

**Robert ROGOWSKI**

Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Nowym Sączu

## POSTAWY PRZEDSIĘBIORCZE W EUROPIE

### Streszczenie

W artykule przedstawione zostały wyniki badań dotyczące postaw mieszkańców wybranych krajów Europy wobec przedsiębiorczości. Do przeprowadzenia analiz wykorzystano dane uzyskane w ramach ogólnoeuropejskiego badania przedsiębiorczości *The Global Entrepreneurship Monitor*. Zakres czasowy badań obejmuje okres od 2010 do 2016 roku. Podstawowe problemy badawcze dotyczą dostrzegania szans na uruchomienie działalności gospodarczej, samooceny badanych pod względem własnych możliwości, lęków powstrzymujących przed rozpoczęciem działalności gospodarczej, udziału młodych ludzi jako przedsiębiorców oraz postrzegania pozycji społecznej przedsiębiorcy przez społeczeństwo.

### Summary

The article presents the results of research on the attitudes of the inhabitants of selected European countries towards entrepreneurship. The data obtained from the Global Entrepreneurship Monitor was used. The study covers the period from 2010 to 2016. Fundamental research problems include: perceptions of entrepreneurship opportunities, self-assessments of people as potential entrepreneurs, fears stopping to start a business, participation of young people as entrepreneurs and perception of social status of entrepreneurs by the society.

### Wprowadzenie

Przedsiębiorca oraz przedsiębiorczość mogą być rozpatrywane w wielu ujęciach oraz perspektywach poznawczych. Po pierwsze, przedsiębiorca jest zawsze konkretną osobą, która podejmuje aktywność gospodarczą (zachowania przedsiębiorcze). Przedsiębiorca ze swym pomysłem i innowacją wpływa na wiele sfer funkcjonowania społeczeństw. To on wyszukuje kapitał, z czasem zatrudnia pracowników, wytwarza towary, świadczy usługi, znajduje klientów, łącząc te elementy dla realizacji – zawsze w jakimś stopniu ryzykownego – przedsięwzięcia. Rozwój gospodarczy oraz poprawa jakości życia społeczeństw zależą od ludzkiej pracy, a podejmowanie własnej działalności gospodarczej jest jej szczególnym rodzajem. Po drugie, przedsiębiorczość jest rolą społeczną, a więc pełni w społeczeństwie i gospodarce określone funkcje. Co więcej, wobec przedsiębiorcy formułowane są przez społeczeństwo rozmaite oczekiwania. Zainteresowanie naukowe przedsiębiorczością ma różne fazy w historii nauk społecznych. Badania w tym obszarze rozwijane są w ramach wielu dyscyplin naukowych, takich jak ekonomia, zarządzanie, socjologia, psychologia, antropologia kulturowa, historia biznesu, marketing oraz finanse. Każda z tych dyscyplin ma swoją tradycję, metody badawcze i podejmuje wybrane aspekty w badaniu omawianego zjawiska. Przedsiębiorczość, mając wielowymiarowy charakter, nie może być zakwalifikowana tylko do którejś z klasycznych dyscyplin naukowych. Choć w sposób naturalny lokowana jest w ramach ekonomii, warto zauważyć, że przedstawiciele ekonomii klasycznej raczej pomijali refleksję nad przedsiębiorcą, zajmując się jedynie przedsiębiorstwem jako podmiotem ekonomicznym reagującym wręcz automatycznie na pojawiające się sygnały rynkowe. Pewnym wyjątkiem był irlandzki bankier

R. Cantillon (1680-1734), który był pierwszym badaczem przedsiębiorczości w aspekcie czysto ekonomicznym (1959). J.R.T. Hughes przytacza sformułowane po II wojnie światowej spostrzeżenia A. Cole'a dotyczące braku przedsiębiorcy w teorii ekonomii. Stwierdził on, że ekonomia nie może być nauką realistyczną, jeżeli nie uwzględni przedsiębiorcy. To przedsiębiorca powinien być jednym z centralnych podmiotów w ekonomii jako nauce społecznej, gdyż bez niego żaden zorganizowany proces gospodarczy nie zostanie uruchomiony (Hughes, 1983). Podejście tylko ekonomiczne w badaniu przedsiębiorcy okazało się jednak niewystarczające. Życie gospodarcze jest bowiem częścią życia społecznego i jest w nim zakorzenione. S. Partycki zauważa, że wśród niektórych ekonomistów wciąż panuje opinia, iż sfera ekonomiczna oraz rynki są zjawiskami autotelicznymi, tj. niezależnymi od kontekstu społeczno-kulturowego. Tak postrzegane przez badaczy życie gospodarcze grozi oderwaniem od rzeczywistości, gdyż punktem jego wyjścia, ale też celem jest człowiek żyjący w społeczeństwie. Kształt życia gospodarczego zależy od ludzi i społeczeństwa, a więc ma wymiar kulturowy. Społeczeństwo tworzy i przekazuje kolejnym pokoleniom treść kultury, w tym system aksjonormatywny, który wpływa m.in. na podejmowane decyzje w życiu gospodarczym (Partycki, 2004). W tym miejscu należy wspomnieć o klasycznej i najsłynniejszej pracy M. Webera, w której przedstawił on wyniki swoich badań dotyczących relacji między etyką protestancką a aktywnością gospodarczą (2010). Każdy przedsiębiorca wywodzi się ze społeczeństwa, przez nie jest kształtowany, działa w środowisku społecznym i tylko ze względu na istnienie społeczeństwa ma sens jego aktywność, rozumiana jako przedsiębiorczość (w społeczeństwie znajduje klientów, kooperantów, dostawców, odbiorców oraz pracowników). Kultura danego społeczeństwa może promować postawy przedsiębiorcze, lecz może je także tłumić. Polityka gospodarcza, polityka edukacyjna, osobiste doświadczenia ludzi czy też wartości i preferowane style życia wpływają na stosunek społeczeństwa do przedsiębiorczości i przedsiębiorców.

