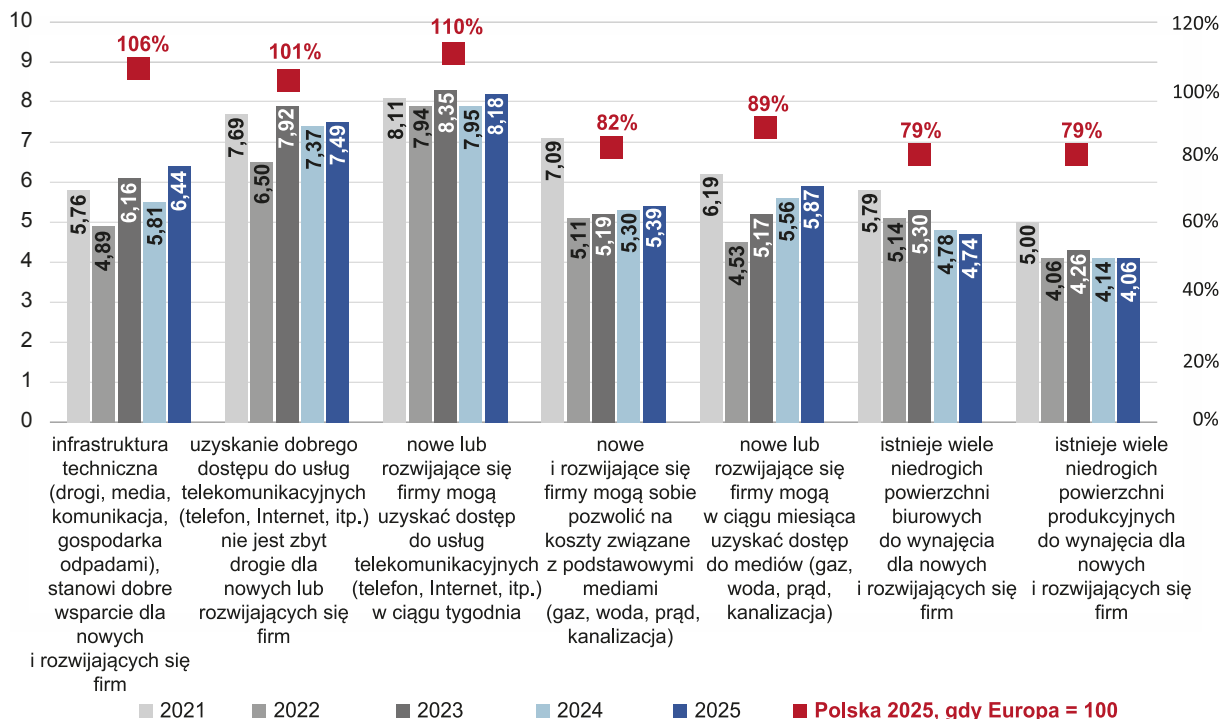
Infrastruktura techniczna to dobrze funkcjonujący obszar – w 2025 r. został oceniony średnio na 6,0 pkt, nieco lepiej niż w latach 2022–2024 (2024 r. – 5,8 pkt, 2023 r. – 5,9 pkt, 2022 r. – 5,5 pkt), ale nieznacznie słabiej niż w 2021 r. (6,8 pkt).

Jednocześnie jest to wynik nieco niższy w porównaniu do średniej oceny ekspertów z krajów odniesienia (87% oceny gospodarek o wysokich dochodach, 93% – krajów Europy) (Wykres 2.1). Polska uzyskała w tym obszarze nieznacznie wyższą ocenę niż np. takie gospodarki jak Niemcy (5,8 pkt), Włochy (5,1 pkt) czy Wielka Brytania (4,8 pkt), ale dzieli nas jeszcze spory dystans do krajów z najwyższą oceną – Finlandii (8,5 pkt), Szwajcarii (7,9 pkt) czy Litwy (7,7 pkt).

W Polsce wyżej niż średnio w Europie oceniono dostępność usług telekomunikacyjnych (8,2 pkt – 110% oceny badanych państw Europy) **oraz jakość infrastruktury technicznej (drogi, media, komunikacja, gospodarka odpadami)** (6,4 pkt – 106% oceny krajów europejskich).

Natomiast ograniczeniem dla krajowych nowych i rozwijających się firm może być słabszy dostęp do niedrogich powierzchni biurowych – 4,7 pkt (79% oceny krajów europejskich) oraz niedrogich powierzchni produkcyjnych – 4,1 pkt (79%). Te dwa stwierdzenia zostały także w 2025 r. niżej ocenione niż w latach 2021–2024.

Wykres 2.6. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – **Infrastruktura techniczna**. Zmiany w latach 2021–2025 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2025 r.



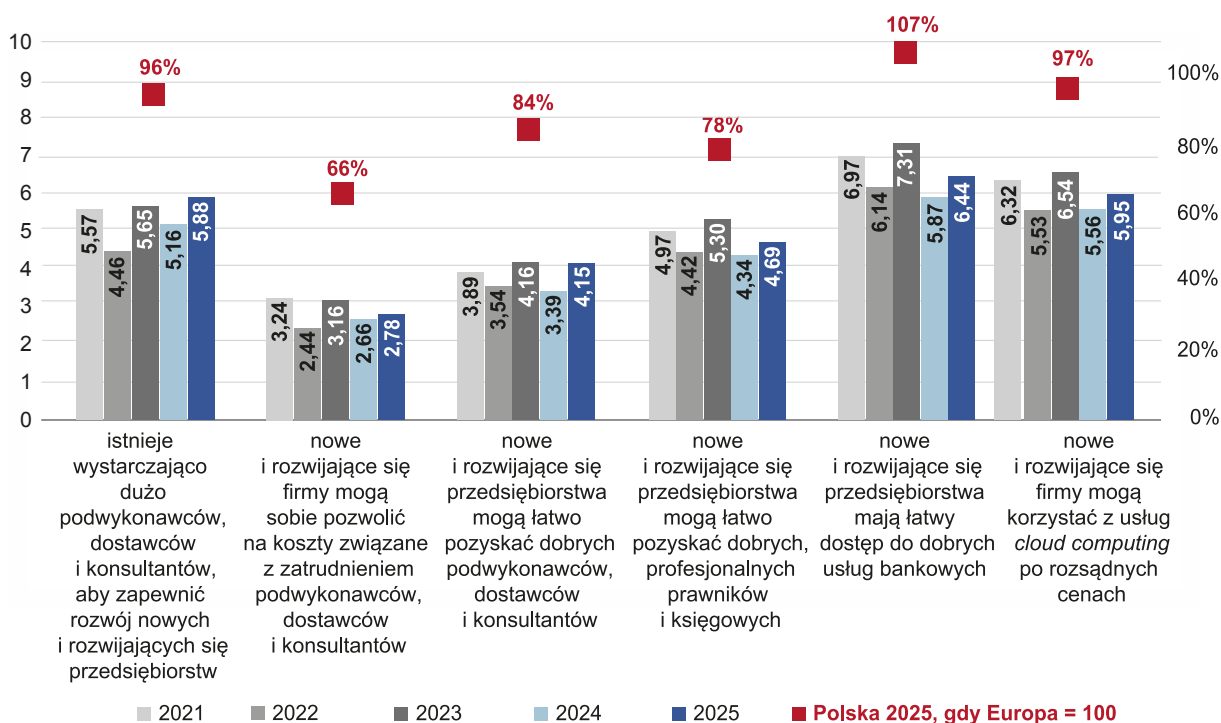
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Obszar dotyczący **Infrastruktury komercyjnej i usługowej** eksperci ocenili w 2025 r. nieco lepiej niż w 2024 r. – 5,0 pkt (86% oceny gospodarek o wysokich dochodach i 89% oceny krajów europejskich, 2024 r. – 4,5 pkt) (Wykres 2.1). Wśród krajów Europy niższe oceny w tym obszarze uzyskały tylko Słowacja (4,9 pkt) oraz Łotwa (4,8 pkt). Najwyższe oceny – podobnie jak w przypadku obszaru infrastruktura techniczna – przyznali eksperci z Finlandii (6,9 pkt), Litwy (6,8 pkt) i Szwajcarii (6,5 pkt).

Analizując wyniki dla poszczególnych kategorii (Wykres 2.7), widzimy, że **ograniczeniem dla nowych i rozwijających się firm są przede wszystkim wysokie koszty związane z zatrudnianiem podwykonawców, dostawców i konsultantów** (2,8 pkt, 66% oceny krajów europejskich). Trudno jest także pozyskać dobrych podwykonawców, dostawców i konsultantów (4,2 pkt, 84% oceny krajów europejskich). **Najlepiej eksperci ocenili dostęp nowych i rozwijających się firm do dobrych usług bankowych** (dostęp do konta, rachunki bieżące, transakcje walutowe, akredytywa itp.) – 6,4 pkt (107% oceny krajów europejskich) **oraz koszty dostępu do usług cloud computing** (6,0 pkt, 97%). Warto dodać, że wszystkie

stwierdzenia składające się na ten obszar zostały w 2025 r. ocenione przez ekspertów nieco wyżej niż w poprzednim roku.

Wykres 2.7. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – **Infrastruktura komercyjna i usługowa**. Zmiany w latach 2021–2025 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2025 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

2.2. Polityka i wsparcie publiczne

Ten blok składa się z trzech obszarów, w których eksperci oceniali stwierdzenia dotyczące polityki i działań administracji publicznej, skierowanych do nowych i rozwijających się firm, tj.:

- I. uwzględniania rozwoju nowych i rozwijających się przedsiębiorstw w polityce przedsiębiorczości prowadzonej przez władze centralne i regionalne,
- II. obciążeń fiskalnych i administracyjnych związanych z prowadzeniem działalności gospodarczej,
- III. dostępności i efektywności programów publicznych wspierających rozwój firm.

Polityka publiczna w zakresie przedsiębiorczości (obszar I), w tym jej priorytety, to blok oceniony przez polskich ekspertów średnio na 3,5 pkt (niżej niż przeciętna ocena dla badanych krajów europejskich – 90% i gospodarek o wysokich dochodach – 75%) (Wykres 2.1). Najnowsza ocena była taka sama jak w 2024 r. i nieco wyższa niż w latach 2022–2023 (2023 r. – 3,4 pkt, 2022 r. – 2,7 pkt). Jeśli chodzi o państwa europejskie, najwyższą ocenę uzyskała Litwa (5,7 pkt), a najsłabszą Słowacja (1,8 pkt). Ocena uwarunkowań w tym obszarze w Polsce była nieco wyższa od takich krajów jak Norwegia (3,4 pkt), Hiszpania (po 3,3 pkt) czy Szwecja (3,1 pkt).

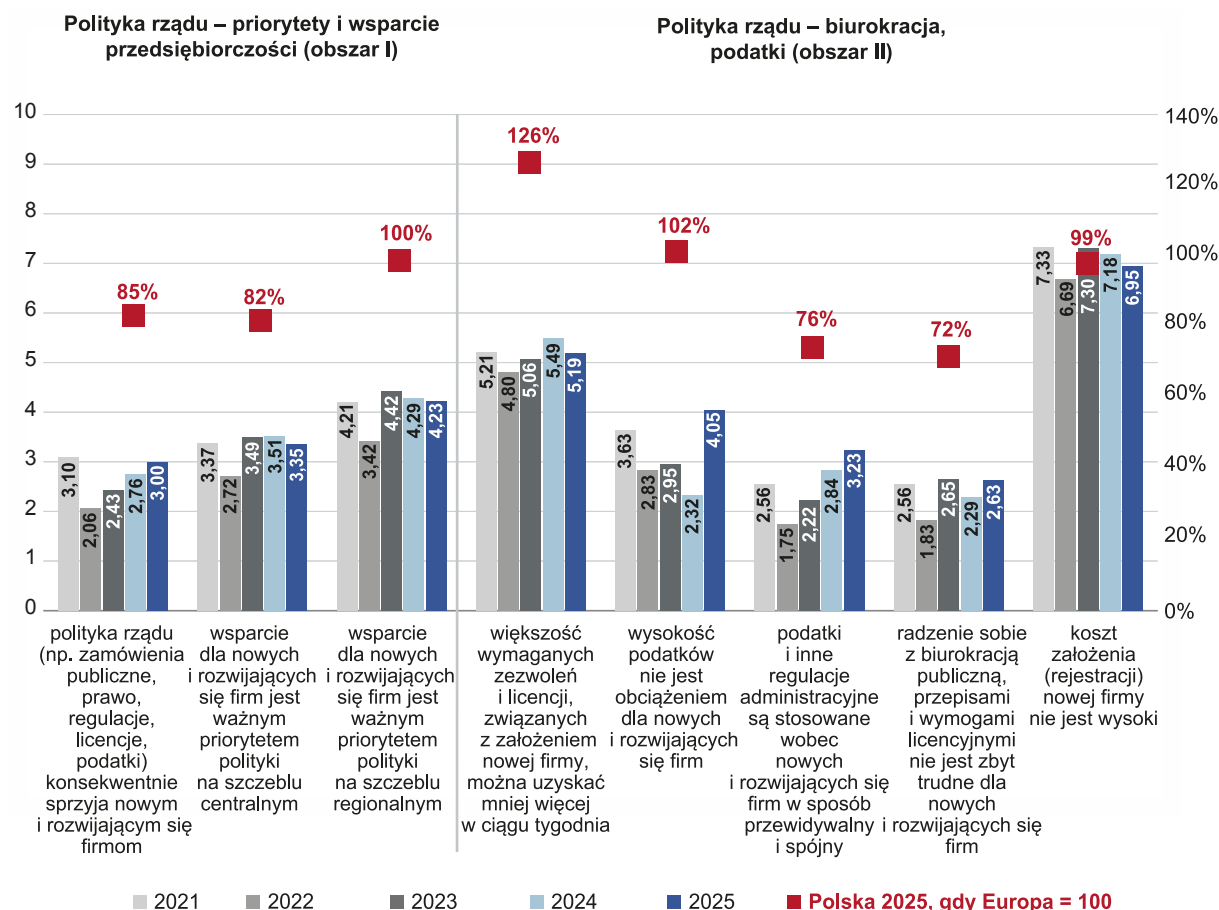
Biorąc pod uwagę poszczególne stwierdzenia składające się na ten obszar, tylko jedno z nich zostało ocenione przez ekspertów nieznacznie lepiej niż w poprzednim roku, dwa – nieco gorzej. **Najniżej zostało ocenione stwierdzenie, że polityka rządu (np. zamówienia publiczne) konsekwentnie sprzyja nowym przedsiębiorcom** (3,0 pkt, 85% oceny ekspertów z krajów europejskich). Jednak była to ocena nieco wyższa niż w latach 2022–2024. **Eksperci nie zgodzili się także co do tego, że wsparcie dla nowych i rozwijających się firm jest ważnym priorytetem dla polityki na szczeblu centralnym** (3,4 pkt, 82% oceny dla krajów europejskich). Relatywnie najwyżej, na poziomie średniej dla Europy, zostało ocenione stwierdzenie, że wsparcie dla nowych i rozwijających się firm jest ważnym priorytetem dla polityki na szczeblu regionalnym – 4,2 pkt (100% oceny dla krajów Europy).

Nieco lepiej niż w latach 2021–2024 eksperci ocenili **obszar związany z biurokracją i podatkami (obszar II)**. Jego ocena w 2025 r. wyniosła 4,3 pkt i stanowiła 95% wartości średniej oceny badanych państw europejskich i 85% – gospodarek o wysokich dochodach (2024 r. – 3,8 pkt, 2023 r. – 4,0 pkt, 2022 r. – 3,5 pkt, 2021 r. – 4,2 pkt) (Wykres 2.1). Najlepsze warunki do prowadzenia działalności gospodarczej, jeżeli chodzi o obciążenia fiskalne i administracyjne, są na Litwie (6,3 pkt), w Holandii i Finlandii (po 5,7 pkt). Najgorsze na Słowacji (2,7 pkt). Ocena tego obszaru przez polskich ekspertów była nieco wyższa niż m.in. w Austrii (3,9 pkt), Hiszpanii (3,8 pkt) czy Włoszech (3,0 pkt).

Analiza poszczególnych kategorii składających się na obszar II pokazuje dwie sfery, które zdaniem ekspertów stanowią utrudnienie dla nowych i rozwijających się firm. Po pierwsze, **nowe i rozwijające się firmy nie radzą sobie dobrze z biurokracją publiczną, przepisami i wymogami licencyjnymi** (2,6 pkt, 72%). Po drugie – **stosowanie podatków i innych regulacji administracyjnych nie odbywa się w sposób przewidywalny i spójny** (3,2 pkt, 76% oceny państw Europy).

Warto dodać, że w 2025 r. wyraźnie poprawiła się ocena stwierdzenia dotyczącego wysokości podatków – 4,1 pkt (102% średniej oceny dla krajów europejskich). Była ona zauważalnie wyższa niż w latach 2021–2024 (2024 r. – 2,3 pkt, 2021 r. – 3,6 pkt).

Wykres 2.8. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – **Polityka rządu (obszar I i II).** Zmiany w latach 2021–2025 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2025 r.



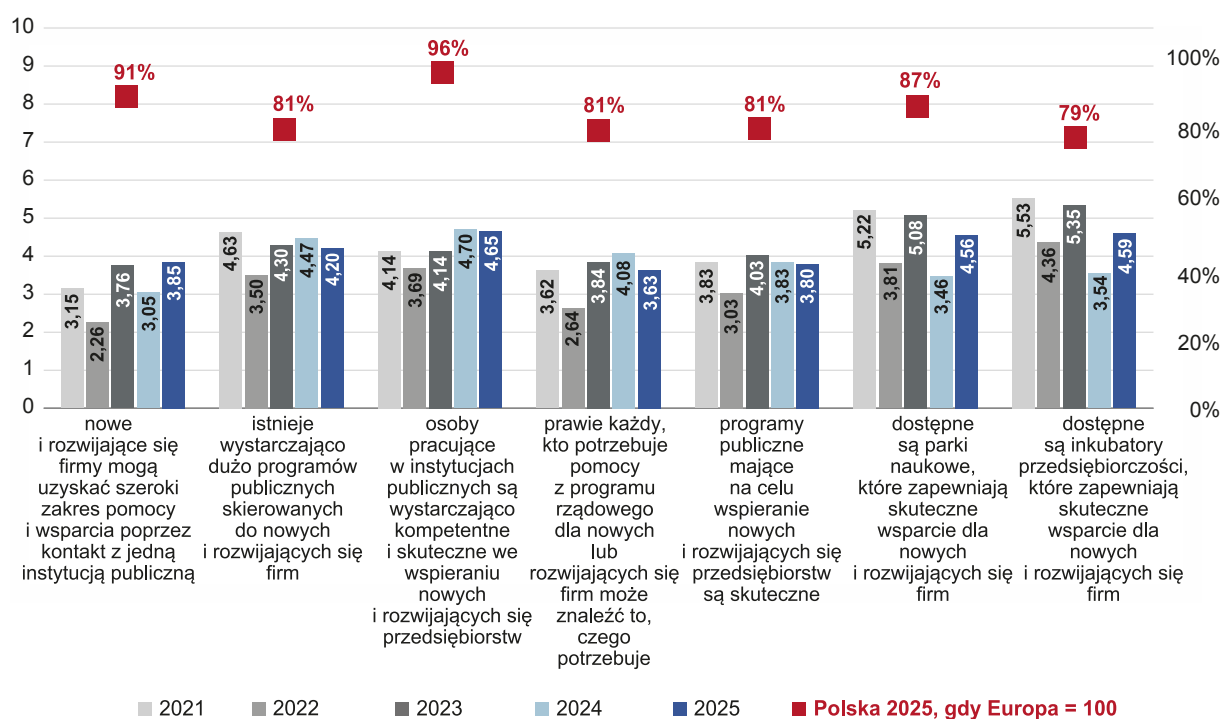
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Lepiej niż przeciętnie w krajach Europy (ale nieco niżej niż w 2024 r.) oceniono stwierdzenie, że nowe firmy mogą uzyskać większość wymaganych zezwoleń i licencji mniej więcej w ciągu tygodnia (5,2 pkt, 126% oceny krajów europejskich).

Według polskich ekspertów **koszty założenia (rejestracji) nowej firmy raczej nie są wysokie (7,0 pkt, 99% oceny krajów europejskich)**. Ocena tego stwierdzenia była w latach 2021 i 2023–2024 nieznacznie wyższa niż w 2025 r.

Ocena obszaru **Programy rządowe (publiczne) wspierające przedsiębiorczość (obszar III)**, dotyczącego dostępności i efektywności publicznych programów mających na celu rozwój przedsiębiorczości wahała się na przestrzeni lat 2021–2025, przy czym istotne jest, że w 2025 r. nieznacznie wzrosła w porównaniu do poprzedniego roku (2025 r. – 4,3 pkt, 2024 r. – 3,8 pkt, 2023 r. – 4,4 pkt, 2022 r. – 3,4 pkt, 2021 r. – 4,3 pkt). W porównaniu do krajów odniesienia w 2025 r. stanowiła ona 80% wartości średniej oceny gospodarek o wysokich dochodach i 86% średniej państw Europy (Wykres 2.1). Wśród krajów Europy obszar ten został niżej oceniony m.in. przez ekspertów z Włoch (3,9 pkt) i Wielkiej Brytanii (3,7 pkt). Najwyższe oceny dotyczą natomiast Szwajcarii (6,7 pkt), Litwy (6,6 pkt) i Austrii (6,5 pkt).

Wykres 2.9. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – **Programy rządowe (publiczne) wspierające przedsiębiorczość (obszar III)**. Zmiany w latach 2021–2025 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2025 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Barierę dla nowych i rozwijających się firm może stanowić niedopasowanie oferty programów publicznych do ich potrzeb – stwierdzenie, że prawie każdy, kto potrzebuje wsparcia z programu publicznego dla nowych lub rozwijających się firm może znaleźć to, czego potrzebuje, zostało ocenione jedynie na 3,6 pkt (81% średniej oceny państw

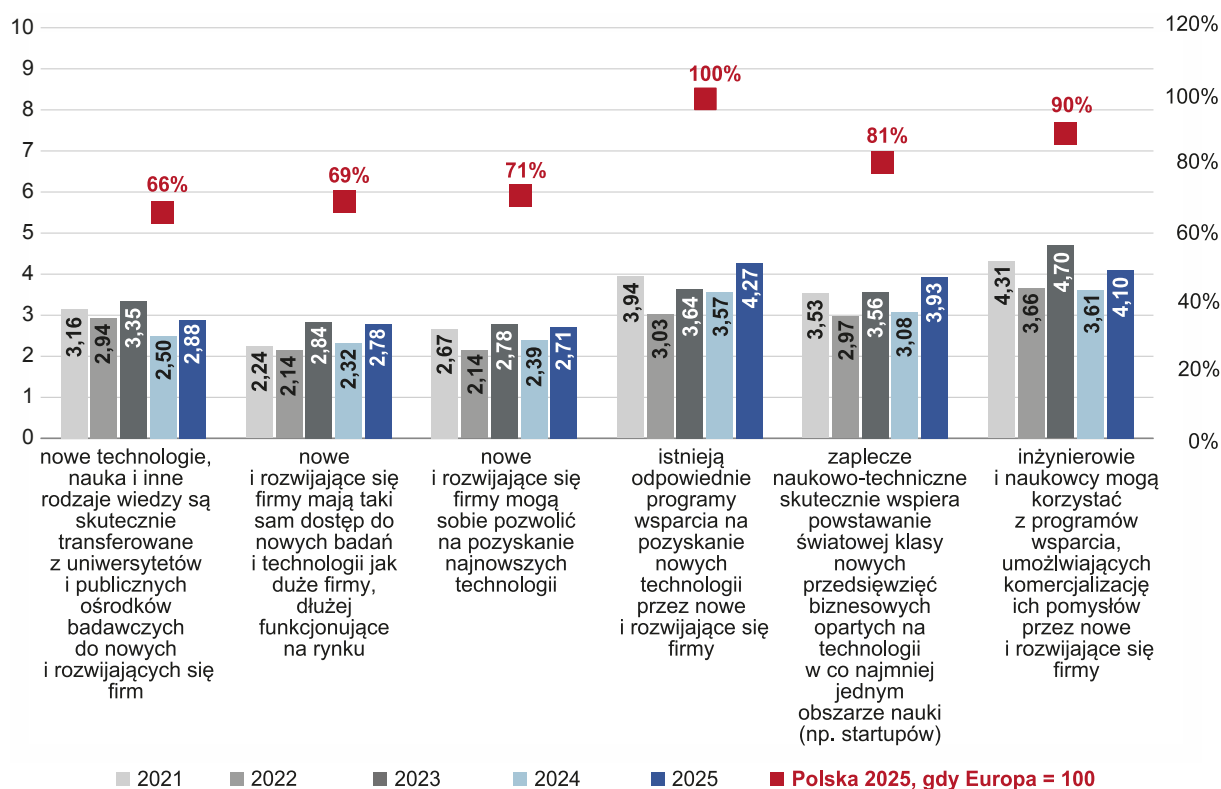
europejskich). **Eksperci nie są też przekonani co do skuteczności programów publicznych mających na celu wspieranie nowych i rozwijających się przedsiębiorstw** (3,8 pkt, 81%). **Utrudnieniem może też być rozproszenie form wsparcia w wielu podmiotach publicznych** – stwierdzenie o możliwości uzyskania szerokiego zakresu pomocy i wsparcia poprzez kontakt z jedną instytucją publiczną zostało ocenione na 3,9 pkt (91% średniej oceny państw europejskich). **Nieco lepiej niż w 2024 r. oceniono dostępność parków naukowych** (4,6 pkt, 87% średniej oceny państw europejskich) **i inkubatorów przedsiębiorczości, zapewniających skuteczne wsparcie dla nowych i rozwijających się firm** (4,6 pkt, 79%).

2.3. 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 2025 r. średnia ocena tego obszaru przez ekspertów była wciąż niska (3,5 pkt) – ale nieco wyższa niż w latach 2021–2022 i 2024 i taka sama jak w 2023 r. (2024 r. – 3,0 pkt, 2023 r. – 3,5 pkt, 2022 r. – 2,8 pkt, 2021 r. – 3,3 pkt). Jest to też wynik niższy od średniej oceny dla gospodarek o wysokich dochodach (75% przeciętnej oceny dla tych krajów) i badanych państw europejskich (81%) (Wykres 2.1). Polska uzyskała jedną z niższych ocen tego obszaru wśród badanych krajów Europy – gorzej oceniono go tylko na Węgrzech (2,9 pkt) i w Słowacji (2,5 pkt). Najwyżej jest on oceniany w Szwajcarii (6,7 pkt), Litwie (5,7 pkt) i Holandii (5,4 pkt).

Wykres 2.10. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – **Badania i rozwój, transfer wiedzy i technologii**. Zmiany w latach 2021–2025 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2025 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Wszystkie stwierdzenia składające się na analizowany obszar zostały w 2025 r. ocenione wyżej niż w poprzednim roku. Jednak, podobnie jak w poprzednich latach, oceny ekspertów wskazują na istnienie barier w podejmowaniu działalności badawczo-rozwojowej. **Nowe i rozwijające się polskie firmy**, w opinii ekspertów, **nie mogą sobie pozwolić na pozyskanie najnowszych technologii** (2,7 pkt, 71%). **Przeszkodą jest także nierównowaga małych firm w dostępie do nowych badań w porównaniu z dużymi, dłużej funkcjonującymi na rynku** (2,8 pkt, 69%). **Problemem jest także transfer wiedzy, technologii z uniwersytetów i ośrodków naukowych do firm** (2,9 pkt, 66%). W 2025 r. wyżej niż w latach 2021–2024 oceniono stwierdzenie, że istnieją odpowiednie programy wsparcia na pozyskanie nowych technologii przez nowe i rozwijające się firmy (4,3 pkt), a uzyskany wynik był zgodny ze średnią dla badanych krajów Europy.

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 – pomimo lekkiego spowolnienia w 2024 r. – wykazują trend wzrostowy⁸⁶, 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.