Za autora, który w największym stopniu rozwinął teorię przedsiębiorczości, uważa się J.S. Schumpetera. Jak zauważa R. Swedberg, dorobek Schumpetera wydaje się wciąż najbardziej obiecujący i może stanowić dobry punkt wyjścia do rozwoju współczesnej teorii przedsiębiorczości (Swedberg, 2008). W ujęciu Schumpetera przedsiębiorczość należy do centralnego zagadnienia w kontekście badań nad zmianą gospodarczą. Rozwój gospodarczy wymaga konkurencji wyzwalającej procesy innowacyjne, których efektem są nowe dobra konsumpcyjne, usługi, technologie i nowe typy organizacji. Dzięki nieustannie działającej konkurencji, na przedsiębiorcach wywierana jest trwała presja bycia czujnym i aktywnym (Schumpeter, 1995). Życie gospodarcze jest uruchamiane i podtrzymywane przez przedsiębiorcę, który – wykorzystując swą pomysłowość, innowacyjność i twórczość – czyni działalność gospodarczą owocną (Losinger, 1998). Natura aktów przedsiębiorczych świadczy o osobowym charakterze przedsiębiorcy, który – wykorzystując osobowe atrybuty, takie jak rozum oraz wola – kreuje aktywność gospodarczą. Modelowego przedsiębiorcę cechuje pomysłowość, twórczość, rozumienie rzeczywistości, dostrzeganie szans i zagrożeń, umiejętności analityczne, gotowość do podejmowania działań mimo perturbacji i przeciwności, pasja oraz umiejętność budowania relacji społecznych. Akty przedsiębiorcze opierają się także na intuicji, wizji, a nawet nadziei. W podejściu Schumpetera przedsiębiorca jest definiowany jako „człowiek czynu” (*man of action*), który nie akceptuje zastanej rzeczywistości, pragnie dokonywać zmian, pokonując pojawiające się przeszkody. W przeciwieństwie do przedsiębiorcy – twierdzi Schumpeter – przeciętny człowiek jest statyczny i skoncentrowany tylko na zaspokajaniu własnych potrzeb. Przedsiębiorca natomiast jest człowiekiem czynu, czerpiącym przyjemność z tworzenia, generowania nowych rozwiązań, niszczenia zastanej

równowagi, a także zwalczania oporu, jaki pojawia się przy próbie wprowadzania zmian (Swedberg, 2008). R. Swedberg, badając dorobek Schumpetera, stwierdza, że przedsiębiorca w jego ujęciu nie traktuje pieniędzy jako zasadniczego motywu swych działań (Swedberg, 2000), co jest powszechnie przyjętym założeniem, a nawet stereotypem.

Na osobowy i aksjonormatywny aspekt przedsiębiorczości wskazał Jan Paweł II. Prawo do inicjatywy gospodarczej należy do podstawowego prawa człowieka i ma znaczenie nie tylko dla rozwoju jednostki, lecz także dla dobra wspólnoty. Prawo do prowadzenia własnej działalności gospodarczej ma charakter prawa osobowego oraz moralnego. Nawiązując do doświadczeń w krajach komunistycznych, Jan Paweł II stwierdza:

Doświadczenie wykazuje, że negowanie tego prawa, jego ograniczanie w imię rzekomej 'równości' wszystkich w społeczeństwie, faktycznie niweluje i wręcz niszczy przedsiębiorczość, czyli twórczą podmiotowość obywatela. W rezultacie kształtuje się w ten sposób nie tyle równość, ale 'równanie w dół'. Zamiast twórczej inicjatywy, rodzi się bierność, zależność i podporządkowanie wobec biurokratycznego aparatu, który jako jedyny 'dysponent' i 'decydent', jeśli wręcz nie 'posiadacz' ogółu dóbr wytwórczych stawia wszystkich w pozycji mniej lub bardziej totalnej zależności, jakże podobnej do tradycyjnej, zależności pracownika-proletariusza w kapitalizmie. Stąd rodzi się poczucie frustracji lub beznadziejności, brak zaangażowania w życie narodowe, skłonność do emigracji, choćby tak zwanej emigracji wewnętrznej (Jan Paweł II, 1987, nr 15).

Problematyka życia gospodarczego i jego aksjologicznego zakorzenienia, ze szczególnym uwzględnieniem roli przedsiębiorcy była tematem niejednokrotnie podejmowanym przez Jana Pawła II (Rogowski, 2006).

Obok przedsiębiorcy oraz przedsiębiorczości należy jeszcze wspomnieć o pojęciu „przedsiębiorstwo”. Różne sposoby rozumienia i definiowania przedsiębiorstwa przedstawia T. Gruszecki. Dokonując przeglądu istniejących teorii, formułuje on wniosek, wskazujący na konieczność interdyscyplinarnego podejścia w badaniu przedsiębiorstwa. Według niego, teoria przedsiębiorstwa nie może być wyprowadzona w sposób dedukcyjny z założeń ekonomii. Konieczne jest poszerzenie pola badawczego oraz uwzględnienie danych empirycznych (doświadczenia) i badań innych dyscyplin naukowych (Gruszecki, 2002). W swym podręczniku opisuje on różne podejścia modelowe w rozumieniu przedsiębiorstwa<sup>1</sup>, które akcentują wybrany jego aspekt. Dopiero łączne potraktowanie tych modeli, zdaniem Gruszeckiego, może dać pewien integralny i całościowy obraz przedsiębiorstwa.

Nie rozwijając dalej teorii przedsiębiorcy, przedsiębiorczości i przedsiębiorstwa, należy stwierdzić, że przedsiębiorczość to ludzka aktywność (postawa), polegająca na podejmowaniu działalności gospodarczej, tworzeniu nowych możliwości i wcielaniu na rynku pomysłów. Towarzyszy jej przy tym niepewność i ryzyko, a działanie może skończyć się sukcesem lub porażką. Przedsiębiorczość ma kluczowy wpływ na rozwój gospodarczy, co współcześnie uwidacznia się także w polityce gospodarczej wielu państw. Podejmowanie