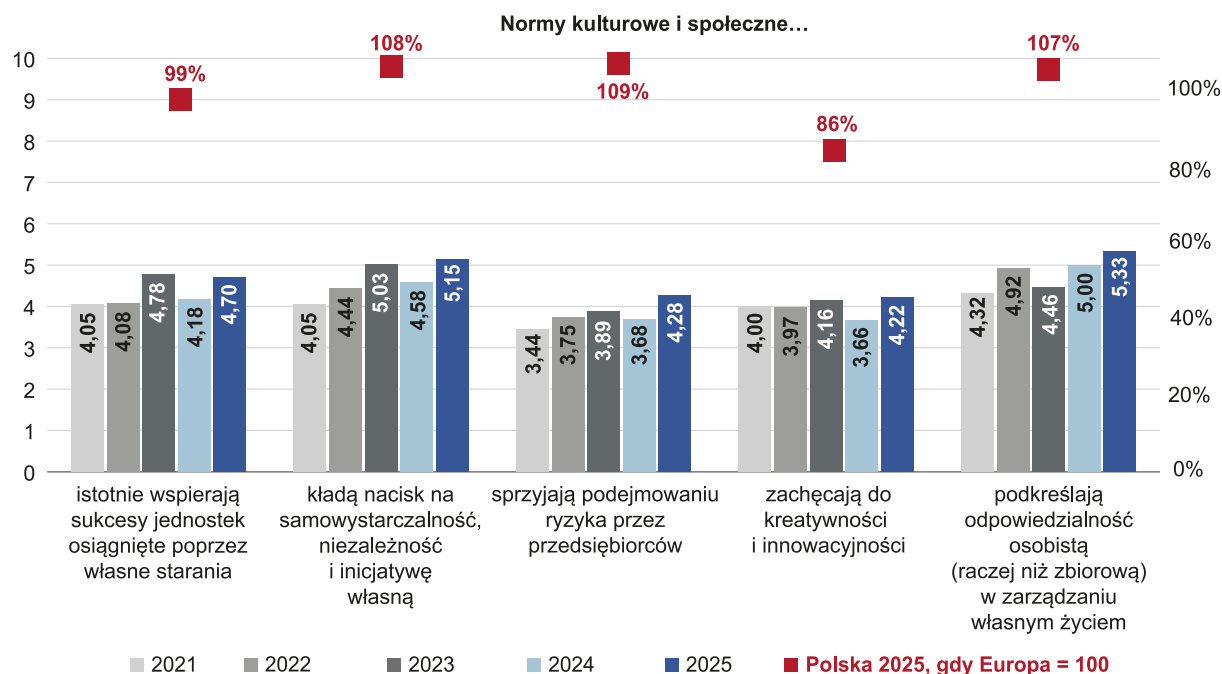
2.4. Normy kulturowe i społeczne

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 4,8 pkt.** Jest to wynik na poziomie objętych badaniem państw Europy (103% średniej oceny dla tych krajów), ale nieco niższy niż w gospodarkach o wysokich dochodach (89%) (Wykres 2.1). Jednocześnie w 2025 r. odnotowano wzrost oceny ekspertów w porównaniu z 2024 r., kiedy wynosiła ona 4,2 pkt. Państwa europejskie, w których najlepiej oceniane są uwarunkowania kulturowe do podejmowania i rozwoju działań przedsiębiorczych, to Estonia (7,3 pkt), Litwa (6,9 pkt) i Holandia (5,9 pkt). Ocena tego obszaru w Polsce była wyższa niż m.in. w Niemczech i Austrii (po 4,2 pkt), Francji czy Hiszpanii (po 4,1 pkt).

Trzy z pięciu stwierdzeń składających się na ten obszar polscy eksperci ocenili wyżej niż przeciętnie w badanych krajach Europy. Są to stwierdzenia, mówiące o tym, że normy kulturowe i społeczne w Polsce podkreślają odpowiedzialność osobistą w zarządzaniu własnym życiem (5,3 pkt, 107% średniej oceny państw europejskich), kładą nacisk na samowystarczalność i inicjatywę własną (5,2 pkt, 108%), sprzyjają podejmowaniu ryzyka przez przedsiębiorców (4,3 pkt, 109%). Niżej niż przeciętnie w Europie oceniono stwierdzenie, że normy kulturowe zachęcają do kreatywności i innowacyjności (4,2 pkt, 86% średniej oceny państw Europy).

⁸⁶ Choć wg danych GUS nakłady krajowe brutto na działalność B+R w 2024 r. spadły w porównaniu do poprzedniego roku o 3,1% i wyniosły 51,5 mld zł, to w porównaniu z 2020 r. wzrosły o 58,9%. Na podstawie *Działalność badawcza i rozwojowa w Polsce w 2024 roku*, GUS 2025.

Wykres 2.11. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – **Normy kulturowe i społeczne**. Zmiany w latach 2021–2025 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2025 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

2.5. 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.⁸⁷. Wskaźnik ten jest pomocny w 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 4,3 pkt, zajmuje 17. miejsce wśród 22 państw Europy objętych badaniem w 2025 r. W porównaniu do lat 2021–2024 wartość wskaźnika NECI dla naszego kraju nieznacznie wzrosła (2024 r. – 4,0 pkt, 2023 r. – 4,2 pkt, 2022 r. – 3,8 pkt, 2021 r. – 4,2 pkt).

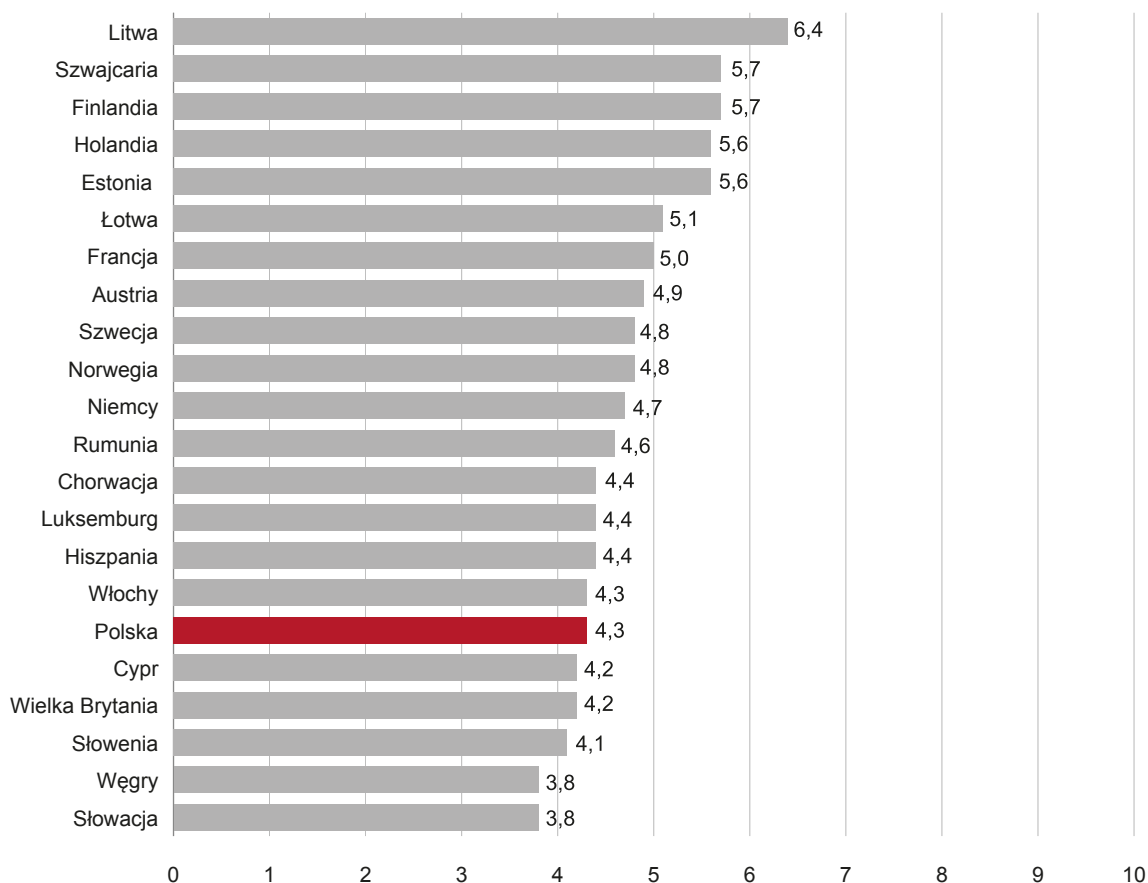
Gdy pod uwagę weźmiemy wszystkie 53 gospodarki uwzględnione w 2025 r. w badaniu NES, to Polska zajmuje 34. pozycję. Wciąż więc konieczne jest podejmowanie wysiłków zmierzających do poprawy warunków dla rozwoju przedsiębiorczości w naszym kraju.

Krajem o najwyższej wartości wskaźnika NECI w 2025 r. wśród państw europejskich jest Litwa – 6,4 pkt. Wysoko w rankingu znalazły się także Szwajcaria, Finlandia i Holandia (po 5,7 pkt), Estonia (5,6 pkt) oraz Łotwa (5,1 pkt). Zbliżone do Polski wartości wskaźnika wśród krajów Europy obserwujemy we Włoszech (4,3 pkt), na Cyprze i w Wielkiej Brytanii (po 4,2 pkt).

Natomiast gdy pod uwagę weźmiemy wszystkie kraje objęte badaniem GEM, to najwyższą wartość wskaźnika NECI w 2024 r. osiągnęły Zjednoczone Emiraty Arabskie (7,0 pkt), Tajwan (6,5 pkt), Arabia Saudyjska i Litwa (po 6,4 pkt). Najniżej w rankingu znajdują się: Angola (3,1 pkt), Wenezuela (3,2 pkt), Słowacja, Kostaryka, Gwatemala i Węgry (po 3,8 pkt).

⁸⁷ Jest on obliczany na podstawie danych z badania eksperckiego dotyczącego uwarunkowań przedsiębiorczości (National Expert Survey – NES). Po raz pierwszy dane dotyczące wskaźnika opublikowano w raporcie „Global Entrepreneurship Monitor – Global Report 2018/2019”. W 2019 r. zmieniono podejście metodologiczne do obliczeń dotyczących wskaźnika i wykorzystano skalę ocen od 0 do 10, gdzie 0 oznacza zdecydowanie się nie zgadzam, a 10 – zdecydowanie się zgadzam (w roku poprzednim była to skala od 1 do 9).

Wykres 2.12. Krajowy Wskaźnik Uwarunkowań Przedsiębiorczości w Polsce i w krajach Europy objętych badaniem NES w 2025 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

2.6. Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ

W 2022 r. w badaniu NES dodano nowe pytania dotyczące postępów w realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju Organizacji Narodów Zjednoczonych (SDG)⁸⁸. Ocenie ekspertów podlega 13 stwierdzeń dotyczących przedsiębiorstw, inwestorów oraz otoczenia instytucjonalnego, pogrupowanych w pięć bloków tematycznych, tj.:

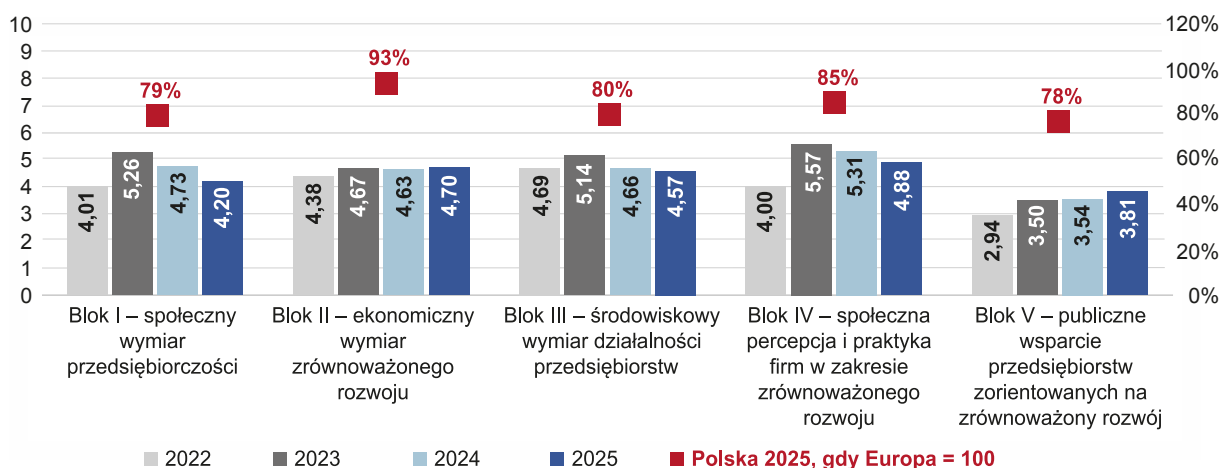
- społeczny wymiar przedsiębiorczości (I),

⁸⁸ 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).

- ekonomiczny wymiar zrównoważonego rozwoju (II),
- środowiskowy wymiar działalności przedsiębiorstw (III),
- społeczna percepcja i praktyka firm w zakresie zrównoważonego rozwoju (IV),
- publiczne wsparcie przedsiębiorstw zorientowanych na zrównoważony rozwój (V).

Bloki I, III i IV zostały ocenione w 2025 r. średnio nieznacznie niżej niż w roku poprzednim, blok II – na podobnym poziomie. Blok piąty dotyczący wsparcia dla firm w analizowanym obszarze został oceniony nieco lepiej niż w latach 2022–2024. Wszystkie bloki uzyskały ocenę niższą niż przeciętna dla badanych krajów Europy.

Wykres 2.13. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – realizacja Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ – średnie oceny dla poszczególnych bloków pytań. Zmiany w latach 2022–2025 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2025 r.



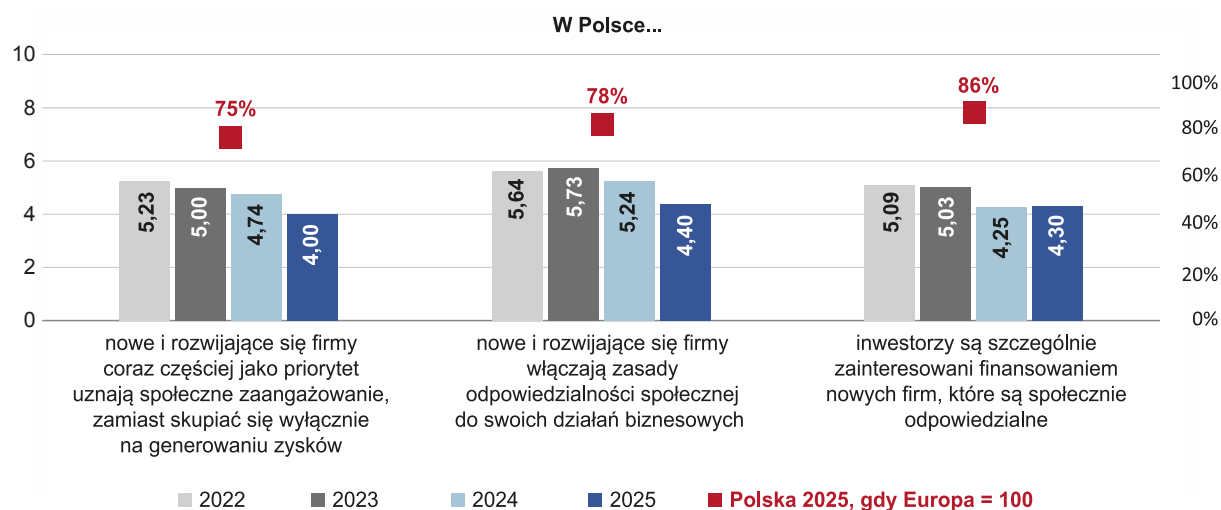
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Blok I – społeczny wymiar przedsiębiorczości – został przez ekspertów oceniony średnio na 4,2 pkt (79% przeciętnej oceny badanych krajów Europy), niżej niż w latach 2023–2024. Państwa europejskie, w których eksperci najwyżej ocenili ten obszar, to Finlandia (6,9 pkt), Francja (6,5 pkt), Litwa (6,3 pkt) i Austria (6,2 pkt). Najniższe oceny dotyczą Cypru (3,9 pkt) i Węgier (4,0 pkt).

Spośród wszystkich stwierdzeń ocenianych w tym bloku najwyższą ocenę uzyskało stwierdzenie dotyczące włączania zasad odpowiedzialności społecznej do działań biznesowych przez nowe i rozwijające się firmy (4,4 pkt, 78% średniej dla krajów Europy).

Jednak jest to wynik niższy niż w latach 2022–2024. Najniższą ocenę uzyskało stwierdzenie: nowe i rozwijające się firmy coraz częściej jako priorytet uznają społeczne zaangażowanie, zamiast skupiać się wyłącznie na generowaniu zysków (4,0 pkt, 75%). Wyniki te mogą sugerować, że w opinii ekspertów spada znaczenie odpowiedzialności społecznej w działalności nowych i rozwijających się firm.

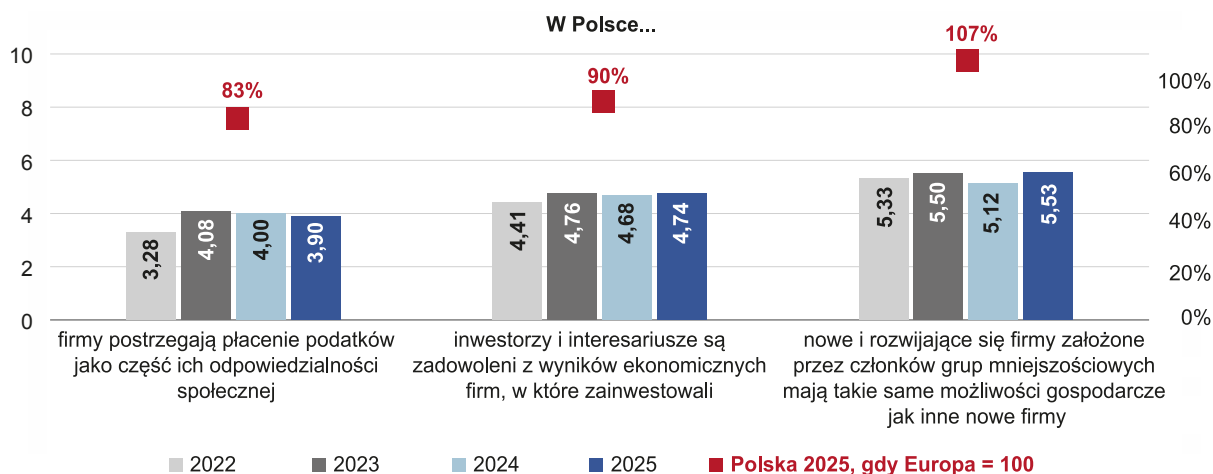
Wykres 2.14. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – **realizacja Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ: Blok I – społeczny wymiar przedsiębiorczości**. Zmiany w latach 2022–2025 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2025 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Blok II dotyczący ekonomicznych aspektów zrównoważonego rozwoju, został oceniony średnio na poziomie 4,7 pkt (93% przeciętnej oceny dla krajów Europy), nieznacznie wyżej niż w latach 2022–2024 (Wykres 2.13). Niższą niż Polska ocenę uzyskały m.in. takie państwa europejskie jak: Cypr, Wielka Brytania i Hiszpania (po 4,6 pkt), Włochy (4,5 pkt), Słowacja (3,9 pkt) oraz Węgry (3,8 pkt). Natomiast najwyższe oceny zaobserwowano w Finlandii (7,0 pkt), Litwie (6,6 pkt) i Estonii (6,3 pkt).

Wykres 2.15. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – realizacja Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ: Blok II – ekonomiczny wymiar zrównoważonego rozwoju. Zmiany w latach 2022–2025 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2025 r.

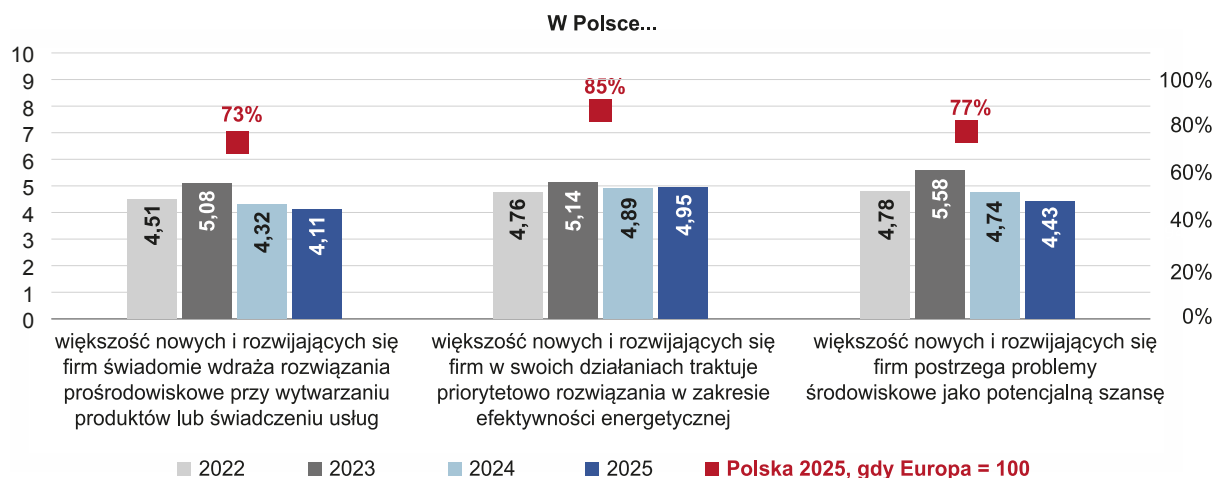


Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Blok III dotyczący środowiskowego wymiaru działalności przedsiębiorstw został oceniony w Polsce na 4,6 pkt, na poziomie podobnym jak w latach 2022 i 2024 i niższym niż w 2023 r. (2024 r. – 4,7 pkt, 2023 r. – 5,1 pkt, 2022 r. – 4,7 pkt). Jest to też ocena niższa niż w krajach Europy – stanowi 80% przeciętnej oceny dla tej grupy krajów (Wykres 2.13). Polska wraz z Cyprzem uzyskały najniższy wynik wśród badanych krajów europejskich (po 4,6 pkt). W tej grupie państw najwyższe oceny od swoich ekspertów uzyskały Finlandia (7,4 pkt), Szwecja i Litwa (po 6,6 pkt) oraz Szwajcaria i Norwegia (po 6,4 pkt).

Najniżej w tym bloku pytań eksperci z Polski ocenili stwierdzenie dotyczące świadomego wdrażania rozwiązań prośrodowiskowych przy wytwarzaniu produktów lub świadczeniu usług przez nowe i rozwijające się firmy – 4,1 pkt (73% średniej oceny dla badanych krajów Europy). Najwyżej oceniono stwierdzenie o priorytetowym traktowaniu rozwiązań w zakresie efektywności energetycznej – na 4,9 pkt (85%). Wyniki bliskie wartości neutralnej (5) mogą sugerować, że badane aspekty są dla polskich ekspertów trudne do jednoznacznej i obiektywnej oceny.

Wykres 2.16. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – realizacja Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ: Blok III – środowiskowy wymiar działalności przedsiębiorstw. Zmiany w latach 2022–2025 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2025 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Blok IV obejmował dwa stwierdzenia dotyczące stosunku społeczeństwa do zrównoważonego rozwoju oraz faktycznych działań firm w tym obszarze. Eksperci z Polski ocenili go średnio na 4,9 pkt, niżej niż przeciętnie w Europie (85% średniej dla krajów europejskich) i nieco słabiej niż w latach 2023–2024 (2024 r. – 5,3 pkt, 2023 r. – 5,6 pkt) (Wykres 2.13). Spośród krajów Europy niższy od Polski wynik dotyczy tylko Chorwacji (4,8 pkt), Rumunii i Cypru (po 4,3 pkt) oraz Węgier (3,7 pkt). Najlepiej ten blok pytań oceniono w Finlandii (7,5 pkt), Norwegii (7,2 pkt) i Szwecji (7,1 pkt).

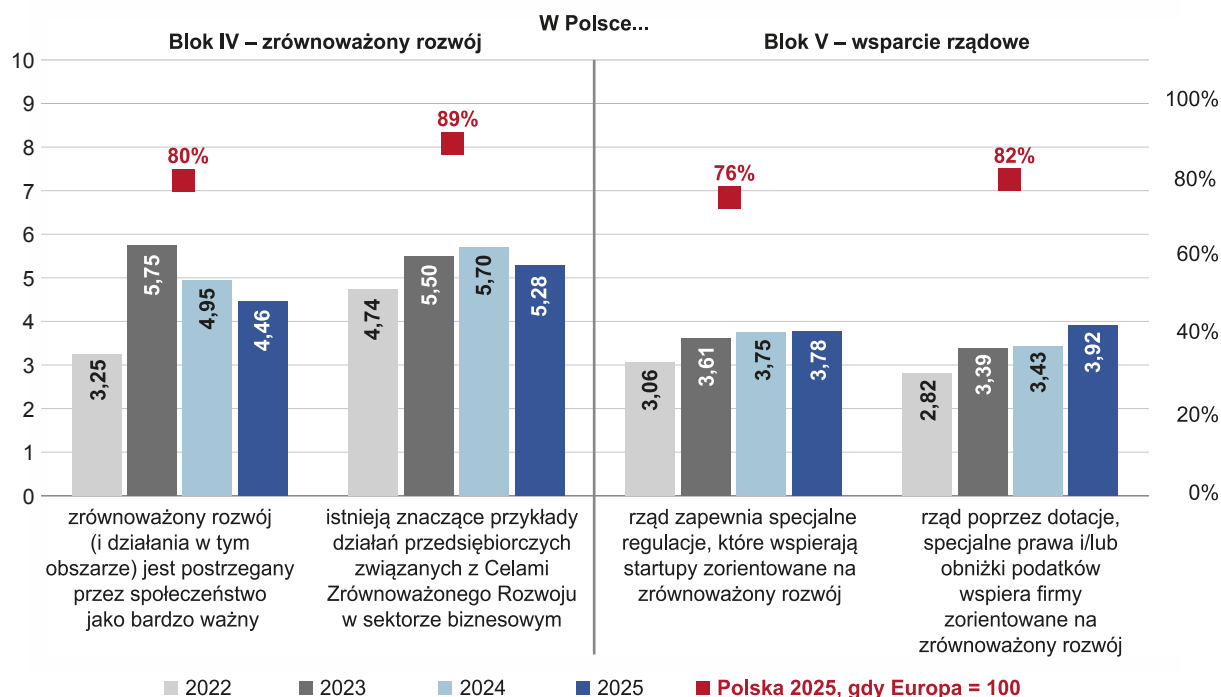
Eksperci w Polsce w większym stopniu zgadzają się co do tego, że w sektorze biznesowym są znaczące przykłady działań związanych z Celami Zrównoważonego Rozwoju (5,3 pkt, 89%), niż że nasze społeczeństwo postrzega zrównoważony rozwój i działania w jego obszarze jako ważne (4,5 pkt, 80% oceny badanych krajów Europy).

Blok V – publiczne wsparcie przedsiębiorstw zorientowanych na zrównoważony rozwój został nisko oceniony przez ekspertów – średnia ocena obu stwierdzeń na niego się składających to 3,8 pkt i jest to wynik niższy niż w krajach Europy (78% średniej oceny). Należy tu dodać, że choć ocena tego obszaru jest nadal niska, to w porównaniu z latami 2022–2024 nieznacznie wzrosła (lata 2023–2024 – 3,5 pkt, 2022 r. – 2,9 pkt) (Wykres 2.13). Spośród uwzględnionych w badaniu krajów europejskich niższe niż Polska oceny tego obszaru

dotyczą Węgier (3,4 pkt) oraz Słowacji (2,9 pkt). Najwyżej zaś ten blok pytań ocenili eksperci z Norwegii (6,8 pkt), Francji (6,1 pkt) i Litwy (6,0 pkt).

W opinii polskich ekspertów **rząd wciąż nie zapewnia specjalnych regulacji wspierających startupy zorientowane na zrównoważony rozwój (3,8 pkt, 76%), nie wspiera też firm zorientowanych na zrównoważony rozwój poprzez dotacje, specjalne prawa czy obniżki podatków (3,9 pkt, 82%),** choć tu trzeba dodać, że w 2025 r. ocena tego stwierdzenia była wyższa niż w latach poprzednich.

Wykres 2.17. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – realizacja Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ: Blok IV – społeczna percepcja i praktyka firm w zakresie zrównoważonego rozwoju, Blok V – publiczne wsparcie przedsiębiorstw zorientowanych na zrównoważony rozwój. Zmiany w latach 2022–2025 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2025 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

2.7. Przedsiębiorczość kobiet

Tegoroczna edycja badania NES obejmowała także temat uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości kobiet. Eksperci oceniali osiem stwierdzeń składających się na dwa obszary, dotyczące:

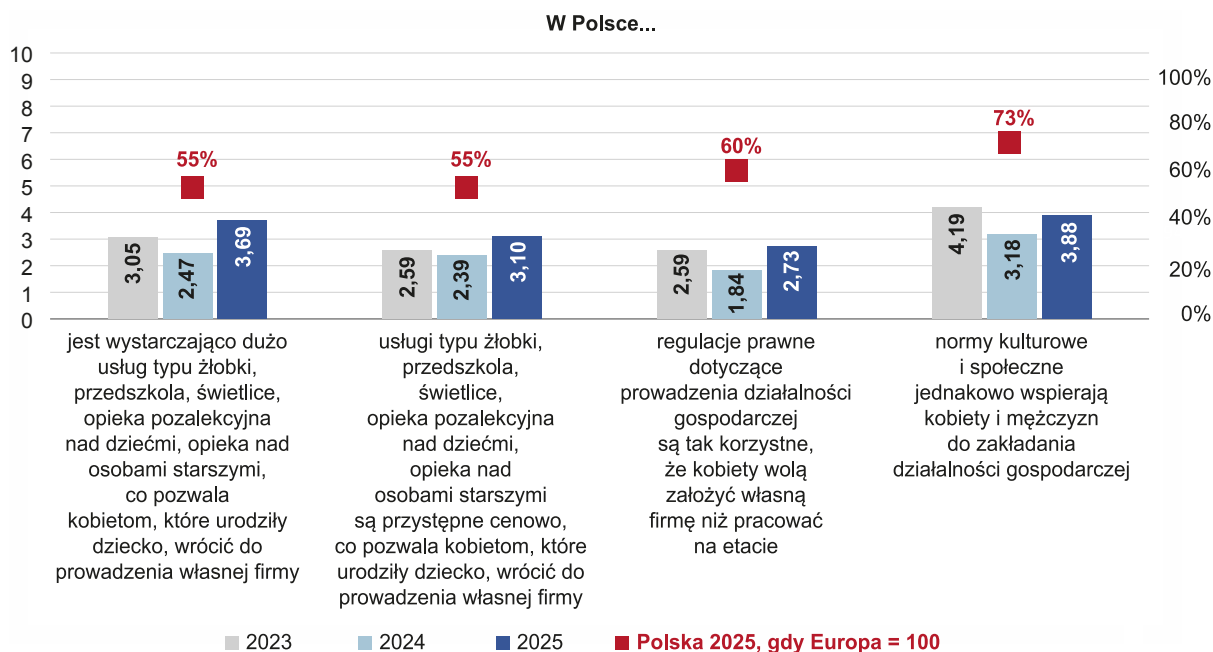
- uwarunkowań w postaci usług opiekuńczo-edukacyjnych, regulacji i norm kulturowych,
- dostępności finansowania i dostępu do rynku (kobiet prowadzących firmy vs. mężczyzn-przedsiębiorców).

Oceny polskich ekspertów w przypadku obu obszarów są niższe niż ekspertów w gospodarkach najbardziej zamożnych i krajach europejskich.

Wsparcie przedsiębiorczości kobiet w aspekcie dostępności usług, regulacji i norm kulturowych zostało ocenione niezbyt dobrze (3,2 pkt, 72% średniej oceny dla gospodarek o wysokich dochodach i 77% – dla krajów Europy), **ale lepiej niż w dwóch wcześniejszych pomiarach** (2024 r. – 2,5 pkt, 2023 r. – 3,1 pkt). Spośród państw Europy najwyższe wyniki uzyskały Finlandia (6,5 pkt), Estonia, Litwa (po 6,2 pkt) i Szwecja (5,8 pkt), a spośród wszystkich badanych krajów – Zjednoczone Emiraty Arabskie (6,6 pkt). Natomiast najniższe oceny dotyczą Stanów Zjednoczonych (2,4 pkt), Angoli (2,5 pkt), Wielkiej Brytanii, Włoch (po 2,6 pkt), Cypru i Słowacji (po 3 pkt).

Spośród stwierdzeń składających się na ten obszar najwyżej oceniono przekonanie, że normy kulturowe i społeczne jednakowo wspierają kobiety i mężczyzn w zakładaniu działalności gospodarczej (3,9 pkt, 73% średniej europejskiej). Najniżej zaś stwierdzenie, że regulacje prawne dotyczące prowadzenia działalności gospodarczej są tak korzystne, że kobiety wolą założyć własną firmę, niż pracować na etacie (2,7 pkt, 60%). Niska ocena aspektów związanych z dostępnością i przystępnością cenową usług opiekuńczych i regulacji/norm kulturowych sugeruje, że mogą one stanowić istotną barierę ograniczającą powroty kobiet do działalności gospodarczej.

Wykres 2.18. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – przedsiębiorczość kobiet – **postrzeganie poziomu wsparcia przedsiębiorczości kobiet w aspekcie usług, regulacji i norm kulturowych.** Zmiany w latach 2023–2025 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2025 r.

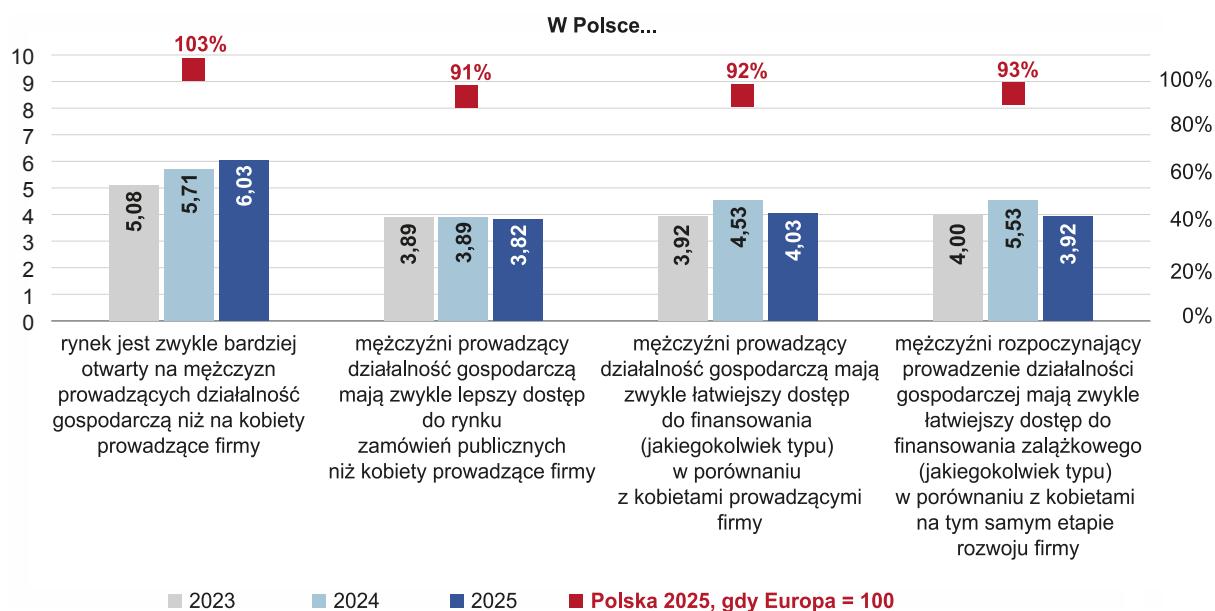


Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

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 wyżej niż pierwszy, bo na 4,3 pkt. Jest to też wynik nieco niższy niż przeciętna ocena dla krajów Europy (88%) czy średnia w gospodarkach o wysokich dochodach (84%). W kontekście specyficznego sformułowania stwierdzeń składających się na ten obszar (jako teza o uprzywilejowaniu mężczyzn) niższy wynik dla obszaru czy stwierdzenia może oznaczać brak przewagi mężczyzn.

Polscy eksperci najwyżej ocenili stwierdzenie mówiące, że rynek jest zwykle bardziej otwarty na mężczyzn rozpoczynających lub prowadzących działalność gospodarczą niż na kobiety w tej samej roli – ocena 6,0 pkt (103% średniej oceny krajów Europy). Pozostałe stwierdzenia zostały ocenione znacznie niżej, co oznacza, że eksperci raczej nie zgadzają się z tezą o łatwiejszym dostępie mężczyzn do rynku zamówień publicznych czy finansowania (w tym załączkowego).

Wykres 2.19. 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.** Zmiany w latach 2023–2025 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2025 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

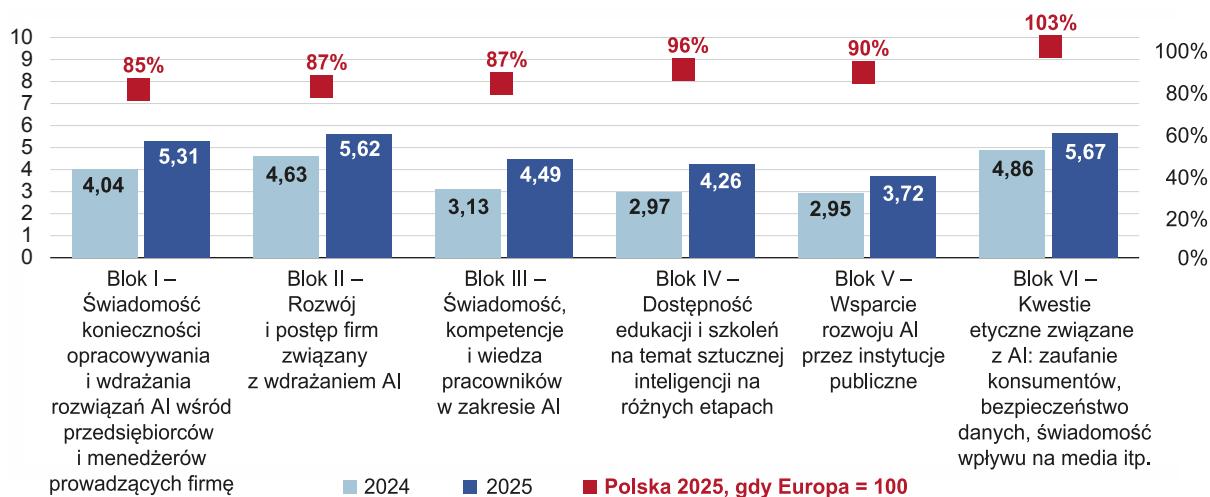
2.8. Sztuczna inteligencja a przedsiębiorczość

Od 2024 r. w ramach NES analizowane są uwarunkowania rozwoju sztucznej inteligencji (AI). Ekspertki oceniają czternaście stwierdzeń składających się na sześć bloków tematycznych odnoszących się do:

- świadomości konieczności opracowywania i wdrażania rozwiązań AI wśród przedsiębiorców,
- rozwoju i postępu firm związanego z wdrażaniem AI,
- świadomości, kompetencji i wiedzy pracowników w zakresie AI,
- dostępności edukacji i szkoleń na temat AI na różnych etapach,
- wsparcia rozwoju AI przez instytucje publiczne,
- kwestii etycznych związanych z AI: zaufanie konsumentów, bezpieczeństwo danych, świadomość wpływu na media.

Ogólnie uwarunkowania rozwoju sztucznej inteligencji w Polsce są korzystniejsze niż w 2024 r. Oceny wszystkich bloków wzrosły, przy czym trzy z nich dotyczące: etyki, zaufania i bezpieczeństwa danych (VI), rozwoju i postępu firm związanego z wdrażaniem AI (II) oraz świadomości konieczności wdrażania AI wśród firm (I) postrzegane są relatywnie lepiej niż pozostałe, ale jest to wynik na poziomie środka skali 0–10. **Najniżej oceniono obszar wsparcia rozwoju AI przez instytucje publiczne** (blok V; 3,72 pkt, 90% średniej oceny dla krajów Europy), **relatywnie nisko – aspekty związane ze świadomością, kompetencjami i wiedzą pracowników oraz dostępnością edukacji i szkoleń na temat sztucznej inteligencji** (bloki III i IV). Wyniki te wskazują na konieczność intensyfikacji działań, jeżeli chcemy, aby Polska była konkurencyjna w obszarze sztucznej inteligencji. Krajami, w których zgodnie z opinią ich ekspertów istnieją najlepsze warunki do rozwoju sztucznej inteligencji, są Zjednoczone Emiraty Arabskie, Litwa, Tajwan i Łotwa.

Wykres 2.20. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – **sztuczna inteligencja a przedsiębiorczość** – średnie oceny dla poszczególnych bloków pytań. Zmiany w latach 2024–2025 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2025 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Blok I – Świadomość konieczności opracowywania i wdrażania rozwiązań AI wśród przedsiębiorców – został przez ekspertów oceniony na 5,3 pkt (85% przeciętnej oceny badanych krajów Europy) (Wykres 2.20). Była to ocena wyższa niż w poprzedniej edycji badania (4,0 pkt), ale jedna z najniższych wśród badanych krajów Europy (niższa dotyczy tylko Włoch i Rumunii – po 5,2 pkt oraz Węgier – 3,8 pkt). Najlepiej ten obszar postrzegany jest na Litwie

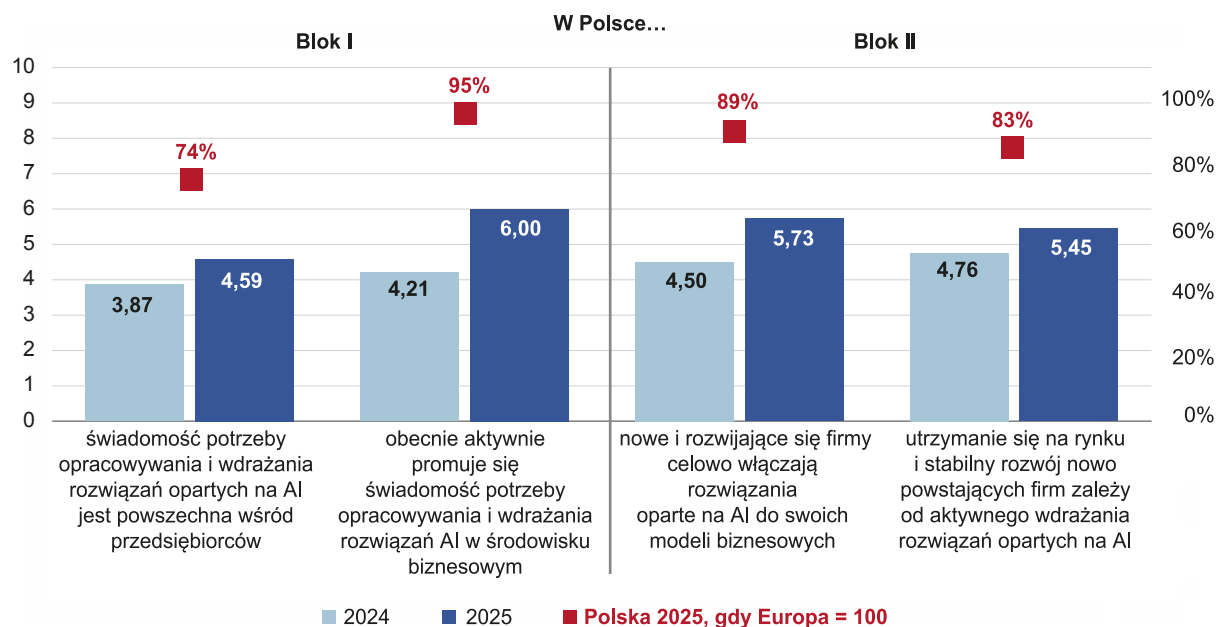
(7,7 pkt), w Szwecji (7,4 pkt) i Norwegii (7,2 pkt). Zaś wśród wszystkich krajów uczestniczących w badaniu – w Zjednoczonych Emiratach Arabskich (8,2 pkt) i Tajwanie (8,0 pkt).

Biorąc pod uwagę dwa stwierdzenia składające się na ten blok, eksperci bardziej zgadzają się co do tego, że w środowisku biznesowym w Polsce aktywnie promuje się potrzebę opracowywania i wdrażania rozwiązań AI (6,0 pkt, 95% średniej oceny dla krajów Europy). Była to też ocena istotnie wyższa niż w 2024 r. (4,2 pkt). Niższe oceny uzyskało stwierdzenie: świadomość potrzeby opracowywania i wdrażania rozwiązań opartych na AI jest powszechna wśród przedsiębiorców (4,6 pkt, 74%).

Blok II – Rozwój i postęp firm związany z wdrażaniem AI – został oceniony średnio na 5,6 pkt, co stanowiło 87% przeciętnej oceny badanych krajów Europy) (Wykres 2.20). Również w przypadku tego obszaru ocena dla Polski była jedną z najniższych wśród uwzględnionych w badaniu państw Europy. Niższe oceny odnotowano tylko w Chorwacji (5,5 pkt) oraz na Węgrzech (5,4 pkt). Natomiast najwyższe: na Łotwie (8,0 pkt), Litwie (7,6 pkt) i w Niemczech (7,1 pkt).

Eksperti są umiarkowanie zgodni co do tego, że nowe i rozwijające się firmy w Polsce celowo włączają rozwiązania oparte na AI do swoich modeli biznesowych (5,7 pkt, 89% średniej oceny dla krajów Europy) oraz co do tego, że utrzymanie się na rynku i stabilny rozwój nowo powstających firm zależy od aktywnego wdrażania rozwiązań opartych na AI (5,5 pkt, 83%).

Wykres 2.21. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – sztuczna inteligencja a przedsiębiorczość: **Blok I – Świadomość konieczności opracowywania i wdrażania rozwiązań AI wśród przedsiębiorców, Blok II – Rozwój i postęp firm związany z wdrażaniem AI.** Zmiany w latach 2024–2025 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2025 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Opinie ekspertów na temat kolejnych dwóch bloków, odnoszących się do zasobów ludzkich i rozwoju kompetencji są mniej pozytywne. **Blok III – Świadomość, kompetencje i wiedza pracowników w zakresie AI – został oceniony na 4,5 pkt**, co stanowiło 87% średniej europejskiej) (Wykres 2.20). Choć była to ocena wyższa niż w 2024 r. (3,1 pkt), oznacza 19. miejsce Polski wśród 22 państw Europy uczestniczących w badaniu – słabszy wynik dotyczy tylko Chorwacji i Włoch (po 4,4 pkt) oraz Węgier (3,7 pkt). Najwyższą ocenę w tej grupie uzyskały Litwa (7,1 pkt), Łotwa (6,7 pkt) i Szwajcaria (6,0 pkt), a wśród wszystkich państw – Zjednoczone Emiraty Arabskie (7,5 pkt).

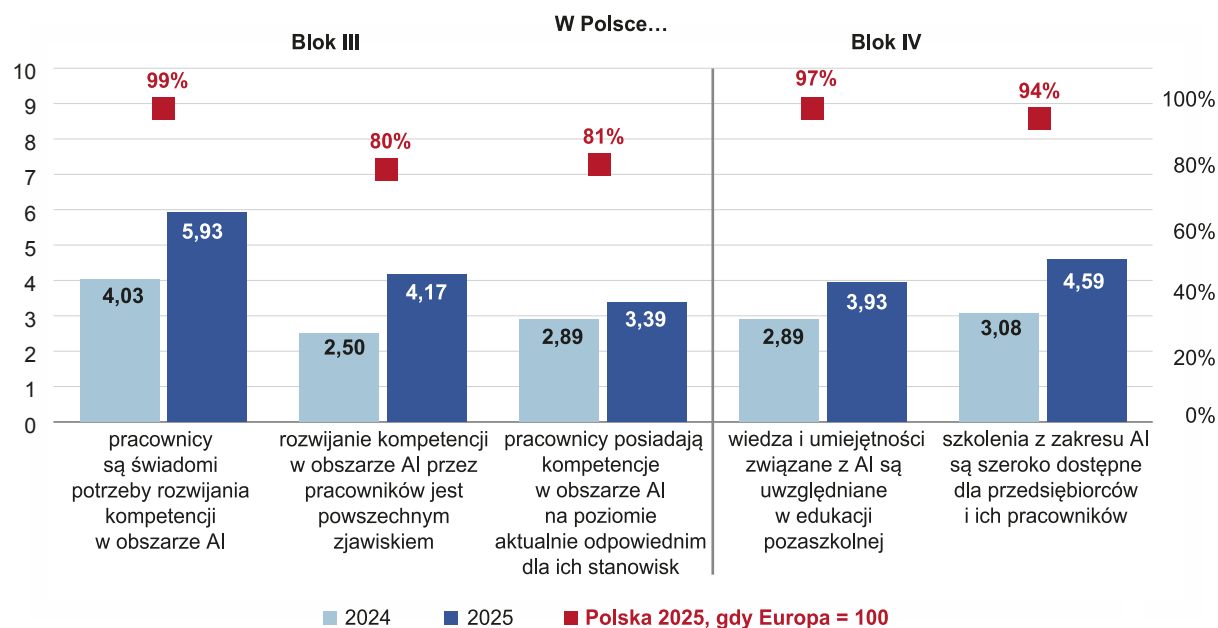
Analiza ocen poszczególnych stwierdzeń w tym bloku pokazuje, że choć w opinii polskich ekspertów pracownicy nie mają kompetencji w obszarze AI na poziomie odpowiednim dla ich stanowisk (3,4 pkt, 81% średniej europejskiej), to są coraz bardziej świadomi potrzeby ich rozwijania (5,9 pkt, 99% średniej europejskiej oraz największy przyrost r/r w tym bloku). Lepiej niż rok wcześniej zostało ocenione stwierdzenie, że rozwijanie kompetencji w obszarze

AI przez pracowników jest powszechnym zjawiskiem (4,2 pkt, 80% średniej europejskiej, 2024 r. – 2,5 pkt).

Blok IV – Dostępność edukacji i szkoleń na temat sztucznej inteligencji na różnych etapach – uzyskał ocenę 4,3 pkt, bliską średniej ocenie dla krajów europejskich (96%) (Wykres 2.20).

Krajami, w których najwyżej oceniono ten blok pytań, są Zjednoczone Emiraty Arabskie (7,4 pkt), Tajwan (7,1 pkt), Łotwa (6,7 pkt), Litwa (6,4 pkt) oraz Finlandia (6,3 pkt). Spośród państw Europy niższy od Polski wynik uzyskały m.in. Szwecja (4,0 pkt), Hiszpania (3,7 pkt), Włochy (3,5 pkt) czy Wielka Brytania (3,3 pkt). Pomimo wyższych niż w 2024 r. ocen obu stwierdzeń składających się na ten obszar, wciąż mogą one stanowić ograniczenie dla szerszego wdrażania sztucznej inteligencji przez przedsiębiorstwa. Eksperti z Polski relatywnie nisko ocenili aspekt uwzględnienia wiedzy i umiejętności związanych z AI w edukacji pozaszkolnej (3,9 pkt, 97% średniej oceny dla państw europejskich) oraz szeroką dostępność szkoleń z zakresu AI dla przedsiębiorców i ich pracowników (4,6 pkt, 94%).

Wykres 2.22. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – **sztuczna inteligencja a przedsiębiorczość: Blok III – Świadomość, kompetencje i wiedza pracowników w zakresie AI, Blok IV – Dostępność edukacji i szkoleń na temat AI na różnych etapach.** Zmiany w latach 2024–2025 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2025 r.

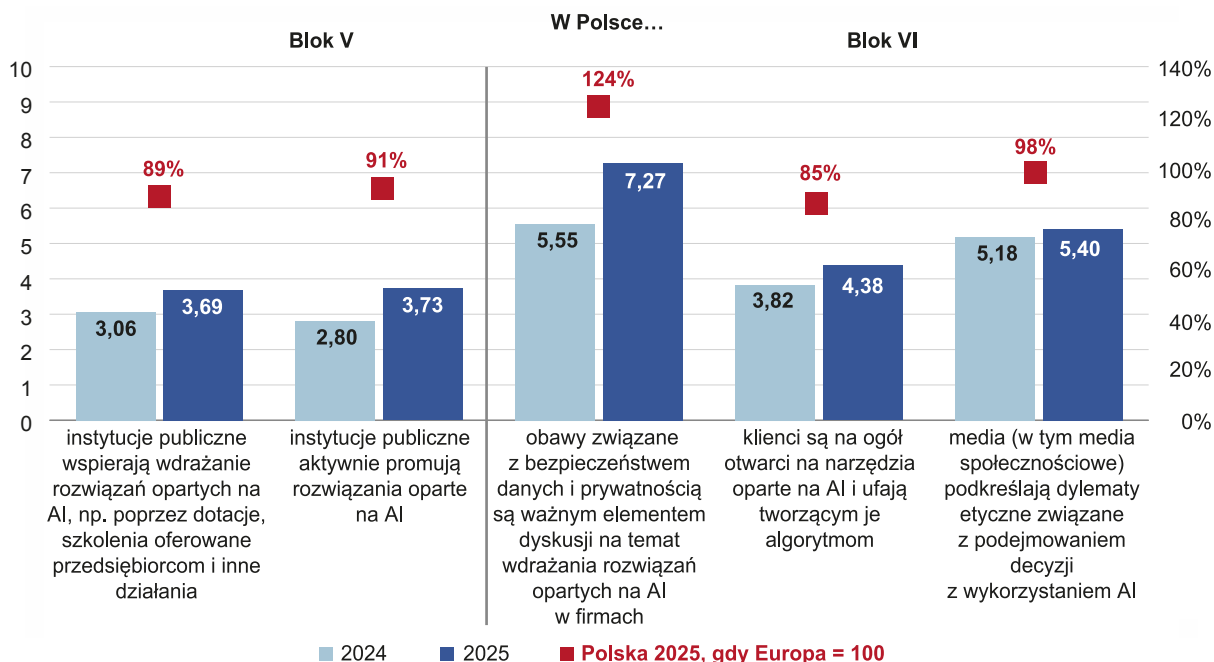


Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Blok V – Wsparcie rozwoju AI przez instytucje publiczne – uzyskał najniższą ocenę spośród sześciu bloków składających się na analizowany obszar – 3,7 pkt (przy czym nie tak bardzo różny od średniej europejskiej – 90%) (Wykres 2.20). Wśród państw europejskich niższe oceny od Polski uzyskały m.in.: Słowenia i Hiszpania (po 3,6 pkt), Wielka Brytania (3,0 pkt) oraz Słowacja (2,9 pkt). Najwyższe zaś Łotwa (6,7 pkt) i Litwa (6,0 pkt). Biorąc pod uwagę wszystkie kraje uczestniczące w badaniu NES, wysoki wynik dotyczy także Zjednoczonych Emiratów Arabskich (7,9 pkt) oraz Tajwanu (7,4 pkt). Oba uwarunkowania oceniane w tym bloku – instytucje publiczne wspierają wdrażanie rozwiązań opartych na AI, np. poprzez dotacje, szkolenia oferowane przedsiębiorcom i inne działania oraz instytucje publiczne aktywnie promują rozwiązania oparte na AI – uzyskały ten sam nienajlepszy wynik 3,7 pkt, w okolicach 90% średniej oceny dla państw europejskich.

Blok VI – Kwestie etyczne związanej z AI: zaufanie konsumentów, bezpieczeństwo danych, świadomość wpływu na media – został oceniony relatywnie wysoko, bo średnio na 5,7 pkt, i lekko powyżej średniej ocen krajów Europy (103%) (Wykres 2.20). Jednocześnie wynik dla Polski i dla znacznej grupy państw uczestniczących w badaniu NES jest na poziomie środka skali. Nie dotyczy to takich krajów jak Zjednoczone Emiraty Arabskie (7,5 pkt), Łotwa (7,1 pkt), Katar (6,8) czy Arabia Saudyjska i Tajwan (po 6,6 pkt) oraz Litwa (6,5 pkt) – dla których ocena jest na poziomie „zgadzam się”. A także Angoli (3,1 pkt) i Egiptu (3,8 pkt) – ocena na poziomie „nie zgadzam się”. Polscy eksperci zgadzają się ze stwierdzeniem, że obawy związane z bezpieczeństwem danych i prywatnością są ważnym elementem dyskusji na temat wdrażania rozwiązań opartych na AI w firmach (7,3 pkt, 124% średniej oceny dla państw europejskich). Natomiast relatywnie niżej ocenili stwierdzenie: klienci są na ogół otwarci na narzędzia oparte na AI i ufają tworzącym je algorytmom (4,4 pkt, 85%).