---

<sup>1</sup> Opisuje takie modele, jak podstawowy model ekonomiczny, model finansowy, model produkcyjny (technologiczny), model organizacyjny, model prawny, model socjopsychologiczny (behawioralny) i model etyczny (etyczno-kulturowy). Wymienionym modelom można przyporządkować różne podejścia naukowe (dyscypliny). *Współczesne teorie przedsiębiorstwa* (s. 33-37), T. Gruszecki, 2002, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

decyzji biznesowych wymaga przeprowadzania kalkulacji. Nie istnieje jednak możliwość wykonania wszystkich alternatywnych obliczeń, ponieważ przedsiębiorca nie zna wszystkich możliwych scenariuszy przyszłości (działa w warunkach niepewności). Uwidacznia się tutaj złożona natura przedsiębiorczości, która wymyka się teorii ekonomii ze względu na owe miękkie założenia, jakimi są nieprzewidywalność oraz jej osobowy, społeczny i kulturowy charakter. Zachowania przedsiębiorcze podejmowane są w ramach społeczeństwa i są warunkowane przez czynniki osobowe, społeczne oraz ekonomiczne. W podejściu ekonomicznym uwzględnia się dostępność do kapitału, politykę społeczno-gospodarczą państwa, sytuację gospodarczą i inne uwarunkowania strukturalne. W podejściu socjologicznym badane są czynniki społeczne, do których należą instytucje, wartości, normy, relacje społeczne i inne elementy kultury. W podejściu psychologicznym bada się czynniki osobowościowe, skłonność do ryzyka, innowacyjność, umiejętność rozpoznania szansy<sup>2</sup>. Wśród psychologów, którzy zapoczątkowali empiryczne badania przedsiębiorców, wymienić należy D.C. McClellanda, który zajmował się motywacją i stawiał pytanie o to, dlaczego niektóre społeczeństwa rozwijają się bardziej dynamicznie od innych. Zwrócił on uwagę na rolę takich czynników, jak normy i wartości oraz potrzeba osiągnięć. Według niego poziom rozwoju społeczeństwa jest skorelowany z aktywnością przedsiębiorców (McClelland, 1961).

Niniejszy artykuł zawiera analizę przedsiębiorczości w aspekcie psychospołecznym. Przedmiotem materialnym przeprowadzonych analiz są osoby dorosłe mieszkające w wybranych państwach Europy. Przedmiotem formalnym są ich postawy wobec przedsiębiorczości<sup>3</sup>.

Jako główny problem badawczy postawiono pytanie: „Jakie są postawy przedsiębiorcze mieszkańców Europy?”. Sformułowano również pytania szczegółowe: „Czy badane osoby dostrzegają szansę na uruchomienie działalności gospodarczej w regionie swojego zamieszkania?”; „Jaki jest udział osób wierzących, że mają potrzebne umiejętności i wiedzę do uruchomienia działalności gospodarczej?”; „Na ile lęk przed niepowodzeniem powstrzymuje ludzi przed rozpoczęciem własnego biznesu?”; „Jaki jest udział młodych przedsiębiorców w społeczeństwach Europy?”; „Jak badani postrzegają status społeczny przedsiębiorcy?”; „Na ile prowadzenie własnej działalności gospodarczej jest traktowane jako pożądany wybór kariery zawodowej?”.

W dalszej części artykułu opisano metodologię badań, następnie omówiono ich wyniki, a końcowa część opracowania zawiera podsumowanie oraz wnioski dla dalszych badań.

## 1. Metodologia badań

Do przeprowadzenia analiz wykorzystano dane uzyskane w ramach ogólnoświatowego badania przedsiębiorczości (*The Global Entrepreneurship Monitor*), które uznawane jest za najbardziej rozpowszechnione systematyczne studium przedsiębiorczości na świecie<sup>4</sup>. W ramach prowadzonych badań podejmowane są dwa zasadnicze zagadnienia, do których należą: postawy i zachowania przedsiębiorcze społeczeństw oraz krajowe uwarunkowania przedsiębiorczości.

<sup>2</sup> Interesujące studium przedsiębiorczości rozumianej wieloaspektowo ze szczególnym uwzględnieniem perspektywy socjologii gospodarki przedstawiła M. Nawojczyk w książce *Przedsiębiorczość. O trudnościach w aplikacji teorii*.

<sup>3</sup> Badania nie obejmują postaw tzw. przedsiębiorczości wewnętrznej, która dotyczy przedsiębiorczości w obrębie istniejących organizacji oraz przedsiębiorczości pozagospodarczej.

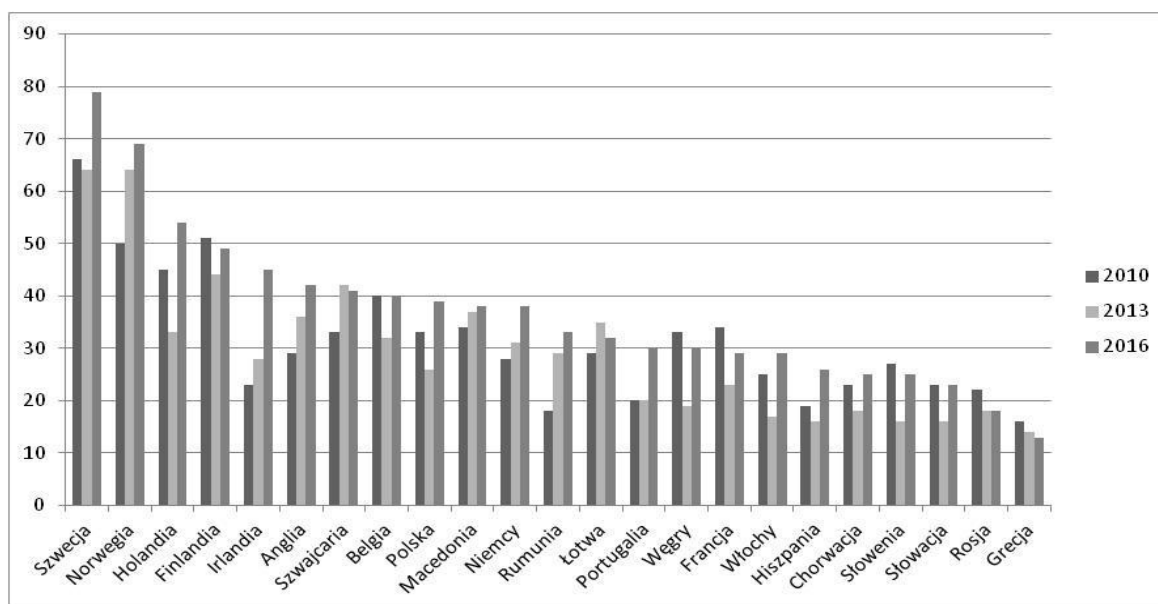
<sup>4</sup> Organizacja zajmuje się profesjonalnym zbieraniem danych oraz prowadzeniem badań w zakresie przedsiębiorczości na świecie. Współpracuje ona z takimi organizacjami, jak ONZ, Światowe Forum Ekonomiczne, Bank Światowy, OECD. Rocznie przeprowadzanych jest ok. 200 tys. wywiadów.

W niniejszym artykule wykorzystane zostały dane obejmujące lata 2010, 2013 i 2016. Przy realizacji badań w poszczególnych krajach, każdego roku liczba zbadanych osób wynosi co najmniej 2 tys. Badania są koordynowane centralnie, a w każdym kraju są prowadzone przez instytucję naukową odpowiedzialną za zebranie danych. Do niniejszego opracowania wykorzystano dane z 23 krajów europejskich<sup>5</sup>.

## 2. Wyniki badań

Rozpoczęcie działalności gospodarczej wymaga podjęcia decyzji, na którą wpływ mają określone czynniki. Jednym z podstawowych jest dostrzeżenie szansy rynkowej, czyli możliwości wprowadzenia nowej oferty produktowej, która byłaby zaakceptowana przez potencjalnych klientów. W ramach przeprowadzonych analiz spróbowano zidentyfikować udział osób w badanych społeczeństwach, które dostrzegają szansę na uruchomienie działalności gospodarczej w regionie swego zamieszkania.

W okresie od 2010 do 2013 roku odsetek osób dostrzegających szansę na uruchomienie działalności gospodarczej w regionie swojego zamieszkania w analizowanych krajach spadł z 31% do 29%, a następnie wzrósł do 37% w roku 2016. W kilku państwach tendencja jednak była odmienna, tzn. odsetek takich osób rósł w całym okresie. W największym stopniu wskaźnik ten wzrósł w Irlandii (z 23% do 45%), Rumunii (z 18% do 33%), Portugalii (z 20% do 30%), Anglii (z 29% do 42%) i Norwegii (z 50% do 69%). W dwóch państwach zanotowano trwały spadek tego wskaźnika: w Grecji (z 16% do 13%) oraz Rosji (z 22% do 18%). Największy odsetek osób dostrzegających szansę na uruchomienie działalności gospodarczej w 2016 roku odnotowano w krajach skandynawskich (Szwecja, Norwegia i Finlandia) oraz w Holandii. Polska w tym zestawieniu znalazła się na 9. pozycji, między Belgią i Macedonią. Na końcu zestawienia uplasowały się Słowacja, Rosja oraz Grecja (wykres 1).

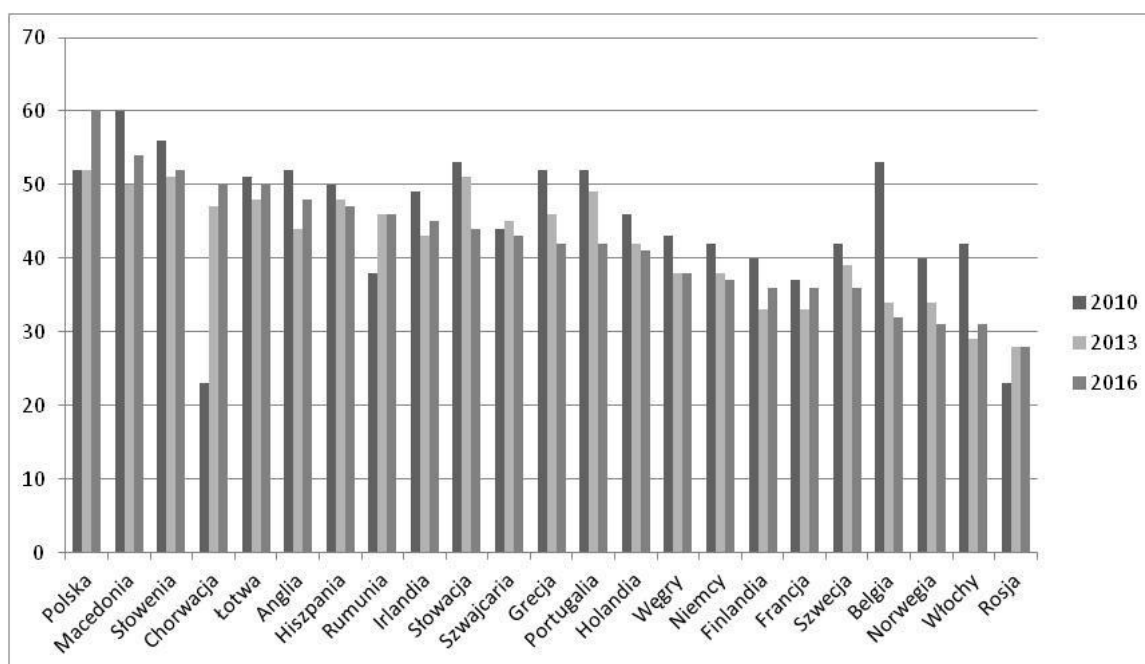


Wykres 1. Odsetek osób dostrzegających szansę na uruchomienie działalności gospodarczej w regionie swojego zamieszkania (w latach 2010-2016).

Źródło: opracowanie własne na podstawie *The Global Entrepreneurship Monitor*.

<sup>5</sup> Nie uwzględniono tych krajów, w których w analizowanym okresie nie przeprowadzono badań sondażowych.