Wykres 2.23. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – **sztuczna inteligencja a przedsiębiorczość: Blok V – Wsparcie rozwoju AI przez instytucje publiczne, Blok VI – Kwestie etyczne związane z AI: zaufanie konsumentów, bezpieczeństwo danych, świadomość wpływu na media.** Zmiany w latach 2024–2025 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2025 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

2.9. Podsumowanie

Analiza opinii pozyskanych od ekspertów w badaniu NES pokazuje, że **w 2025 r. w Polsce – warunki do inicjowania i prowadzenia działalności gospodarczej są przeciętne.**

Świadczy o tym stosunkowo niska wartość Krajowego Wskaźnika Uwarunkowań Przedsiębiorczości (NECI) – 4,3 pkt, co plasuje nasz kraj na 17. miejscu wśród 22 państw Europy i 34. wśród 53 państw świata. W porównaniu z poprzednim pomiarem z 2024 r. **w większości obszarów odnotowano niewielki wzrost wskaźników.** Wszystko to pokazuje, że nasz kraj ma jeszcze dużo do zrobienia w zakresie poprawy warunków sprzyjających powstawaniu i rozwojowi firm.

W 2025 r. tylko dwa obszary – otwartość rynku zewnętrznego oraz normy społeczno-kulturowe – zostały ocenione przez polskich ekspertów lepiej niż średnio w krajach Europy. Relatywnie wysoko oceniono też dostęp do infrastruktury technicznej, 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), obszary związane z B+R i transferem wiedzy czy łatwością uzyskania finansowania, polityka wspierania przedsiębiorczości, kwestia dostępności i efektywności programów publicznych wspierających rozwój firm oraz biurokracji i podatków.

Bardziej szczegółowy obraz uwarunkowań przedsiębiorczości w naszym kraju daje zestawienie najbardziej pozytywnych (Tabela 2.2) i najbardziej negatywnych ocen (Tabela 2.3) dokonanych przez ekspertów⁸⁹. Taka analiza pozwala punktowo wskazać aspekty przedsiębiorczości, które można uznać za stymulatory i bariery w rozwoju i powstawaniu firm.

Tabela 2.2. Dziesięć najbardziej wspierających uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości (najwyższych ocen ekspertów; oceny w skali 0–10)

Lp.	Stwierdzenie	Średnia ocena
1	W Polsce nowe lub rozwijające się firmy mogą uzyskać dostęp do usług telekomunikacyjnych (telefon, Internet itp.) w ciągu tygodnia	8,18
2	W Polsce uzyskanie dobrego dostępu do usług telekomunikacyjnych (telefon, Internet itp.) nie jest zbyt drogie dla nowych lub rozwijających się firm	7,49
3	W Polsce koszt założenia (rejestracji) nowej firmy nie jest wysoki	6,95
4	W Polsce rynek wyrobów i usług konsumpcyjnych z roku na rok istotnie się zmienia	6,93
5	W Polsce rynek wyrobów i usług typu business-to-business z roku na rok istotnie się zmienia	6,46
6	W Polsce nowe i rozwijające się przedsiębiorstwa mają łatwy dostęp do dobrych usług bankowych (dostęp do konta, rachunków bieżących, przelewów, transakcji walutowych, akredytywy itp.)	6,44
7	W Polsce infrastruktura techniczna (drogi, media, komunikacja, gospodarka odpadami), stanowi bardzo dobre wsparcie dla nowych i rozwijających się firm	6,44
8	W Polsce nowe i rozwijające się firmy mogą korzystać z usług cloud computing (przetwarzania w chmurze) po rozsądnych cenach	5,95
9	W Polsce istnieje wystarczająco dużo podwykonawców, dostawców i konsultantów, aby zapewnić rozwój nowych i rozwijających się przedsiębiorstw	5,88
10	W Polsce nowe lub rozwijające się firmy mogą w ciągu miesiąca uzyskać dostęp do mediów (gaz, woda, prąd, kanalizacja)	5,87

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

⁸⁹ Spośród stwierdzeń przypisanych do 13 głównych obszarów wyłoniono po 10 najwyżej i najniżej ocenionych przez ekspertów.

Tabela 2.3. Dziesięć najmniej wspierających uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości (najniższych ocen ekspertów; oceny w skali 0–10)

Lp.	Stwierdzenie	Średnia ocena
1	W Polsce nauczanie w szkołach podstawowych i średnich dostarcza odpowiedniej wiedzy z zakresu funkcjonowania gospodarki	2,13
2	W Polsce nauczanie w szkołach podstawowych i średnich zachęca do kreatywności, samodzielności i inicjatywy własnej	2,27
3	W Polsce przedsiębiorczość i tworzenie nowych firm to tematy, na które zwraca się uwagę podczas nauczania w szkołach podstawowych i średnich	2,29
4	W Polsce radzenie sobie z biurokracją, przepisami i wymogami licencyjnymi nie jest zbyt trudne dla nowych i rozwijających się firm	2,63
5	W Polsce nowe i rozwijające się firmy mogą sobie pozwolić na pozyskanie najnowszych technologii	2,71
6	W Polsce nowe i rozwijające się firmy mogą sobie pozwolić na koszty związane z zatrudnianiem podwykonawców, dostawców i konsultantów	2,78
7	W Polsce nowe i rozwijające się firmy mają taki sam dostęp do nowych badań i technologii jak firmy duże, dłużej funkcjonujące na rynku	2,78
8	W Polsce nowe technologie, nauka i inne rodzaje wiedzy są skutecznie transferowane z uniwersytetów i publicznych ośrodków badawczych do nowych i rozwijających się firm	2,88
9	W Polsce polityka rządu (np. zamówienia publiczne, prawo, regulacje, licencje, podatki) konsekwentnie sprzyja nowym i rozwijającym się firmom	3,00
10	W Polsce jakość praktycznej edukacji w zakresie przedsiębiorczości i zarządzania zapewnia odpowiednie przygotowanie do założenia i rozwoju własnej firmy	3,12

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Najwyżej oceniane aspekty przedsiębiorczości dotyczą przede wszystkim dostępu do usług telekomunikacyjnych, niskich kosztów i prostoty rejestracji działalności gospodarczej, a także dynamiki rynku oraz dostępu do usług bankowych. Istotnym atutem jest też dobrze rozwinięta infrastruktura techniczna. Z kolei do głównych ograniczeń należy niewystarczające przekazywanie wiedzy o przedsiębiorczości i gospodarce w systemie edukacji szkolnej, a także niska jakość praktycznego kształcenia w zakresie przedsiębiorczości i zarządzania. Barierami do powstawania i rozwoju firm są też nadmierna biurokracja, obowiązujące regulacje prawne i wymogi licencyjne, ograniczony dostęp do badań i najnowszych technologii, a także wysokie koszty współpracy z podwykonawcami, dostawcami i konsultantami. Problem stanowi również niewystarczająco efektywny transfer technologii z uczelni i ośrodków badawczych oraz wybrane elementy polityki rządu, w tym dotyczącej zamówień publicznych, regulacji prawnych i systemu podatkowego.

W odniesieniu do obszarów relatywnie niedawno włączonych do badania NES, eksperci **nieco niżej niż rok wcześniej ocenili stwierdzenia odnoszące się do postępów w realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju Organizacji Narodów Zjednoczonych**. Była to jednak ocena wyższa niż w 2022 r. (pierwszej edycji badania tego obszaru). Wyniki pokazują, że nadal poprawy wymaga obszar rządowego wsparcia firm zorientowanych na zrównoważony rozwój, ale – co trzeba zauważyć – jego ocena w 2025 r. była wyższa niż w poprzednich latach. Wciąż dużym wyzwaniem jest zaangażowanie przedsiębiorstw w działania społeczne i proekologiczne – zdaniem ekspertów firmy częściej koncentrują się na osiągnięciu zysków niż na celach społecznych.

Wyniki badania NES pokazują też, że niezbędne jest wsparcie przedsiębiorczości kobiet, zwłaszcza w aspekcie dostępności i przystępności cenowej usług (takich jak opieka nad dziećmi, seniorami) czy regulacji prawnych dotyczących prowadzenia działalności gospodarczej. Odpowiedzi ekspertów sugerują też, że rynek w Polsce jest nieco bardziej otwarty na mężczyzn niż na kobiety prowadzące działalność gospodarczą.

Powinno się też podjąć odpowiednie działania, aby zwiększyć konkurencyjność Polski związanej z rozwojem sztucznej inteligencji. Choć wszystkie bloki stwierdzeń składające się na ten obszar zostały ocenione wyżej niż w ubiegłym roku, to ocena większości była niższa niż przeciętna dla krajów Europy. Tylko jeden blok – dotyczący kwestii etycznych związanych z AI – został oceniony na poziomie średniej dla państw europejskich. Wyniki wskazują na konieczność wsparcia rozwoju kompetencji pracowników w obszarze AI, uwzględnienie nauczania wiedzy i umiejętności związanych z AI w edukacji pozaszkolnej oraz zwiększenie dostępności szkoleń. Instytucje publiczne powinny także aktywnie promować rozwiązania oparte na AI oraz wspierać je np. przez dotacje, szkolenia i inne działania.

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.

W 2025 r., podobnie jak w poprzednim roku, tylko jeden z obszarów – otwartość rynku wewnętrznego – został oceniony przez polskich ekspertów znacznie lepiej niż średnio w krajach Europy. Relatywnie wysoko oceniono też dostęp do infrastruktury technicznej, 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), **obszary związane z B+R i transferem wiedzy czy łatwością uzyskania finansowania, polityka wspierania przedsiębiorczości, kwestia biurokracji i podatków oraz dostępności i efektywności programów publicznych wspierających rozwój firm.**

Eksperci nieco niżej niż rok wcześniej, ale lepiej niż w 2022 r. ocenili uwarunkowania związane z realizacją Celów Zrównoważonego Rozwoju Organizacji Narodów Zjednoczonych. Była to jednak ocena wyższa niż w 2022 r. Wyniki pokazują, że nadal poprawy wymaga obszar rządowego wsparcia firm zorientowanych na zrównoważony rozwój, którego ma od pięciu edycji najniższą aczkolwiek systematycznie poprawiającą się ocenę na tle pozostałych czterech obszarów.

Wyniki badania NES pokazują też, że niezbędne jest wsparcie przedsiębiorczości kobiet, zwłaszcza w aspekcie dostępności i przystępności cenowej usług (takich jak opieka nad dziećmi, seniorami), regulacji prawnych dotyczących prowadzenia działalności gospodarczej, jak i norm kulturowych i społecznych, które powinny jednakowo wspierać kobiety i mężczyzn w zakładaniu działalności gospodarczej.

Powinno się też podjąć odpowiednie działania, aby zwiększyć konkurencyjność Polski związaną z rozwojem sztucznej inteligencji. Ocena wszystkich stwierdzeń składających się na ten obszar była niższa niż przeciętna dla krajów Europy. Wyniki wskazują na konieczność wsparcia rozwoju kompetencji pracowników w obszarze AI, uwzględnienie nauczania wiedzy i umiejętności związanych z AI w edukacji pozaszkolnej oraz zwiększenie dostępności szkoleń. Instytucje publiczne powinny także aktywnie promować rozwiązania oparte na AI oraz wspierać je np. przez dotacje, szkolenia i inne działania.

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.

3. Startupy w Polsce

Kolejna edycja analizy startupów w ramach badania GEM w Polsce pokazuje, że **startupy kojarzone są przede wszystkim z firmami działającymi w obszarze IT/ICT (73% wskazań Polaków w wieku 18–64 l.), a następnie – z firmami technologicznymi (67%) oraz nastawionymi na innowacje⁹⁰ (66%). Niewiele mniej Polaków (61%) uważa, że startupy to młode firmy** – są więc one często postrzegane jako nowo powstałe przedsiębiorstwa, które znajdują się na początkowym etapie rozwoju. **Połowa osób (50%) stwierdza, że startupy korzystają z finansowania zewnętrznego, bo nie zarabiają na własne utrzymanie.** Faktycznie wiele startupów poszukuje zewnętrznych inwestorów, aby rozwijać swoje produkty i usługi. Podsumowując, obszar działalności (IT/ICT), technologie i innowacje to najbardziej charakterystyczne cechy startupów w oczach dorosłych Polaków. Na kolejnych miejscach są: krótki czas funkcjonowania na rynku oraz zależność od finansowania zewnętrznego.

W dalszej części niniejszego opracowania omówiono cztery zasadnicze kwestie:

- rozumienie pojęcia startup przez ich właścicieli oraz właścicieli pozostałych biznesów;
- charakterystykę osób prowadzących firmy, w rozróżnieniu na startupy vs. pozostałe rodzaje działalności;
- czynniki utrudniające rozwój firm w opinii właścicieli startupów i pozostałych firm oraz czynniki, które mogą powstrzymywać ludzi przed założeniem firmy typu startup;
- uwarunkowania rozwoju startupów w opinii ekspertów.

Analizy dokonano w oparciu o dane z badania przeprowadzonego w 2025 r. w ramach GEM, na grupie 10 000 osób w wieku 18–64 l. mieszkających w Polsce, z której wyodrębniono podgrupę respondentów będących właścicielami działających na rynku przedsiębiorstw lub

⁹⁰ Wprowadzające na rynek nowe i znacząco ulepszone rozwiązania.

będących w trakcie zakładania firmy (łącznie $N = 1520$)⁹¹. Z tego podzbioru na podstawie pytania *Czy uważa Pan/Pani swój biznes za startup?* wyodrębniono osoby, które uważają, że prowadzą działalność typu startup ($N_s = 256$). Ich odpowiedzi zestawiono z odpowiedziami pozostałych przedsiębiorców⁹² ($N_p = 1264$)⁹³.

3.1. Rozumienie pojęcia startup przez właścicieli startupów oraz pozostałych biznesów

Osoby prowadzące działalność gospodarczą – niezależnie od etapu rozwoju swojego przedsięwzięcia biznesowego – **definiują startupy nieco inaczej niż ogół społeczeństwa. Postrzegają je przede wszystkim jako firmy innowacyjne i młode (po niespełna 90% wskazań)**. Co więcej, przekonanie to częściej charakteryzuje właścicieli firm postrzegających się jako startupy niż innego typu biznesy. W kwestiach przypisywania startupom cech takich jak: firma technologiczna, działająca w obszarze IT/ICT oraz 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 potrzebują wsparcia

⁹¹ Wyodrębniona baza do analizy zadeklarowanych startupów i pozostałych firm ($N = 1520$), na podstawie pytań: q21 – Czy samodzielnie lub we współpracy z innymi osobami – próbuje Pan(i) założyć nową firmę, włączając w to samozatrudnienie lub sprzedaż wyrobów albo usług? (tak) q23 – Czy w ciągu 12 miesięcy podjął/podjęła Pan(i) jakiegokolwiek działania, żeby założyć firmę, takie jak poszukiwanie sprzętu, znalezienie siedziby, tworzenie zespołu pracowników, opracowanie biznesplanu, zebranie środków finansowych, które byłyby pomocne w rozpoczęciu działalności? (tak)

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

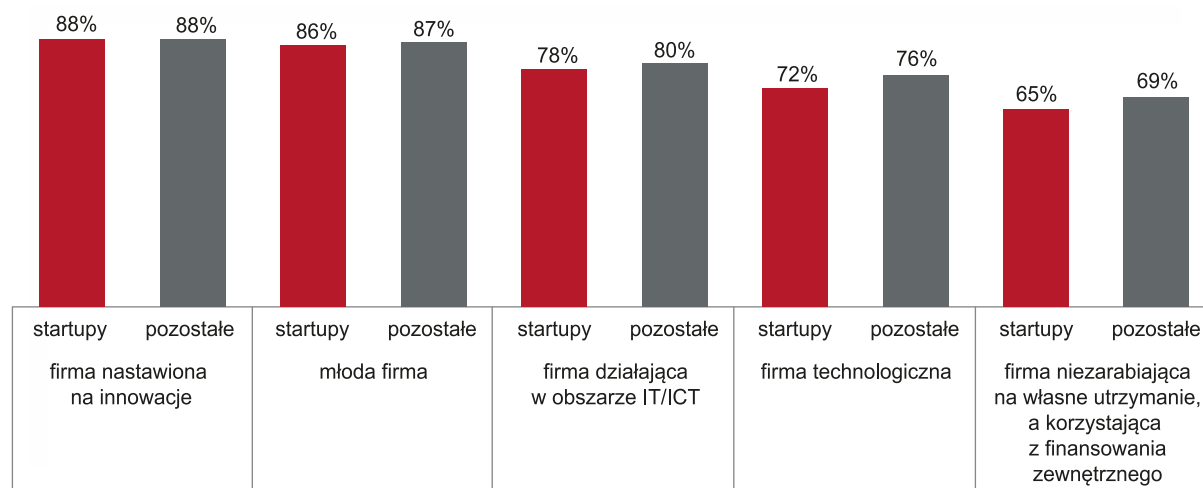
q63 – Czy aktualnie jest Pan(i) – samodzielnie lub z innymi osobami – właścicielem/właścicielką firmy, którą pomaga Pan(i) zarządzać w ramach Pana(i) głównego miejsca zatrudnienia na rzecz obecnego pracodawcy? (tak) q24, q65 – Czy ta firma będzie należała do Pana(i) w całości, w części, czy może wcale nie będzie do Pana(i) należała? (w całości – jestem właścicielem/właścicielką, w części – jestem współwłaścicielem/współwłaścicielką)

⁹² Na potrzeby opracowania określanych także jako pozostałe firmy/biznesy.

⁹³ W prezentowanych w niniejszym rozdziale zestawieniach, liczebności przy różnych pytaniach mogą nieznacznie się różnić. O ile nie wskazano inaczej, wynika to z odmów odpowiedzi i wówczas podana liczebność odnosi się tylko do tych, którzy udzielili odpowiedzi na dane pytanie.

na początkowym etapie rozwoju, a dla innych taka pomoc finansowa może być kluczowa w momencie zwiększania skali działalności.

Wykres 3.1. Czym jest startup? – opinia właścicieli startupów i pozostałych firm*

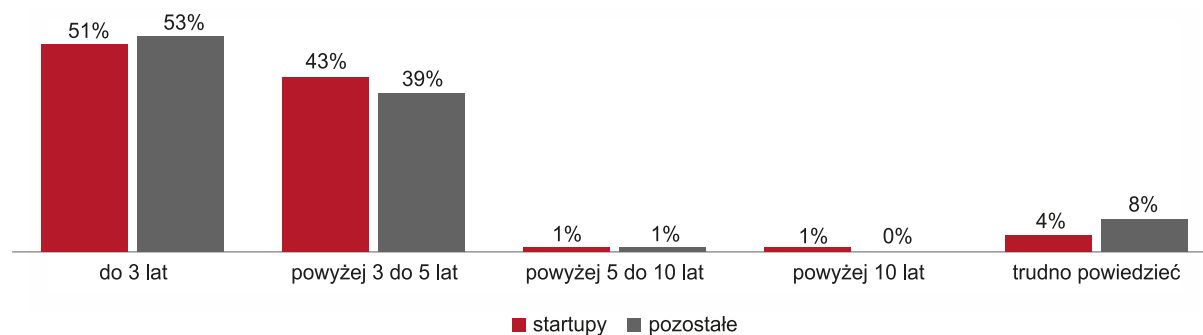


* Na wykresie uwzględniono tylko odpowiedzi „tak”, pominięto odpowiedzi „nie”, „nie wiem”, „odmowa”.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM; Ns = 256, Np = 1264.

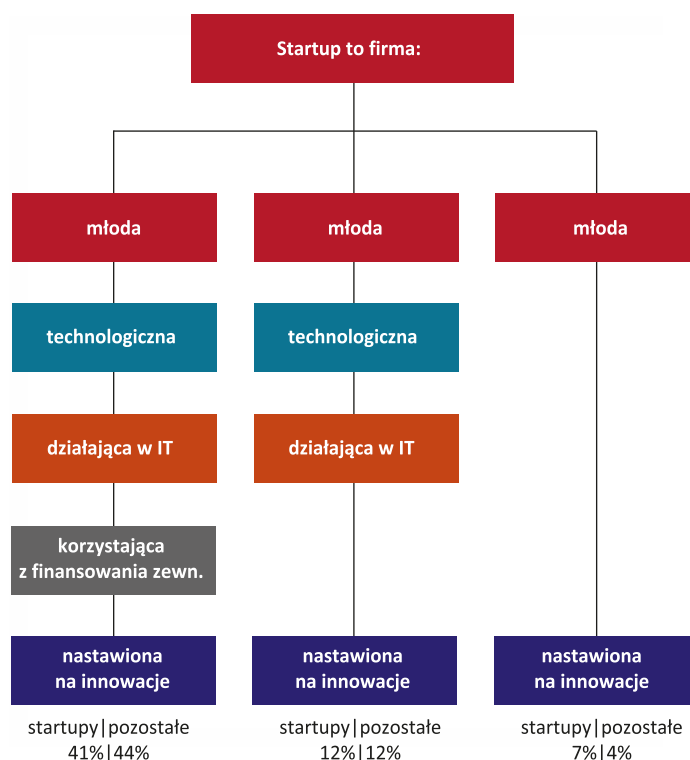
Przedsiębiorcy, niezależnie czy zadeklarowali się jako startupy czy nie, podobnie jak ogół społeczeństwa, uważają, że młoda firma to taka, która działa na rynku do 3 lat (51% startupy vs. 53% pozostałe) lub między 3 a 5 lat (odpowiednio: 43% i 39%).

Wykres 3.2. Co to znaczy młoda firma? – opinia właścicieli startupów i pozostałych firm



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM; Ns = 218, Np = 1102.

Schemat 3.1. Zestawy cech startupów najczęściej wskazane przez właścicieli startupów i właścicieli pozostałych biznesów



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM; Ns = 256, Np = 1264.

3.2. Charakterystyka osób oraz ich przedsięwzięć

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

Wśród osób dorosłych zaangażowanych w prowadzenie działalności typu startup w Polsce w 2025 r. nieznacznie większy udział mieli mężczyźni (51% vs. 49% kobiety). Poza drobnymi różnicami obserwowanymi w poszczególnych przedziałach wiekowych te dwie grupy nie różnią się istotnie.

Średnia wieku kobiet vs. mężczyzn w obu grupach: prowadzących startupy i w pozostałych firmach jest niemal na tym samym poziomie: 45 lat. Minimalny wiek właścicieli startupów jest nieco wyższy niż osób prowadzących pozostałe firmy (odpowiednio: 25 i 24 l.), a w grupie kobiet związanych ze startupami nawet 27 lat.

Większość, bo 84%, firm niebędących startupami jest „w rękach” osób powyżej 35. r.ż., w przypadku startupów jest to nieznacznie niższy odsetek (83%). **Dane wskazują, że ogólnie wiek nie jest kryterium ograniczającym działalność startupową, jednak – w porównaniu z wynikami z 2024 r. – spadł odsetek młodych osób, próbujących swoich sił w prowadzeniu tego typu działalności⁹⁴.**

⁹⁴ W grupie startupów wciąż obserwuje się znikomy udział kobiet w najniższej grupie wiekowej (18–34) – w 2024 r. było to również 0%, a w 2023 r.: 2%. W grupie mężczyzn: obecnie 0%, a w 2024 r. i 2023 r. – 2%. Obserwuje się dalsze spadki udziału kobiet i delikatny wzrost udziału mężczyzn w grupie wiekowej (25–34). Kolejno w latach 2025, 2024 i 2023: kobiety 14%, 15% i 28%; mężczyźni 16%, 14% i 32%.

Tabela 3.1. Wiek przedsiębiorców w podziale na płeć – startupy vs. pozostałe firmy

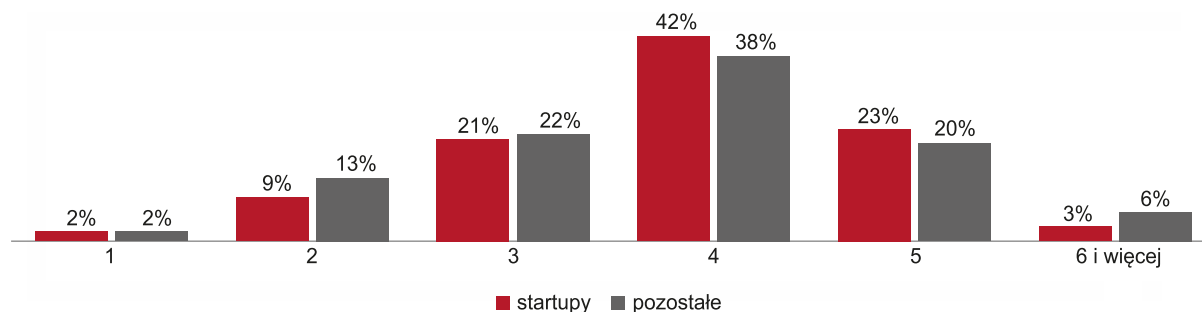
Rodzaj biznesu	Płeć	18–24	25–34	35–44	45–54	55–64	Średnia	Max	Min
Startupy	kobiety, $N_{sk} = 125$	0%	14%	33%	34%	19%	45	64	27
	mężczyźni, $N_{sm} = 131$	0%	16%	42%	27%	15%	44	64	25
Pozostałe	kobiety , $N_{pk} = 614$	0%	15%	32%	32%	21%	46	64	24
	mężczyźni, $N_{pm} = 650$	1%	13%	32%	34%	20%	45	64	24
Razem	kobiety i mężczyźni	0%	14%	33%	33%	20%	45	64	24

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Wyniki analizy wielkości gospodarstw domowych osób działających w formule startup vs. pozostałe firmy wskazują na brak istotnych różnic między tymi dwiema grupami. **Najwięcej osób zajmujący się przedsiębiorczością żyje w 4-osobowych gospodarstwach domowych.** Największe różnice dotyczące przedstawicieli startupów vs. pozostałych firm możemy zaobserwować w 2-osobowych gospodarstwach domowych oraz w 4-osobowych. Poniższe wyniki wskazują, że **2-osobowe gospodarstwa domowe ogólnie charakteryzują się niższą przedsiębiorczością niż 4-osobowe** i jednocześnie w ramach gospodarstw 2-osobowych mniejszą skłonnością do podejmowania ryzykownych przedsięwzięć (rozwijanie startupów).

W przypadku gospodarstw 4-osobowych mamy do czynienia z największym zaangażowaniem w prowadzenie działalności (zarówno typu startup, jak i innego rodzaju). Ta jedna grupa koncentruje ponad 2/5 właścicieli startupów i niewiele mniej (38%) właścicieli pozostałych firm. Większość przedsiębiorców w grupie gospodarstw 4-osobowych ma powyżej 35 lat, przy czym częściej są to właściciele startupów (97% startupów i 90% pozostałych firm).

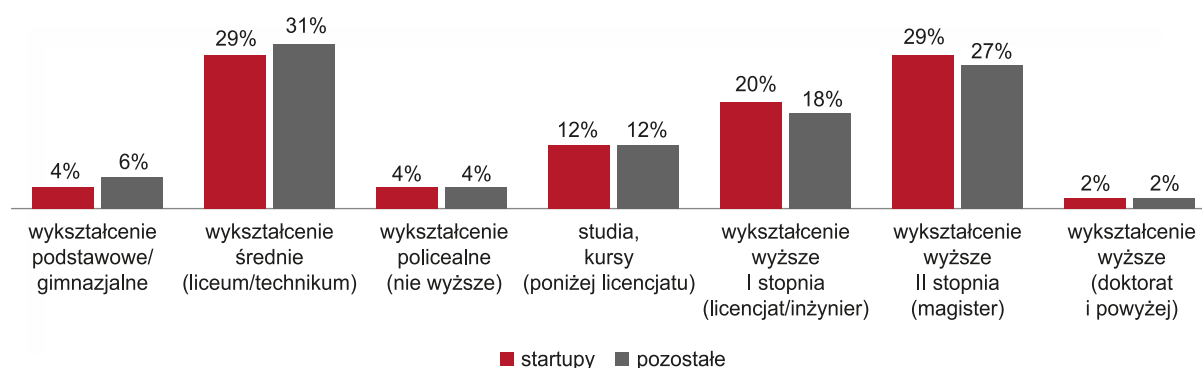
Wykres 3.3. Wielkość gospodarstwa domowego wg liczby osób w gospodarstwie – startupy vs. pozostałe firmy



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM; Ns = 256, Np = 1264.

Omawiane grupy różnicuje także poziom wykształcenia – właściciele startupów częściej legitymują się wyższym wykształceniem (29% vs. 27% – wykształcenie magisterskie; 20% vs. 18% – licencjat/inżynier). Z kolei wśród właścicieli pozostałych biznesów częściej są osoby z wykształceniem średnim (31% vs. 29%) czy nawet podstawowym/gimnazjalnym (6% vs. 4%).

Wykres 3.4. Wykształcenie osób działających w formule startup vs. pozostałe firmy



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM; Ns = 256, Np = 1264.