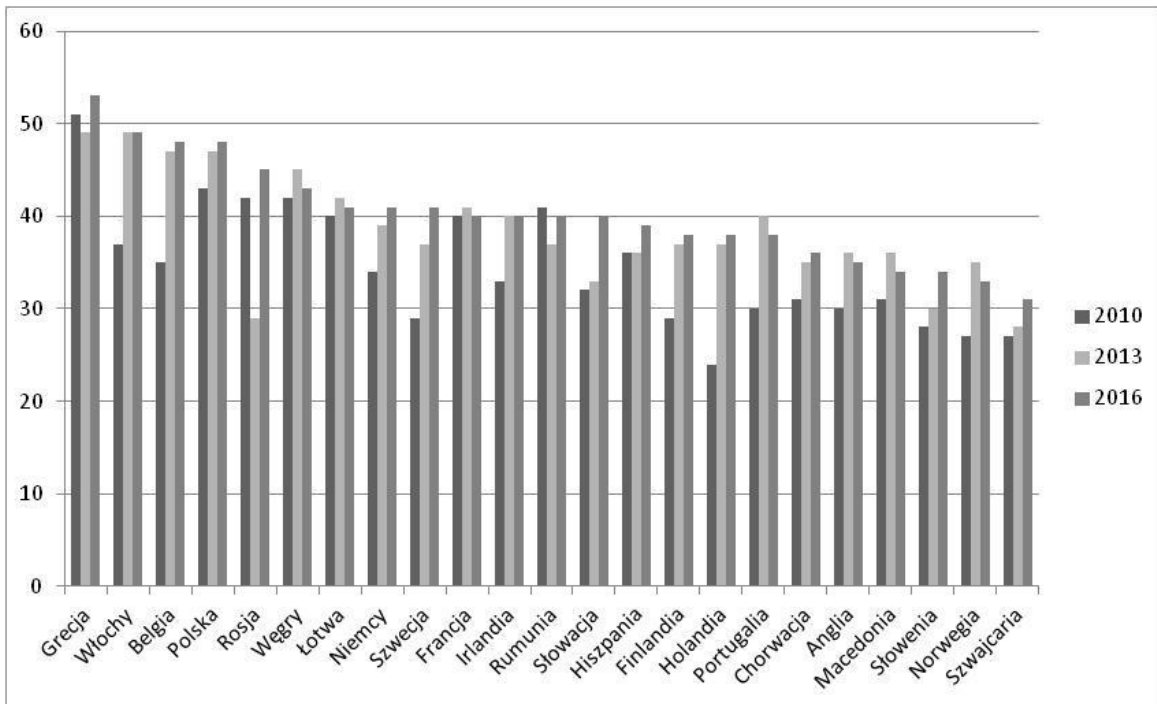
Wiara we własne możliwości, wiedzę, umiejętności i powodzenie jest ważnym czynnikiem psychologicznym, przekładającym się na podjęcie przez człowieka aktywności biznesowej. W latach 2013-2016 odsetek osób mających wiarę w swoje umiejętności i wiedzę potrzebne do uruchomienia działalności gospodarczej spadł o 7%. Tylko w kilku krajach odnotowano przeciwną zmianę (Chorwacja, Rosja, Rumunia i Polska), przy czym zdecydowanie wyróżnia się Chorwacja, gdzie odsetek osób wierzących we własne możliwości wzrósł z 23% do 50%. We wszystkich pozostałych krajach wartość tego wskaźnika uległa obniżeniu, przy czym najbardziej w Belgii (z 53% do 32%), we Włoszech (z 42% do 31%) oraz w Norwegii (z 40% do 31%). W 2016 roku największą wiarę w siebie deklarowali mieszkańcy Polski oraz Macedonii (odpowiednio 60% i 54%), najmniejszą zaś odnotowano w Rosji (28%) (wykres 2).



Wykres 2. Odsetek osób wierzących, że mają potrzebne umiejętności i wiedzę do uruchomienia działalności gospodarczej (w latach 2010-2016).

Źródło: opracowanie własne na podstawie *The Global Entrepreneurship Monitor*.

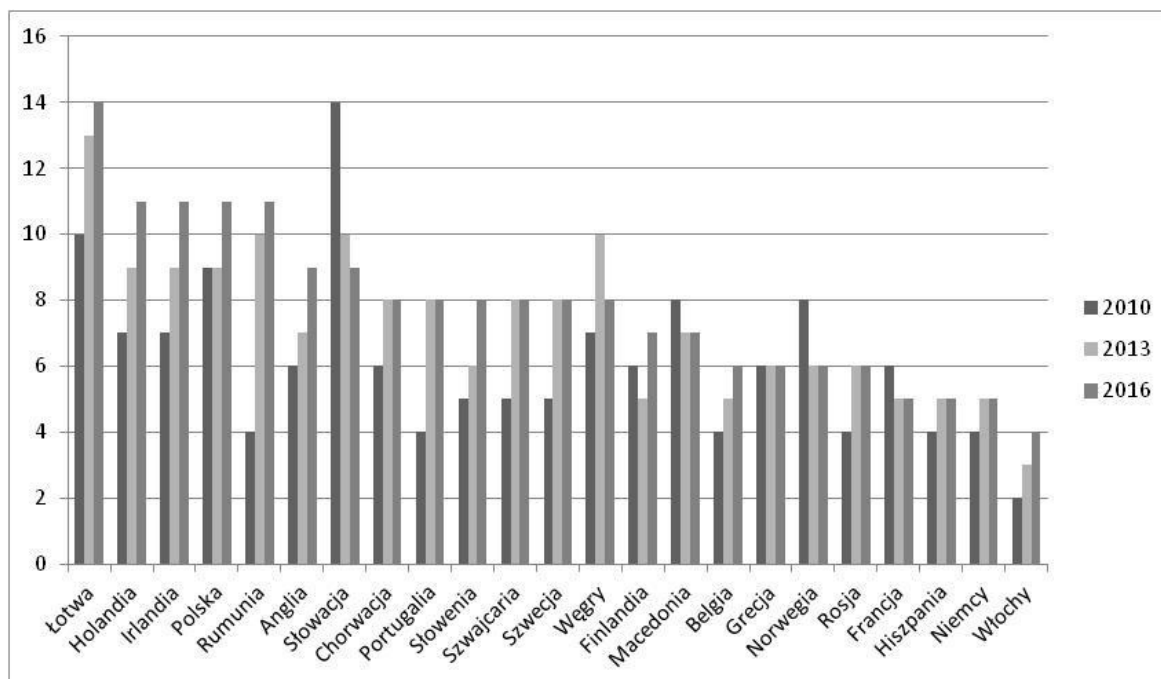
Interesującym poznawczo jest wskaźnik pokazujący odsetek osób dostrzegających szansę na uruchomienie działalności gospodarczej, wśród których lęk przed niepowodzeniem powstrzymuje ich przed rozpoczęciem własnego biznesu. Osoby takie z jednej strony widzą szansę, z drugiej jednak lęk przed porażką okazuje się silniejszy i powstrzymuje ich przed podjęciem aktywności gospodarczej. W analizowanym okresie średnio odsetek takich osób wzrósł o 14%. Biorąc pod uwagę poszczególne kraje, największe wzrosty tego wskaźnika odnotowano z kolei w takich krajach jak Holandia (z 24% do 38%), Szwecja (z 29% do 41%) i Belgia (z 35% do 48%). Tylko w Rumunii wskaźnik ten uległ obniżeniu (z 41% do 40%). W przypadku Polski udział osób widzących szansę w biznesie, jednak z względu na obawy niepowodzenia, nie podejmujących się ryzyka jego uruchomienia, wzrósł w tym okresie z 43% do 48%. Największe wartości omawiany wskaźnik na koniec analizowanego okresu miał w Grecji, we Włoszech, w Belgii i Polsce, a najmniejszy w Słowenii, Norwegii i Szwajcarii (wykres 3).



Wykres 3. Odsetek osób dostrzegających szansę na uruchomienie działalności gospodarczej, wśród których lęk przed niepowodzeniem powstrzymuje ich przed rozpoczęciem własnego biznesu (w latach 2010-2016).

Źródło: opracowanie własne na podstawie *The Global Entrepreneurship Monitor*.

Rozwój gospodarczy wymaga nowych przedsięwzięć biznesowych. Ich powstawanie może być udziałem osób pierwszy raz próbujących sił w ramach samodzielnie prowadzonego przedsięwzięcia oraz osób, które mają już doświadczenie i chcą rozwijać się, wchodząc w nowe projekty gospodarcze. Osoby otwierające działalność gospodarczą są bardzo pożądane w każdej gospodarce. W przeprowadzonych badaniach społeczeństw europejskich jednym z jego celów było uzyskanie wiedzy o udziale takich osób. W całym analizowanym okresie w skali wszystkich badanych państw odsetek osób będących młodymi przedsiębiorcami lub zarządzających swoim nowym biznesem wzrósł z 6% do prawie 8%. W większości krajów odnotowano poprawę tego wskaźnika. Największe przyrosty względne miał w Rumunii (z 4% do 11%), Portugalii (z 4% do 8%) i we Włoszech (z 2% do 4%). Spadki wartości tego wskaźnika miały miejsce w czterech krajach: na Słowacji (z 14% do 9%), w Norwegii (z 8% do 6%), we Francji (z 6% do 5%) i w Macedonii (z 8% do 7%). W tym zestawieniu Polska znalazła się na 4. pozycji (wartość wskaźnika zmieniła się z 9% do 11%). Wartości wskaźnika wszystkich analizowanych państw przedstawia wykres 4.

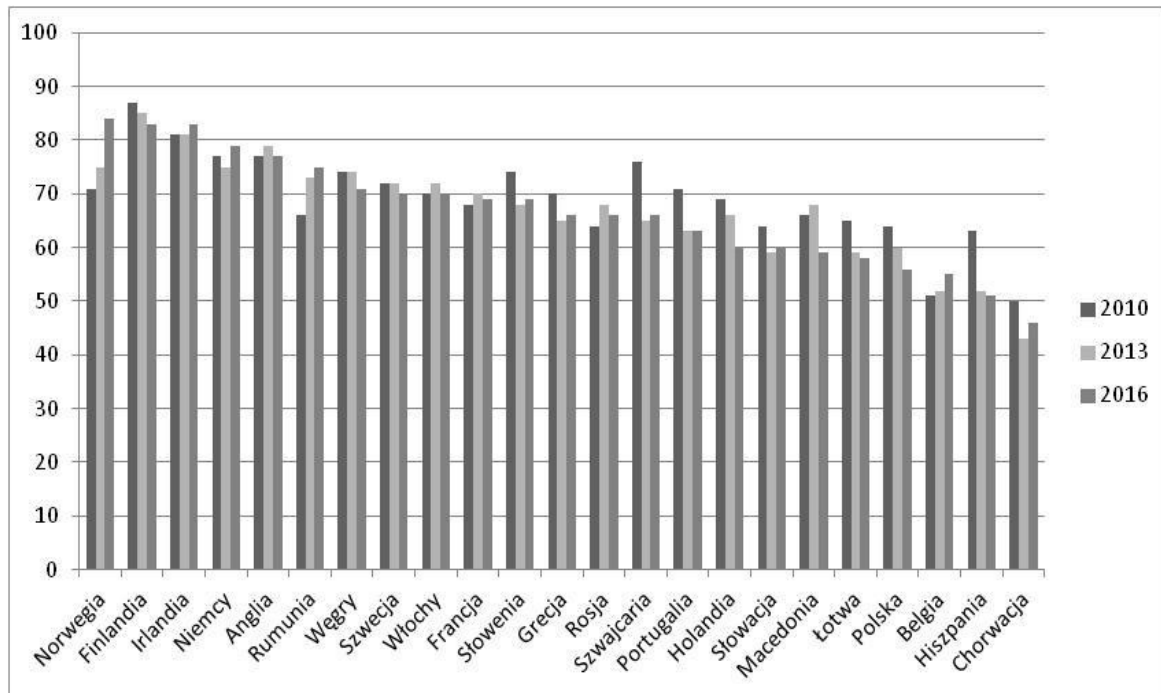


Wykres 4. Odsetek osób, które są młodymi przedsiębiorcami lub zarządzają swoim nowym biznesem (w latach 2010-2016).

Źródło: opracowanie własne na podstawie *The Global Entrepreneurship Monitor*.