Zarówno wśród działalności typu startup, jak i pozostałych biznesów, najpopularniejszą formą prawną prowadzonych działalności jest jednoosobowa działalność gospodarcza (startupy: 75%; pozostałe: 72%). W formie spółki z o.o. działa 20% osób zaangażowanych w startupy, a 23% w pozostałe biznesy; jedna na 50 osób zarówno wśród startupów, jak i pozostałych jest właścicielem/współwłaścicielem spółki komandytowej lub spółki cywilnej.

Przyglądając się dokładniej poszczególnym podmiotom pod kątem zespołów w badanych firmach, najbardziej uderzający jest fakt, że dominują mikrofirmy o bardzo ograniczonym zatrudnieniu. W obu grupach (startupy i pozostałe firmy) główny ciężar struktury zatrudnienia skupia się na najmniejszych zespołach. Aż 63% startupów i 60% pozostałych firm zatrudnia tylko od 1 do 3 osób (nie licząc właściciela). To pokazuje, że zdecydowana większość tych organizacji funkcjonuje w formule bardzo kameralnej. Drugą, pod względem wielkości udziału, kategorią są firmy z zespołem 4–5 osób. Stanowią one po 22% w obu grupach, co sugeruje pewien naturalny etap rozwoju firmy: od jednoosobowej działalności do kilkuosobowego zespołu. Bardzo mało jest natomiast firm, które wychodzą poza ten podstawowy poziom rozwoju. Zespoły liczące 6–9 osób to już margines: 4% w startupach i 6% w pozostałych firmach⁹⁵. Na drugim biegunie znajdują się firmy prowadzone wyłącznie przez właściciela (bez żadnych współpracowników). Takich przypadków jest stosunkowo niewiele, ale nadal zauważalne: 7% w startupach i 8% w pozostałych firmach.

Tabela 3.2. Pracujący w startupach vs. w pozostałych firmach

Liczba osób aktualnie pracujących w firmie (oprócz właścicieli)*		Startupy (%)	Pozostałe (%)
mikro	0 (nikt więcej poza właścicielem)	7	8
	od 1 do 3	63	60
	od 4 do 5	22	22
	od 6 do 9	4	6
małe	od 10 do 49	4	4
średnie	powyżej 49	0	0,2

* Z uwzględnieniem wszystkich wyłącznych podwykonawców, tj. osób lub firm pracujących tylko dla tej firmy i niepracujących dla innych firm.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM; Ns = 217, Np = 1179.

Zarówno w grupie startupów, jak i pozostałych firm dominują podmioty o niewielkim poziomie zatrudnienia. Zdecydowaną większość stanowią małe, elastyczne organizacje, natomiast jedynie nieliczne przedsiębiorstwa rozwijają bardziej rozbudowane struktury kadrowe.

⁹⁵ Jeszcze wyraźniej widać to na poziomie małych przedsiębiorstw: firmy zatrudniające 10–49 osób stanowią zaledwie 4% w obu grupach. W zestawieniu firm średnich (powyżej 49 pracowników) praktycznie nie ma (0% w startupach i tylko 0,2% w pozostałych firmach).

Analiza charakterystyk sprzyjających działalności typu startup vs. pozostałe rodzaje działalności

Ogólne założenia

Wielość definicji – i tym samym problem z jednoznacznym określeniem cech modelowego startupu – wymusza korzystanie z bardziej zaawansowanych metod statystycznych niż tylko analiza częstości. W dalszej części opracowania, w celu zbadania cech charakterystycznych dla zadeklarowanych startupów i pozostałych firm wykorzystano model logistyczny. Regresja logistyczna pozwala ocenić wpływ wielu różnych cech na szanse zajścia jakiegoś zdarzenia.

W modelu przyjęto zmienną dychotomiczną, gdzie: 1 oznacza zadeklarowany startup, 0 – pozostałe biznesy. Do zbudowania modelu wykorzystano zmienne z kwestionariusza, które służą prezentacji ogólnej charakterystyki działalności biznesowej, przy czym niektóre z nich (przynajmniej w teorii) powinny cechować w szczególności startupy, tzn.:

- płeć właściciela/właścicielki firmy,
- wiek firmy,
- zakładany przyrost osób pracujących w perspektywie 5 lat,
- motywacje, powody/inspiracje założenia firmy,
- wyróżniające aspekty konkutowania firmy na tle innych firm,
- rynek docelowy (klienci lokalni, z kraju czy zagranicy),
- etapy rozwoju przedsięwzięcia biznesowego,
- atuty firmy,
- źródła finansowania,
- nowość wprowadzanych produktów i usług,
- nowość stosowanych technologii i metod pracy,
- współpraca,
- stosowanie technologii cyfrowych,
- działania mające na celu zmniejszenie negatywnego oddziaływania na środowisko, uwzględnianie kwestii społecznych, zysku,
- podejście do zaufania,
- wykorzystywanie AI, narzędzi do analizy danych, usług przetwarzania w chmurze.

Podczas tworzenia modelu okazało się, że znalazło się w nim wiele nieistotnych zmiennych, które w kolejnych krokach usuwano, a model obliczano od nowa.

Wyniki modelu⁹⁶

Z analizy modelu opracowanego na danych z 2025 r. wynika, że spośród blisko 100 zmiennych, jedynie siedem miało istotny wpływ na to, czy mamy do czynienia ze startupem czy też z innym biznesem⁹⁷. I to one pozostały w modelu (Tabela 3.3)⁹⁸.

Wyniki modelu wykazują podobieństwo do modelu z 2024 r. w zakresie zmiennych odróżniających startupy od pozostałych podmiotów. **Cechami, które z najwyższym prawdopodobieństwem określają startup są: etap działalności, wykorzystanie najnowszych technologii, wiek oraz otwartość na kwestie środowiskowe.**

⁹⁶ Należy zauważyć, że badanie jest jedynie wycinkiem rzeczywistości. Podobnie jak w poprzednich latach, próba zdeklarowanych startupów była nie tylko mniej liczna, ale też znacznie odbiegająca liczebnością od pozostałych firm (w 2025 r.: $n = 256$ vs. $n = 1264$).

⁹⁷ Wyniki testów i wartość logarytmu wiarygodności oraz pseudo-R² dla modelu:

- Model ten charakteryzuje się umiarkowanymi współczynnikami R², co oznacza, że inne zmienne mogą również wpływać na zmienną zależną. Wynoszą one 0,043 dla R² Coxa Snella oraz 0,072 dla R² Nagelkerkego.
- 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 = 3,661; df = 8; Istotność = 0,886.
- Na podstawie tabeli klasyfikacji – model poprawnie zaklasyfikował 83% obserwacji (procent poprawnych klasyfikacji dla pozostałych firm: 96,3%, dla startupów: 17,2%). Analiza trafności klasyfikacji pokazuje, że model dobrze identyfikuje przedsiębiorstwa nienależące do kategorii startupów (96,3%), jednak jego skuteczność w rozpoznawaniu startupów jest niska (17,2%). Pomimo zastosowania niższego punktu odcięcia (0,3), poprawiającego wykrywalność startupów, model nadal wykazuje ograniczoną użyteczność predykcyjną w tym zakresie.

⁹⁸ W 2025 r. do modelu weszło 5 zmiennych.

Tabela 3.3. Wyniki estymacji i wnioski

Lp.	Opis zmiennych	B	Exp (B)*	Większa szansa wystąpienia danego zdarzenia w danej grupie
1.	Na jakim etapie rozwoju jest przedsięwzięcie biznesowe? – wejście na rynek Uzyskane wyniki wskazują, że przedsiębiorstwa znajdujące się na etapie wejścia na rynek charakteryzują się 5,7 raza wyższymi szansami zaklasyfikowania jako startupy w porównaniu z podmiotami w fazach bardziej dojrzałych. Dla etapu tworzenia koncepcji czy prototypowania obserwuje się podobny kierunek zależności, ale efekt nie osiąga istotności statystycznej.	1,736	5,677	startupy
2.	Od jak dawna dostępne są na rynku technologie czy procedury stosowane w działalności Pana(i) firmy? – krócej niż rok Firmy, które korzystają z technologii lub procedur dostępnych na rynku krócej niż rok, mają 2,8 raza wyższe prawdopodobieństwo bycia startupami.	1,014	2,756	startupy
3.	Od jak dawna dostępne są na rynku technologie czy procedury stosowane w działalności Pana(i) firmy? – od 1 roku do 5 lat Są 2,2 razy większe szanse, że firmy, które korzystają z technologii lub procedur dostępnych na rynku od 1 roku do 5 lat są startupami.	0,773	2,167	startupy
4.	Wiek firmy Każdy dodatkowy rok zmniejsza szanse na bycie startupem o 2,3%. Co oczywiste, ale równocześnie ważne dla kontroli modelu, starsze firmy rzadziej są startupami.	-0,024	0,977	pozostałe firmy
5.	Jaka jest motywacja/powód, dla którego zakłada Pan(i) firmę? – aby kontynuować rodzinną tradycję Chęć kontynuacji rodzinnej tradycji to motywacja, która zmniejsza szanse bycia startupem o niemal 41%.	-0,520	0,595	pozostałe firmy
6.	Czy podejmując decyzje dotyczące przyszłości swojej firmy zawsze bierze Pani(i) pod uwagę ich skutki dla środowiska naturalnego? – tak Przedsiębiorcy, którzy podejmując decyzje dot. przyszłości firmy zawsze biorą pod uwagę ich skutki dla środowiska naturalnego, mają o 2,8 raza większe szanse bycia startupem.	1,042	2,835	startupy
7.	Czy podejmując decyzje dotyczące przyszłości swojej firmy zawsze bierze Pan(i) pod uwagę ich społeczne skutki? – tak Przedsiębiorcy biorący pod uwagę skutki społeczne swoich decyzji biznesowych mają o 51% mniejsze szanse być w grupie startupów.	-0,714	0,490	pozostałe firmy
8.	Stała	-1,696	0,183	

Źródło: opracowanie własne z wykorzystaniem pakietu SPSS.

*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.

Etapy rozwoju przedsięwzięcia biznesowego

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

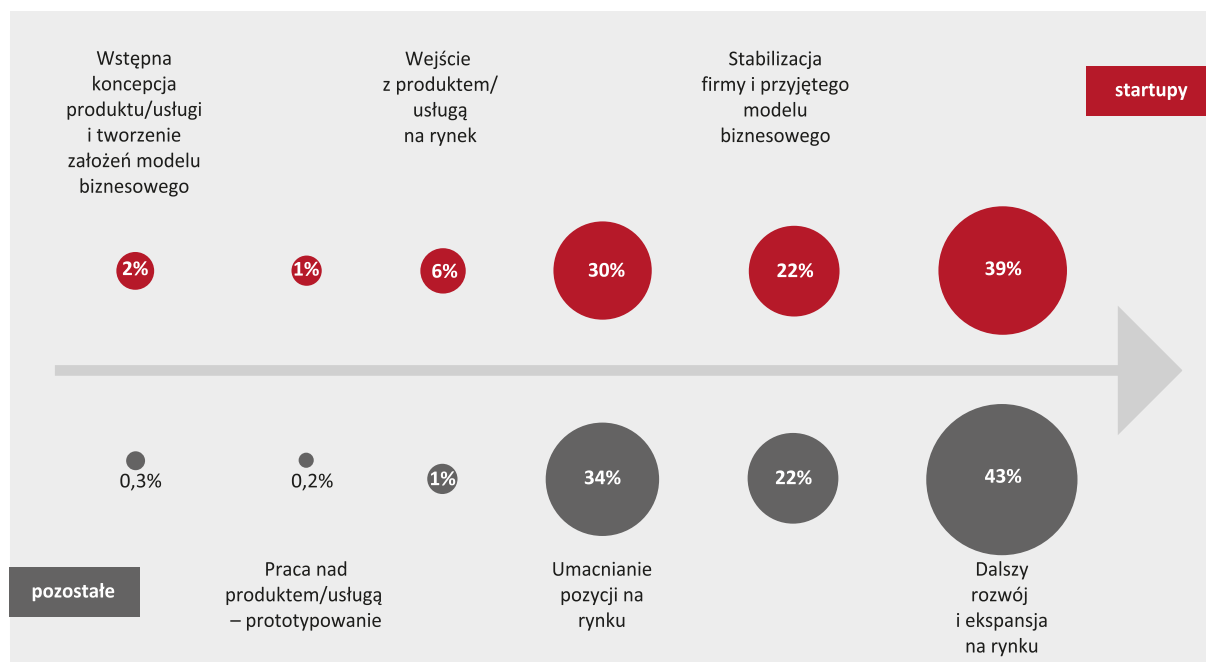
1. Wstępna koncepcja produktu/usługi i tworzenie założeń modelu biznesowego
2. Praca nad produktem/usługą – prototypowanie
3. Wejście z produktem/usługą na rynek
4. Umacnianie pozycji na rynku
5. Stabilizacja firmy i przyjętego modelu biznesowego
6. Dalszy rozwój i ekspansja na rynku

Wyniki analizy wskazują, że etap rozwoju, na jakim jest dane przedsięwzięcie biznesowe to jedno z podstawowych kryteriów różnicujących obie te grupy. **W 2025 r. najwięcej startupów było na etapie dalszego rozwoju i ekspansji na rynku (39%), umacniania pozycji na rynku (30%) oraz stabilizacji firmy i przyjętego modelu biznesowego (22%).** Znikomy odsetek startupów był na etapie wstępnej koncepcji produktu/usługi i tworzenia założeń modelu biznesowego (2%) czy pracy nad produktem/usługą (1%).

W grupie pozostałych firm największa koncentracja była na ostatnim etapie, tj. dalszym rozwoju i ekspansji na rynku (43%), oraz na etapie umacniania pozycji na rynku (34%). Znaczną grupę pozostałych firm stanowiły również podmioty na etapie stabilizacji firmy i przyjętego modelu biznesowego (22%). Wstępna koncepcja produktu, tworzenie założeń, prototypowanie czy wchodzenie na rynek – to etapy, które w 2025 r. praktycznie nie dotyczyły pozostałych firm.

Z jednej strony, taki obraz wskazuje na pewną dojrzałość rynkową analizowanych firm – funkcjonowanie na rynku od kilku lat, z drugiej – na niewielki odsetek nowych podmiotów pracujących nad nowym produktem i mierzących się z wejściem na rynek.

Biorąc pod uwagę wyniki badania z lat 2022–2024 w tym zakresie, w grupie startupów nastąpił znaczny spadek udziału podmiotów na trzech pierwszych etapach, co można interpretować jako pewnego rodzaju stagnację. **Niemal brak nowych podmiotów i prac nad nowymi produktami czy usługami jest bardzo niepokojącym sygnałem dla gospodarki** i trudno go nie łączyć z ogólnym trendem światowym opisywanym w raporcie GEM Global, wskazującym na coraz większy brak aktywności w zakładaniu firm z obawy przed jej upadkiem.

Schemat 3.2. Etapy rozwoju przedsięwzięcia biznesowego – startupy vs. pozostałe firmy

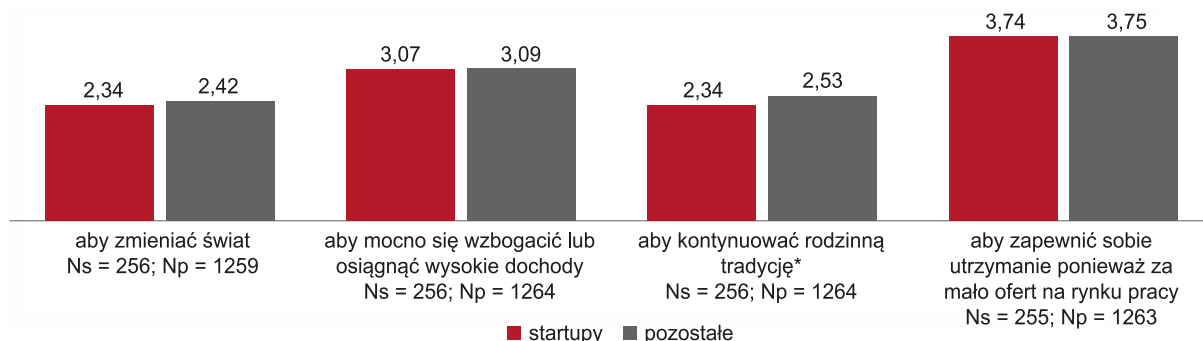
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM, $N_s = 237$, $N_p = 1175$.

Powody zakładania firm

Poszukując determinantów różnicujących startupy vs. pozostałe firmy, należy przede wszystkim przyrzeć się motywom towarzyszącym podjęciu decyzji o rozpoczęciu działalności. W kwestionariuszu wśród możliwych powodów zakładania firm respondenci mieli do wyboru następujące opcje: **(1) aby zmienić świat, (2) aby mocno się wzbogacić lub osiągać wysokie dochody, (3) aby kontynuować rodzinną tradycję i (4) aby zapewnić sobie utrzymanie, ponieważ za mało jest ofert na rynku pracy.** W zaprezentowanym wcześniej modelu tylko jedna z czterech motywacji miała ograniczający wpływ na wystąpienie badanego zjawiska – **powód założenia firmy w celu kontynuowania rodzinnej tradycji jest mniej typowy dla startupów i zmniejsza szanse bycia startupem o ok. 41%.** Wynik ten wskazuje, że kwestia kontynuacji rodzinnego biznesu raczej nie jest związana ze startupami, a bardziej z pozostałymi biznesami – co jest jak najbardziej logiczne. Pozostałe powody nie miały statystycznie istotnego wpływu różnicującego omawiane grupy.

Poniżej zostały przedstawione średnie oceny poszczególnych stwierdzeń. Wyższa średnia to większa zgoda, że dany powód miał znaczenie w podjęciu decyzji o założeniu firmy.

Wykres 3.5. Średnie oceny stwierdzeń, odzwierciedlające powody założenia firmy⁹⁹ – startupy vs. pozostałe firmy



*Zmienna statystycznie istotna, która ostatecznie znalazła się w modelu.

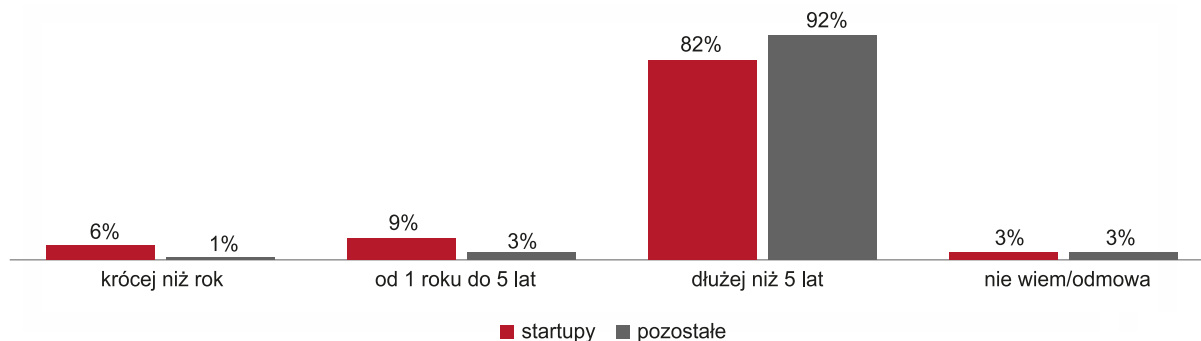
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

Nowość stosowanych technologii w działalności biznesowej

W modelu znalazły się zmienne odnoszące się do stosowanych technologii, tj. wykorzystania przez podmioty technologii dostępnych na rynku przez określony czas – od krócej niż rok do ponad 5 lat. **Startupy są bardziej aktywne we wdrażaniu nowszych technologii (dostępnych do 5 lat), podczas gdy pozostałe firmy stosują częściej rozwiązania sprawdzone – dłużej dostępne na rynku.** Przy tym wysoki odsetek startupów (82%) korzystających z technologii stosowanych ponad 5 lat sugeruje, że i one sięgają po pewne rozwiązania.

⁹⁹ Możliwe odpowiedzi: 1 – zdecydowanie się nie zgadzam, 2 – nieco się nie zgadzam, 3 – ani się zgadzam, ani się nie zgadzam, 4 – nieco się zgadzam, 5 – zdecydowanie się zgadzam.

Wykres 3.6. Dostępność na rynku technologii czy procedur stosowanych przez firmy (czas w latach) – startupy vs. pozostałe firmy



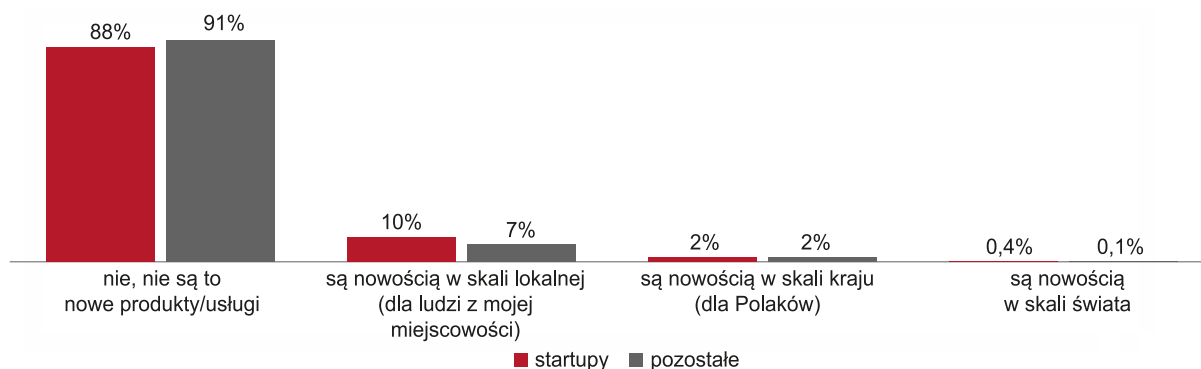
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM, $N_s = 256$, $N_p = 1264$.

Technologie stosowane 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 „nienowe”. Aż 88% właścicieli start-upów i 91% pozostałych firm wskazuje, że oferuje produkty/usługi, które nie są nowe na rynku.

Tylko 10% start-upów i 7% pozostałych firm oferuje produkty czy usługi nowe na skalę lokalną, a jeszcze mniej (2% start-upów i 2% pozostałych biznesów) – na skalę Polski.

Zarówno w przypadku start-upów, jak i pozostałych firm, wyniki w zakresie nowości oferowanych produktów/usług przedstawiają się niezbyt niekorzystnie w kontekście innowacyjności tych przedsięwzięć.

Wykres 3.7. Innowacyjność oferowanych produktów/usług – startupy vs. pozostałe firmy



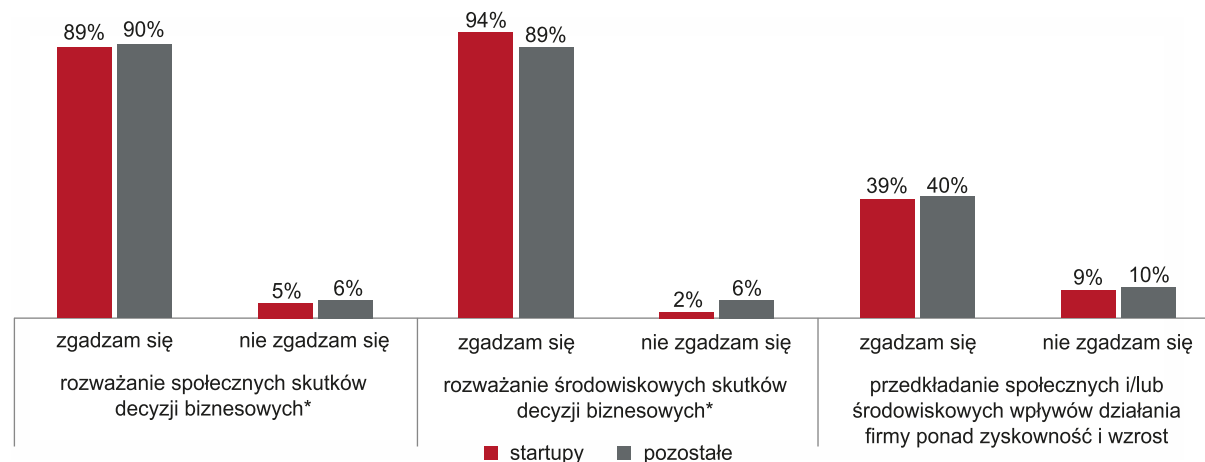
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM, $N_s = 256$, $N_p = 1263$.

Cele Zrównoważonego Rozwoju – ogólne podejście

Poszukując cech odróżniających grupę startupów od pozostałych przedsiębiorstw, do modelu włączono zmienne odnoszące się do podejmowanych decyzji o charakterze społecznym i środowiskowym. Respondenci zostali poproszeni o ocenę, w jakim stopniu zgadzają się z trzema stwierdzeniami dotyczącymi: (1) uwzględniania społecznych konsekwencji decyzji biznesowych, (2) brania pod uwagę wpływu działalności na środowisko naturalne oraz (3) gotowości do przedkładania wpływu społecznego i/lub środowiskowego nad cele stricte ekonomiczne, takie jak zysowność i wzrost. Uwzględnienie tych zmiennych miało na celu uchwycenie różnic w podejściu do prowadzenia działalności pomiędzy startupami a pozostałymi firmami.

Zarówno przedstawiciele startupów, jak i pozostałych firm w zdecydowanej większości (sumarycznie niemal 90% wskazań „zdecydowanie” lub „raczej zdecydowanie”) zgadzają się ze stwierdzeniem, że podejmują decyzje dotyczące przyszłości firmy, uwzględniając społeczne skutki, takie jak zdrowie, bezpieczeństwo, jakość warunków pracy, otwarte i niewykluczające środowisko pracy, dostęp do edukacji, mieszkalnictwo czy transport. Obie grupy wykazują podobne podejście w tym aspekcie.

Wykres 3.8. Rozważanie społecznych¹⁰⁰ i środowiskowych¹⁰¹ skutków decyzji biznesowych oraz przedkładanie ich ponad zyskowność i wzrost^{102,103} – startupy vs. pozostałe firmy



*Zmienne statystycznie istotne, które ostatecznie znalazły się w modelu.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM, Ns = 255, Np = 1263.

Uwzględnianie skutków decyzji biznesowych dla środowiska naturalnego przy ich podejmowaniu jest istotne zarówno dla właścicieli startupów, jak i pozostałych firm. **Ponad 94% startupów (i nieco mniej pozostałych firm), podejmując decyzje biznesowe bierze pod uwagę ich skutki dla środowiska naturalnego**, jak np. wpływ na zachowanie obszarów zielonych, redukcję gazów cieplarnianych i toksycznych, racjonalne zużycie wody, energii i paliw.

¹⁰⁰ Pytanie: Proszę powiedzieć, w jakim stopniu zgadza się Pan/Pani z następującym stwierdzeniem: Podejmując decyzje dotyczące przyszłości swojej firmy, zawsze bierze Pan/Pani pod uwagę ich społeczne skutki, jak np. wpływ na zdrowie, bezpieczeństwo, jakość warunków pracy, otwarte i niewykluczające środowisko pracy, dostęp do edukacji, mieszkalnictwo czy transport.

¹⁰¹ Pytanie: Proszę powiedzieć, w jakim stopniu zgadza się Pan/Pani z następującym stwierdzeniem: Podejmując decyzje dotyczące przyszłości swojej firmy, zawsze bierze Pan/Pani pod uwagę ich skutki dla środowiska naturalnego, jak np.: wpływ na zachowanie obszarów zielonych, redukcję gazów cieplarnianych i toksycznych, selektywną zbiórkę odpadów, racjonalne zużycie wody, elektryczności energii elektrycznej i paliw.

¹⁰² Pytanie: Proszę powiedzieć, w jakim stopniu zgadza się Pan/Pani z następującym stwierdzeniem: Przedkłada Pan/Pani społeczny i/lub środowiskowy wpływ działania swojej firmy ponad jej zyskowność i wzrost.

¹⁰³ Możliwe odpowiedzi: zdecydowanie się zgadzam, raczej się zgadzam, ani się zgadzam, ani się nie zgadzam, raczej się nie zgadzam, zdecydowanie się nie zgadzam. Na wykresie zsumowane: zdecydowanie się zgadzam i raczej się zgadzam oraz raczej się nie zgadzam, zdecydowanie się nie zgadzam.

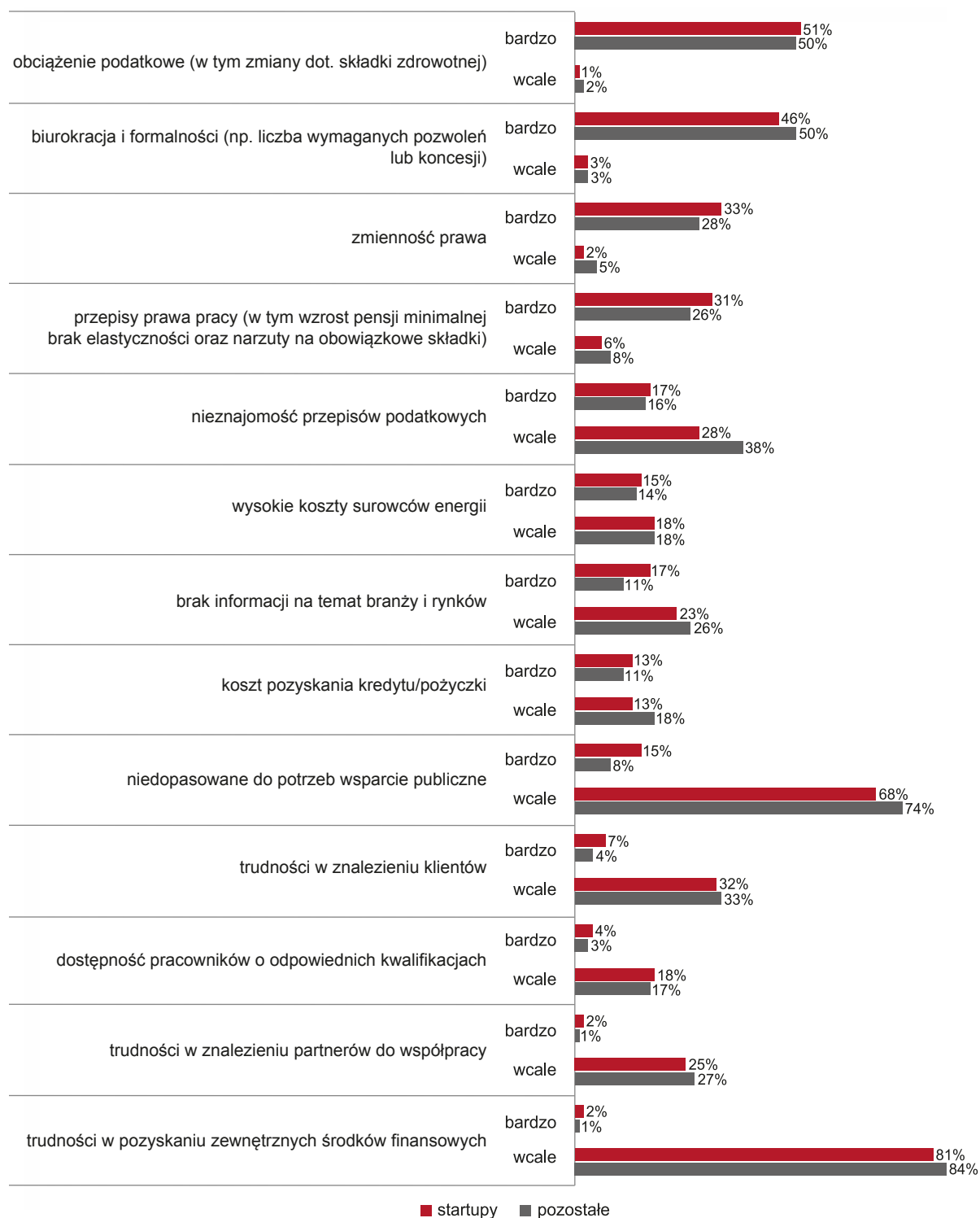
Podejmuje decyzje dotyczące przyszłości firmy zarówno większość startupów, jak i pozostałych firm, uwzględnia ich społeczne skutki. W kwestii uznania wyższości wartości społecznych czy środowiskowych nad zyskowością, zarówno startupy, jak i pozostałe firmy mają podobne zdanie – w większości przypadków jest to stanowisko neutralne, a dla około 40% kwestie społeczne czy środowiskowe są istotniejsze niż zysk.

Czynniki utrudniające rozwój firm w opinii właścicieli startupów i pozostałych firm

Analiza pokazuje, że zarówno właściciele i współwłaściciele startupów, jak i pozostałych firm napotykają na szereg podobnych barier utrudniających rozwój. **Największe problemy, które wskazywali w 2025 r. przedstawiciele obu grup, to obciążenia podatkowe (w tym związane ze składką zdrowotną) i biurokracja.** Ponadto zmienność prawa oraz przepisy prawa pracy (w tym wzrost pensji minimalnej, brak elastyczności prawa oraz obowiązkowe składki) są również uważane za istotne czynniki ograniczające rozwój. Z kolei mniej doskwierają: trudności w pozyskaniu zewnętrznych środków finansowych i niedopasowane do potrzeb wsparcie publiczne. Mimo wielu podobieństw, zauważalne są także różnice w percepcji pewnych problemów, takich jak zmienność prawa¹⁰⁴ – częściej wskazywana przez startupy (33% vs. 28% pozostałe) czy nieznanomość przepisów podatkowych¹⁰⁵ – rzadziej wskazywana przez startupy (28% vs. 38%).

¹⁰⁴ Czynniki bardzo istotny.

¹⁰⁵ Czynniki nieistotny.

Wykres 3.9. Czynniki utrudniające rozwój prowadzonych firm – startupy vs. pozostałe firmy

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM, Ns = 202, Np = 974.

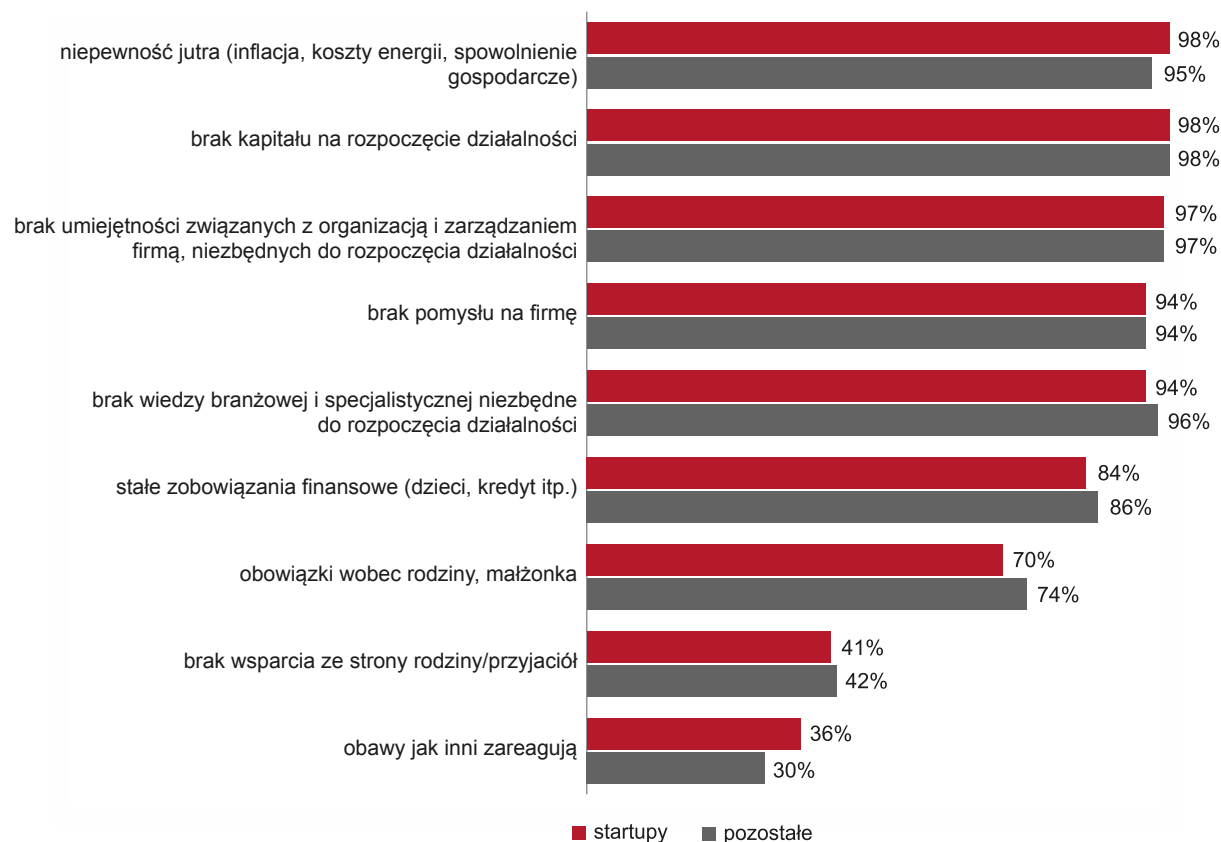
Czynniki, które mogą powstrzymywać ludzi przed założeniem firmy typu startup – w opinii samych startupów i pozostałych firm

Wyniki badania GEM wskazują, że perspektywa, zarówno właścicieli startupów, jak i pozostałych firm, w odniesieniu do czynników, które mogą powstrzymywać ludzi przed zakładaniem działalności typu startup jest bardzo podobna. **Najczęściej wymieniane to: niepewność jutra (inflacja, koszty energii, spowolnienie gospodarcze), brak kapitału początkowego na rozpoczęcie działalności, brak umiejętności organizacji i zarządzania firmą, niezbędnych do rozpoczęcia działalności** (wskazywane przez ponad 95% właścicieli każdej grupy).

Ponad 94% przedsiębiorców wskazało na brak specjalistycznej wiedzy oraz pomysłu na firmę. Warto także zauważyć, że **stałe zobowiązania finansowe (kredyty, dzieci) oraz obowiązki rodzinne również mogą mieć wpływ na decyzję o założeniu startupu** – takie przekonanie jest częstsze wśród przedstawicieli pozostałych firm, gdzie aż 86% badanych wskazuje to jako barierę.

Co ciekawe, **czynniki społeczne**, takie jak brak wsparcia ze strony rodziny i przyjaciół, a tym bardziej obawa o reakcje otoczenia, **stanowią według firm znacznie mniejszą barierę zakładania działalności startupowej** (odpowiednio 40% i 30%).

Wykres 3.10. Czynniki, które mogą powstrzymywać ludzi przed założeniem firmy typu startup¹⁰⁶ – startupy vs. pozostałe firmy



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM, Ns = 256, Np = 1264.

W celu pogłębienia wyników przeprowadzono dodatkową analizę współzależności pomiędzy czynnikami mogącymi ograniczać skłonność do zakładania działalności typu startup. Przyjęto założenie, że decyzja o podjęciu działalności gospodarczej rzadko wynika z pojedynczej bariery, lecz stanowi efekt współwystępowania i wzajemnego oddziaływania wielu uwarunkowań ekonomicznych, kompetencyjnych i społecznych. Dodatkowo, porównano układy korelacji w grupie startupów oraz pozostałych firm, co pozwoliło uchwycić różnice w strukturze barier.

¹⁰⁶ Na wykresie zsumowano odpowiedzi „bardzo duże znaczenie” i „średnie znaczenie”.

Tabela 3.4. Porównanie najsilniejszych współzależności (korelacja Pearsona) występujących pomiędzy czynnikami w grupie startupów i pozostałych firm

Obszar	Startupy	Pozostałe firmy	Wniosek
Najsilniejsza korelacja	brak wiedzy ↔ brak umiejętności ($r = 0,791$)	brak wsparcia ↔ obawy społeczne ($r = 0,800$)	Startupy: dominują braki kompetencyjne; pozostałe: czynniki społeczne
Czynniki społeczne	brak wsparcia ↔ obawy ($r = 0,704$)	brak wsparcia ↔ obawy ($r = 0,800$)	Silniejsze wśród pozostałych firm
Powiązanie z pomysłem	brak pomysłu ↔ obawy ($r = 0,621$)	słabsze ($r = 0,557$)	W startupach ważniejsza rola niepewności koncepcji
Rola obowiązków rodzinnych	umiarkowana	silna (np. z obawami $r = 0,654$)	Większe znaczenie stabilizacji u pozostałych
Kapitał	słabsze powiązania	silniejsze powiązania	W startupach kapitał mniej centralną barierą

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM, $N_s = 256$, $N_p = 1264$.

W obu grupach kluczowe są dwa bloki barier: kompetencyjny (wiedza – umiejętności) oraz społeczny (wsparcie – obawy).

Startupy wykazują silniejsze znaczenie czynników wewnętrznych (kompetencje, pomysł), co wskazuje na bardziej indywidualny charakter barier.

Pozostałe firmy są wyraźniej osadzone w kontekście społecznym i rodzinnym – decyzje o założeniu działalności są tam silniej powiązane z presją otoczenia i stabilnością życiową.

Podsumowując, choć struktura zależności jest podobna, różni się jej „ciężar”: startupy są ograniczane głównie przez braki zasobów i niepewność własnych kompetencji, a pozostałe firmy przez uwarunkowania społeczne i kontekst życiowy.

3.3. Ekspercka ocena uwarunkowań rozwoju startupów w Polsce

Analiza ocen eksperckich¹⁰⁷ wskazuje na zróżnicowany poziom rozwoju ekosystemu startupowego oraz jego uwarunkowań instytucjonalnych.

Najwyżej ocenianym obszarem pozostaje niezmiennie potrzeba działań szkoleniowo-doradczych dla dużych i średnich przedsiębiorstw w zakresie budowania współpracy ze startupami. Wskaźnik ten utrzymuje się na bardzo wysokim poziomie (7,0–7,7 w latach 2020–2024), z niewielkim spadkiem do 7,4 w 2025 r. Świadczy to o trwałym przekonaniu ekspertów, że rozwój kompetencji korporacji w zakresie współpracy ze startupami jest kluczowym elementem wzmacniania ekosystemu.

Jednocześnie gotowość dużych i średnich firm do faktycznego podejmowania współpracy ze startupami oceniana jest znacząco niżej i wykazuje trend spadkowy – z poziomu 4,7 w 2020 r. do 3,5 w 2025 r. Wskazuje to na utrzymującą się lukę pomiędzy deklarowaną potrzebą a realną praktyką współpracy.

Startupy są konsekwentnie postrzegane jako ważny element rozwoju gospodarczego – oceny oscylują wokół poziomu 6,4–6,6 w latach 2020–2023, osiągając najwyższą wartość 7,1 w 2024 r., a następnie spadając do 6,6 w 2025 r. Dane te potwierdzają ugruntowaną, ale nierosnącą liniowo, świadomość znaczenia startupów dla gospodarki.

Oceny dotyczące dostępu startupów do platform networkingowych oraz wsparcia mentorskiego wskazują na istotną zmienność i ogólny trend spadkowy. W 2021 r. wskaźnik osiągnął poziom 6,1, by następnie spaść do 4,1 w 2024 r. i częściowo odbudować się do 5,3 w 2025 r. Podobny charakter zmian widoczny jest w zakresie dostępności przestrzeni coworkingowej – po relatywnie wysokich ocenach w latach 2020–2023 (5,7–6,4), nastąpił wyraźny spadek do 4,7 w 2024 r. i niewielkie odbicie do 5,3 w 2025 r.

¹⁰⁷ Oceny zbierane są w ramach badania jakościowego National Expert Survey (NES), obejmującego dedykowany uwarunkowaniom rozwoju startupów blok stwierdzeń oceniany co roku przez min. 36 ekspertów z Polski. Stwierdzenia oceniane są na skali 0–10. Szczegóły w Aneksie metodologicznym.

Nowym elementem oceny w 2025 roku jest współpraca startupów z uczelniami i instytucjami badawczymi, która została oceniona na poziomie 4,5. Wynik ten wskazuje na umiarkowanie rozwinięty, lecz nadal niewystarczający poziom integracji środowiska naukowego ze startupowym.

Eksperti krytycznie oceniają funkcjonowanie programów publicznych wspierających startupy. Przejrzystość zasad tych programów spadła z poziomu 5,4 w 2020 r. do 3,5 w 2024 r., a następnie wzrosła do 4,4 w 2025 r. Podobny trend obserwowany jest w zakresie dopasowania programów do potrzeb startupów – spadek z 5,3 w 2020 r. do 3,8 w 2024 r. oraz niewielka poprawa do 4,1 w 2025 r. Wyniki te wskazują na utrzymujące się bariery instytucjonalne i niedostateczne dostosowanie polityki publicznej do dynamicznych potrzeb sektora startupowego.

Jednym z najslabiej ocenianych obszarów pozostaje dostęp startupów do finansowania. Oceny dostępności kredytów i pożyczek systematycznie spadały z poziomu 4,3 w 2020 r. do 2,9 w 2024 r., po czym nieznacznie wzrosły do 3,8 w 2025 r. Podobnie finansowanie ze strony funduszy seed capital i venture capital uległo pogorszeniu – z poziomu ok. 4,5 w latach 2020–2023 do 3,6 w 2024 r. i 3,8 w 2025 r. Dane te wskazują na istotne ograniczenia w dostępie do kapitału, które mogą stanowić jedną z głównych barier rozwoju startupów.

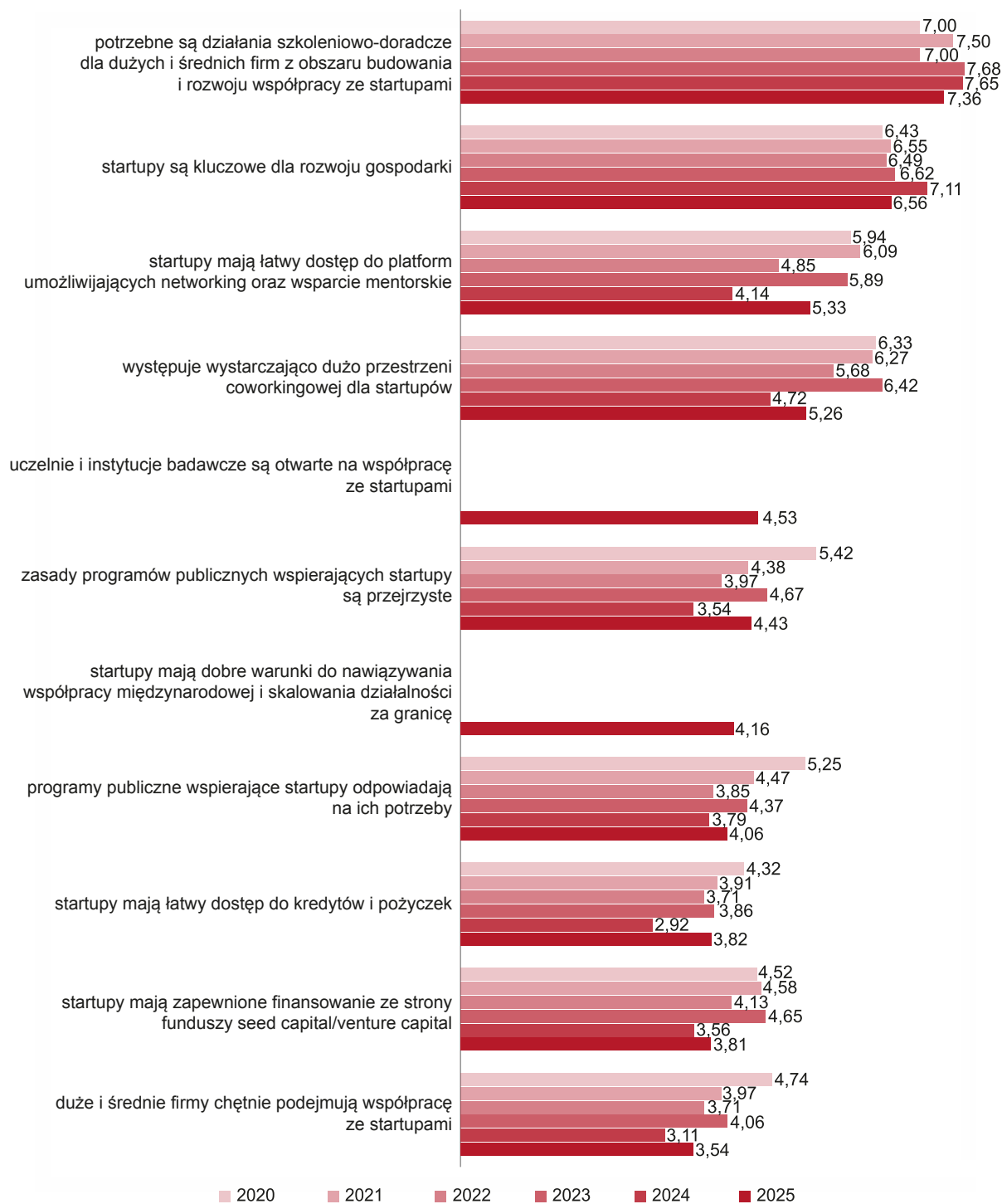
W 2025 roku po raz pierwszy uwzględniono ocenę możliwości współpracy międzynarodowej i skalowania działalności za granicę, która wyniosła 4,2. Wynik ten sugeruje umiarkowane, lecz niewystarczające warunki dla ekspansji międzynarodowej startupów.

Podsumowując, w analizowanym okresie, tj. 2020–2025, ekosystem startupowy charakteryzował się:

- wysoką i stabilną oceną znaczenia startupów oraz potrzeby rozwijania współpracy z korporacjami,
- spadającą oceną realnej współpracy biznesowej,
- pogorszeniem dostępu do finansowania i infrastruktury wsparcia,
- krytyczną oceną programów publicznych, mimo częściowej poprawy w 2025 roku,
- umiarkowanym poziomem internacjonalizacji i współpracy z nauką.

Ogólny obraz wskazuje na istnienie potencjału rozwojowego, który jednak ograniczany jest przez bariery systemowe, szczególnie w obszarze finansowania, przejrzystości regulacyjnej oraz praktycznej współpracy pomiędzy uczestnikami ekosystemu.

Wykres 3.11. Średnie oceny ekspertów (w latach 2020–2025) dotyczące poszczególnych stwierdzeń opisujących ekosystem startupów



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM.

3.4. Podsumowanie

Badanie GEM, przeprowadzone na reprezentatywnej próbie 10 tys. dorosłych Polaków, wzbogacone o blok pytań o tematyce startupowej, ukazuje jak społeczeństwo rozumie pojęcie startupu – najczęściej kojarzony jest on jako firma: działająca w obszarze IT (72,5%), technologiczna (67%), nastawiona na innowacje (65,5%), młoda (61%), korzystająca z finansowania zewnętrznego (50%). Osoby zaangażowane w działalność biznesową – definiują startupy nieco inaczej niż ogół społeczeństwa, kładąc większy nacisk na wiek podmiotu i nastawienie na innowacje.

Analiza danych pozyskanych od osób zaangażowanych w prowadzenie działalności typu startup pokazuje, że choć wśród zdeklarowanych startupów możemy zidentyfikować firmy od dawna funkcjonujące na rynku (powyżej 10 lat) to kryterium wieku podmiotu ma znaczenie i jest czynnikiem istotnie różnicującym startupy vs. pozostałe podmioty.

Wśród osób dorosłych zaangażowanych w prowadzenie działalności typu startup większość stanowili mężczyźni (51%), nieco mniej było kobiet (49%). 83% właścicieli startupów było w wieku powyżej 35. r.ż. Ogólnie jednak, dane z 2025 r. wskazują, że zarówno wiek, jak i płeć właścicieli startupów vs. pozostałych firm nie jest kryterium istotnie różnicującym te grupy.

Najczęściej w działalność typu startup zaangażowane są osoby z 3-, 4-, 5-osobowych gospodarstw domowych, działając w jednoosobowej działalności gospodarczej. Wśród pozostałych firm tendencja jest podobna, jednak właściciele startupów pochodzą nieco częściej (42% vs. 38%) z 4-osobowych gospodarstw domowych.

Etap rozwoju, na jakim jest dane przedsięwzięcie biznesowe (startupy vs. pozostałe firmy), to jedno z podstawowych kryteriów różnicujących obie te grupy. Największy odsetek startupów jest na etapie rozwoju i ekspansji na rynku (39%) oraz na etapie umacniania pozycji na rynku (30%), co potwierdza dobre osadzenie tych podmiotów na rynku i jednocześnie sygnalizuje, że zbyt mało jest podmiotów rozpoczynających działalność, będących na etapach wstępnych koncepcji tworzenia modelu biznesowego czy prototypowania. Pozostałe firmy podobnie, ale jednak z większą koncentracją – na ostatnim etapie, tj. dalszy rozwój i ekspansja na rynku (43%) oraz na etapie umacniania pozycji na rynku (34%). Wstępna koncepcja produktu, tworzenie założeń, prototypowanie czy wchodzenie na rynek – to etapy, które praktycznie nie zostały wskazane przez właścicieli pozostałych firm.

Startupy charakteryzują się większą skłonnością niż pozostałe firmy do wykorzystywania najnowszych (dostępnych krócej niż rok) technologii (6% vs. 1%) oraz w przypadku technologii dostępnych od roku do 5 lat (9% vs. 3%). Trzeba zauważyć jednak, że nie są to bardzo duże różnice. Korzystanie z nowych technologii przekłada się na innowacyjność oferowanych produktów/usług – w tym obszarze nieco korzystniej, konsekwentnie wypadają również startupy, oferując produkty nowe w skali świata (0,4% vs. 0,1%) czy produkty nowe w skali lokalnej (10% vs. 7%).

Niemal 90% startupów, jak i przedstawicieli pozostałych firm, podejmując decyzje dotyczące przyszłości firmy uwzględnia ich społeczne i środowiskowe skutki. W kwestii uznania wyższości społecznych skutków czy środowiskowych ponad zysk ponad połowa (52%) startupów i połowa (50%) pozostałych firm jest neutralna (ani się zgadza, ani się nie zgadza ze stwierdzeniem, że przedkłada społeczny i/lub środowiskowy wpływ działania swojej firmy ponad jej zyskowność i wzrost). Zdecydowane odpowiedzi – jeśli chodzi o kwestię wyboru – kwestie społeczne/środowiskowe ponad zysk – deklaruje 39% startupów i 40% pozostałych.

Kluczowymi barierami powstrzymującymi ludzi przed założeniem firmy typu startup, wskazywane przez przedstawicieli startupów są: niepewność gospodarcza (98%), brak kapitału na rozpoczęcie działalności (98%) i brak umiejętności związanych z organizacją i zarządzaniem firmą, niezbędnych do rozpoczęcia działalności (97%). Analiza wskazuje również, że istnieje szereg czynników mocno ze sobą skorelowanych: w przypadku startupów najsilniejsza korelacja dotyczy czynników takich jak: brak wiedzy specjalistycznej niezbędnej do rozpoczęcia działalności i brak umiejętności związanych z zarządzaniem firmą, a w przypadku pozostałych firm – brak wsparcia ze strony rodziny przyjaciół i obawy przed reakcją innych.

Z kolei głównymi barierami rozwoju przedsiębiorstw – zarówno startupów, jak i pozostałych firm – są przede wszystkim obciążenia podatkowe, biurokracja oraz nadmierne formalności. W dalszej kolejności wskazuje się na zmienność prawa oraz regulacje rynku pracy (w tym wzrost płacy minimalnej, ograniczoną elastyczność i wysokie koszty składek), które utrudniają rozwój działalności, zwłaszcza w warunkach niedoboru pracowników o odpowiednich kwalifikacjach.

Ekspertka ocena ekosystemu startupów w Polsce potwierdza, że już od siedmiu edycji badania postrzegane są one jako istotny czynnik rozwoju gospodarki. Jednocześnie

akcentowana jest potrzeba intensyfikacji działań szkoleniowo-doradczych, zwłaszcza w zakresie budowania efektywnej współpracy między startupami a firmami średnimi i dużymi.

Oceny ekspertów w roku 2025 uległy pewnej poprawie – szczególnie w obszarach takich jak dostępność przestrzeni coworkingowych, platform networkingowych, wsparcia mentorskiego czy finansowania (seed/venture capital oraz kredyty i pożyczki).