Z socjologicznego punktu widzenia postawić można pytanie o status przedsiębiorcy w danym społeczeństwie. W każdej zbiorowości z pozycjami społecznymi wiąże się określony prestiż. Wykonane analizy pozwoliły uzyskać wiedzę o tym, jak postrzegane przez członków społeczeństwa są osoby będące przedsiębiorcami. Średnio we wszystkich krajach wskaźnik statusu przedsiębiorców uległ obniżeniu w analizowanym okresie – z 69,1% do 66,8%. W największym stopniu w Hiszpanii (z 63% do 51%), Szwajcarii (z 76% do 66%) i Holandii (z 69% do 60%). W przypadku siedmiu państw wartość tego wskaźnika miała tendencję rosnącą. Do krajów, w których wartość tego wskaźnika znacznie się obniżyła, należy także Polska (z 64% do 56%). Analizując odsetki osób zgadzających się z twierdzeniem, że w ich kraju przedsiębiorca, który odniósł sukces cieszy się wysokim statusem społecznym, najwyższe wskaźniki w 2016 roku zanotowano w Norwegii (84%), Finlandii (83%), Irlandii (83%), Niemczech (79%) i Anglii (77%), najmniejsze natomiast w Chorwacji (46%), Hiszpanii (51%) oraz Belgii (55%). W przypadku Polski wskaźnik ten wyniósł 56% i należał do jednych z najniższych. Wartości wskaźnika wszystkich analizowanych państw przedstawia wykres 5.

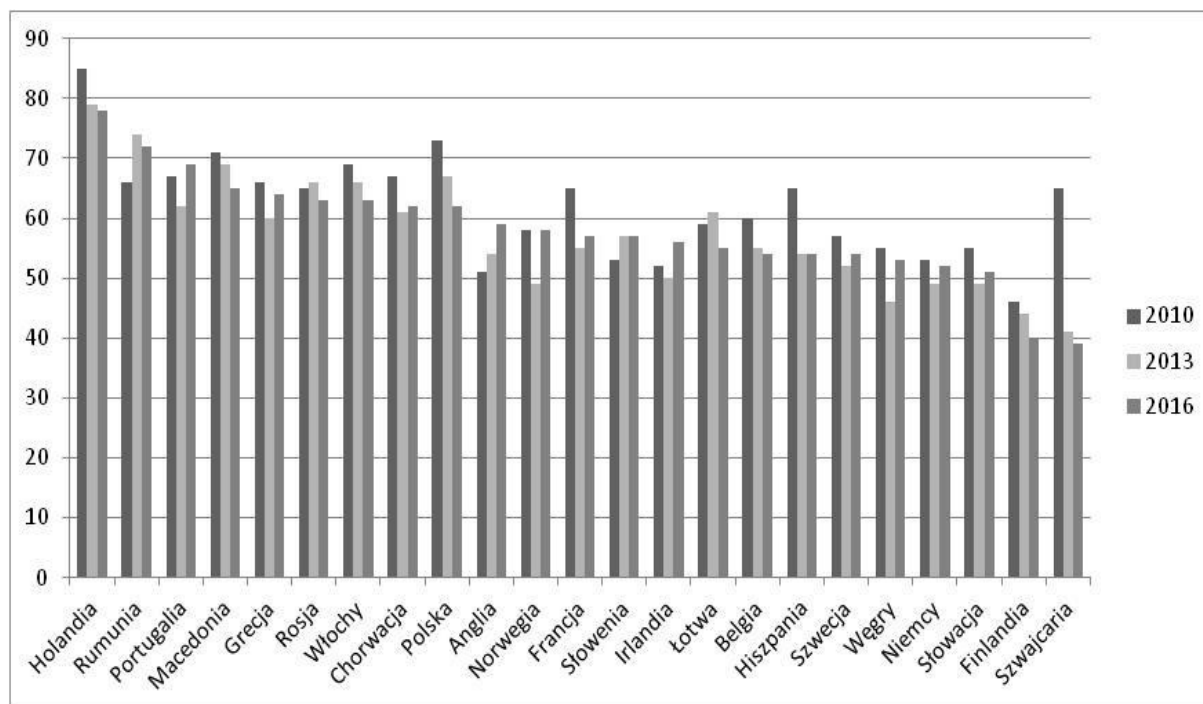




Wykres 5. Odsetek osób zgadzających się z twierdzeniem, że w ich kraju przedsiębiorca, który odniósł sukces, cieszy się wysokim statusem społecznym (w latach 2010-2016).

Źródło: opracowanie własne na podstawie *The Global Entrepreneurship Monitor*.

Kolejnym przeanalizowanym problemem było uzyskanie wiedzy o tym, jak w opinii badanych osób społeczeństwo ocenia rozpoczęcie własnej działalności gospodarczej jako wybór kariery zawodowej. W badanym okresie wskaźnik ten uległ obniżeniu przeciętnie we wszystkich krajach z 62% do 58%. W największym stopniu w Szwajcarii (z 65% do 39%), Hiszpanii (z 65% do 54%) i Polsce (z 73% do 62%). Największe wzrosty miały miejsce w Anglii (z 51% do 59%), Rumunii (z 66% do 72%) i Irlandii (z 52% do 56%). Uwzględniając wartości tego wskaźnika w 2016 roku, największy odnotowano w Holandii (78%), Rumunii (72%) i Portugalii (69%). W przypadku Polski wskaźnik ten wyniósł 62%. Dane dotyczące wielkości analizowanego wskaźnika na przestrzeni 2010 i 2016 roku przedstawia wykres 6.



Wykres 6. Odsetek osób zgadzających się ze stwierdzeniem, że w ich kraju większość ludzi uważa rozpoczęcie własnej działalności gospodarczej jako pożądany wybór kariery zawodowej (w latach 2010-2016).

Źródło: opracowanie własne na podstawie *The Global Entrepreneurship Monitor*.