4. Gospodarka o obiegu zamkniętym (GOZ) w świadomości przedsiębiorców

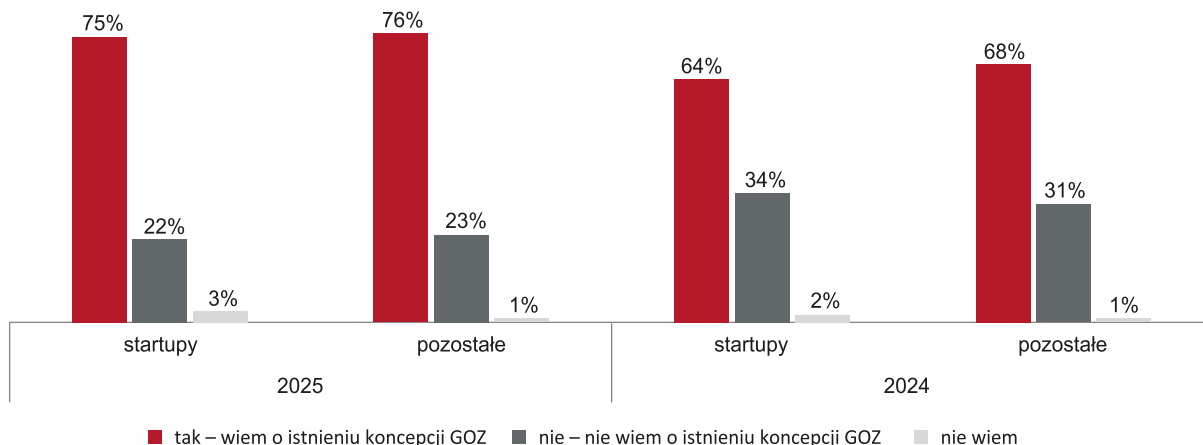
W ramach badania GEM, w tym badania startupów, w latach 2024–2025 zbadano podejście właścicieli przedsiębiorstw działających w Polsce do zagadnień związanych z gospodarką o obiegu zamkniętym.

Na podstawie otrzymanych wyników można stwierdzić, że w 2025 r. odnotowano wyraźny wzrost świadomości dotyczącej koncepcji gospodarki o obiegu zamkniętym (GOZ). **Odsetek przedsiębiorców deklaruujących znajomość tej koncepcji wzrósł z 67% w 2024 r. do 76% w 2025 r.** Jednocześnie zmniejszył się udział respondentów, którzy nie znają tego pojęcia (z 32% do 23%). Odsetek odpowiedzi „nie wiem” pozostał na bardzo niskim i stabilnym poziomie (ok. 1–2%), co wskazuje, że respondenci byli w większości zdecydowani co do swojej odpowiedzi.

Patrząc na znajomość tego zagadnienia w dwóch grupach: osób prowadzących startupy i osób prowadzących firmy innego rodzaju można stwierdzić, że w 2025 r. poziom deklarowanej znajomości koncepcji GOZ był niemal identyczny w obu grupach – po około 75% wskazało odpowiedź „tak – wiem o istnieniu koncepcji gospodarki o obiegu zamkniętym”. Podobnie jak dla ogółu (osoby prowadzące biznes), widzimy wzrost świadomości GOZ, zarówno wśród startupów, jak i pozostałych firm, analizując dane r/r: wśród startupów odsetek odpowiedzi „tak” wzrósł z 64% w 2024 r. do 75% (+11 p.p.) w 2025 r., wśród pozostałych przedsiębiorstw wzrósł z 68% do 76% (+8 p.p.). Jednocześnie zmniejszył się udział osób deklaruujących brak znajomości koncepcji GOZ.

Wyniki sugerują więc znaczący wzrost rozpoznawalności i świadomości koncepcji GOZ wśród badanych (startupy, pozostałe przedsiębiorstwa) w 2025 r. w porównaniu z 2024 r.

Wykres 4.1. Odsetek osób prowadzących startupy i pozostałe biznesy deklarujących znajomość koncepcji GOZ w 2024 i 2025 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM; 2025: Ns = 256, Np = 1264; 2024: Ns = 202, Np = 975.

Oprócz ogólnego pytania dotyczącego znajomości koncepcji GOZ, respondentom zadano również bardziej szczegółowe pytania pozwalające ocenić różne wymiary świadomości, postaw i praktycznych doświadczeń związanych z wdrażaniem zasad GOZ. Zakres pytań obejmował zarówno percepcję otoczenia społecznego i biznesowego, ocenę znaczenia GOZ w kontekście wyzwań środowiskowych, jak i poziom wiedzy oraz gotowości do podejmowania konkretnych działań w przedsiębiorstwach.

Zachęcanie społeczeństwa do działań zgodnych z GOZ

W 2025 r. 78% przedsiębiorców zgadzało się ze stwierdzeniem, że **w społeczeństwie zachęca się do prowadzenia działań realizujących założenia GOZ** (56% „raczej się zgadza” oraz 22% „zdecydowanie się zgadza”). Dla porównania w 2024 r. odsetek ten wynosił 83% (odpowiednio: 70% i 13%). Wyniki wskazują, że zdecydowana większość respondentów zarówno w 2024 r., jak i w 2025 r. dostrzega społeczne zachęty do podejmowania działań zgodnych z zasadami gospodarki o obiegu zamkniętym.

Analiza wyników w podziale na startupy i pozostałe przedsiębiorstwa pokazuje, że oceny obu grup są bardzo zbliżone. W 2025 r. odsetek odpowiedzi pozytywnych („raczej się zgadza” i „zdecydowanie się zgadza”) wyniósł 77% wśród startupów oraz 80% wśród pozostałych firm.

Tabela 4.1. Zachęcanie społeczeństwa do prowadzenia działań opartych o zasady GOZ – startupy vs. pozostałe firmy

W jakim stopniu zgadza się Pan(i) z następującym stwierdzeniem? Obecnie w społeczeństwie zachęca się do prowadzenia działań realizujących założenia gospodarki o obiegu zamkniętym.	2025		2024	
	startupy	pozostałe	startupy	pozostałe
Zdecydowanie się zgadza	21%	22%	14%	13%
Raczej się zgadza	56%	58%	66%	71%
Ani się zgadza, ani nie zgadza	12%	9%	10%	8%
Raczej się nie zgadza	7%	7%	6%	6%
Zdecydowanie się nie zgadza	4%	4%	4%	2%

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM; 2025: Ns = 217, Np = 1003; 2024: Ns = 131, Np = 676.

Porównanie odpowiedzi w odniesieniu do 2024 r. w obu grupach wskazuje, że odsetki ocen pozytywnych nieznacznie spadły r/r w obu grupach.

Postrzeganie zaangażowania liderów i menadżerów przedsiębiorstw w działania na rzecz GOZ

Wyniki dotyczące postrzegania działań podejmowanych przez liderów i osoby zarządzające przedsiębiorstwami wskazują na bardzo wyraźną zmianę pomiędzy 2024 r. a 2025 r. **Osoby zaangażowane w działalność biznesową znacznie częściej w 2025 r. dostrzegały, że w ich branży rośnie liczba firm wdrażających rozwiązania zgodne z zasadami gospodarki o obiegu zamkniętym.** W 2025 r. ze stwierdzeniem tym zgadzało się 79% respondentów (58% „raczej się zgadza” oraz 21% „zdecydowanie się zgadza”). W 2024 r. odsetek odpowiedzi pozytywnych wynosił jedynie 34% (30% i 3%).

Analiza wyników w podziale na startupy i pozostałe przedsiębiorstwa wskazuje, że wzrost przekonania o rosnącym zaangażowaniu liderów biznesu w działania zgodne z GOZ wystąpił w obu grupach. W 2025 r. ze stwierdzeniem tym zgadzało się 74% startupów (54% „raczej się zgadza”, 20% „zdecydowanie zgadza”) oraz 80% pozostałych firm (59% i 21%).

Tabela 4.2. Postrzeganie zaangażowania liderów i osób zarządzających w działania na rzecz GOZ – startupy vs. pozostałe firmy

W jakim stopniu zgadza się Pan(i) z następującym stwierdzeniem? W branży, w której Pan(i) działa, coraz więcej liderów lub osób zarządzających firmami wprowadza działania realizujące założenia gospodarki o obiegu zamkniętym.	2025		2024	
	startupy	pozostałe	startupy	pozostałe
Zdecydowanie się zgadza	20%	21%	2%	4%
Raczej się zgadza	54%	59%	30%	30%
Ani się zgadza, ani nie zgadza	14%	11%	42%	47%
Raczej się nie zgadza	11%	7%	26%	19%
Zdecydowanie się nie zgadza	1%	2%	0%	0%

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM; 2025: Ns = 217, Np = 1003; 2024: Ns = 131, Np = 676.

Dla porównania w 2024 r. odsetek odpowiedzi pozytywnych wynosił odpowiednio 32% wśród start-upów i 34% wśród pozostałych przedsiębiorstw.

Ocena znaczenia GOZ jako odpowiedzi na aktualne wyzwania środowiskowe

W opinii przedsiębiorców, **GOZ stanowi właściwą odpowiedź na współczesne wyzwania środowiskowe**. W 2025 r. ze stwierdzeniem tym zgadzało się 82% osób prowadzących biznes (61% „raczej się zgadza” oraz 21% „zdecydowanie się zgadza”). Dla porównania w 2024 r. odsetek odpowiedzi pozytywnych wynosił 62% (odpowiednio: 60% i 2%).

Tabela 4.3. Postrzeganie GOZ jako właściwej odpowiedzi na aktualne wyzwania środowiskowe – startupy vs. pozostałe firmy

W jakim stopniu zgadza się Pan(i) z następującym stwierdzeniem? Rozwój gospodarki o obiegu zamkniętym to – w Pana(i) opinii – właściwa odpowiedź na aktualne wyzwania środowiskowe.	2025		2024	
	startupy	pozostałe	startupy	pozostałe
Zdecydowanie się zgadza	18%	22%	4%	2%
Raczej się zgadza	64%	62%	72%	58%
Ani się zgadza, ani nie zgadza	10%	9%	14%	25%
Raczej się nie zgadza	7%	7%	10%	16%
Zdecydowanie się nie zgadza	1%	2%	0%	0%

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM; 2025: Ns = 217, Np = 1003; 2024: Ns = 131, Np = 676.

Szczególnie istotny jest wzrost odsetka osób prowadzących działalność biznesową, które zdecydowanie zgadzają się z tym stwierdzeniem – zaledwie 2% w 2024 r. wobec 21% w 2025 r., co oznacza wzrost o 19 p.p. Jednocześnie zmniejszył się udział odpowiedzi neutralnych (z 23% do 9%) oraz negatywnych (z 15% do 9%).

Przechodząc do analizy w grupie startupów i pozostałych firm – w 2024 r. osoby prowadzące startupy znacznie częściej niż osoby prowadzące pozostałe przedsiębiorstwa postrzegały gospodarkę o obiegu zamkniętym jako właściwą odpowiedź na aktualne wyzwania środowiskowe. Łączny odsetek odpowiedzi pozytywnych wyniósł 76% wśród startupów wobec 60% wśród pozostałych firm. Startupy rzadziej wybierały odpowiedzi neutralne i częściej deklarowały zgodę ze stwierdzeniem.

W 2025 r. nastąpił bardzo wyraźny wzrost pozytywnych ocen w obu grupach. Odsetek respondentów zgadzających się ze stwierdzeniem wzrósł do ponad 80% wśród pozostałych firm oraz startupów. Na podstawie tych wyników można przyjąć, że **GOZ jest postrzegana przez znakomitą większość przedsiębiorców (niezależnie od typu prowadzonej firmy) jako ważna i skuteczna odpowiedź na współczesne wyzwania środowiskowe.**

Gotowość do działania i kompetencje

Kolejne pytanie w ramach bloku tematycznego GOZ sprawdzało, czy przedsiębiorcy są w stanie wymienić możliwe do wprowadzenia przez firmę działania z zakresu GOZ, które znacząco ograniczają wpływ firmy na środowisko. Odpowiedzi na to pytanie pozwalają ocenić nie tylko ogólną świadomość koncepcji GOZ, ale również poziom praktycznej wiedzy (wprawdzie deklaracyjną) dotyczącej jej zastosowania w działalności przedsiębiorstw.

W 2025 r. **76% osób prowadzących działalność biznesową deklarowało, że potrafi wskazać działania GOZ znacząco ograniczające wpływ firmy na środowisko** (56% „raczej się zgadza” oraz 20% „zdecydowanie zgadza”). W porównaniu z 2024 r. oznacza to wyraźny wzrost, ponieważ rok wcześniej odsetek odpowiedzi pozytywnych wynosił 69% (64% „raczej się zgadza” oraz 5% „zdecydowanie zgadza”).

Na poziomie bardziej szczegółowych wyników można zauważyć podobną prawidłowość wśród startupów – wzrost odsetka osób (z 68% w 2024 r. do 72% w 2025 r.), które potrafią wymienić działania GOZ możliwe do wprowadzania przez firmę, a w grupie pozostałych wzrost z 70% do 77%.

Tabela 4.4. Znajomość możliwych działań z zakresu GOZ możliwych do wprowadzenia przez firmę – startupy vs. pozostałe firmy

W jakim stopniu zgadza się Pan(i) z następującym stwierdzeniem? Jest Pan(i) w stanie wymienić możliwe do wprowadzenia przez firmę działania z zakresu gospodarki o obiegu zamkniętym, które znacząco ograniczają wpływ firmy na środowisko.	2025		2024	
	startupy	pozostałe	startupy	pozostałe
Zdecydowanie się zgadza	20%	20%	5%	5%
Raczej się zgadza	52%	57%	63%	65%
Ani się zgadza, ani nie zgadza	11%	6%	33%	31%
Raczej się nie zgadza	16%	16%	0%	0%
Zdecydowanie się nie zgadza	2%	2%	0%	0%

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM; 2025: Ns = 217, Np = 1003; 2024: Ns = 131, Np = 676.

Zapytano także o ocenę własnych kompetencji w zakresie wdrażania, stosowania i egzekwowania działań związanych z gospodarką o obiegu zamkniętym w firmie. W porównaniu z pytaniem o znajomość możliwych działań GOZ, wskaźniki pozytywnych odpowiedzi (w większości „raczej się zgadzam”) są nieco niższe, co sugeruje, że część respondentów ma wiedzę na temat dostępnych rozwiązań, ale niekoniecznie czuje się przygotowana do ich praktycznego wdrażania.

W 2025 r. **67% respondentów deklaruowało gotowość do wdrażania, stosowania lub egzekwowania działań GOZ w swojej firmie** (62% „raczej się zgadza” oraz 5% „zdecydowanie zgadza”). W 2024 r. odsetek ten wynosił 70% (64% „raczej się zgadza” oraz 6% „zdecydowanie się zgadza”). Wyniki w grupie startupów i pozostałych potwierdzają ogólną ww. prawidłowość.

Tabela 4.5. Umiejętności wdrażania i stosowania działań GOZ w firmie – startupy vs. pozostałe firmy

W jakim stopniu zgadza się Pan(i) z następującym stwierdzeniem? Jest Pan(i) w stanie wdrożyć, stosować i/lub egzekwować działania z zakresu gospodarki o obiegu zamkniętym w Pana(i) firmie.	2025		2024	
	startupy	pozostałe	startupy	pozostałe
Zdecydowanie się zgadza	5%	5%	6%	6%
Raczej się zgadza	61%	62%	66%	62%
Ani się zgadza, ani nie zgadza	31%	29%	25%	26%
Raczej się nie zgadza	3%	4%	3%	5%
Zdecydowanie się nie zgadza	0%	0%	0%	0%

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM; 2025: Ns = 179, Np = 827; 2024: Ns = 131, Np = 676.

Stan wdrożenia GOZ i plany na przyszłość

Odnosząc się do faktycznej realizacji działań zgodnych z założeniami GOZ w przedsiębiorstwie oraz zamiaru wdrażania takich rozwiązań w najbliższym czasie zapytano, czy w firmach są już wdrożone działania realizujące założenia gospodarki o obiegu zamkniętym. Odpowiedzi na to pytanie pozwalają ocenić rzeczywisty poziom implementacji rozwiązań GOZ w przedsiębiorstwach, a nie jedynie świadomość lub gotowość do ich wdrażania. W 2025 r. **53% respondentów zgodziło się ze stwierdzeniem, że w ich firmie wdrożono już działania zgodne z zasadami GOZ.** W 2024 r. odsetek ten wynosił 47%, co oznacza wzrost o 6 p.p.

Wyniki wskazują na stopniowy wzrost wdrażania działań realizujących założenia gospodarki o obiegu zamkniętym w przedsiębiorstwach.

Wyniki w grupie startupów i pozostałych potwierdzają ogólną ww. prawidłowość.

Tabela 4.6. Wdrożenia GOZ w przedsiębiorstwach – startupy vs. pozostałe firmy

W jakim stopniu zgadza się Pan(i) z następującym stwierdzeniem? W Pana(i) firmie są już wdrożone działania realizujące założenia gospodarki o obiegu zamkniętym.	2025		2024	
	startupy	pozostałe	startupy	pozostałe
Zdecydowanie się zgadza	0%	0%	0%	0%
Raczej się zgadza	52%	53%	45%	47%
Ani się zgadza, ani nie zgadza	17%	18%	11%	17%
Raczej się nie zgadza	18%	18%	33%	26%
Zdecydowanie się nie zgadza	13%	11%	11%	10%

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM; 2025: Ns = 174, Np = 769; 2024: Ns = 127, Np = 643.

Ostatnie z analizowanych pytań dotyczyło przyszłości – zamiaru wdrożenia, rozpoczęcia stosowania lub egzekwowania działań opartych na założeniach gospodarki o obiegu zamkniętym w najbliższej przyszłości. Wyniki pozwalają ocenić potencjał dalszego rozwoju GOZ w przedsiębiorstwach. W 2025 r. **49% respondentów deklaroowało zamiar podjęcia takich działań w swojej firmie** (44% „raczej się zgadza” oraz 5% „zdecydowanie się zgadza”). W 2024 r. odsetek ten wynosił również 49% (40% „raczej się zgadza” oraz 9% „zdecydowanie się zgadza”), co oznacza praktycznie identyczny poziom zainteresowania wdrażaniem rozwiązań GOZ w obu latach.

Największą grupę w obu edycjach badania stanowiły osoby niezdecydowane. Odsetek odpowiedzi „ani się zgadza, ani nie zgadza” w latach 2024–2025 był na poziomie 33–36%. Może to wskazywać, że część przedsiębiorców dostrzega potencjalne korzyści związane z GOZ, ale nie podjęła jeszcze konkretnych decyzji dotyczących wdrożenia takich działań.

Tabela 4.7. Plany wdrażania działań GOZ w przedsiębiorstwach – startupy vs. pozostałe firmy

W jakim stopniu zgadza się Pan(i) z następującym stwierdzeniem? Wkrótce zamierza Pan(i) wprowadzić do firmy, zacząć stosować lub egzekwować realizację działań opartych na założeniach gospodarki o obiegu zamkniętym.	2025		2024	
	startupy	pozostałe	startupy	pozostałe
Zdecydowanie się zgadza	4%	6%	8%	9%
Raczej się zgadza	46%	43%	43%	39%
Ani się zgadza, ani nie zgadza	35%	36%	32%	33%
Raczej się nie zgadza	12%	12%	11%	15%
Zdecydowanie się nie zgadza	4%	4%	6%	4%

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GEM; 2025: Ns = 217, Np = 1003; 2024: Ns = 131, Np = 676.

W grupie startupów i pozostałych firm wyniki wskazują na utrzymujący się, umiarkowanie wysoki poziom zainteresowania wdrażaniem działań zgodnych z gospodarką o obiegu zamkniętym. **Około połowa respondentów zarówno w 2024 r., jak i w 2025 r. deklaruje zamiar podjęcia takich działań w najbliższej przyszłości.** Jednocześnie wysoki udział odpowiedzi neutralnych sugeruje, że wiele przedsiębiorstw pozostaje na etapie rozważania możliwości wdrożenia rozwiązań GOZ. W zestawieniu z wynikami dotyczącymi już wdrożonych działań można wnioskować, że część firm znajduje się obecnie w fazie przygotowywania lub planowania kolejnych inicjatyw związanych z gospodarką o obiegu zamkniętym.

Podsumowując:

- Trzy czwarte osób prowadzących działalność biznesową – niezależnie czy startupową czy inną – deklaruje, że wie o istnieniu koncepcji gospodarki o obiegu zamkniętym. Co ważne, dane w 2025 r. wskazują, że świadomość zwiększyła się w porównaniu do roku poprzedniego.
- Zdaniem około 80% przedsiębiorców (zarówno reprezentujących startupy, jak i pozostałe biznesy) obecnie w społeczeństwie zachęca się do prowadzenia działań realizujących założenia gospodarki o obiegu zamkniętym.
- W 2025 r. w porównaniu do 2024 r. nastąpił wyraźny wzrost przekonania o rosnącym zaangażowaniu liderów biznesu w działania zgodne z GOZ (zarówno wśród startupów, jak i pozostałych) z 34% do 79%.

- W ciągu zaledwie jednego roku nastąpiła wyraźna zmiana opinii (z 62% do 82%) przedsiębiorców umacniająca przekonanie, że GOZ stanowi właściwą odpowiedź na współczesne wyzwania środowiskowe.
- Ponad 3 na 4 prowadzących działalność biznesową deklaruje, że potrafi wskazać działania z zakresu gospodarki o obiegu zamkniętym, które znacząco ograniczają wpływ firmy na środowisko (w 2024 r. było to nieco mniej – 69%).
- W 2025 r. spadł odsetek przedsiębiorców (z 69% do 66%), którzy deklarowali gotowość do wdrażania, stosowania lub egzekwowania działań GOZ w swojej firmie.
- Do faktycznej realizacji – wdrożeń zgodnych z założeniami GOZ – przyznało się 53% osób prowadzących biznes (w 2024 r. było 47%).
- W 2025 r. około 50% osób prowadzących biznesy deklarowało zamiar podjęcia działań GOZ w przyszłości – był to wynik niemal identyczny jak rok wcześniej.

Aneks metodologiczny

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) to największy i najdłużej prowadzony międzynarodowy projekt badawczy w zakresie przedsiębiorczości, który koncentruje się na przedsiębiorczości we wczesnym stadium działalności. Jego główne cele to: 1) pomiar różnic w postawach, aktywności i aspiracjach przedsiębiorczych między państwami, 2) identyfikacja czynników kształtujących charakter i poziom aktywności przedsiębiorczej oraz 3) formułowanie wniosków istotnych dla polityki społeczno-gospodarczej, w tym wspierania przedsiębiorczości.

Projekt powstał w 1997 r. z inicjatywy naukowców z Babson College (USA) oraz London Business School (Wielka Brytania). Pierwsze badania zostały przeprowadzone w 1999 r. w 10 krajach, a kolejne edycje pozwoliły zgromadzić dane z ponad 120 państw. Za realizację badań odpowiadają krajowe zespoły badawcze, które składają się z przedstawicieli uczelni oraz czasem instytucji wspierających przedsiębiorczość. Cały proces zbierania i przetwarzania danych jest ściśle monitorowany przez centralny zespół metodologów GEM. Z uwagi na dobrowolny charakter udziału w projekcie, skład państw uczestniczących w nim zmienia się nieznacznie co roku, oscylując wokół liczby 50.

W ramach GEM co roku publikowany jest raport międzynarodowy na temat przedsiębiorczości we wszystkich państwach uczestniczących w danym cyklu badawczym, tzw. *GEM Global Report*. Dodatkowo, ukazują się raporty tematyczne, koncentrujące się m.in. na przedsiębiorczości kobiet, zrównoważonego rozwoju, przedsiębiorczości w regionach Europy czy wykorzystaniu danych GEM w polityce publicznej¹⁰⁸.

Polskę w ramach GEM od 2011 r. reprezentują Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości oraz Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach.

¹⁰⁸ <https://gemconsortium.org/>

Prowadzenie badań w GEM

Badania GEM realizowane są co roku¹⁰⁹ według jednolitej metodologii¹¹⁰ przez zespoły badawcze z poszczególnych krajów i ściśle monitorowane przez GEM data team. Pojedynczy cykl badawczy obejmuje dwa badania:

Badanie ilościowe ludności (APS – *Adult Population Survey*) – przeprowadzane na reprezentatywnej próbie min. 2000 osób w wieku 18–64 l. w każdym kraju uczestniczącym w projekcie. W badaniu APS dokonuje się pomiaru społecznej percepcji przedsiębiorczości, intencji przedsiębiorczych, poziomu aktywności gospodarczej, aspiracji rozwojowych, a także powodów założenia działalności i wycofywania się z niej. Od 2021 r. badanie obejmuje tematykę zrównoważonego rozwoju i przedsiębiorczości kobiet, a od 2024 r. – sztucznej inteligencji.

Badanie jakościowe – ekspercka ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości (NES – *National Expert Survey*) – to badanie jakościowe, w którym co najmniej 36 specjalistów z różnych 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. – przedsiębiorczość kobiet, od 2022 r. – zrównoważony rozwój, a od 2023 r. – uwarunkowania dotyczące sztucznej inteligencji. 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 – nieprzedsiębiorca).

¹⁰⁹ II–III kwartał.

¹¹⁰ W oparciu o określone wymogi dotyczące wielkości, doboru próby, technik badawczych oraz jednolite narzędzia badawcze, przy czym każdy z zespołów ma możliwość dodania własnych pytań.

Badania GEM w Polsce – co roku od 2011 r.:

Badanie ilościowe (APS)

- ogólnopolska reprezentatywna, losowa próba ludności w wieku 18–64 l.,
- wielkość próby: 10 000 w 2025 r., 8000 w latach 2017¹¹¹–2024, 2000 w latach 2011–2016,
- technika CATI,
- populacja – osoby aktywne i nieaktywne zawodowo ww. wieku, za wyjątkiem: osób odwiedzających Polskę, osób nieposługujących się j. polskim w stopniu umożliwiającym przeprowadzenie badania, rezydentów instytucji penitencjarnych oraz instytucji opieki na osobami z problemami psychicznymi oraz żołnierzy,
- okres realizacji ostatniej edycji: od 10 lipca do 9 września w 2025 r.

Badanie jakościowe (NES)

- min. 36 celowo dobranych ekspertów,
- technika CAWI,
- okres realizacji ostatniej edycji: od 29 kwietnia do 23 czerwca w 2025 r.

Od 2017 r. w obu badaniach realizowany jest dodatkowy blok pytań poświęcony startupom.

Państwa uczestniczące w GEM w 2025 r.

W 2025 r. badania GEM zostały przeprowadzone w 53 państwach, przy czym badanie jakościowe (NES) zrealizowano we wszystkich krajach, a ilościowe (APS) – w 48. Na potrzeby analiz w niniejszym raporcie¹¹² państwa przypisano do dwóch grup dochodowych, przyjmując próg 50 000 USD¹¹³ PKB na mieszkańca (Tabela A.1). Nazwy państw europejskich (w liczbie 22) zostały w tabeli pogrubione.

¹¹¹ W 2017 r. próba została zwiększona z uwagi na potrzebę identyfikacji startupów i zdobycia wiedzy na ich temat poprzez dedykowany temu tematowi blok pytań.

¹¹² Także w raporcie międzynarodowym GEM (Global Entrepreneurship Monitor 2025/2026 Global Report: Entrepreneurship Reality Check. London:GEM).

¹¹³ Według PPP, Int\$, dane dostępne na stronie Banku Światowego https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.PP.CD?most_recent_value_desc=true

Tabela A.1. Klasyfikacja państw uczestniczących w GEM w 2025 r. według poziomu PKB w przeliczeniu na mieszkańca danego kraju

Średni dochód	Wysoki dochód
Algieria*	Arabia Saudyjska
Angola	Austria*
Argentyna	Bahrajn
Brazylia	Cypr
Chile	Finlandia
Chorwacja	Francja
Egipt	Hiszpania
Ekwador	Holandia
Estonia	Izrael
Gwatemala	Japonia*
Indie	Kanada
Jordania	Katar
Kostaryka	Litwa
Łotwa	Luksemburg
Maroko*	Niemcy
Meksyk	Norwegia
Oman	Polska
Peru	Portoryko
Republika Południowej Afryki	Republika Korei
Rumunia	Słowenia
Salwador	Stany Zjednoczone
Słowacja	Szwajcaria
Tajlandia	Szwecja
Urugwaj*	Tajwan
Wenezuela	Wielka Brytania
Węgry	Włochy
	Zjednoczone Emiraty Arabskie

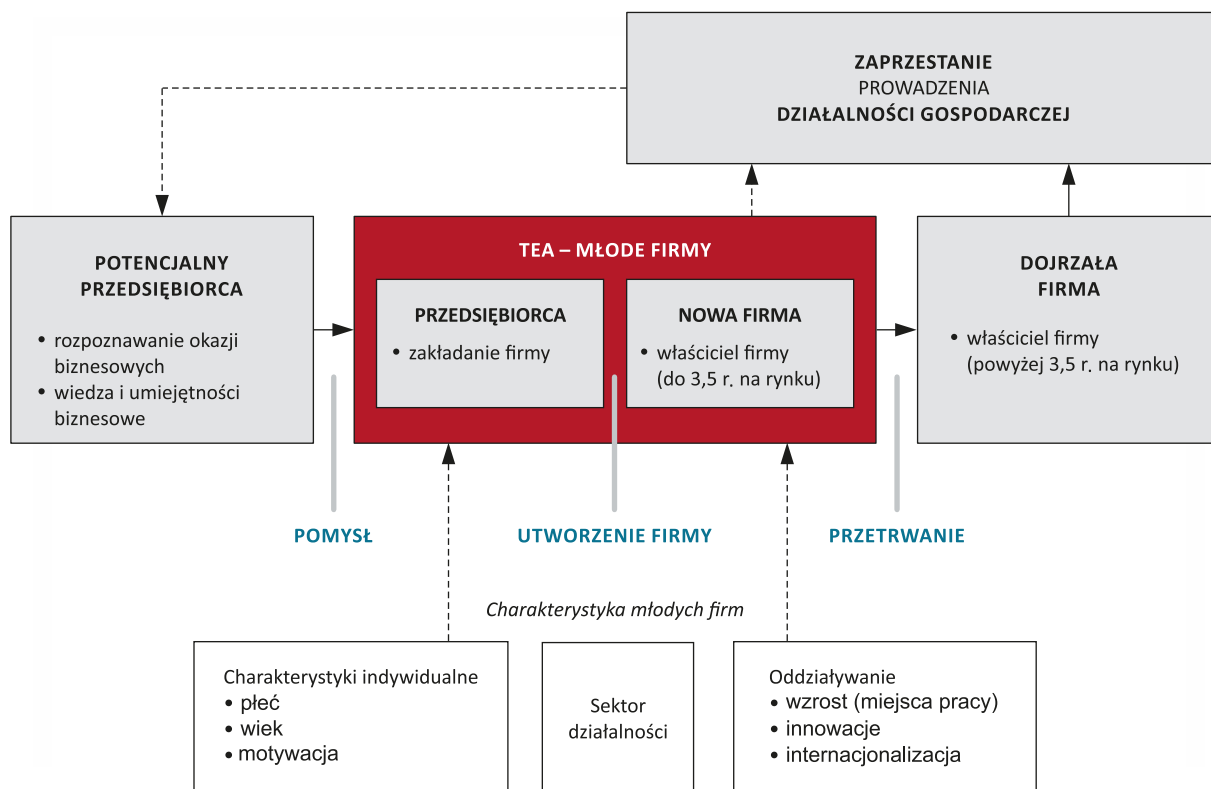
*Wyłącznie badanie jakościowe (NES).

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

Podejście do procesu przedsiębiorczego przyjęte w GEM polega na identyfikowaniu w badaniu ludności osób będących na różnych etapach prowadzenia działalności gospodarczej (Rysunek A.1) – w trakcie oceny okazji biznesowych i własnych umiejętności bądź organizowania i zakładania biznesu (firmy w organizacji – do 3 mies. na rynku), prowadzenia nowej firmy (do 3,5 roku), dojrzałej (ponad 3,5 roku na rynku) lub wycofywania się z działalności. Jest to jeden z istotnych elementów odróżniających GEM od innych projektów badawczych w dziedzinie przedsiębiorczości, w których często bada się zarejestrowane podmioty gospodarcze, także na podstawie danych z krajowych urzędów statystycznych. Warto podkreślić, że badanie osób, a nie firm, 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. Pozwala też odkryć więcej różnic między państwami. Otrzymujemy bowiem informacje nie tylko na temat liczby przedsiębiorców w danym kraju, ale również na temat różnic w ich motywacjach, aspiracjach i charakterystykach w poszczególnych fazach prowadzenia działalności.

Rysunek A.1. Model procesu przedsiębiorczego GEM

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

Efektem 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*) – odsetek populacji dorosłych (18–64 l.) będących właścicielami lub współwłaścicielami firm, w których wynagrodzenia są wypłacane ponad 3 mies., ale nie dłużej niż 42 mies. Okres 3,5 roku uznaje się za krytyczny w działalności przedsiębiorczej. Jego przetrwanie świadczy o sukcesie pierwszego etapu – założenia działalności i przejściu do kolejnego etapu, czyli zarządzania istniejącą firmą.
- **Młode firmy – TEA** (*Total early-stage Entrepreneurial Activity*) – 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 zalicza się firmy w organizacji i nowych przedsiębiorców, nie zalicza się natomiast firm dojrzałych¹¹⁴. 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** (*established business owners*) – odsetek populacji dorosłych (18–64 l.), prowadzących firmy dłużej niż 42 miesiące (tj. ponad 3,5 roku wypłacających wynagrodzenie).
- **Zaprzestający prowadzenia biznesu** – osoby, które w ciągu 12 mies. poprzedzających realizację badania wycofały się z prowadzenia działalności i sprzedały/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.

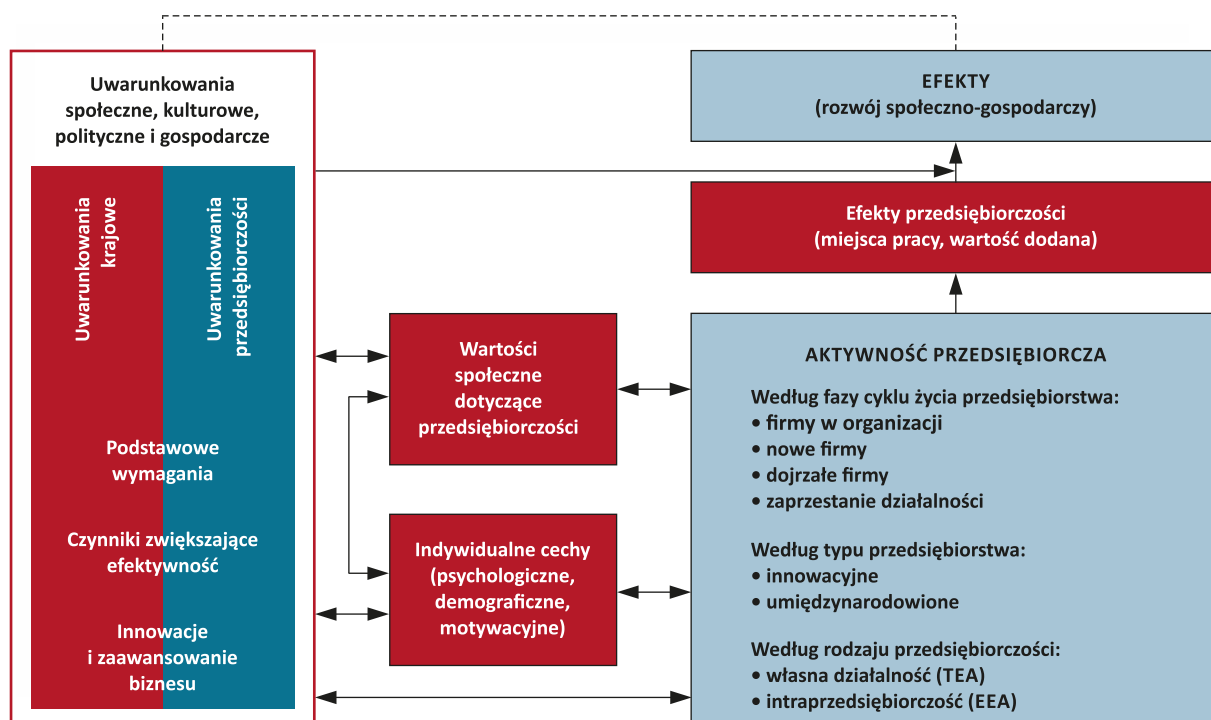
Model koncepcyjny

Model koncepcyjny GEM odnosi się do przedsiębiorczości jako kluczowego elementu rozwoju gospodarczego. Opiera się on na dwóch istotnych założeniach. Pierwsze stanowi o tym, że 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, oferując większą liczbę miejsc pracy dla osób, które mogłyby alternatywnie zostać przedsiębiorcami.

¹¹⁴ Metodologia obliczania wskaźnika TEA jest 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.

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 A.2. Model koncepcyjny GEM



Źródło: N. Bosma, D. Kelley, *Global Entrepreneurship Monitor 2018/2019 Global Report*, GERA 2019, s. 15.

Wybrane wskaźniki GEM

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*) – odsetek populacji dorosłych (18–64 l.) będących właścicielami lub współwłaścicielami firm, w których wynagrodzenia są wypłacane ponad 3 mies., ale nie dłużej niż 42 mies. Okres 3,5 roku uznaje się za krytyczny w działalności przedsiębiorczej. Jego przetrwanie świadczy o sukcesie pierwszego etapu – założenia działalności i przejściu do kolejnego etapu, czyli zarządzania istniejącą firmą.

Młode firmy – TEA (*Total early-stage Entrepreneurial Activity*) – 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 zalicza się firmy w organizacji i nowych przedsiębiorców, nie zalicza się natomiast firm dojrzałych. 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 (*established business owners*) – odsetek populacji dorosłych (18–64 l.) prowadzących firmy dłużej niż 42 mies. (tj. ponad 3,5 roku wypłacających wynagrodzenie).

Zaprzestający prowadzenia biznesu – osoby, które w ciągu 12 mies. poprzedzających realizację badania wycofały się z prowadzenia działalności i sprzedały/przekazały firmę innemu podmiotowi/osobie, pozostawiając firmę na rynku, lub ją zlikwidowały.

Intencje przedsiębiorcze – odsetek populacji dorosłych (18–64 l.), którzy nie są zaangażowani w prowadzenie działalności gospodarczej i planują założyć firmę w ciągu 3 lat.

Samoocena umiejętności przedsiębiorczych – odsetek populacji dorosłych (18–64 l.), którzy uważają, że mają wiedzę, umiejętności i doświadczenie niezbędne do założenia działalności.

Strach przed porażką – odsetek populacji dorosłych (18–64 l.), którzy dostrzegają szanse biznesowe w otoczeniu, ale nie decydują się na założenie działalności z powodu obawy przed niepowodzeniem. Dla kobiet/mężczyzn – liczony jako odsetek dorosłych kobiet/mężczyzn (18–64 l.) niezależnie od tego jak postrzegają swoje otoczenie.

Motywacje do założenia działalności (zmienić świat, mocno się wzbogacić lub osiągać wysokie dochody, kontynuować rodzinną tradycję, zapewnić sobie utrzymanie, ponieważ za mało jest ofert na rynku pracy) – odsetek TEA (młodych firm), które wskazały na dany motyw.

Status społeczny przedsiębiorcy – odsetek osób dorosłych (18–64 l.) uważających, że przedsiębiorcom, którzy odnieśli sukces, należy się uznanie.

Atrakcyjność prowadzenia działalności gospodarczej – odsetek populacji dorosłych (18–64 l.), którzy uważają, że prowadzenie firmy jest dobrą opcją na życie zawodowe.

Przedsiębiorczość w mediach – odsetek osób dorosłych (18–64 l.), które dostrzegają pozytywne treści na temat przedsiębiorców w mediach publicznych i Internecie.

Łatwość założenia firmy – odsetek osób dorosłych (18–64 l.) uważających, że założenie firmy jest proste.

Pozytywna ocena otoczenia (dostrzeganie szans biznesowych) – odsetek osób dorosłych (18–64 l.), które uważają, że w ich otoczeniu będą korzystne warunki do założenia firmy w ciągu kolejnych 6 miesięcy.

NECI – wskaźnik syntetyczny opisujący stan otoczenia przedsiębiorstw w danym kraju, na który składają się oceny 13 obszarów (tzw. EFC *Entrepreneurial Framework Conditions*) od dostępności finansowania, przez edukację, infrastrukturę, politykę publiczną i regulacje po transfer wiedzy i normy kulturowo-społeczne. Jest obliczany jako prosta średnia 13 zmiennych reprezentujących EFC, które zostały zmierzone za pomocą zestawu stwierdzeń ocenianych na 11-stopniowej skali Likerta i podsumowane poprzez analizę czynnikową (metoda głównych składowych).

Spis tabel

Tabela 1.1. Przyczyny wycofania się z działalności gospodarczej w Polsce w latach 2019–2025 (% osób, które zaprzestały prowadzenia działalności w okresie 12 mies. poprzedzających realizację badania).....	37
Tabela 1.2. Motywacje do zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej w Europie w 2025 r. (% osób prowadzących młode firmy – TEA)	41
Tabela 1.3. Poziom aktywności przedsiębiorczej wśród kobiet i mężczyzn w Polsce w latach 2011–2025 (% osób prowadzących młode/dojrzałe firmy wśród kobiet/mężczyzn w wieku 18–64 l.)	42
Tabela 1.4. Postawy przedsiębiorcze kobiet i mężczyzn w Polsce na tle średniej dla Europy oraz grup państw według poziomu dochodu w 2025 r. (% kobiet i mężczyzn w wieku 18–64 l.).....	48
Tabela 1.5. Oczekiwania przedsiębiorców w Polsce na tle średniej dla Europy oraz grup państw według poziomu dochodu dotyczące negatywnych efektów, jakie mogłyby wystąpić przy wdrażaniu AI w ich firmach (% młodych/dojrzałych firm)	71
Tabela 1.6. Oczekiwania przedsiębiorców w Polsce na tle średniej dla Europy i grup państw według dochodu, dotyczące pozytywnych efektów, jakie mogłyby wystąpić przy wdrażaniu AI w ich firmach (% młodych/dojrzałych firm)	72
Tabela 2.1. Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości monitorowane systematycznie w NES.....	74
Tabela 2.2. Dziesięć najbardziej wspierających uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości (najwyższych ocen ekspertów; oceny w skali 0–10)	110
Tabela 2.3. Dziesięć najmniej wspierających uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości (najniższych ocen ekspertów; oceny w skali 0–10).....	111
Tabela 3.1. Wiek przedsiębiorców w podziale na płeć – startupy vs. pozostałe firmy	119
Tabela 3.2. Pracujący w startupach vs. w pozostałych firmach	121
Tabela 3.3. Wyniki estymacji i wnioski	124
Tabela 3.4. Porównanie najsilniejszych współzależności (korelacja Pearsona) występujących pomiędzy czynnikami w grupie startupów i pozostałych firm	135
Tabela 4.1. Zachęcanie społeczeństwa do prowadzenia działań opartych o zasady GOZ – startupy vs. pozostałe firmy.....	144

Tabela 4.2. Postrzeganie zaangażowania liderów i osób zarządzających w działania na rzecz GOZ – startupy vs. pozostałe firmy	145
Tabela 4.3. Postrzeganie GOZ jako właściwej odpowiedzi na aktualne wyzwania środowiskowe – startupy vs. pozostałe firmy	146
Tabela 4.4. Znajomość możliwych działań z zakresu GOZ możliwych do wprowadzenia przez firmę – startupy vs. pozostałe firmy	147
Tabela 4.5. Umiejętności wdrażania i stosowania działań GOZ w firmie – startupy vs. pozostałe firmy	148
Tabela 4.6. Wdrożenia GOZ w przedsiębiorstwach – startupy vs. pozostałe firmy	149
Tabela 4.7. Plany wdrażania działań GOZ w przedsiębiorstwach – startupy vs. pozostałe firmy	150
Tabela A.1. Klasyfikacja państw uczestniczących w GEM w 2025 r. według poziomu PKB w przeliczeniu na mieszkańca danego kraju	155

Spis wykresów

Wykres 1.1. Percepcja przedsiębiorczości w polskim społeczeństwie w latach 2011–2025	20
Wykres 1.2. Społeczna percepcja przedsiębiorczości w Polsce na tle średniej dla Europy oraz grup państw według poziomu dochodu w 2025 r.	21
Wykres 1.3. Społeczna percepcja przedsiębiorczości w państwach Europy w 2025 r. (% osób w wieku 18–64 l.)	23
Wykres 1.4. Odsetek osób w wieku 18–64 l., którzy w badaniu przeprowadzonym w 2025 r. wyrazili opinię, że założenie firmy w ich kraju jest proste	25
Wykres 1.5. Odsetek osób w wieku 18–64 l. oceniających, że założenie w Polsce firmy jest proste	26
Wykres 1.6. Postawy przedsiębiorcze w Polsce na tle średniej dla badanych państw Europy oraz grup gospodarek według poziomu dochodu w 2025 r. (% osób w wieku 18–64 l.)	28
Wykres 1.7. Postawy przedsiębiorcze w Polsce w latach 2011–2025 (% osób w wieku 18–64 l.)	29
Wykres 1.8. Aktywność przedsiębiorcza w Polsce w latach 2011–2025 (% osób w wieku 18–64 l.)	32
Wykres 1.9. Poziom aktywności przedsiębiorczej w Polsce na tle średniej dla Europy oraz grup państw według poziomu dochodu w 2025 r. (% osób w wieku 18–64 l.)	33

Wykres 1.10. Poziom aktywności przedsiębiorczej w Europie w 2025 r. – osoby prowadzące młode i dojrzałe firmy (% osób w wieku 18–64 l.)	34
Wykres 1.11. Rezygnacja z prowadzenia biznesu w Polsce na tle średniej dla Europy oraz grup państw według poziomu dochodu – osoby, które w badaniu w 2025 r. zadeklarowały, że w ciągu ostatnich 12 miesięcy wycofały się z prowadzenia biznesu (% osób w wieku 18–64 l.).....	35
Wykres 1.12. Przyczyny rezygnacji z prowadzenia biznesu w Polsce na tle średniej dla Europy w roku 2025 (% osób, które zaprzestały prowadzenia biznesu w okresie ok. II poł. 2024 r. - I poł. 2025 r.).....	36
Wykres 1.13. Motywacje do zakładania działalności gospodarczej w Polsce na tle średniej dla Europy oraz grup państw według poziomu dochodu w 2025 r. (% osób prowadzących młode firmy – TEA)	39
Wykres 1.14. Zmiany motywów zakładania działalności gospodarczej w Polsce w latach 2019–2025 (% osób prowadzących młode firmy – TEA).....	40
Wykres 1.15. Bezwzględna luka płci wśród właścicieli młodych i dojrzałych firm w Polsce w latach 2011–2025 (p.p.)	43
Wykres 1.16. Udział osób prowadzących młode firmy w Europie w 2025 r. w podziale na płeć (% kobiet/mężczyzn w wieku 18–64 l.)	44
Wykres 1.17. Udział osób prowadzących dojrzałe firmy w Europie w 2025 r. w podziale na płeć (% kobiet/mężczyzn w wieku 18–64 l.)	45
Wykres 1.18. Postawy Polek i Polaków względem przedsiębiorczości w 2025 r. (% kobiet/mężczyzn w wieku 18–64 l.).....	46
Wykres 1.19. Motywacje kobiet i mężczyzn do zakładania działalności gospodarczej w Polsce (% kobiet/mężczyzn prowadzących młode firmy – TEA).....	49
Wykres 1.20. Motywacje kobiet i mężczyzn do zakładania działalności gospodarczej w Polsce na tle średniej dla Europy oraz grup państw według poziomu dochodu w 2025 r. (% kobiet/mężczyzn w wieku 18–64 l.)	50
Wykres 1.21. Przedsiębiorczość w Polsce w grupach wiekowych w 2025 r. (% osób danej grupy wiekowej prowadzących młode (TEA)/dojrzałe firmy (EB))	51
Wykres 1.22. Wczesna przedsiębiorczość w grupach wiekowych w państwach Europy w 2025 r. (% osób danej grupy wiekowej prowadzących młode firmy (TEA))	52
Wykres 1.23. Dojrzała przedsiębiorczość w grupach wiekowych w państwach Europy w 2025 r. (% osób danej grupy wiekowej prowadzących dojrzałe firmy (EB)).....	54
Wykres 1.24. Rozważanie społecznych i środowiskowych skutków podejmowanych decyzji biznesowych (% młodych firm i % dojrzałych firm)	56

Wykres 1.25. Podejmowanie aktywności maksymalizujących oddziaływanie społeczne i minimalizujących oddziaływanie środowiskowe (% młodych firm i % dojrzałych firm).....	57
Wykres 1.26. Podejmowanie aktywności maksymalizujących oddziaływanie społeczne oraz podejmowanie aktywności minimalizujących oddziaływanie środowiskowe w latach 2021–2025 (% młodych firm i % dojrzałych firm)	58
Wykres 1.27. Skłonność do przedkładania społecznego/środowiskowego wpływu działania firmy ponad jej zyskowność i wzrost w latach 2021–2025 (% młodych firm i % dojrzałych firm).....	59
Wykres 1.28. Znajomość 17 Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ – Agenda 2030 na rzecz zrównoważonego rozwoju (% młodych firm i % dojrzałych firm)	60
Wykres 1.29. Znaczenie wybranych form komunikacji internetowej dla codziennej działalności biznesowej – postrzeganie danych form jako bardzo ważne w 2025 r. (% młodych firm i % dojrzałych firm).....	62
Wykres 1.30. Znaczenie wybranych narzędzi cyfrowych dla realizacji modelu biznesowego i strategii firmy – postrzeganie danych form jako bardzo ważne w 2025 r. (% młodych i % dojrzałych firm)	64
Wykres 1.31. Przedsiębiorcy w Polsce, którzy spodziewają się zwiększonego wykorzystania technologii cyfrowych w celu sprzedaży produktów lub usług w firmie w ciągu kolejnych	65
Wykres 1.32. Przedsiębiorcy w Polsce na tle średniej dla Europy oraz grup gospodarek według poziomu dochodu, 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).....	66
Wykres 1.33. Przedsiębiorcy w Polsce na tle średniej dla Europy oraz grup państw według poziomu dochodu, uznających narzędzia AI za bardzo ważne w realizacji ich modelu biznesowego i strategii w 2025 r. (% młodych firm i % dojrzałych firm).....	68
Wykres 1.34. Udział firm w państwach Europy, uznających AI za bardzo ważne w realizacji ich modelu biznesowego i strategii w 2025 r.	69
Wykres 1.35. Oczekiwania przedsiębiorców w Polsce dotyczące pozytywnych i negatywnych efektów, jakie mogłyby wystąpić przy wdrażaniu AI w ich firmach (% młodych/dojrzałych firm)	70
Wykres 2.1. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości (2025 r.): Polska w porównaniu z gospodarkami o wysokich dochodach i krajami europejskimi (średnie oceny dla poszczególnych obszarów)	76

Wykres 2.2. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – Edukacja przedsiębiorczości. Zmiany w latach 2021–2025 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2025 r.	78
Wykres 2.3. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – Poziom otwartości rynku. Zmiany w latach 2021–2025 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2025 r.	80
Wykres 2.4. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – Finansowanie (wystarczająca ilość). Zmiany w latach 2021–2025 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2025 r.	82
Wykres 2.5. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – Finansowanie (łatwość uzyskania). Zmiany w latach 2021–2025 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2025 r.	83
Wykres 2.6. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – Infrastruktura techniczna. Zmiany w latach 2021–2025 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2025 r.	85
Wykres 2.7. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – Infrastruktura komercyjna i usługowa. Zmiany w latach 2021–2025 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2025 r.	86
Wykres 2.8. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – Polityka rządu (obszar I i II). Zmiany w latach 2021–2025 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2025 r.	88
Wykres 2.9. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – Programy rządowe (publiczne) wspierające przedsiębiorczość (obszar III). Zmiany w latach 2021–2025 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2025 r.	89
Wykres 2.10. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – Badania i rozwój, transfer wiedzy i technologii. Zmiany w latach 2021–2025 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2025 r.	91
Wykres 2.11. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – Normy kulturowe i społeczne. Zmiany w latach 2021–2025 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2025 r.	93
Wykres 2.12. Krajowy Wskaźnik Uwarunkowań Przedsiębiorczości w Polsce i w krajach Europy objętych badaniem NES w 2025 r.	95
Wykres 2.13. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – realizacja Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ – średnie oceny dla poszczególnych bloków pytań. Zmiany w latach 2022–2025 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2025 r.	96
Wykres 2.14. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – realizacja Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ: Blok I – społeczny wymiar przedsiębiorczości. Zmiany w latach 2022–2025 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2025 r.	97

Wykres 2.15. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – realizacja Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ: Blok II – ekonomiczny wymiar zrównoważonego rozwoju. Zmiany w latach 2022–2025 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2025 r.	98
Wykres 2.16. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – realizacja Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ: Blok III – środowiskowy wymiar działalności przedsiębiorstw. Zmiany w latach 2022–2025 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2025 r.	99
Wykres 2.17. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – realizacja Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ: Blok IV – społeczna percepcja i praktyka firm w zakresie zrównoważonego rozwoju, Blok V – publiczne wsparcie przedsiębiorstw zorientowanych na zrównoważony rozwój. Zmiany w latach 2022–2025 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2025 r.	100
Wykres 2.18. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – przedsiębiorczość kobiet – postrzeganie poziomu wsparcia przedsiębiorczości kobiet w aspekcie usług, regulacji i norm kulturowych. Zmiany w latach 2023–2025 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2025 r.	102
Wykres 2.19. 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. Zmiany w latach 2023–2025 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2025 r.	103
Wykres 2.20. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – sztuczna inteligencja a przedsiębiorczość – średnie oceny dla poszczególnych bloków pytań. Zmiany w latach 2024–2025 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2025 r.	104
Wykres 2.21. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – sztuczna inteligencja a przedsiębiorczość: Blok I – świadomość konieczności opracowywania i wdrażania rozwiązań AI wśród przedsiębiorców, Blok II – Rozwój i postęp firm związany z wdrażaniem AI. Zmiany w latach 2024–2025 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2025 r.	106
Wykres 2.22. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – sztuczna inteligencja a przedsiębiorczość: Blok III – Świadomość, kompetencje i wiedza pracowników w zakresie AI, Blok IV – Dostępność edukacji i szkoleń na temat AI na różnych etapach. Zmiany w latach 2024–2025 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2025 r.	107
Wykres 2.23. Ocena uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce – sztuczna inteligencja a przedsiębiorczość: Blok V – Wsparcie rozwoju AI przez instytucje publiczne, Blok VI – Kwestie etyczne związane z AI: zaufanie konsumentów, bezpieczeństwo danych, świadomość wpływu na media. Zmiany w latach 2024–2025 oraz Polska vs. państwa europejskie w 2025 r.	109

Wykres 3.1. Czym jest startup? – opinia właścicieli startupów i pozostałych firm.....	116
Wykres 3.2. Co to znaczy młoda firma? – opinia właścicieli startupów i pozostałych firm...	116
Wykres 3.3. Wielkość gospodarstwa domowego wg liczby osób w gospodarstwie – startupy vs. pozostałe firmy.....	120
Wykres 3.4. Wykształcenie osób działających w formule startup vs. pozostałe firmy	120
Wykres 3.5. Średnie oceny stwierdzeń, odzwierciedlające powody założenia firmy – startupy vs. pozostałe firmy.....	127
Wykres 3.6. Dostępność na rynku technologii czy procedur stosowanych przez firmy (czas w latach) – startupy vs. pozostałe firmy	128
Wykres 3.7. Innowacyjność oferowanych produktów/usług – startupy vs. pozostałe firmy	128
Wykres 3.8. Rozważanie społecznych i środowiskowych skutków decyzji biznesowych oraz przedkładanie ich ponad zyskowność i wzrost – startupy vs. pozostałe firmy.....	130
Wykres 3.9. Czynniki utrudniające rozwój prowadzonych firm – startupy vs. pozostałe firmy.....	132
Wykres 3.10. Czynniki, które mogą powstrzymywać ludzi przed założeniem firmy typu startup – startupy vs. pozostałe firmy	134
Wykres 3.11. Średnie oceny ekspertów (w latach 2020–2025) dotyczące poszczególnych stwierdzeń opisujących ekosystem startupów	138
Wykres 4.1. Odsetek osób prowadzących startupy i pozostałe biznesy deklarujących znajomość koncepcji GOZ w 2024 i 2025 r.	143

Spis rysunków

Rysunek 1.1. Model procesu przedsiębiorczego GEM w Polsce wraz ze wskaźnikami za 2025 vs. 2011 r. dot. udziałów osób planujących założyć działalność gospodarczą lub prowadzących ją określony czas w populacji osób w wieku 16–64 l.	31
Rysunek A.1. Model procesu przedsiębiorczego GEM.....	157
Rysunek A.2. Model koncepcyjny GEM.....	159

Spis schematów

Schemat 3.1. Zestawy cech startupów najczęściej wskazane przez właścicieli startupów i właścicieli pozostałych biznesów.....	117
Schemat 3.2. Etapy rozwoju przedsięwzięcia biznesowego – startupy vs. pozostałe firmy	126