## Podsumowanie

Wykonane obliczenia oraz przeprowadzone analizy pozwoliły na uzyskanie wstępnych odpowiedzi na postawione problemy badawcze. W okresie od 2010 do 2016 roku przeciętny poziom dostrzegania szans na uruchomienie działalności gospodarczej w regionie swojego zamieszkania w analizowanych krajach wzrósł z 31% do 37%. Co jest interesujące, jednocześnie wśród zbadanych społeczeństw spadła wiara we własne możliwości i powodzenie sukcesu biznesowego (spadek o 3 punkty procentowe). Odnotować warto, że w takich krajach jak Chorwacja, Rosja, Rumunia i Polska zmiana ta była odmienna. Polska wraz z Macedonią okazały się jednocześnie państwami, w których badani deklarowali największą wiarę w siebie jako potencjalnego przedsiębiorcę. Obawa i lęk przed niepowodzeniem w biznesie w analizowanym okresie wzrosły przeciętnie o 6 punktów procentowych (w Polsce o 5 punktów procentowych). Wykonane analizy wykazały, że we wszystkich analizowanych państwach w 2016 roku średni odsetek osób będących młodymi przedsiębiorcami lub zarządzających swoim nowym biznesem wyniósł 7,9% (w Polsce 11%) i był większy w stosunku do 2010 roku prawie o 2 punkty procentowe (także w Polsce). Interesującym zagadnieniem była wiedza o tym, jak postrzegane przez członków społeczeństwa są osoby będące przedsiębiorcami. We wszystkich krajach wskaźnik statusu przedsiębiorców spadł średnio z 69,1% do 66,8% (w Polsce z 64% do 56%). Analizując dane dotyczące osób zgadzających się z twierdzeniem, że w ich kraju przedsiębiorca, który odniósł sukces, cieszy się wysokim statusem społecznym, najwyższe wskaźniki w 2016 roku zanotowano w Norwegii (84%), Finlandii (83%) i Irlandii (83%), najmniejsze natomiast w Chorwacji (46%), Hiszpanii (51%) i Belgii (55%). W przypadku Polski wskaźnik ten wyniósł 56% i należał do jednych z niższych. Innym problemem badawczym było uzyskanie wiedzy o tym, jak badane osoby postrzegają opinię innych członków społeczeństwa o rozpoczęciu własnej działalności

gospodarczej jako pożądanego wyboru kariery zawodowej. Wskaźnik ten uległ obniżeniu we wszystkich krajach przeciętnie z 61,9% do 58,1% (w Polsce z 73% do 62%).

Przedstawione dane pozwalają na uzyskanie wstępnej wiedzy o postawach przedsiębiorczych mieszkańców Europy. Powinny być one interpretowane ostrożnie i na podstawie przytoczonych danych nie wydaje się możliwe zidentyfikowanie przyczyn europejskiego zróżnicowania w zakresie przedsiębiorczości. Można jedynie podjąć próbę wstępnej interpretacji wyników. Dane wskazują np., że najwięcej szans na uruchomienie działalności gospodarczej dostrzegano w krajach skandynawskich, a najmniej w takich krajach jak Grecja, Rosja i Słowacja. Pojawia się pytanie, na ile wynikało to z bieżącej sytuacji gospodarczej, a na ile rolę odegrały czynniki społeczno-kulturowe, w tym religijne. Warto zauważyć, że w krajach skandynawskich protestantyzm jest najpowszechniejszą religią. Grecja i Rosja są z kolei krajami prawosławnymi i w nich skłonności przedsiębiorcze okazały się najniższe.

Warto w tym momencie postawić kolejne pytania, na których znalezienie odpowiedzi wymagałoby dalszych pogłębionych badań i analiz. Kluczowym problemem badawczym byłoby uzyskanie odpowiedzi na pytanie, jakie są podstawowe determinanty postaw przedsiębiorczych, zwłaszcza w jakim stopniu na postawy przedsiębiorcze wpływ mają czynniki ekonomiczne, społeczne, kulturowe i osobowe oraz czy istnieją różnice między tymi czynnikami w poszczególnych krajach.

### **Bibliografia**

- Berger, B. (1994). *Kultura przedsiębiorczości*. Tłum. K.W. Frieske. Warszawa: Towarzystwo Wydawnicze Rój.
- Cantillon, R. (1755). *Essay on the Nature of Trade in General*. London: Henry Higgs (red. i tłum. 1959).
- Global Entrepreneurship Monitor*. (2017). Pobrane z: [www.gemconsortium.org](http://www.gemconsortium.org).
- Gruszecki, T. (2002). *Współczesne teorie przedsiębiorstwa*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Hughes, J.R.T. (1983). Arthur Cole and entrepreneurial history. *Business and Economic History*, 12, 133-144.
- Jan Paweł II. (1987). *Sollicitudo rei socialis*.
- Losinger, A. (1998). Człowiek jako kluczowy czynnik w gospodarce. W: F. Kampka, C. Ritter (red.), *Centesimus annus. Tekst i komentarze* (s. 211-226). Lublin: Redakcja Wydawnictw KUL.
- McClelland, D.C. (1961). *The achieving society*. Princeton: D. Van Nostrand Company, Inc.
- Nawojczyk, M. (2009). *Przedsiębiorczość: o trudnościach w aplikacji teorii*. Kraków: Zakład Wydawniczy NOMOS.
- Partycki, S. (2004). *Zarys teorii socjologii gospodarki*. Lublin: Towarzystwo Naukowe Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego.
- Rogowski, R. (2006). Przedsiębiorca i przedsiębiorczość w nauczaniu Jana Pawła II. W: K. Górka, L. Kaliszczak (red.), *Prace z zakresu przedsiębiorczości i zarządzania* (s. 17-25). Wydawnictwo Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. prof. Stanisława Tarnowskiego w Tarnobrzegu.
- Schumpeter, J.A. (1995). *Kapitalizm, socjalizm, demokracja*. Tłum. M. Rusiński. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Swedberg, R. (2000). The Social Science View of Entrepreneurship: Introduction and Practical Applications. W: R. Swedberg (red.), *Entrepreneurship: The Social Science View* (s. 7-44). Oxford: Oxford University Press.
- Swedberg, R. (2008). Rebuilding Schumpeter's Theory of Entrepreneurship. W: T. Nishizawa, Y. Shionoya (red.), *Marshall and Schumpeter On Evolution Economic Sociology of Capitalist Development* (s. 2-16). Cornwall: Hitotsubashi University.
- Weber, M. (2010). *Etyka protestancka a duch kapitalizmu*. Tłum. B. Baran, J. Miziński. Warszawa: Wydawnictwo Aletheia.